

参考資料

この計画案は、「第2次北谷町観光振興計画の骨格案」に対する意見募集によりいただいたご意見等を踏まえ、事務局にて一定の整理を行うため、意見募集の対象外としています。

第2次北谷町観光振興計画

海とまちが交わり、暮らしと旅が共鳴するタウンリゾート

目次

第 1 部 総論

第 1 章 第 2 次北谷町観光振興計画の策定にあたって	2
1. 観光振興の意義	2
2. 計画策定の背景と目的	4
3. 計画の位置づけ	4
4. 上位計画における観光分野の内容	5
5. 計画期間	5
6. 計画の構成	6
第 2 章 観光における社会動向	8
1. 国の観光動向	8
2. 県の観光動向	14
第 3 章 北谷町観光の現状と課題	17
1. 北谷町の概要	17
2. 北谷町の観光の特徴	17
3. 北谷町の観光資源、地域資源	19
4. 北谷町の観光実態	20
5. 北谷町の観光の課題	23

第 2 部 基本構想

第 1 章 北谷町観光の目指す姿	26
1. 基本理念	26
2. 観光振興ビジョン	28
第 2 章 基本方針	29
1. 北谷町の観光振興に係る基本方針	29
第 3 章 観光振興計画	31
1. 施策体系	31
2. 基本施策	32
3. 重点施策	32
4. 計画の全体像	32
5. 基本方針と基本施策の関係	34
6. 基本施策 A：マーケティングに基づく町内外への情報発信	34
7. 基本施策 B：観光コンテンツの拡充	36
8. 基本施策 C：観光人材の充実	38

9.	基本施策 D：施設・インフラの拡充	39
10.	基本施策 E：来訪・町内移動の交通の充実	40
11.	基本施策 F：自然と文化の保護保全	42
12.	基本施策 G：地域との共生	43
13.	基本施策 H：安全・安心な観光地運営	44

第 3 部 実現に向けて

第 1 章 推進体制

47

1.	各主体の役割分担	47
2.	推進体制	48
3.	観光振興を支える財源	49

第 2 章 進捗管理

51

1.	指標設定の考え方	51
2.	目標値	52
3.	指標評価の手法	54

第 1 部

総論

第 1 章 第 2 次北谷町観光振興計画の策定にあたって

1. 観光振興の意義

観光振興は、経済・社会・地域・環境の各側面において地域の持続的発展を支えるものです。経済面では県内総生産¹や雇用を支える基幹産業²として大きな役割を果たし、社会・文化面では伝統や歴史の継承と国際交流を促進します。さらに地域振興においてはインフラ整備³や新たな産業創出を通じて町民生活の向上に寄与し、環境面では自然や文化資源を守りつつ観光と共生する持続可能な仕組みを構築します。

観光振興は、地域社会の誇りと魅力を高め、未来へとつなげる総合的な基盤であるといえます。

(1) 地域経済の発展

観光は沖縄における最も重要な基幹産業であり、県内総生産に大きく寄与しています。沖縄県の観光業は地域経済を牽引する役割を果たしており、宿泊業や飲食業、交通、娯楽、小売業など幅広い関連産業に波及効果⁴をもたらしています。さらに、観光客の増加は新たな事業機会を生み出し、地元企業の成長や新規起業の促進にもつながります。

雇用面においても観光業は大きな役割を担っており、正規・非正規を問わず多様な働き方を支えることで、若者や女性、高齢者など幅広い層の就業機会を拡大しています。また、観光収入によって得られる財源は公共インフラや地域サービスの整備等に還元され、町民生活の利便性や福祉向上に寄与します。

こうした点から、観光は単なる消費活動の促進にとどまらず、地域社会全体の持続的な発展の基盤となります。

(2) 地域の社会的・文化的な発展

観光は地域の伝統や文化を再評価し、その継承と発展を促します。沖縄では琉球舞踊や伝統工芸、食文化、祭りなど多様な文化資源が観光資源⁵となり、観光客に紹介されることで町民が自らの文化に誇りを持ち、次世代への継承意識を高める契機となります。

¹ 県内総生産：沖縄県の中で一年間に生み出された「モノやサービスの価値」を合計した指標で県の経済規模を表すものです。

² 基幹産業：地域の経済を支える中心的な産業で雇用や収入への影響が大きく、他の産業にも広く関係します。

³ インフラ整備：道路、公園、上下水道、通信など、生活や経済活動の基盤となる設備を作り維持していくことを指します。

⁴ 波及効果：ある取り組みが直接の対象以外にも広がって良い影響を生むことを指します。

⁵ 観光資源：観光の魅力になるものであり、自然、文化、歴史、食、体験、施設など、来訪の動機になる地域の強みなどが該当します。

また、観光を通じて国内外の人々と交流する機会が増えることで、多文化理解や国際交流が進み、地域社会の開放性や多様性が強化されます。さらに観光需要に対応する形で地域の芸術活動や伝統行事が活性化し、文化の担い手に経済的な支援をもたらすことも大きな意義です。

さらに、観光客との交流は町民に新しい価値観をもたらし、生活文化の刷新やシビックプライド⁶の再構築にもつながります。

このように観光は単なる娯楽活動にとどまらず、地域文化の保存と発信、国際交流の促進、社会的結束力の強化に貢献する重要な役割を担っています。

(3) 地域の振興・活性化

観光は、地域資源の有効活用と町民生活の向上を同時に実現できるものでもあります。観光需要の拡大は空港や港湾、道路などのインフラ整備を促し、観光客だけでなく町民の利便性向上や防災機能の強化にもつながります。

また、観光を契機とした新たなビジネスの創出や地場産業⁷との連携により、地域経済の多角化や持続的な発展が期待されます。特に沖縄では、自然景観や歴史文化を活かした観光資源の活用が地域ごとの個性を引き出し、周辺地域への経済波及効果を広げます。

さらに、観光イベントや地域交流活動の活性化は、地域社会の一体感を高めるとともに、外部からの人材流入や定住促進を促す効果もあります。

このように観光は、経済効果に加えて地域社会の魅力向上や活性化を推進し、町民にとっても暮らしやすい環境を育む重要な役割を果たすものとなります。

(4) 持続可能性への貢献

観光は、自然環境や文化資源を守りながら地域の発展を実現する仕組みを築くことができます。特に沖縄では、美しい海やサンゴ礁、亜熱帯の森などの自然環境が観光の基盤であり、その保全は観光業の存続にも直結します。持続可能な観光は、過度な開発やオーバーツーリズム⁸による環境破壊や町民生活への悪影響を防ぎ、観光客と地域社会の双方にとって快適で調和の取れた関係を築くことを目標とします。

また、エコツーリズム⁹や地域主体の観光事業は、環境教育や文化理解を促し、観光客の意識改革にもつながります。

⁶ シビックプライド：「都市に対する市民の誇り」を意味し、単なる「地元愛」や「郷土愛」とは異なり、地域の一員としての当事者意識に基づいた自負心です。具体的には、自分たちのまちをより良くしていくという思いや、まちの発展に貢献しようという意識を指します。

⁷ 地場産業：その地域で根付いている産業。地域の資源や技術を活かして、地元で生産・提供されます。

⁸ オーバーツーリズム：特定の観光地において、訪問客の著しい増加等が、地域住民の生活や自然環境、景観等に対して受忍限度を超える負の影響をもたらしたり、観光客の満足度を著しく低下させたりするような状況。

⁹ エコツーリズム：自然や文化を守りながら、その価値を学び・体験する観光。環境への負担を減らし、地元利益に戻る仕組みを重視すること。

さらに、観光収益¹⁰を環境保全や文化を守り育てることに還元することで、地域資源の長期的な活用が可能となります。

このように観光は、地域経済の安定とともに自然や文化を次世代へと継承し、持続的発展を支える重要な意義を持っています。

2. 計画策定の背景と目的

沖縄県中部に位置する本町は、美浜アメリカンビレッジを中心に、リゾートホテル、ショッピング、飲食、エンターテインメントが集積する観光地として発展してきました。また、サンセットビーチやアラハビーチなどの自然環境にも恵まれ、国内外から多くの観光客が訪れています。

一方で、観光需要の増加に伴う交通渋滞や環境負荷、町民生活への影響といった課題も顕在化しており、持続可能な観光のあり方が問われています。さらに、観光ニーズの多様化やデジタル化の進展、新型コロナウイルスによる観光形態の変化など外部環境も大きく変化しており、従来型の観光振興だけでは十分に対応できない状況にあります。

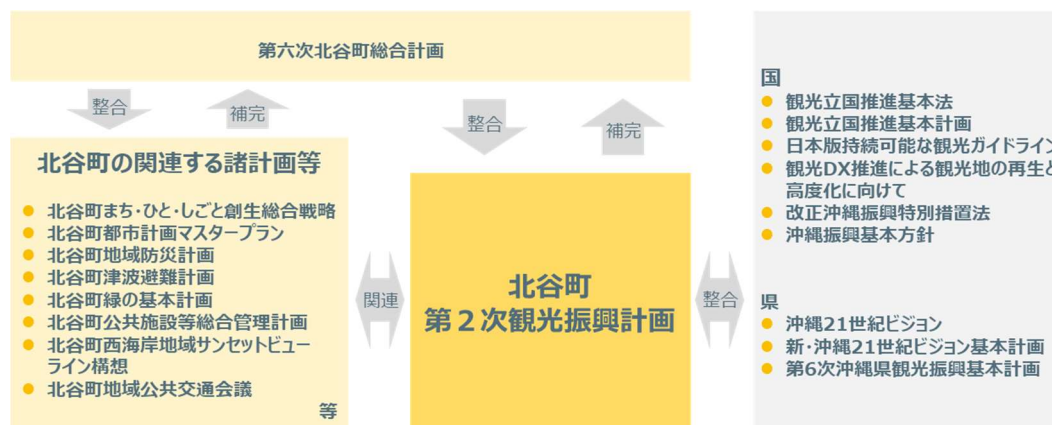
このような背景から、本町では、観光を核のひとつとした地域の持続的発展が不可欠な状況にあります。

本町の観光振興計画は、経済成長と文化・環境保全、そして町民生活の調和を実現するための包括的な指針であり、町の魅力を国内外に発信しつつ持続可能な未来を切り拓くことを目的としています。

3. 計画の位置づけ

本計画は、上位計画となる第六次北谷町総合計画¹¹に基づく『観光』施策を具体化するための部門計画として位置づけられており、沖縄県観光振興基本計画及び本町の関連する諸計画との整合を図るものとします。

第 2 次観光振興計画の位置づけ



¹⁰ 観光収益：観光に関わる活動で生まれる収入の合計。宿泊、飲食、交通、買い物、体験などで使われたお金から得られる利益を指します。

¹¹ 第六次北谷町総合計画：目指すべき将来像やまちづくりの行動指針などを町民の皆さまと共有する本町の最上位の計画です。令和4（2022）年度を初年度として令和13（2031）年度までの10年間の計画となっています。

4. 上位計画における観光分野の内容

第六次北谷町総合計画において観光は、「基本目標 3 多様性と共に新しい今を創造するまち」の「施策 3-1 観光業の振興」に設定されています。

(1) 基本方針

- ・ 「北谷」、「CHATAN」について、象徴的なブランドを確立し、そのブランドイメージの下であらゆる機会を捉えて広くアピールを図ります。
- ・ より多くの観光客の獲得に向けて戦略的に取り組みます。
- ・ 本町独自の魅力や興味を高めるため資源・施設、サービスに磨きをかけるとともに、新しく芽生えた個性的な観光の育成を進めていきます。
- ・ より多くの人が北谷に関心を持ち、「北谷」を検索し、北谷を訪れた人が発信する情報を共有することを期待し、多様な媒体を活用して繰り返し情報を発信します。
- ・ 町民・観光事業者・観光関連団体・観光協会・行政が連携協力して取り組み体制を確立します。
- ・ 一層の安全性の向上に向け、町民や観光業等従事者など、全町をあげて安全・安心・快適な観光地域づくりのための予防策の実施や危機管理の体制づくりを行います。

(2) 施策

- ・ 施策 1 北谷ブランドのアピール
- ・ 施策 2 北谷観光のネットワーク形成
- ・ 施策 3 情報発信・研究開発
- ・ 施策 4 観光まちづくり推進体制の確立
- ・ 施策 5 観光客に対する安全性確保体制の整備

5. 計画期間

令和 8（2026）年度 ～ 令和 14（2032）年度 （7 年間）

第 2 次北谷町観光振興計画の期間は、本町全体の方針と観光振興を足並みそろえて進めることを考慮し、令和 14（2032）年度までの 7 年間とします。これは、現在の第六次北谷町総合計画の次期計画が令和 14（2032）年度から開始となる予定であり、次期観光振興計画は、この次期総合計画をもとに令和 14（2032）年度中に策定することを見込んだものです。

以下に、一体性・整合性を確保することのポイントを示します。

- ・ まちづくり全体との連動

観光は経済、文化、福祉、自然・文化、交通など幅広い分野に関わるため、総合計画を踏まえて策定することで、地域づくりの基本方針や他の分野の施策との一貫性を担保することができます。

- 効果的な施策の推進
観光関連施策を単独で進めるのではなく、地域振興やインフラ整備、体制などと連動させることで、相乗効果を発揮しやすくなります。
- 評価・見直しの実効性
計画期間を揃えることで、総合計画の進行管理や中間評価、最終評価と同じタイミングで観光振興計画も検証でき、効率的に改善・修正を行うことができます。
- 資源の最適活用
限られた財源・人材を、観光施策と他分野施策で調整・配分しやすくなり、無駄のない計画実行が可能となります。

6. 計画の構成

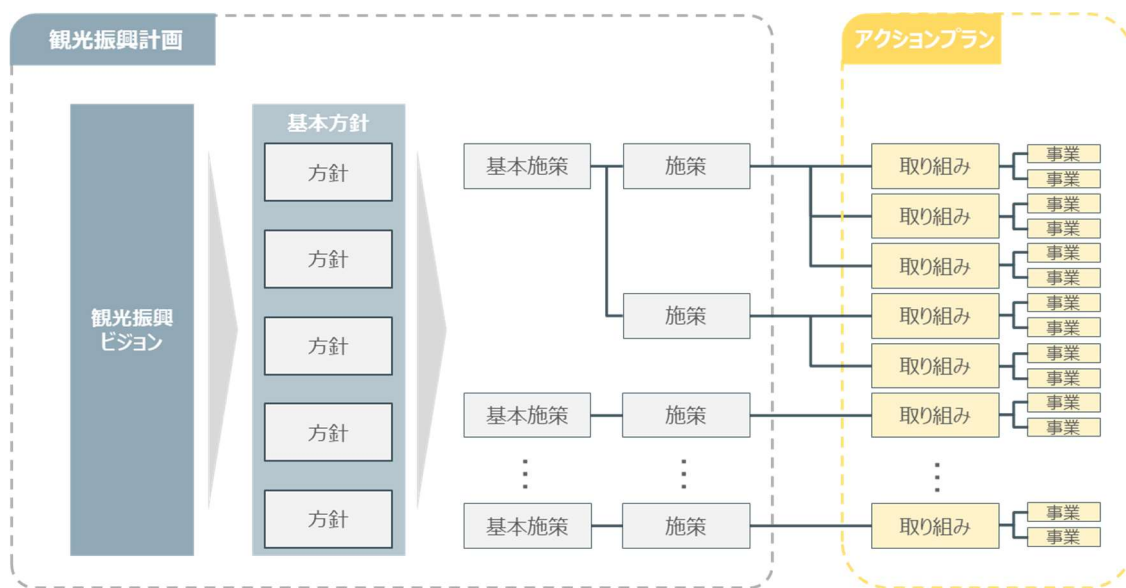
前述の通り、本計画の設定期間は令和 14（2032）年度までの 7 年間となります。観光業の市場環境の変化は早く、これらに追従しながら柔軟に事業を検討し、改善していくことが求められます。そのため第 2 次北谷町観光振興計画では、「計画」と「アクションプラン」を分けて策定しています。

「計画」では、本町が目指す観光地としての将来像や、その実現に向けた進め方、推進体制の基本的な考え方など、中長期的に変わらない普遍的な目的や方針を明確にしています。これは、町の観光振興における根幹となるものであり、今後の各種施策や活動の拠り所となるものです。

「アクションプラン」は、急速に変化する社会情勢や観光市場、地域内部の状況変化などに柔軟に対応しつつ、計画で掲げた「目的」を達成するための具体的な手段を示しています。アクションプランは、必要に応じて内容を見直し、よりの確かつ効果的な取り組みを随時実施できるようにするものです。

本計画書では、対象範囲として「観光振興ビジョン」から「施策」までを記載し、本町における観光振興の中長期的な方向性と基本的な取り組みを示しています。アクションプランについては、計画の趣旨や方針に則り、社会・経済情勢や地域の実情を踏まえながら、適宜策定・更新していくこととします。

計画・アクションプランの全体像



第 2 章 観光における社会動向

1. 国の観光動向

(1) 国の観光政策（観光立国推進基本計画）

観光庁は、平成 19（2007）年 1 月に施行された観光立国推進基本法の規定に基づき、観光立国の実現に関する基本的な計画として新たな「観光立国推進基本計画」を策定しました。基本計画においては、観光立国の持続可能な形での復活に向け、観光の質的向上を象徴する「持続可能な観光」「消費額拡大」「地方誘客促進」の 3 つをキーワードに、持続可能な観光地域づくり、インバウンド回復、国内交流拡大の 3 つの戦略に取り組むこととしています。

観光立国推進基本計画の基本的方針と目標

● 基本的方針		● 2025年目標		
方針	特徴	方針	項目	数値
持続可能な観光地域づくり	<ul style="list-style-type: none"> 観光振興が地域社会・経済に好循環を生む仕組みづくりを推進する 観光産業の収益力・精算理性向上させ、従事者の待遇改善にもつなげる 地域の住民の理解を得ながら、地域の自然、文化の保全と観光を両立させる 	地域作りの体制整備	① 持続可能な観光地域づくりに取り組む地域数	100地域
			② 訪日外国人旅行消費額単価	20万円/人
インバウンド回復戦略	<ul style="list-style-type: none"> 消費額 5 兆円の早期達成に向けて、施策を総動員する 消費額拡大・地方誘客促進を重視する アウトバウンド復活との相乗効果を目指す 	インバウンド回復	③ 訪日外国人旅行者一人当たり地方宿泊数	2泊
			④ 訪日外国人旅行者数	2019年水準超
国内交流拡大戦略	<ul style="list-style-type: none"> 国内旅行の実施率向上、滞在長期化を目指す 旅行需要の標準化と関係人口の拡大につながる新たな交流需要の開拓を図る 	国内交流拡大	⑤ 日本人の海外旅行者数	—
			⑥ 国際会議の開催件数割合	アジア最大・3割以上
			⑦ 日本人の地方部延べ宿泊数	3.2億人泊
			⑧ 国内旅行消費額	2.2兆円

(2) 日本版持続可能な観光ガイドライン

観光庁は、令和 2（2020）年に「日本版持続可能な観光ガイドライン（JSTS-D）」を策定しました。

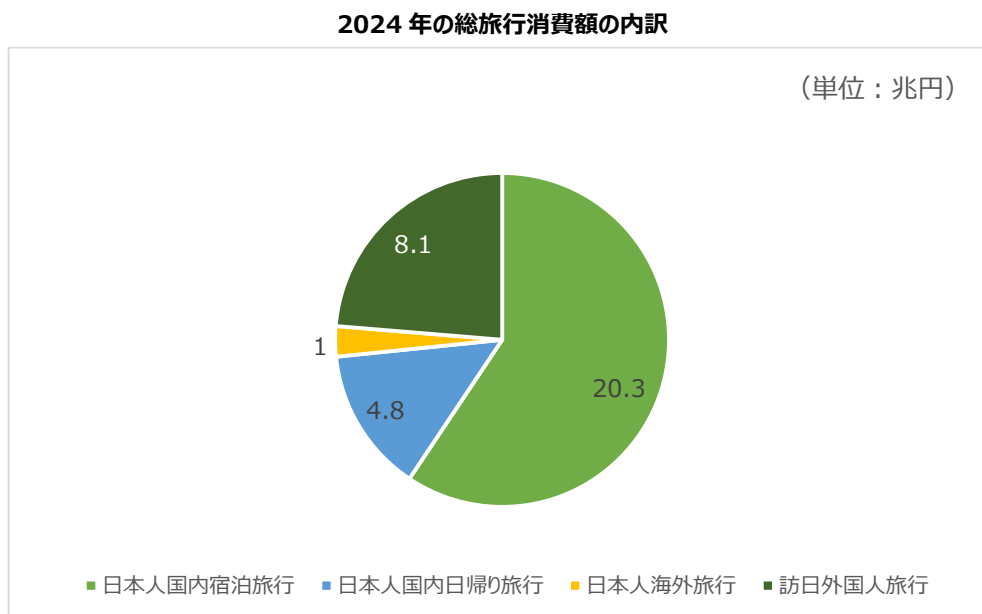
各地方自治体や観光地域づくり法人（DMO）等が活用することによって、「地域での多面的な現状把握」を可能にし、持続的なモニタリングと証拠資料に基づいた観光政策や計画の策定、それに基づく持続可能な観光地マネジメントを促進することを目的としています。

「日本版 持続可能な観光ガイドライン（JSTS-D）」は 4 分野（「持続可能なマネジメント」、「社会経済のサステナビリティ」、「文化的サステナビリティ」、「環境のサステナビリティ」）、47 項目から構成されています。



(3) 2024 年の総旅行消費額の内訳

総旅行消費額の内訳としては、日本人国内宿泊旅行が 20.3 兆円（59.2%）となり最も大きい額となっています。次いで、訪日外国人旅行で 8.1 兆円（23.7%）、日本人国内日帰り旅行 4.8 兆円（14.0%）という状況です。

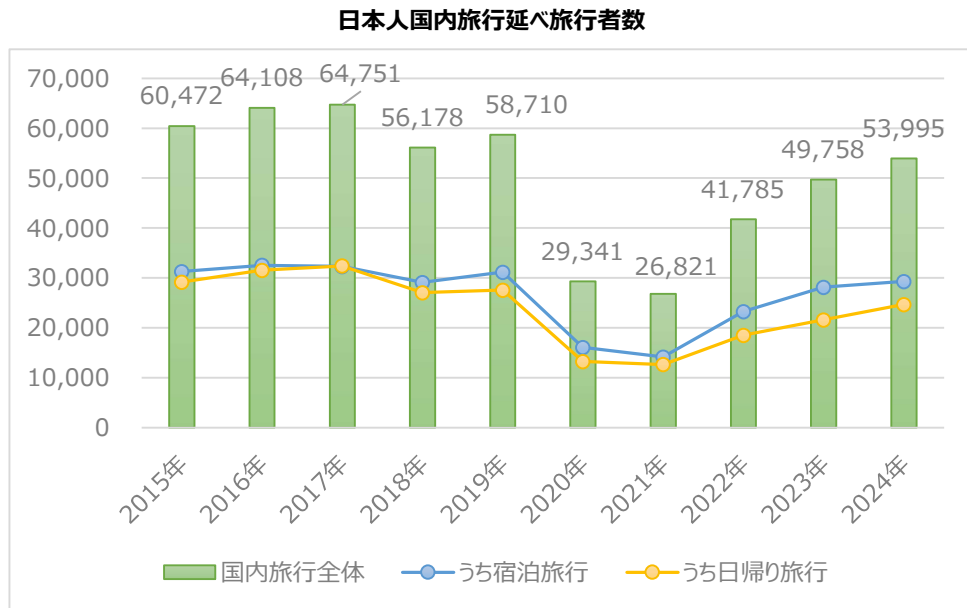


出典：観光庁 旅行・観光消費動向調査

(4) 国内観光客の推移

令和 6（2024）年の日本人国内延べ旅行者数は 5 億 3,995 万人（5 年前比 8.0%減、前年比 8.5%増）、うち宿泊旅行は 2 億 9,134 万人（5 年前比 5.9%減、前年比 4.2%増）、日帰り旅行は 2 億 4,681 万人（5 年前比

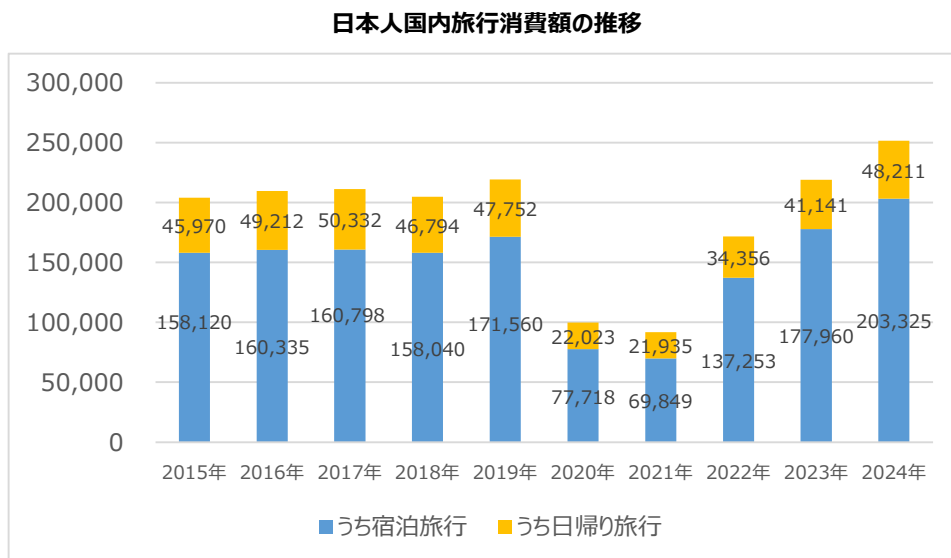
10.4%減、前年比 14.1%増）となっており、新型コロナの影響から順調に回復している状況といえます。



出典：観光庁 旅行・観光消費動向調査

(5) 日本人国内旅行の消費動向

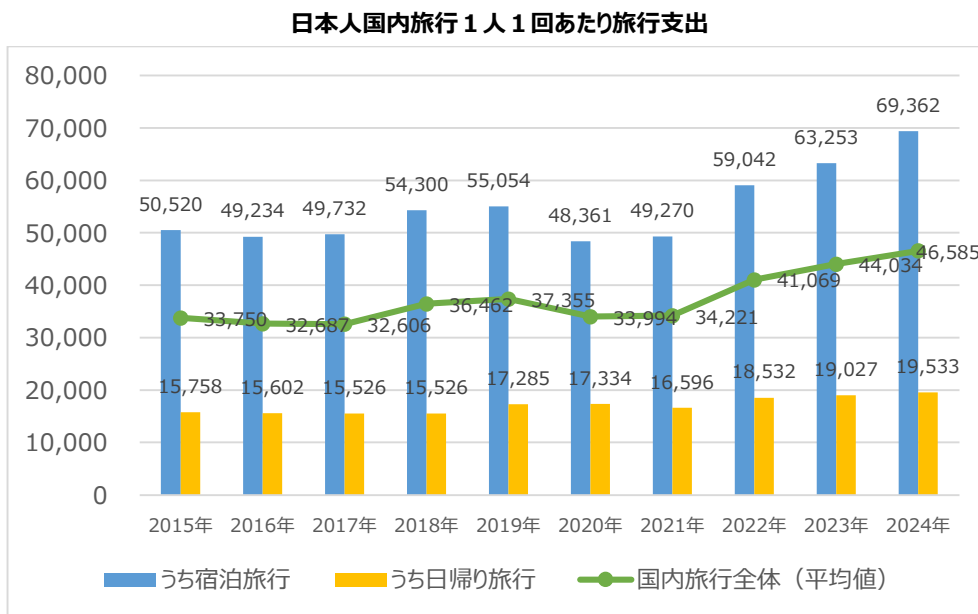
令和 6（2024）年の日本人国内旅行消費額は 25 兆 1,536 円（5 年前比 14.7%増、前年比 14.8%増）となりました。日本人国内旅行消費額のうち、宿泊旅行消費額は 20 兆円 3,325 億円（5 年前比 18.5%増、前年比 14.3%増）、日帰り旅行消費額は 4 兆 8,211 億円（5 年前比 1.0%増、前年比 17.2%増）となり、国内のべ旅行者数の推移と同じ傾向でありつつも、新型コロナ禍前よりも高い水準になっている状況です。



出典：観光庁 旅行・観光消費動向調査

(6) 日本人国内旅行 1 人 1 回あたり旅行支出（旅行単価）

令和 6（2024）年の日本人国内旅行 1 人当たり旅行支出（旅行単価：参加費、交通費、宿泊費、飲食費、買物代、娯楽等サービス費等が含まれる）は、46,585 円/人（5 年前比 24.7%増、前年比 5.8%増）、うち宿泊旅行は 69,362 円/人（5 年前比 26%増、前年比 9.7%増）、日帰り旅行は 19,533 円/人（5 年前比 12.7%増、前年比 2.7%増）となり、消費動向と同じく、新型コロナ禍前よりも高い水準になっている状況です。

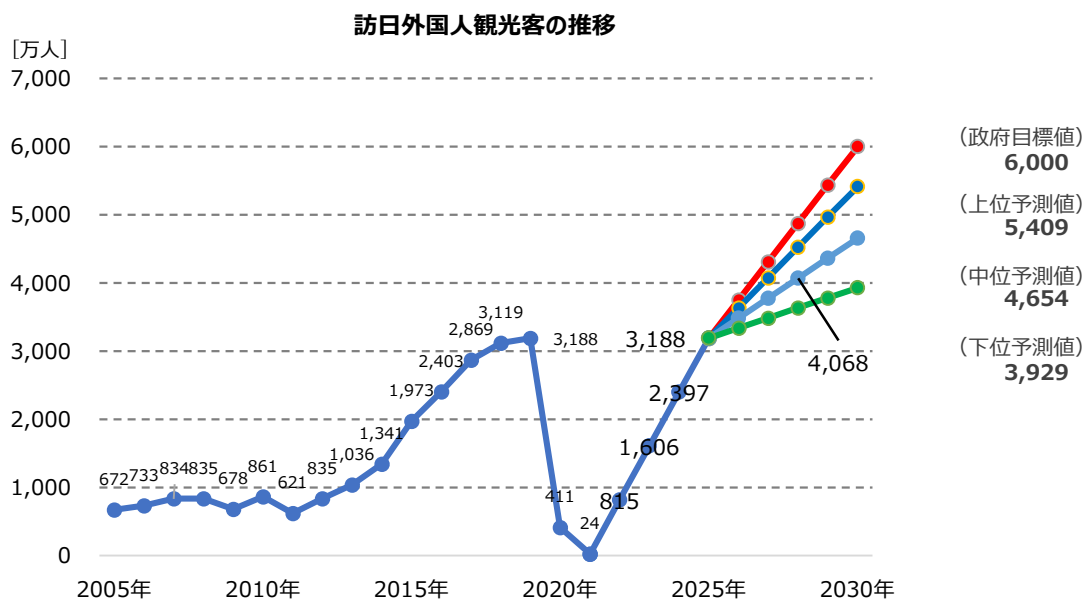


出典：観光庁 旅行・観光消費動向調査

(7) 訪日外国人観光客の推移

訪日外国人の推移について、国策であるビジット・ジャパン・キャンペーンによって平成 24（2012）年まで緩やかに増えていた訪日外国人旅行者数は、平成 25（2013）年に初めて 1,000 万人を超えると、その後わずか 3 年で 2,400 万人となり、更にその 2 年後には 3,000 万人を突破しました。しかし令和 2（2020）年の新型コロナウイルス感染拡大で 3 年間一時的に人流が激減。社会情勢や自然環境変化などの外的要因により大きく影響を受けることが明らかとなりました。

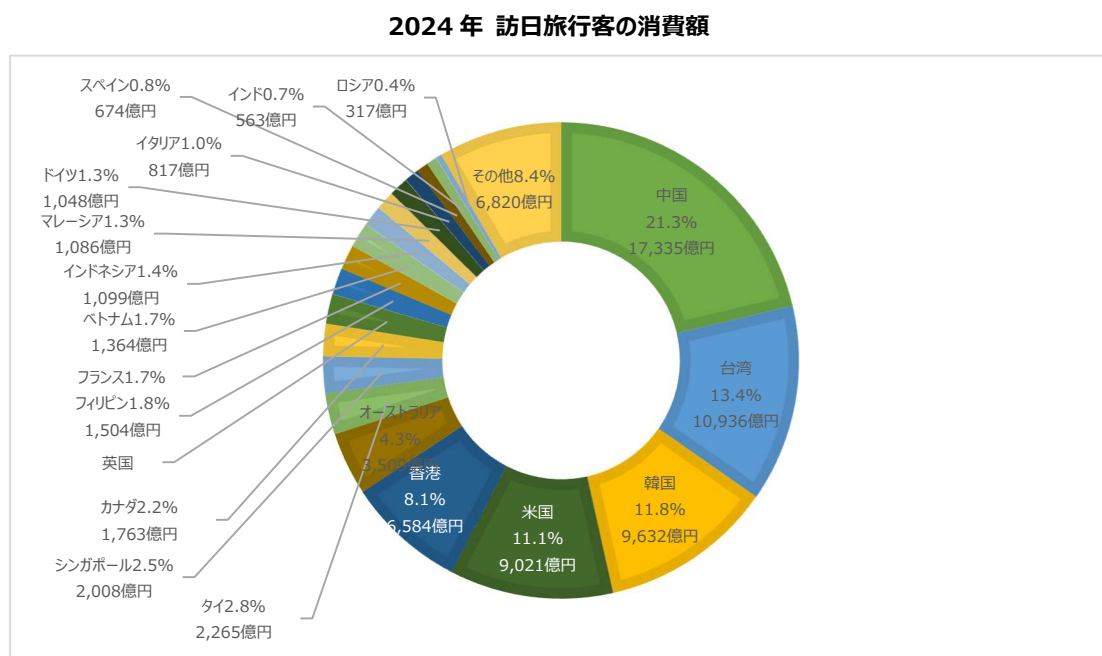
令和 7（2025）年には令和元（2019）年レベルまでに回復し、その後、令和 10（2028）年には 4,068 万人（中位予測値）、令和 12（2030）年には 4,654 万人（同）まで拡大するものの、令和 4（2022）年 12 月時点の想定では、政府目標値である 6,000 万人には達しない見込みとなっています。



出典：日本政府観光（JNTO）Web サイト

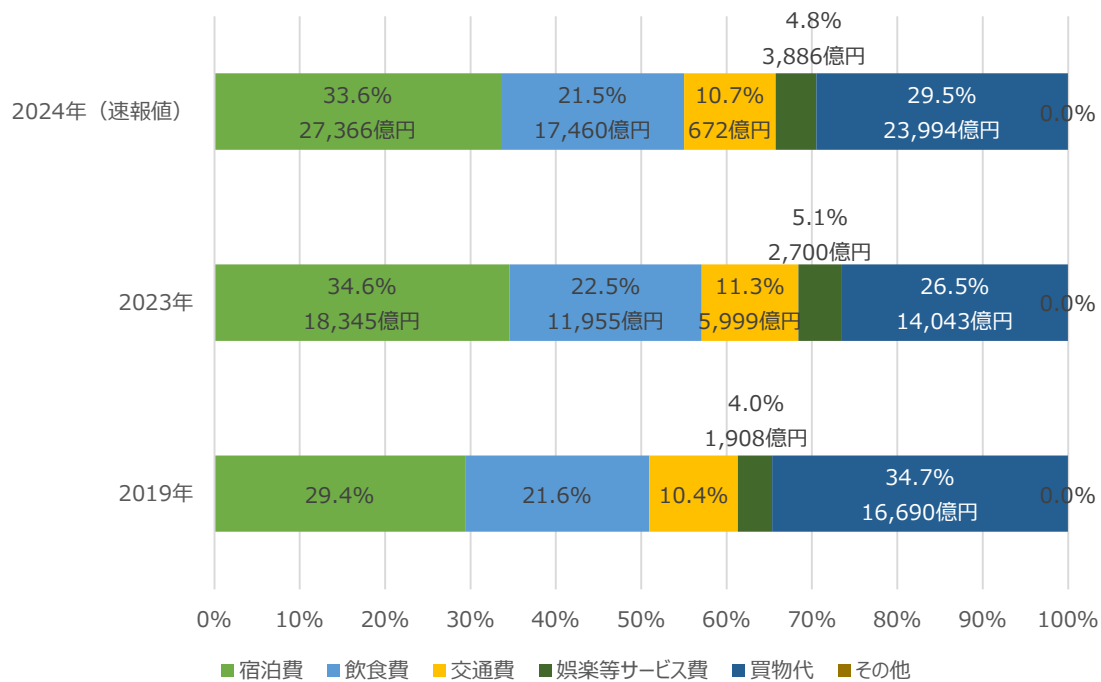
(8) 訪日外国人の消費動向

令和 6（2024）年度の旅行消費額は 8 兆 1,395 億円と過去最高を記録しました。1 人当たり旅行支出は 22 万 7 千円です。国別の順位は 1 位中国、2 位台湾、3 位韓国となり、旅行消費額の構成比をみると宿泊費が 33.6%と最も多く、次いで買物代（29.5%）、飲食費（21.5%）の順となっています。



出典：観光庁 訪日外国人消費動向調査 2024 年より

年度別 消費額内訳



出典：観光庁 訪日外国人消費動向調査 2024 年より

国籍別消費額内訳

国籍	訪日外国人旅行消費額								
	総額			宿泊費	飲食費	交通費	娯楽等サービス費	買物代	その他
	前年比	2019年比							
全国席・地域	81,398	53.4%	69.1%	27,366	17,461	8,671	3,885	23,995	17
韓国	9,632	30.3%	126.8%	3,034	2,606	821	604	2,567	1
台湾	10,936	39.6%	98.2%	3,122	2,268	1,038	475	4,032	2
香港	6,584	37.2%	86.8%	1,954	1,422	600	236	2,359	12
中国	17,335	128.0%	-2.1%	4,496	3,070	1,344	783	7,641	1
タイ	2,265	17.6%	30.8%	701	520	258	75	710	1
シンガポール	2,008	17.1%	135.7%	753	453	205	71	525	0
マレーシア	1,086	16.7%	63.5%	371	230	136	63	287	0
インドネシア	1,099	29.0%	104.0%	378	223	152	51	295	0
フィリピン	1,504	36.3%	128.2%	468	304	156	75	501	0
ベトナム	1,364	12.5%	55.8%	451	316	135	60	402	0
インド	563	46.0%	105.4%	242	109	80	20	110	0
英国	1,665	58.5%	66.7%	743	356	236	84	245	0
ドイツ	1,048	51.2%	125.2%	475	238	157	37	141	0
フランス	1,388	52.2%	74.1%	571	305	215	56	242	0
イタリア	817	60.5%	152.4%	334	193	148	31	110	0
スペイン	674	73.4%	134.4%	268	151	124	30	101	0
ロシア	317	192.5%	45.7%	118	73	43	15	69	0
米国	9,021	48.6%	179.5%	3,863	1,967	1,146	455	1,590	0
カナダ	1,763	49.3%	163.1%	721	398	245	83	316	0
オーストラリア	3,509	68.0%	131.0%	1,500	748	457	277	526	0
その他	6,820	58.2%	124.4%	2,803	1,511	975	304	1,226	0

出典：観光庁 訪日外国人消費動向調査 2024 年より

2. 県の観光動向

(1) 第 6 次沖縄県観光振興基本計画

本計画は、新・21 世紀ビジョン基本計画を踏まえつつ、沖縄県観光振興条例第 7 条に基づき、沖縄県観光振興基本計画として策定したものです。将来像、基本施策（6 項目）、施策展開（30 項目）、施策（85 項目）によって体系化された計画となっています。

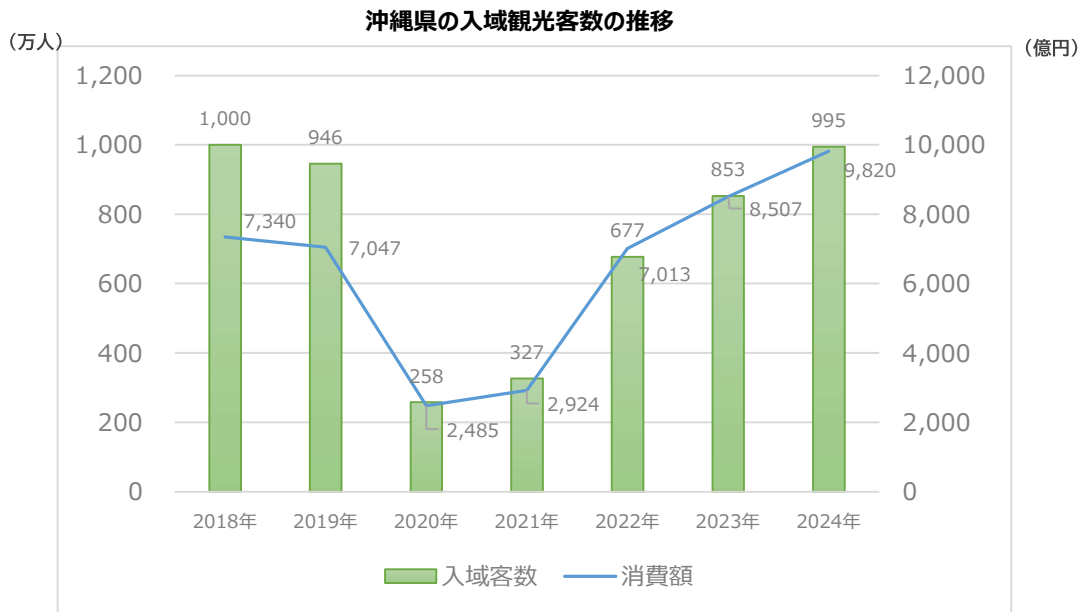
第 6 次沖縄県観光振興基本計画の概要

項目	
将来像（Vision）	「世界から選ばれる持続可能な観光地」ー世界とつながり、時代を切り開く「美ら島 沖縄」ー
将来像達成のイメージ	<p>「世界から選ばれる」とは、世界の人人々に認知され、国内有数の広大な海域から構成される海洋島しょ圏として、温暖な亜熱帯海洋性気候のもと、世界自然遺産に登録された「沖縄島北部及び西表島」などの豊かな自然環境や、首里城を始めとする「琉球王国のグスク及び関連遺産群」の世界文化遺産、琉球料理、泡盛、空手、組踊など独自の歴史文化を生かして、沖縄でしか味わうことのできない自然・歴史・文化の体験が国内外の旅行者から選ばれる状態を指す</p> <p>「持続可能な」とは、多くの固有種や希少種が生息・生育する生物多様性に富んだ豊かな自然環境や地域住民の生活環境への影響を可能な限り軽減しながら、観光業に従事する人々が質の高い安定した暮らしを継続するとともに、地域社会の発展に資する自然・歴史・文化を次世代に引き継ぐ担い手が育成される環境が整った状態を指す。</p>
計画の目標値 アウトカム	<p>社会の視点 県民の幸せ感 90% / 観光事業者の満足度 80% / 観光客の満足 80%</p> <p>経済の視点 観光収入 1.2 兆円 / 入泊数（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）平均年収 448 万円</p> <p>環境の視点 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</p>
将来像に向けた「持続可能な観光地域づくりの追求」	県民、観光客、観光業従事者が、自然、歴史、文化を尊重しそれぞれの満足度を高めるとともに環境容量の範囲において観光産業の成長と維持を目指すことで沖縄経済を最適に活性化させる。

基本施策	施策展開
1 安全・安心・快適でSDGsに適應した観光地マネジメント	<ul style="list-style-type: none"> ●危機管理体制の見直し・強化 ●県民生活・社会と調和の取れた観光振興の実現 ●サステナブルツーリズムの推進 ●レスポンスブルツーリズムの推進 ●ユニバーサルツーリズムの推進 ●安定的な財源の確保と推進体制の構築
2 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と効率的なプロモーションの推進 ●デジタル化・観光DX・ICTの活用による利便性の向上 ●外国人観光客への対応強化 ●観光収入の確保と経済効果の発揮
3 沖縄のソフトパワーを生かしたツーリズムの推進	<ul style="list-style-type: none"> ●自然を活用したツーリズムの推進 ●文化・伝統・芸能を活用したツーリズムの推進 ●地元の食材等を活用した食と土産品の品質向上 ●マリンタウンMICEエリアの形成を核とした戦略的なMICEの振興 ●教育旅行・交流の推進 ●空手ツーリズムの推進 ●スポーツツーリズムの推進 ●沖縄の温暖な気候を活用したツーリズムとウェルネスツーリズムの推進 ●質の高いウエルズ観光体験の推進 ●カップルアニバーサリーツーリズムの展開 ●ICTを活用した新たな観光コンテンツの推進
4 基盤となる旅行環境の整備	<ul style="list-style-type: none"> ●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
5 脱炭素・グリーンリカバリーへのせっきよき対応	—
6 人材育成と人材確保の推進	<ul style="list-style-type: none"> ●質の高いサービスを提供できる観光人材の育成・確保 ●観光業界における雇用環境の改善

(2) 沖縄県の入域観光客数

令和 6（2024）年度の入域観光客数は 995 万 2,700 人となり、対前年比で 142 万 100 人増（+16.6）となりました。消費額も過去最高の 9,820 億円を記録し、好調を維持しています。



出典：令和 6 年度沖縄県入域観光客統計概況（沖縄県より）

(3) 沖縄県での訪問先

沖縄県が実施した「令和 6 年度観光統計実態調査」によると、ショッピングエリア・商店街への訪問割合は 54.0%と最も高い結果になっています。次いで海・ビーチ・海浜リゾート、道の駅、海洋博公園、ショッピングモール・百貨店となっています。

沖縄県内で訪れた観光地・観光施設タイプ

	R6年度
ショッピングエリア・商店街（国際通り、公設市場、美浜アメリカンビレッジ、瀬長島ウミカジテラスなど）	54.0%
海・ビーチ・海浜リゾート	51.0%
道の駅	43.1%
海洋博公園	33.6%
ショッピングモール・百貨店（デパートリウボウ、あしびなー、イオンモール沖縄ライカム、パルコシティ、イース沖縄豊崎など）	28.6%
世界文化遺産（首里城、識名園、城跡など）	28.2%
農水産物の直売所	18.7%
景勝地（万座毛、東平安名崎、川平湾など）	18.2%
DFS（おもろまち、那覇空港）	17.5%
植物園・動物園・水族館（海洋博公園以外）	12.7%
博物館・美術館・民俗資料館	11.8%
テーマパーク型施設（琉球村、玉泉洞など）	11.8%
工房・工芸体験施設（陶芸、紅型、琉球ガラスなど）	10.3%
世界自然遺産（沖縄島北部および西表島の一部地域）	9.6%
戦跡地	9.0%
原生林やマングローブ林	7.4%
琉球音楽・舞踊施設・ライブハウス	5.4%
その他	2.7%

出典：令和 6 年度観光統計実態調査報告書（沖縄県）

(4) 沖縄県の各種統計情報

沖縄県が出した令和 6（2024）年度の観光収入額の試算値は 9,820 億 5,700 万円となり、観光客 1 人当たりの消費額は 98,672 円と前年より▲1,027 円という結果になりました。

観光収入と 1 人当たり国内消費額

項目	令和 6（2024）年度	前年度比
観光収入（試算値）	9,820 億 5,700 万円	+1,313 億円 （+15.4%）
（全体） 観光客 1 人当たり国内消費額	98,672 円	▲1,027 円 （▲1.0%）
（国内） 観光客 1 人当たり国内消費額	104,033 円	+2,503 円 （+2.5%）
（海外空路） 観光客 1 人当たり国内消費額	111,031 円	▲574 円 （▲0.5%）

出典：令和 6 年度の観光収入

第 3 章 北谷町観光の現状と課題

1. 北谷町の概要

本町は、沖縄県の県庁所在地である那覇市から約 16km の沖縄本島中部に位置し、西は東シナ海に面し、東は緩やかな丘陵地形となっています。自然緑地等の自然的な土地利用と住宅地を中心とする都市的な土地利用が混在しており、住みやすく穏やかで調和のとれた環境となっています。埋蔵文化財の分布などから、古くから開けた地ということがわかっており、農業や漁業が盛んな地域でした。戦後、米軍用地の返還や公有水面の埋立造成により、住宅地・商業地の開発が進みました。なお、本町の面積は約 14 km²ありますが、その約半分为米軍用地となっています。

海岸沿いには、県内客のみならず県外客を引き付ける魅力的な商業施設や宿泊施設等が立地しています。

本町の人口は、昭和 45（1970）年の約 1 万人から伸び続け、平成 2（1990）年には 2 万人を超え、平成 27（2015）年ごろから現在に至っては 2 万 8 ～ 9 千人でほぼ横ばいの状況となっています。

本町の位置等



2. 北谷町の観光の特徴

(1) 本島中部の主要観光地域

本町は、首里城や美ら海水族館など本島南部・北部エリアの主要な観光スポットと並ぶ本島中部エリアの主要な観光地域となり、特に美浜アメリカンビレッジ地区及び北

谷町フィッシャリーナ地区は国際色豊かな飲食店や物販店が立ち並び、老若男女問わず観光客の誘客力の高い観光地域となっています。

(2) 沖縄リゾートを代表する都市型オーシャンフロント・リゾート地

西海岸地域は、美浜アメリカンビレッジ地区及び北谷町フィッシャリーナ地区を中心にビーチやボードウォーク、公園、商業施設、宿泊施設などがコンパクトに集積し、世界で通用する観光リゾートの雰囲気を感じながら徒歩や域内交通等で回遊できる「都市型オーシャンフロント・リゾート地」を形成しています。

(3) マリンアクティビティ等の充実と夕日の魅力

本町は、西海岸一帯で海の恩恵を享受し、宮城・砂辺海岸におけるダイビングやサーフィンなどのマリンアクティビティをはじめ、家族が気軽にマリンレジャーを楽しむサンセットビーチや約 600m の砂浜が続き開放感あふれるアラハビーチを有しています。また、広大な水平線に沈む夕日はダイナミックで国内外を代表する自然景観であり、季節ごとに変わる夕日の美しさは最大の魅力となっています。

(4) リゾートホテル等の宿泊施設が集積したエリア

本町は、本島北部・南部や東海岸の観光に行くにも優れた立地にあるとともに、周辺地域と比べ、リゾートホテル等の多様な形態の宿泊施設が充実していることから、沖縄県における滞在型観光拠点のひとつとなっています。

(5) 美浜公共駐車場や交通アクセスの多様性

本町は、沖縄県の観光地域では類をみない約 1,500 台収容可能な無料の公共駐車場である美浜駐車場を有しています。また、那覇空港から約 40 分圏内に位置し、国道 58 号に隣接していることから、多様な交通手段によりアクセスできます。さらに、沖縄県と連携した観光 2 次交通結節点の整備の検討が進んでいます。

(6) 集客力の高い観光イベント

民間活力による毎週土曜日の花火打上をはじめ、11 月～3 月は街を彩るクリスマスイルミネーションの点灯、美浜アメリカンビレッジ地区及び北谷町フィッシャリーナ地区を中心にボードウォークやサンセットビーチを活用したエイサー・音楽・ダンスイベントなど、本町の持つ自然・風習、地域に誇る伝統文化を活用した集客力の高い観光イベントが年間を通じて多数あります。

(7) 外国人観光客（インバウンド）にも対応した観光案内所

本町は、日本政府観光局（JNTO）認定の外国人観光案内所・カテゴリ 2 を有し、英語で対応できるスタッフの常駐をはじめ中国語や韓国語にも対応でき、町内外の広域的な観光案内を提供しています。

3. 北谷町の観光資源、地域資源

本町では、海や眺望等の自然を楽しめるとともに、歴史や文化、商業など多様な観光・地域資源が町全域に存在しています。特に西海岸沿いには海や商業施設をはじめとした観光・地域資源が集積しています。

本町を代表する観光資源である美浜アメリカンビレッジは、公民一体となって、宿泊・ショッピング・アミューズメントなど複数機能を併せ持つ複合的リゾート地となっています。また、水産業振興と観光・レクリエーション機能を融合させる拠点として整備されたフィッシャリーナは、漁港機能とマリンスポーツ・観光交流機能を併せ持つ複合エリアとなっています。

令和 2（2020）年度には北谷城が国指定史跡として認定、令和 6（2024）年度に、北谷町立博物館が完成し、さらに隣接する伊礼原遺跡も一般開放されました。

また、令和 2（2020）からサンセットビーチ改良工事に着手するなど、都市型オーシャンフロント・リゾート地¹²形成への取り組みが進められてきました。

これらのまちづくりに加え、本町には、エイサーや獅子舞などの伝統文化、また、泡盛や塩など、地域が誇る産品もあります。

本町の観光資源・地域資源



¹² 都市型オーシャンフロント・リゾート地：美浜アメリカンビレッジ地区及び北谷町フィッシャリーナ地区を中心にビーチやボードウォーク、公園、商業施設、宿泊施設などがコンパクトに集積し、世界で通用する観光リゾートの雰囲気を感じながら徒歩や域内交通等で回遊できる観光エリアを指します。

4. 北谷町の観光実態

(1) データから見る実態（おきなわ観光地域カルテ：沖縄県）

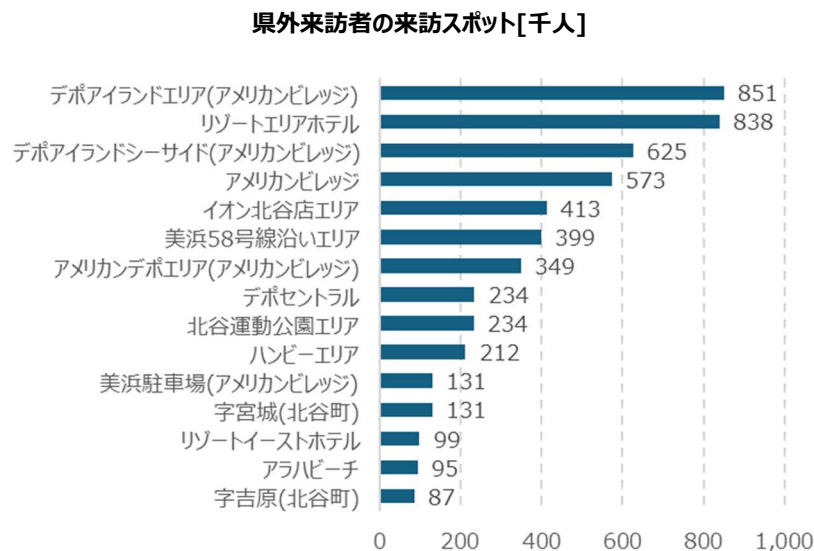
① 来訪客数と宿泊人数

おきなわ観光地域カルテ¹³(対象期間：2024 年 11 月～2025 年 10 月)によると、県外からのべ来訪者数¹⁴は 2,755 千人と推定されます。また本町に宿泊した県外からの宿泊者数¹⁵は 627 千人と推定されます。

県外からの来訪者の居住地としては、東京都からの来訪者が最も多く、次いで神奈川県、愛知県、大阪府、福岡県となっており、この上位 5 件で県外からの来訪者の 50.4%を占めます。

② 北谷町内の来訪スポット

同じくおきなわ観光地域カルテによると、県外からの来訪者の来訪スポットの上位 15 箇所は以下の通りで、アメリカンビレッジを中心とした商業地エリアへの来訪が集中しています。



出典：おきなわ観光地域カルテ

¹³ 一般社団法人沖縄観光コンベンションビューローが提供する人流データやイベントデータを分析し、市町村別にわかりやすく可視化した、観光地域づくりのための観光マーケティングレポート。人流データは、スマートフォンアプリ利用者から許諾を得て取得した月間約 3,000 万人の GPS 位置情報データを使用しています。

¹⁴ 発地から 0.5km 以上離れ、かつ位置情報ログ（5～15 分間隔で取得）が勤務地域¹や推定居住地域²ではないスポットに 1 日 2 回以上記録された人数をカウントしています。

¹ 勤務地域：直近 2 ヶ月間での昼間滞在エリアの出現日数が一定を上回る場所を定義

² 居住地域：直近 2 ヶ月間での夜間滞在エリアの出現日数が一定を上回る場所を定義

※同日中に複数市町村を来訪した場合、A 市・B 市で各 1 カウントとなり、A 市・B 市を含む県全域では 2 カウントとなります。

¹⁵ 夜間（翌日 1:00～4:59）に位置情報が最も多く検知されたエリアが来訪者の発地と異なる場合、「宿泊」と判定し、最も多く検知されたエリアを宿泊地と定義し、人数をカウントしています。

③ インバウンド来訪者数

同じくおきなわ観光地域カルテによると、海外からの来訪者数は 536 千人となっており、台湾からの来訪者が最も多く、次いで韓国、アメリカ、香港、中国となっています。この上位 5 か国で全体の 94.1%を占めます。アジア圏からの外国人観光客は微減していますが、ドイツ・カナダ・オーストラリア・ロシアなどアジア圏以外からの外国人観光客は増加傾向にあります。

④ 北谷町における宿泊施設数の推移

沖縄県の宿泊施設実態調査（令和 6 年）では、本町の宿泊施設軒数は 139 軒になり、宿泊部屋数は 2,703 室で沖縄県全体で 6 番目に位置しています。部屋別の割合をみると、和室 90 室、洋室が 2,613 室となっています。

また、収容人数は 9,060 名となり、沖縄県全体で 7 番目となり全県の 4.8%を占めている状況です。

(2) 現状調査からみる実態

① 第 1 次観光振興計画の取組

本町ではこれまで、第 1 次観光振興計画において掲げた 45 の取り組みに基づいた事業を展開すべく対応してきました。完了や継続している取り組みがある一方で、実質的な必要性や見込まれる効果の大きさ・メリットの大きさ、対応する体制などを鑑みて、実施に至っていない取り組みもあります。

また、各取り組みにおける成果指標の設定はしていなかったため、評価は難しい状況にあります。

そのため、第 1 次観光振興計画の実行がもたらした現状は、以降に示す、成果の分析をもって代えることとします。

② 現状調査による概要

・ 観光スポットの認知度

美浜アメリカンビレッジと北谷公園サンセットビーチの県外在住者の認知度は、古宇利大橋や斎場御嶽と同程度となっています。これは、首里城や美ら海水族館、国際通り商店街、万座毛の知名度よりは低く、瀬長島ウミカジテラスと備瀬のフクギ並木よりは高いところに位置しています。

・ 市町村としての認知度

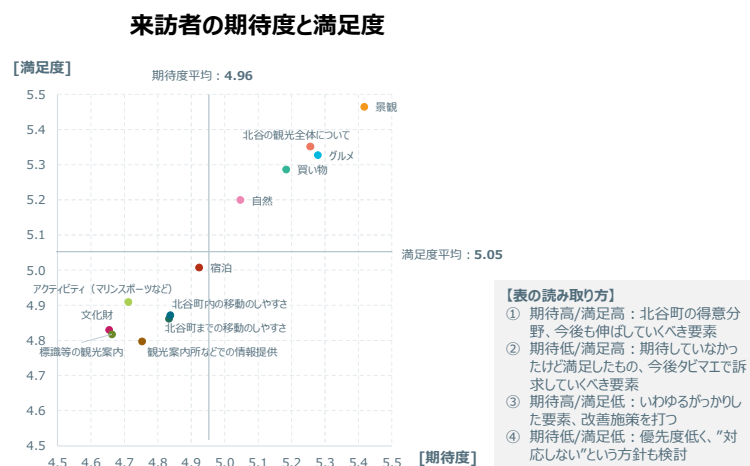
観光スポットの認知度では中位である一方で、県内の主要市町村における「北谷」という町の名前の認知度は低位となっています。高位は那覇市、宮古島市、石垣市、中位は沖縄市、名護市、宜野湾市、恩納村となっています。本町と同程度であるのはうるま市、読谷村、本部町となっています。観光スポッ

トと市町村の認知度に乖離があり、観光による関係人口創出のためには町の名前を押し出していく必要があります。

・ 来訪者の期待度と満足度

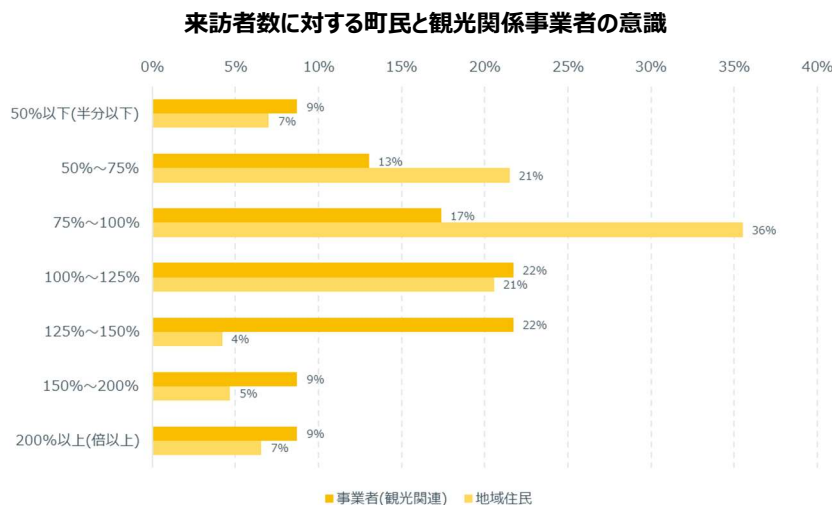
期待度が高い分野は、景観、グルメ、買い物となっています。一方で、文化財、アクティビティなどへの期待度は低くなっており、これらが認知されていない可能性も考慮する必要があります。

満足度が高い分野は、景観、グルメ、買い物となっています。一方で、情報提供、観光案内、文化財への満足度は低くなっており、観光資源の情報発信・提供に注力していく必要性がみられます。各分野の期待度と満足度を掛け合わせてみると、どの分野も期待通りであったという傾向が見られます。



・ 来訪者数に対する町民と観光関係事業者の意識

来訪者数について、観光関係事業者は現在の 100~150%を望む声が多い一方、町民の意識は現在の 75~100%程度が適切となっています。また、事業者、町民とも 150%以上の観光客の来訪は望んでいないことがわかっています。



5. 北谷町の観光の課題

国・県の動向、町の現状、アンケート調査・ヒヤリング調査の結果を複合的に整理し抽出した本町の観光の課題を、「来訪者」、「観光事業者」、「町民」、「自然・文化」、「安全・安心」の各観点で整理しています。

第 2 次北谷町観光振興計画は、これらの課題を踏まえて策定しています。

(1) 来訪者の観点

- ・ 二次交通¹⁶や回遊性が不十分なことによる移動の利便性の不足
- ・ 多言語対応や案内の拡充
- ・ 本町ならではの経験や地元の人々との交流の機会の不足

(2) 観光事業者の観点

- ・ 滞在型観光コンテンツ¹⁷の不足
- ・ 宿泊・飲食・ショッピングが中心で、歴史・文化・芸能を含む体験型や高付加価値型のコンテンツが不足
- ・ おもてなし力・マーケティング力・多言語対応力・カスタマーハラスメント¹⁸対応力の強化の余地
- ・ 民間と行政の関係の強化の余地

(3) 町民の観点

- ・ 観光客増加・オーバーツーリズムによる、生活圏の圧迫感の肥大、交通渋滞の慢性化
- ・ 騒音、ごみ、喫煙、その他のマナー・モラル、違法駐車・交通違反の問題など観光公害¹⁹への不安
- ・ 町民も楽しめる環境の整備・イベントの開催の不足
- ・ 観光収益の地域への還元の的確な可視化の不足

(4) 自然・文化の観点

- ・ ビーチや海岸の利用集中による自然環境への負荷、海洋ゴミ・景観維持の問題
- ・ 文化財の保存と観光利用の両立

¹⁶ 二次交通：空港や港から観光地や施設へ移動するための交通手段。路線バス、シャトル、レンタカー、タクシーなど。

¹⁷ 滞在型観光コンテンツ：長く滞在して楽しめる体験やプログラム。連泊を促すツアー、アクティビティ、学び・交流、ワーケーション向けサービスなど。

¹⁸ カスタマーハラスメント：顧客による過度な要求や暴言・迷惑行為で、従業員や事業者に精神的・業務的な負担を与えること。

¹⁹ 観光公害：観光客の増加で地域の暮らしや環境に悪影響が出ること。混雑、騒音、ゴミ、マナー違反、など。

(5) 安全・安心の観点

- ・ 台風・津波・地震など災害リスクへの観光危機管理
- ・ 治安・防犯の強化
- ・ ユニバーサルデザイン²⁰の拡充の余地

²⁰ ユニバーサルデザイン：年齢や性別、国籍、障害の有無などにかかわらず、すべての人にとって利用しやすいように、最初から配慮して製品、建物、環境などを設計する考え方。バリアフリーは、障害者や高齢者など、特定の不具合を抱えている人を対象とするものですが、ユニバーサルデザインでは、すべての人を対象として捉え、障害の有無や性別、年齢、文化などで分け隔てることなく、誰にとっても利用しやすい設計を目指します。

第 2 部

基本構想

第 1 章 北谷町観光の目指す姿

観光は、本町の豊かな自然や多様な文化、そして人々の交流を通じて、町の魅力を高め、地域経済や暮らしに大きな恵みをもたらしています。本町は、観光を通じて新たな価値や活力が生まれ、来訪者・事業者・町民のすべてが恩恵を享受できるまちづくりを目指します。

こうした発展を持続させるためには、地域社会や環境との調和を図りながら、誰もが安心して暮らし、訪れることのできる観光地であり続けることが重要です。本章では、これからの本町が目指すべき姿として、基本理念と観光振興ビジョンを整理し、町としての意思と戦略を示していきます。

1. 基本理念

これまでの観光振興計画は、本町に限らず、来訪者や観光事業者を中心に据えたものが多く、地域住民やその土地ならではの自然・文化への配慮が十分になされていないケースが見受けられました。その結果、観光客の急増による地域住民の生活環境の悪化や、自然・文化資源の損失といった、いわゆる「オーバーツーリズム」による観光公害が社会問題として顕在化しています。

本来、観光振興は一部の利益追求にとどまるのではなく、観光に関わる全ての主体がそれぞれの立場や役割を理解し合い、互いにメリットを享受できる形で推進されるべきです。

そこで本計画では、観光地マネジメント²¹の国際的なフレームワークである VICE モデル²²（来訪者：Visitor、観光事業者：Industry、地域住民：Community、自然・文化：Environment and Culture）の 4 つの視点を軸とし、それぞれの役割と関係性を重視することとしました。

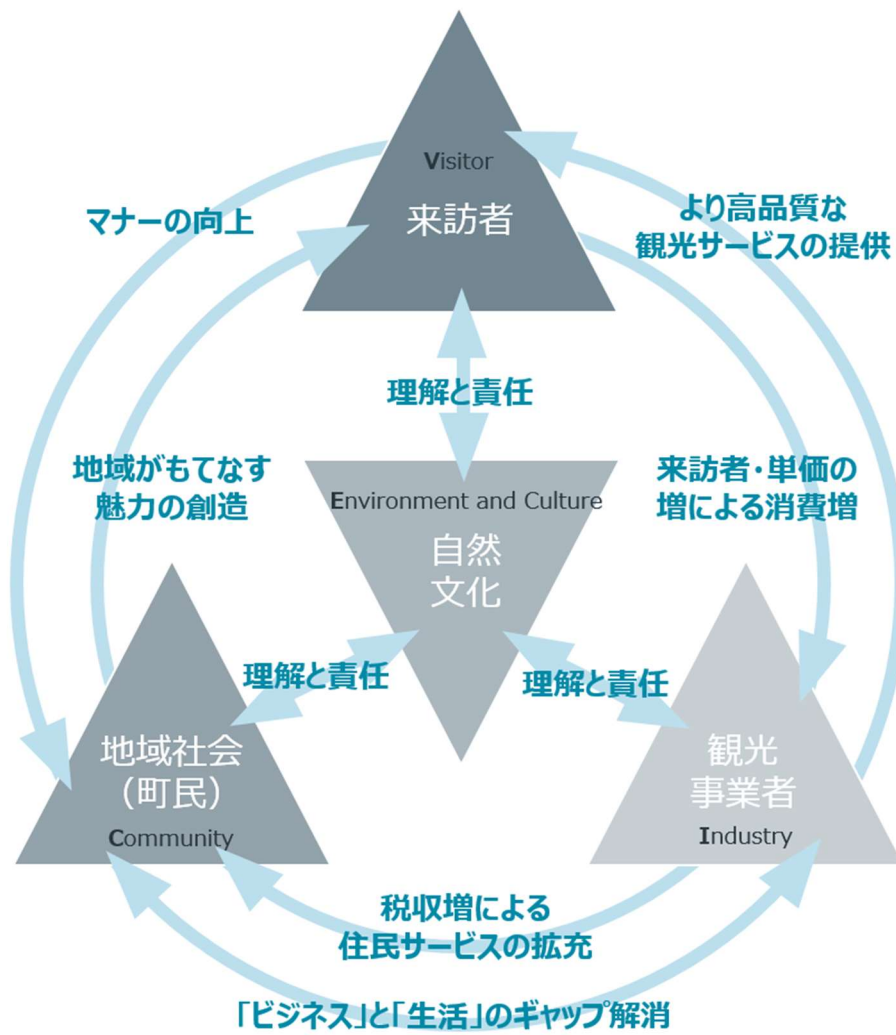
例えば、観光事業者が質の高いサービスを提供することで、来訪者の満足度や単価が向上し事業者自身の収益増加につながります。一方、来訪者が地域のルールやマナーを守り、その土地の文化や暮らしに敬意を払うことで、地域住民も安心して来訪者を受け入れ、心からのもてなしが可能となります。観光事業が活性化することで税収が増加し、これが地域の公共サービスや住民福祉の向上に役立つことで、ビジネスと町民生活の両立が実現されます。

このような好循環を生み出すために、第 2 次北谷町観光振興計画では VICE モデルの 4 つの視点を柱とし、誰もが恩恵を感じられる観光のあり方を目指してまいります。

²¹ 観光地マネジメント：観光地全体を持続的に運営・改善する取り組み。資源の保全、来訪者の受け入れ調整、データ活用、町民・事業者との協働などが含まれます。

²² VICE モデル：国連世界観光機関（UNWTO）が提示した観光地マネジメントに必要な要素。Visitor（観光客）、Industry（事業者）、Community（地域）、Environment and Culture（自然と文化）の 4 つの要素でそれぞれの頭文字をとったものです。

行政が推進する「観光振興」の形²³



²³ 図中の「税収増による町民サービスの拡充」については、観光振興による経済活性化や雇用増による税収増を想定しています。

2. 観光振興ビジョン

第 2 次北谷町観光振興計画では、町が目指す観光地としての将来像を「観光振興ビジョン」として掲げています。

海とまちが交わり、暮らしと旅が共鳴するタウンリゾート

～住むほどに旅になる、旅するほどに好きになる、
潮騒と夕陽がところをつつみこむまちを目指して～

私たちのビジョンは、海の恵みと街の機能を一つの日常としてつなぎ、その中で暮らし（町民）と旅（来訪者）が互いの価値を高め合うまちをつくることです。副題の「住むほどに旅になる、旅するほどに好きになる」は、その循環の約束を具体化した表現です。住む人には毎日に発見と誇りを、訪れる人には関わりと再訪の動機を生み、だれもが潮騒と夕陽を共有財として愛せる状態を目指します。

海とまちが交わるとは 海の自然（夕陽、潮騒、海風）と、街の機能（商業、文化、住まい、公共空間）がシームレスにつながり、歩いて心地よく回遊できること。海の時間が街を育て、街の多様性が海辺を豊かにする—その相互作用を、私たちの手でデザインし続けることです。

暮らしと旅が共鳴するとは町民の誇りと来訪者の愛着が響き合い、再訪・長期滞在・関係人口化へ広がること。「住むほどに旅になる」、「旅するほどに好きになる」という循環を、日々の気づきと優しい実践で育てていくことです。

本計画は、VICE モデル(来訪者、観光事業者、町民、自然・文化)の視点で四者がともに良くなる観光地経営を進めます。北谷には、そのための確かな土台があります。地域の声からは、古くから盛んな伝統芸能への誇り、日々の景色や暮らしへの愛着、まちを良くしていきたいという前向きな気持ちが感じられました。

あわせて、北谷は“挑戦する町”。これまでも民間事業者の皆さまが地域の理解を得ながら新しい発想と実行力で、海と街を生かした滞在のかたちや、時間帯・空間の使い方、多文化に開かれた受け入れのあり方を切り拓き、北谷ならではの体験価値を育ててきました。私たちは、こうした歩みに敬意をもち、地域・事業者・行政が並走して、次の一步を着実に形にしていきます。

第 2 章 基本方針

本町が目指す観光振興ビジョンを実現するためには、明確な方針のもとで戦略的かつ一貫性のあ
る取り組みを進めていくことが不可欠です。本章では、観光振興を推進していく上での基本的な方針
を定めるとともに、それらを具体化するための施策の体系や、特に力を入れて取り組むべき重点施策
について整理します。

これにより、町全体で共有できる指針を示し、効果的かつ持続的な観光振興を実現していきます。

1. 北谷町の観光振興に係る基本方針

本計画における基本方針は、観光地マネジメントの国際的な視点である「VICE モデル」、
来訪者（Visitor）、観光事業者（Industry）、町民（Community）、自然・文化
（Environment and Culture）の 4 つの観点に、本町として特に重視すべき「安全・安
心」を加えた、計 5 項目から構成しています。

この基本方針は、観光地としての持続可能な発展を目指すため、単なる観光客の誘致や
観光消費の拡大にとどまらず、地域社会全体の価値向上と調和を重視するものです。

来訪者の満足度向上、観光産業の活性化、町民との共生、自然・文化の保全、そして
誰もが安心して観光を楽しめる安全なまちづくりの 5 つの観点が、本町が目指す観光振興の
方針となります。

(1) 来訪意欲・満足度の向上（来訪者）

【将来イメージ】北谷町ならではの多彩な魅力や体験が広く発信され、多くの人々が
訪れたいと感じる観光地となるとともに、来訪者が心から満足し、再び訪れたいまち
を実現します。

(2) 継続的・発展的な観光産業の推進（観光事業者）

【将来イメージ】観光事業者と、そこで働く観光従事者の双方が持続的な成長と働
きがいを実感できる環境が整い、地域経済を支える中核産業として発展することで、雇
用の創出や新たなビジネスチャンスが生まれる活力あるまちを目指します。

(3) 町民の観光理解・ホスピタリティ²⁴の向上（町民）

【将来イメージ】観光による地域への影響を適切に調整し、町民の暮らしと観光がバ
ランスよく共存できる環境を整えます。そのうえで、町民一人ひとりが観光への理解と誇

²⁴ ホスピタリティ：相手を思いやる心と行動や心地よく過ごしてもらうための気配りやサービスの姿勢。

りを持ち、温かいおもてなしの心で来訪者を迎えることで、地域全体が一体となって観光を支えるまちを目指します。

(4) 自然・景観・文化資源の保全と活用の推進（自然・文化）

【将来イメージ】豊かな自然や美しい景観、地域固有の文化資源が大切に守られ、次世代に継承されつつ、観光資源としても魅力的に活用される持続可能なまちを目指します。

(5) 安全・安心・快適な観光地地域づくりの推進（安全・安心）

【将来イメージ】誰もが安心して快適に過ごせる環境が整い、災害やトラブルへの対応体制も充実した、安心して訪れることのできるまちを実現します。

第 3 章 観光振興計画

基本方針を踏まえ、観光振興を具体的かつ着実に推進していくためには、実効性のある取り組みを体系的に整理し、それらを計画的に展開していくことが不可欠です。本章では、観光振興に関する取り組みを 9 つの「基本施策」として設定し、それぞれのテーマに基づく具体的な「施策」を明示します。

これにより、本町の観光の魅力を積極的に発信・強化していく「攻め」の取り組みとともに、観光振興の持続性と地域との調和を図る「守り」の視点にも十分配慮し、バランスの取れた観光振興を目指します。

1. 施策体系

本計画は、「観光振興ビジョン」「基本方針」「基本施策」「施策」の 4 つの階層構造で整理しています。

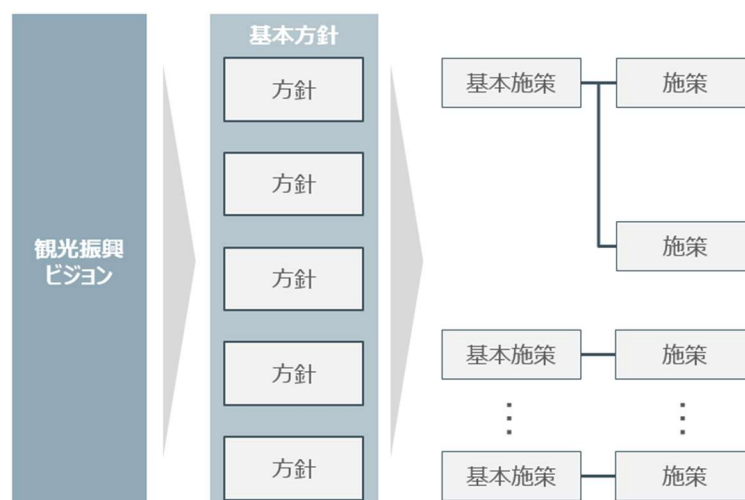
最上位となる「観光振興ビジョン」では、本町が目指す観光地としての将来像や理想の姿を明確に示します。このビジョンを具体的に実現していくため、観光地マネジメントの観点や安全・安心といった 5 つの分野から「基本方針」を設定しています。

なお、「基本方針」と「基本施策」は、ひとつの基本施策が複数の基本方針に貢献する関係性を構築しています。

「基本施策」と「施策」は、各基本施策に複数の施策が紐づいており、現場で実践する具体的な取り組みを整理しています。

このような 4 階層の体系により、町の将来像から日々の具体的な取り組みに至るまで、一貫性と整合性を持って観光振興を推進できる計画としています。計画全体の方向性と具体的なアクションを結びつけることで、着実かつ効果的な観光施策の展開を目指します。

施策体系のイメージ



2. 基本施策

本計画では、観光振興を効果的かつ総合的に推進するため、「的確な情報発信」「魅力あふれる受入環境」「安心感ある観光地」の3つの分野からなる8つの「基本施策」を設定しています。具体的には、「マーケティングに基づく町内外への情報発信」「観光コンテンツの拡充」「観光人材の充実」「施設・インフラの拡充」「来訪・町内移動の交通の充実」「自然と文化の保護保全」「地域との共生」「安全・安心な観光地運営」を設定しています。それぞれの基本施策について、より具体的かつ実践的な内容となる「施策」を個別に設定し、計画の実効性を高めています。

3. 重点施策

第1次北谷町観光振興計画の取組を踏まえ、本町がさらに質を高めた観光地として発展していくために、第2次北谷町観光振興計画では引き続き幅広い観光振興を図りながら、他施策への波及効果が高い施策を重点施策として設定します。

重点施策は、貢献度、影響範囲、実現性、緊急性、波及効果、政策・想い、満足度の7つの観点から選定しており、町として集中的な資源配分と効果的な推進を図ります。これにより、限られた資源のもとでも、町の観光振興に大きなインパクトをもたらす施策を着実に実現することを目指します。

4. 計画の全体像

前述の施策体系を踏まえた本計画の全体像を次ページに示します。

海とまちが交わり、暮らしと旅が共鳴するタウンシリゾート

～ 住むほどに旅になる、旅するほどに好きになる、潮騒と夕陽がところをつつみこまちを目標して ～

基本方針

来訪意欲・満足度の向上
(来訪者)

北谷町ならではの多彩な魅力や体験が広がり、多くの人々が訪れたいと感じる観光地となること。来訪者が心から満足し、再び訪れたいを実現します。

継続的・発展的な観光産業の推進
(観光事業者)

観光事業者と、そこで働く観光従事者の双方が持続的な成長と働きがいや満足感を得る環境を築き、地域経済を変える中核産業として発展することで、雇用の創出や新たなビジネスチャンスが生まれる活力あるまちを目指します。

町民の観光理解・ホスピタリティの向上
(町民)

観光による地域への影響を適切に調整し、町民の暮らしと観光がバランスよく共存できる環境を整えます。そのうえで、町民一人ひとりが観光への理解と誇りを持ち、温かいおもてなしの心で来訪者を迎えることで、地域全体が一体となって観光を支えるまちを目指します。

自然・景観・文化資源の保全と活用の推進
(自然・文化)

豊かな自然や美しい景観、地域固有の文化資源が大切に守られ、次世代に継承されつつ、観光資源としても魅力的に活用される持続可能なまちを目指します。

安全・安心・快適な観光地域づくりの推進
(安全・安心)

誰もが安心して快適に過ごせる環境を築き、災害やトラブルへの対応体制も充実した、安心して訪れることができるまちを実現します。

基本施策

施策

主な取り組みの想定

A マーケティングに基づく町内外への情報発信

- 1 情報発信の考え方の整理や観光統計データの収集・分析
- 2 効果的なタイミング・手法による情報発信
- 3 町民の理解の醸成

情報発信の考え方の整理
観光情報センターを拠点とした観光情報の発信強化
町民向け情報発信の充実

的確な情報発信

B 観光コンテンツの拡充

- 4 来訪目的となる景観づくりと維持
- 5 地域特性を活かした体験型アクティビティの充実
- 6 食のPRや案内の強化及び食を通じた観光の魅力向上
- 7 地域特産品やお土産の開発・販路拡大の支援
- 8 北谷ならではの自然・文化の保護と積極的な活用
- 9 新たな来訪動機の創出

観光・商業地の道路空間の賑わい創出のための環境整備
タビジン、フジシタ、カレーキング等、海を活かしたマリンスポーツ・マニアックイベントの充実に向けた環境整備
グルメ案内情報の充実
地産品のプロモーション、販売支援
地域の誇る伝統芸能（エイサー等）・文化の活用
沖縄県と連携したスポーツ合宿等の誘致促進

C 観光人材の充実

- 10 観光振興やおもてなしに貢献する人材の育成

観光事業者等を対象とした観光人材の育成

D 施設・インフラの拡充

- 11 各種施設の拡充・多様化

北谷公園（運動公園）の施設再整備の検討

E 来訪・町内移動の交通の充実

- 12 北谷への各種移動手段の周知促進及び駐車場の最適化
- 13 来訪者に向けた町内移動利便性の向上
- 14 沖縄来訪における交通結節点機能の強化

美浜駐車場の機能拡充検討
町内移動手段の拡充
観光2次交通結節点の整備に向けた沖縄県との連携

F 自然と文化の保護保全

- 15 無形の文化資源の保護保全と継承
- 16 自然・有形の文化財の保護保全と維持管理

エイサー、獅子舞等の伝統芸能の観光コンテンツ化による伝統の維持継続
有形文化財の保存整備の推進および活用

G 地域との共生

- 17 ルール・マナーの周知と遵守の徹底
- 18 観光産業の発展と住民生活の品質の両立
- 19 町民とともに地域一体となった取り組みの推進

観光客へのルール・マナー啓発
町民に対する観光サービスの利活用検討
各種事業の改良や新規事業検討に係る町民との意見交換

H 安全・安心な観光地運営

- 20 観光危機管理体制の構築
- 21 治安の維持・向上
- 22 多様な人々が安心して訪れることができる環境の整備

観光危機への対応
行政、町民、事業者、警察等が協働したまちの安全性確保
ユニバーサルツーリズムの推進

安心感ある観光地

5. 基本方針と基本施策の関係

前述の『基本方針』は「来訪者」、「観光事業者」、「町民」、「自然・文化」、「安全・安心」の 5 つの観点で本町が目指す観光振興の方針を定めたものです。この方針は、『基本施策』の組合せにより実現が図られるものとなります。その組み合わせの考え方（各基本方針に貢献する基本施策の関係性）を以下に示します。

基本方針と基本施策の関係

				基本方針				
				来訪意欲・満足度の向上 (来訪者)	継続的・発展的な観光産業の推進 (観光事業者)	町民の観光理解・ホスピタリティの向上 (町民)	自然・景観・文化資源の保全と活用の推進 (自然・文化)	安全・安心・快適な観光地地づくりの推進 (安全・安心)
基本施策	的確な情報発信	A	マーケティングに基づく町内外への情報発信	●	●	●		
	魅力あふれる受入環境	B	観光コンテンツの拡充	●	●		●	
		C	観光人材の充実	●	●	●	●	●
		D	施設・インフラの拡充	●				
		E	来訪・町内移動の交通の充実	●		●		
		F	自然と文化の保護保全	●			●	
		G	地域との共生		●	●		
	安心感ある観光地	H	安全・安心な観光地運営					●

6. 基本施策 A：マーケティングに基づく町内外への情報発信

持続的な観光地形成に向け、観光客や町民の多様なニーズを捉え、様々な観光施策へ展開していきます。そのために、誰に（Who）何を（What）どうやって（How）伝えていくかを的確に整理し発信していき、本町のブランディング²⁵の確立、町民の観光に対する理解促進を図ります。

現状・課題

本町は、「北谷」という地名よりも、アメリカンビレッジやサンセットビーチなどの観光スポットが観光客にも広く認知されており、県内外問わず多くの来訪者を集めています。今後は、「北谷町」という地名と観光スポットや町内に点在する多様な観光資源を有機的に紐づけ、リピーターとなる観光客の獲得や、ふるさと納税やふるさと住民登録制度²⁶等を通じて本町と継続的な関わりを持つ「関係人口²⁷」の創出・拡大に向けて、本町ならではの魅力や価値を分

²⁵ ブランディング：地域や施設の「らしさ」を明確にして、価値を伝え、選ばれるようにする取り組み。

²⁶ ふるさと住民登録制度：実際に居住していなくても、任意で住民として登録できる仕組み。

²⁷ 関係人口：移住や観光、帰省ではなく、日常生活圏や通勤圏以外の特定の地域と継続的かつ多様な形で関わり、地域や課題の解決に関わる人のこと。定住人口（地域に住居を構えて定住している人のこと）よりは関係が薄いですが、

かりやすく効果的に発信することが求められています。

また、観光振興を推進する上では、町民の協力と理解が不可欠ですが、これまで観光振興に関する情報発信は主に来訪者を中心としたものであり、町民に対する行政や事業者の取り組み内容や観光振興による地域へのメリットなどが十分に伝わっていませんでした。そのため、観光振興による町民還元策の推進とともに、町民向けの丁寧な情報発信が今後いっそう重要となります。

これらの課題を踏まえ、今後は「誰に」、「何を」、「どのように」伝えるのかを整理し、来訪者・関係人口・町民それぞれのニーズや関心に応じた情報発信を強化する必要があります。

ゴール・目指す状態

- 本町の認知/期待値を高め、お気に入りの街にすることで観光の付加価値が高まっている状態
 - － 旅行先の検討時や旅行中に本町を強く印象付け、旅行のきっかけや目的として想起されている。
 - － 沖縄旅行のついでではなく、本町自体を旅行のメイン目的地・指名訪問先とする来訪者が増えている。
 - － 来訪時に「北谷」という地名をしっかりと認識し、再訪意向を持つリピーターが増えている。
 - － 観光以外の場面でも本町を身近に感じてもらい、二拠点生活やふるさと納税など多様な関わり合いが促進されている。
- 観光振興による町民メリットを理解し、応援したくなる関係性を構築できている状態
 - － 観光振興による町民へのメリット（税収増、雇用創出、行政サービスの充実など）を分かりやすく伝え、町民の理解と応援を得られている。
 - － 行政や事業者による観光振興の取り組みを積極的に紹介し、町民や関係人口から共感・協力を得る関係性を築いている。
 - － 観光振興に対する理解度や推奨度²⁸は居住エリアや性別・年代によって異なることを踏まえ、ターゲットごとに適切な情報発信・コミュニケーションを実現している。

施策

施策1. 情報発信の考え方の整理や観光統計データの収集・分析

観光施策を実施していくための、具体的なターゲット等設定に必要な本町の観光情報を整理し、「誰に、何を、どのように伝えていくか」の基本的な考え方を示します。また、取り組みはその時々状況の変化に合わせて柔軟に対応していく必要があり、観

交流人口（通勤や通学、観光、レジャーなどで一時的に地域と交流する人のこと）よりも地域との結びつきが強い人々として地域づくりの担い手として注目されています。

²⁸ 推奨度：サービスを「人に勧めたいか」を 0～10 で聞き、推奨者の割合から批判者の割合を引いて算出する指標。

光統計データ等の収集及び分析に基づく施策の検討をはじめとした取り組みを継続的に進めます。そして、これらを公開できるようにしていきます。

【主な取り組み】 情報発信の考え方の整理

施策2. 効果的なタイミング・手法による情報発信

情報発信の考え方整理等に基づき、本町観光情報センターを活用した情報発信や観光プロモーションの実施において、時期などを考慮した効果的なタイミングや手法による情報発信を強化していきます。また、本町の認知度向上に一定の効果がある本町イメージキャラクターによるグッズ展開等、積極的な活用に取り組みます。

【主な取り組み】 観光情報センターを拠点とした観光情報の発信強化

施策3. 町民の理解の醸成

地域の最新情報や観光振興の進捗、観光による地域への影響を和らげる取り組みについて分かりやすく発信することで、町民の理解と協力を得やすくします。また、地域ならではの魅力や体験を町民にも積極的に紹介し、町民自身が観光を楽しめる機会を広げることで、地域全体で観光推進に取り組みます。

【主な取り組み】 町民向け情報発信の充実

7. 基本施策 B：観光コンテンツの拡充

本町の観光資源を最大限に活かせるよう、環境整備を行うとともに、ストーリー性を含んだコンテンツの連携・強化や新たなコンテンツを発掘することで、本町ならではの独自価値を創出し、旅行者に選ばれる観光地を目指します。

現状・課題

本町は、景観・グルメ・ショッピングといった観光要素において、来訪者の期待度・満足度が高く、特にリゾートエリアやビーチ、SNS 映えする景観などで高い評価を得ています。こうした観光資源を土台としながら、観光体験の「奥行（深さ）」をさらに広げていくことが今後の発展に不可欠です。奥行の拡充としては、自然を活かしたアクティビティや、地域独自の文化体験、地産グルメや地場産品の発信などに加え、「北谷らしさ」を感じることができる体験価値の強化が挙げられます。多様な魅力が訪問動機となっている点も本町の特徴です。

一方で、これまで本町を訪れるきっかけがなかった層にもアプローチし、来訪者の幅を広げていく必要があります。すなわち、観光コンテンツの「間口（幅）」を広げる戦略が求められます。具体的には、スポーツツーリズムなど新しい目的創出型のコンテンツを拡充し、多様なニーズや関心に応えることで、さらなる来訪者層の拡大を図ります。

これらをふまえ、今後は、既存の強みを活かしつつ、「奥行（深さ）」を広げることで体験

価値の多層化を進め、「間口（幅）」を広げることで新たな来訪動機や対象層を創出するなど、深さ×幅の両面から戦略的に観光地づくりを推進していく必要があります。

ゴール・目指す状態

- 本町でしか体験できないことを追求し、「選ばれる観光地」としてのブランドを確立している状態
 - － 本町ならではの魅力や独自性を発信し、印象に残る観光体験を提供している。
 - － 目的創出型の施策により、北谷が旅行のメイン目的地として選ばれている。
- 北谷観光の「奥行（深さ）」と「間口（幅）」が広がり、観光の質・量がともに高まっている状態
 - － 景観美化、アクティビティ、グルメ、地産品、自然・文化の活用、目的創出など、多様な施策を展開し、体験価値が充実している。
 - － 新たなコンテンツや体験を拡充し、幅広い層の来訪者を呼び込んでいる。
- 観光コンテンツを通じて来訪者に地産品や町内産業の魅力が認知され、地域振興の構築につながっている状態
 - － 観光体験の中で地産品や地域産業への理解・消費を促進し、町内経済の活性化に寄与している。

施策

施策4. 来訪目的となる景観づくりと維持 【重点施策】

来訪目的となる魅力ある景観づくりと、ゴミや落書き等への対応を進めていきます。また、植栽の整備・メンテナンス、道路の除草頻度の向上等、滞在の質の向上に向けた美観の整備・維持を進めます。

【主な取り組み】 観光・商業地の道路空間の賑わい創出のための環境整備

施策5. 地域特性を活かした体験型アクティビティの充実

本町の地域特性を活かしたダイビング、フィッシング、クルージング等の体験型アクティビティや漁業等の体験学習・体験型観光の開発等、多様な観光コンテンツを充実させ、来訪目的の創出に繋げていきます。

【主な取り組み】 ダイビング、フィッシング、クルージング等、海を活かしたマリンスポーツ・マリンアクティビティの充実に向けた環境整備

施策6. 食の PR や案内の強化及び食を通じた観光の魅力向上

町内の飲食店の特徴やジャンル、エリアごとの飲食店情報を収集し、食の PR や案内強化に繋げ、食を通じた観光の魅力向上を図ります。

【主な取り組み】 グルメ案内情報の充実

施策7. 地域特産品やお土産の開発・販路拡大の支援

地域特産品やお土産の開発・販路拡大を支援し、観光消費の増加や地域経済の活性化に貢献していきます。

【主な取り組み】 地産品のプロモーション、販売支援

施策8. 北谷ならではの自然・文化の保護と積極的な活用

自然を活用したコンテンツの提供や、エイサー等の伝統文化を活かした観光体験の提供、文化財の PR 強化など、本町ならではの自然資源や伝統芸能・文化等をその価値を保護しながら積極的に活用していきます。

【主な取り組み】 地域の誇る伝統芸能（エイサー等）・文化の活用

施策9. 新たな来訪動機の創出

スポーツツーリズム²⁹の推進やスポーツ合宿誘致、各種エンターテインメントイベント開催により、新たな来訪動機を創出します。これらを通じて、さらなる集客や地域活性化、本町の魅力向上につなげていきます。

【主な取り組み】 沖縄県と連携したスポーツ合宿等の誘致促進

8. 基本施策 C：観光人材の充実

町全体で観光従事者や町民の接遇力向上や人材育成に取り組み、すべての来訪者に温かく心のこもったおもてなしを提供できる地域づくりを目指します。

現状・課題

来訪者へのアンケート調査において、本町の満足度要素として「スタッフや町民の接客の良さ」「温かい人柄」が多く挙げられています。おもてなしは、来訪者が感動し、心に残る体験を提供するための重要な要素であり、単なる満足度向上にとどまらず、再訪意向や口コミなど今後の観光振興に大きな影響を与えるものです。

現状では、観光従事者の教育や研修は各事業者の判断に委ねられており、町民のおもてなしも個人の善意に依存している面があります。また、観光を担う人材不足が顕在化しているため、学生などを対象とした観光関連の教育活動を行い、将来を担う人材を育成していく必要があります。そのため、観光人材の継続的な育成や地域全体での「おもてなし力」の底上げが課題となっています。

²⁹ スポーツツーリズム：スポーツ資源とツーリズムを融合する取り組みで、スポーツ参加や観戦を目的とした旅行とそれらを実践する仕組みや考え方と捉えられており、スポーツで人を動かす仕組みづくりのことを指します。

自治体として関わりに限界はあるものの、町全体で取り組むべきテーマとして、今後さらに力を入れていく必要があります。

ゴール・目指す状態

- 事業者のさらなる知識・スキルが向上している状態
 - － 事業者ごとの個別教育に頼らず、本町全体で観光地としての基礎知識や接客スキル、カスタマーハラスメント対策等、共通して必要な知識・スキルの習得が進んでいる。
 - － 観光 DX³⁰やマーケティング等、先進的な研修が定期的実施され、観光従事者のスキルアップが図られている。
- 町民の観光に対する理解が進んでいる状態
 - － 観光人材の育成や観光まちづくり講座等を通じて、町民全体で来訪者へのおもてなしができています。
 - － 町民一人ひとりが観光の担い手としての意識を持ち、温かい交流や地域らしいおもてなしが根付いている。
 - － 中高生への観光教育や体験プログラムが充実し、観光への理解や観光業界への関心が高まっている。

施策

施策10. 観光振興やおもてなしに貢献する人材の育成 【重点施策】

観光人材不足の解消や、観光事業従事者とのコミュニケーションが来訪者の満足度を高めることを目指し、観光産業に関わる人々や有志の町民に対する観光案内や接客の研修などを通じて、観光人材のスキル向上とホスピタリティの強化を図っていきます。また、観光 DX 推進などに貢献できる人材育成も推進していきます。

【主な取り組み】 観光事業者等を対象とした観光人材の育成

9. 基本施策 D：施設・インフラの拡充

多様な旅行者のニーズに対応できる施設の整備・充実を図るとともに、快適で安全な滞在環境づくりや、地域資源を活かした質の高い観光体験を提供できる施設づくりを推進します。

現状・課題

本町では、施設内 Wi-Fi や手荷物ロッカーなど、旅行者の利便性向上に資するサービスの提供を行っておりますが、本町の観光動向分析調査によると、公衆トイレをはじめとする新た

³⁰ 観光 DX（デジタルトランスフォーメーション）：観光客に対するスマートな周遊や高い体験価値の提供、及び観光事業者の業務効率化やサービス品質の向上などをデジタル技術の活用によって実現していくものです。

な観光関連施設の設置が求められています。

また、公園の整備等、町民や来訪者のアクティビティや憩いの場となるような施設の充実、町民の生活の質の向上や、観光客の来訪目的の創出・満足度の向上にも寄与するものとなります。

町全体で観光施設の質的向上と持続可能な運用を目指し、より多様な旅行者のニーズに対応できる環境づくりを進めていく必要があります。

ゴール・目指す状態

- あらゆる施設・設備の利便性や多様性が向上している状態
 - 町内の観光関連施設が計画的に整備・更新され、誰もが快適に利用できる清潔で魅力的な空間を提供している。
 - 公衆無線 LAN やトイレなどの基礎インフラが質・量ともに十分に確保され、さらに持続的な維持管理体制も確立している。
 - 旅行者や町民が安心して利用できる、バリアフリーやユニバーサルデザインに配慮した施設が増えている。
 - 地域資源や町の特色を活かした新たな観光拠点や多目的施設が整備され、多様なツーリズムや交流を促進できている。
 - 施設整備と活用を通じ、来訪者の満足度向上と地域全体の活性化が実現されている。

施策

施策11. 各種施設の拡充・多様化

観光客の利便性向上や満足度向上に繋がる施設や設備（フリーWi-Fi等）の設置・拡充の検討や、官民連携手法を活用した展開の検討等を通じて、多様な旅行者のニーズや各種ツーリズムに対応できる施設・設備の整備を進めていきます。

【主な取り組み】北谷公園（運動公園）の施設再整備の検討

10. 基本施策 E：来訪・町内移動の交通の充実

駐車場や公共交通、町内周遊手段の充実など、多様な移動ニーズに対応できる交通インフラの整備と回遊性向上に取り組み、来訪者・町民・働く人にとって快適で利便性の高い交通環境の実現を目指します。

現状・課題

本町は那覇空港から1時間弱という好立地にあり、沖縄観光の拠点として優れたアクセス環境を有しています。また、町営駐車場の整備により、車で訪れる県内観光客にとって利便性の高い観光スポットとしてのイメージが形成されています。

一方、来訪者へのアンケート調査では、本町へのアクセスに対する満足度が低い来訪者は、総合満足度の評価も低くなる傾向が見られました。このため、交通に関する不満要素を解消することが、町全体の観光満足度向上において極めて重要な課題となっています。

また、近年は免許を持たない若年層・海外観光客・車を利用しない旅行者の増加に伴い、レンタカー以外でのアクセス手段や町内周遊の充実が求められています。

さらに、駐車場は整備されているものの、繁忙期には満車となり周辺の生活道路の渋滞を引き起こす原因にもなっています。交通は来訪者だけでなく、町内で働く従業員にとっても重要なインフラであり、人手不足が進む中、本町で働く魅力の一つとして交通環境の向上が期待されています。

これらをふまえ、今後は、県が進める交通結節点の整備とも連携しつつ、持続可能で多様な移動手段の確保と、町全体の回遊性向上が求められています。

ゴール・目指す状態

- 町外からのアクセス、町内のエリア間のアクセスがストレスなくできている状態
 - － 駐車場が十分に整備されており、いつでも気軽に立ち寄れる観光地としての利便性を確保している。
 - － 繁忙期でも駐車場不足による交通渋滞が発生せず、来訪者・町民双方が快適に移動できている。
 - － レンタカーがなくてもアクセスしやすく、車を利用しない旅行者も気軽に本町を訪れ、町内を周遊できる交通環境が整備されている。
 - － アメリカンビレッジのみならず、砂辺や北前など周辺エリアへのアクセス・周遊性が向上し、本町全体の滞在時間延長や観光消費額増大に繋がっている。
 - － 来訪者だけでなく、従業員にとっても利用しやすい交通インフラが整い、町で働くメリットが高まっている。

施策

施策12. 北谷への各種移動手段の周知促進及び駐車場の最適化【重点施策】

移動利便性の良い観光地を目指し、本町への各種移動手段の周知促進に取り組むとともに、駐車場の機能拡充の検討や運用の最適化を進めていきます。

【主な取り組み】 美浜駐車場の機能拡充検討

施策13. 来訪者に向けた町内移動利便性の向上 【重点施策】

あらゆる来訪者が柔軟に町内を周遊できるよう、来訪者に向けた町内の移動手段の拡充や散策・街歩きの整備等を進めていきます。

【主な取り組み】 町内移動手段の拡充

施策14. 沖縄来訪における交通結節点機能の強化

観光客の移動利便性の向上、公共交通の利用促進、周遊性の拡大・観光消費額の向上に向けて、沖縄県が進める観光 2 次交通結節点事業と連携し、町内での結節点整備に向けて取り組みます。

【主な取り組み】 観光 2 次交通結節点の整備に向けた沖縄県との連携

11. 基本施策 F：自然と文化の保護保全

豊かな自然環境と伝統文化を次世代へ継承し、観光による発信とともに持続可能な形で保全することで、町の個性と魅力を高める観光地づくりを推進します。

現状・課題

近年、サステナブルツーリズム³¹やレスポンシブルツーリズム³²の重要性が高まり、観光地マネジメントの観点からも自然や文化の保護・保全が不可欠なテーマとなっています。

本町にはサンセットビーチやアラハビーチといった有名なビーチだけでなく、砂辺エリアのサーフィンやダイビングスポットなど、多様な自然資源があります。また、国指定史跡である伊礼原遺跡や北谷城跡をはじめとする文化財が多く存在しています。

これらを観光コンテンツとして活用する一方で、観光による環境負荷や破壊を防ぎ、持続可能な観光資源としていくための保護・保全策が必要となります。

さらには、本町のエイサーなどの伝統文化は、担い手の減少が課題となっており、観光コンテンツとしての発信を通じて担い手の維持を図ることが重要です。

自然・文化資源の保護と観光による活用の両立は、観光振興に不可欠な取り組みとなります。

ゴール・目指す状態

- ソフト面の保護保全ができている状態
 - － 地域に根付いた伝統文化を、観光コンテンツとして積極的に発信・活用し、町民のアイデンティティ形成やシビックプライドの醸成につながっている。
 - － 外部からの観光客を呼び込むことで、伝統文化の担い手が増え、持続的な文化継承が可能となっている。
- ハード面の保護保全ができている状態
 - － ビーチや海などの自然資源が、観光利用と適切な保全のバランスのもとで維持されている。

³¹ サステナブルツーリズム：訪問客、産業、環境、受け入れ地域の需要に適合しつつ、現在と未来の環境、社会文化、経済への影響に十分配慮した観光を意味します。

³² レスポンシブルツーリズム：旅行先の地域コミュニティや環境に与える影響に責任をもち、旅行先に配慮する考え方を意味します。

- － サステナブルツーリズムの考え方にに基づき、観光による環境負荷が最小限に抑えられ、貴重な自然環境が次世代に引き継がれている。

施策

施策15. 無形の文化資源の保護保全と継承

伝統行事や無形文化など、形のない文化資源を守り継承する活動を支援し、本町固有の魅力として継続されるようにしていきます。

【主な取り組み】 エイサー、獅子舞等の伝統芸能の観光コンテンツ化による伝統の維持継続

施策16. 自然・有形の文化財の保護保全と維持管理

美しい海や、史跡、景観資産など、有形の自然・文化財の保全・維持管理に取り組み、本町固有の魅力として継続されるようにしていきます。

【主な取り組み】 有形文化財の保存整備の推進および活用

12. 基本施策 G：地域との共生

観光振興と町民の豊かな暮らしの両立を目指し、観光客と町民が相互に理解・協力しながら、持続可能で調和のとれたまちづくりを推進します。

現状・課題

観光振興を進めるうえで、町民には観光による恩恵だけでなく、生活環境への影響など負の側面も生じています。これまでの観光振興計画は来訪者や事業者中心で策定されてきましたが、今後は持続可能な観光地として、町民の生活や価値観に配慮した観光振興が不可欠です。

本町では町民の観光振興への理解や推奨度が非常に高い水準にありますが、一方で来訪者のマナー違反やごみのポイ捨て、渋滞や駐車場不足といった課題も発生しています。

また、来訪者のマナー向上を図ると同時に、町民にも(特に海外からの)来訪者の文化的背景や価値観の違いについて、あらかじめ理解を深めてもらうことも重要です。異なる文化や習慣を持つ観光客の行動や考え方の違いを知ることで、相互理解と寛容な関係性の構築につなげていくことが求められます。

さらには、町民と観光客が互いを理解し尊重し合うことで、本町ならではの魅力ある観光地づくりと、町民にとっても心地よい共生の実現を進めていく必要があります。

ゴール・目指す状態

- 来訪者のルール・マナー意識が高くなっている状態

- 西海岸地域で定められている禁煙やごみのポイ捨て防止など、条例やルールの遵守が徹底されている。
- 町民と観光客の相互理解が進んでいる状態
 - 観光客がルールやマナーを自然に守り、町民と観光客が互いに尊重し合い、調和のとれた関係を築いている。
 - 町民自身も本町の歴史や文化、観光客の特性を学ぶ機会が充実し、来訪者を温かく迎え入れる意識や行動が広がり、町民と観光客双方の理解と交流が深まっている。

施策

施策17. ルール・マナーの周知と遵守の徹底 【重点施策】

本町のルール・マナーの周知と遵守をあらゆる手段を用いて徹底するとともに、来訪者がルール・マナーを遵守しやすい環境を整備していきます。また、宿泊事業者の適切な運営を促進し、近隣住民や利用者にとって安心な環境づくりに努めます。

【主な取り組み】 観光客へのルール・マナー啓発

施策18. 観光産業の発展と町民生活の品質の両立

観光産業の発展と町民生活の品質の維持・向上がともに図られるよう、バランスを重視した施策のコントロールを維持・強化していきます。

【主な取り組み】 町民に対する観光サービスの利活用検討

施策19. 町民とともに地域一体となった取り組みの推進

町民の意見やアイデアを観光振興に反映させるワークショップや協働プロジェクトを実施し、地域一体の取り組みを推進します。また、町民や事業者等による町内清掃や美化活動を実施し、観光美化に関する意識の向上を図ります。

【主な取り組み】 各種事業の改良や新規事業検討に係る町民との意見交換

13. 基本施策 H：安全・安心な観光地運営

災害等への備え、治安維持体制の強化、関係機関との連携による危機管理体制の構築に取り組み、来訪者・町民・事業者が安心して過ごせる観光地づくりを目指します。

現状・課題

来訪者、町民、事業者を対象としたアンケートでは、「安全・安心な観光地づくり」への共感性が非常に高いという結果が得られています。来訪者が多い本町においては、災害や危機の発生時・復興時の対応・管理が特に重要となります。

また、国道 58 号沿いの暴走行為や、イベント時における安全な環境の確保が求められており、警察や関係機関と連携した対策が必要となります。

さらに、この「安全・安心な観光地づくり」は、危機管理等に留まらず、ユニバーサルツーリズム³³の観点からも観光整備を進める必要があります。

ゴール・目指すべき状態

- 災害等に対して適切な備えが進んでいる状態
 - － 災害発生時に向けて、事業者や関係機関と連携した訓練や対応体制が構築されている。
 - － 危機管理や安全啓発に関する情報発信が継続的に行われ、町全体で安全・安心への意識が高まっている。
- 安全な環境の確保に向けた取組が継続的に強化できている状態
 - － 治安維持のために、警察など関係機関と連携した定期的なパトロールやイベント時の体制強化が実施されている。
- 多様な人々が安心できる観光地となっている状態
 - － 来訪者・町民・事業者のすべてが安心して滞在・活動できる、安全で信頼される観光地となっている。

施策

施策20. 観光危機管理体制の構築 【重点施策】

地震、風水害、感染症（パンデミック）等、来訪者の安心・安全を損なうとともに観光産業の停滞、及び観光経済の縮小を招く観光危機への備えとして、平時における減災対策（危機対応の成熟度向上など）から復興時における回復（域内需要喚起策など）までの一貫した取組を推進し、観光危機管理体制の構築を図っていきます。

【主な取り組み】 観光危機への対応

施策21. 治安の維持・向上

行政、警察、事業者、町民等が協働し、安全な環境の確保、交通ルールの徹底等に向けた活動を展開し、安心して観光できる環境を整えていきます。

【主な取り組み】 行政、町民、事業者、警察等が協働したまちの安全性確保

施策22. 多様な人々が安心して訪れることができる環境の整備

高齢や障がい等の有無にかかわらず、バリアフリー対応や多言語案内等、多様な方が安心して訪れることができる環境を整備していきます。

【主な取り組み】 ユニバーサルツーリズムの推進

³³ ユニバーサルツーリズム：高齢や障がい等の有無にかかわらず、すべての人が安心して楽しめる旅行を指します。

第 3 部

実現に向けて

第 1 章 推進体制

観光振興を着実に推進し、計画の実効性を高めていくためには、町、観光協会、観光関連団体や観光事業者、町民など、多様な関係者が連携し、それぞれの役割を明確にしながら協働して取り組むことが不可欠です。本章では、観光振興に関わる各主体の役割分担や、円滑な推進を可能とする体制の在り方、それらを下支えする財源について整理します。

1. 各主体の役割分担

町の役割

- 行政として、観光まちづくりの位置づけを明確にし、長期的な視野に立って観光施策の立案及び事業実施を図るとともに、観光に係る法的整備を行います。
- 国や県との調整・連携を図りながら、公共施設・インフラ等の整備をするとともに、安全・安心な観光まちづくりに係る取り組みを進めます。
- 県や周辺市町村、観光関連団体等と連携しながら、観光客の集客活動を展開します。
- 観光協会、観光関連団体、観光事業者及び町民に対し、観光まちづくりに関わる適切な支援や情報提供等を行います。
- 宿泊税を効果的・効率的に活用する組織体制を確立します。

観光協会の役割

- 町をはじめ、観光関連団体、観光事業者及び町民と連携し、総合的な調整を図り、本計画の実現化を主導的に進める中核として活動します。
- 本町の観光の実態や情報を把握し、適切な行動計画の立案・実践を進め
- 観光産業全体の「稼ぐ力」を強化し、持続的な地域経済の発展を図ります。
- 組織運営や事業推進、調査・企画等の体制づくりと適切な人材の確保・育成を図ります。

観光関連団体³⁴の役割

- 町、観光協会、観光事業者及び町民との連携を図り、観光産業の拡大及び安定化を図ります。

観光事業者の役割

- 本計画の内容を十分に理解し、その実現に向けた事業展開を行います。

³⁴ 観光関連団体：北谷ツーリズムデザインラボ（地域 DMO）、美浜アメリカンビレッジ事業者会、北谷フィッシャリーナまちづくり協議会、デポアイランド通り会、北谷町商工会のことを言います。

- ・ 本町の基幹産業の担い手として、町、観光協会、観光関連団体及び町民との連携を図ります。

町民の役割

- ・ 本計画に関連する各種活動を通し、町民と観光産業との関わりや観光まちづくりについての理解に努めます。
- ・ 伝統芸能や文化等の紹介や体験、観光ボランティアガイドの担い手等により、町外住民や観光客との交流に努めます。
- ・ 町内の各種観光イベントやまちづくりイベント等へ積極的に参加し、本町の魅力を再発見するとともに、地域に対する誇りを高め、観光客の受入れやおもてなしの心づくりに努めます。

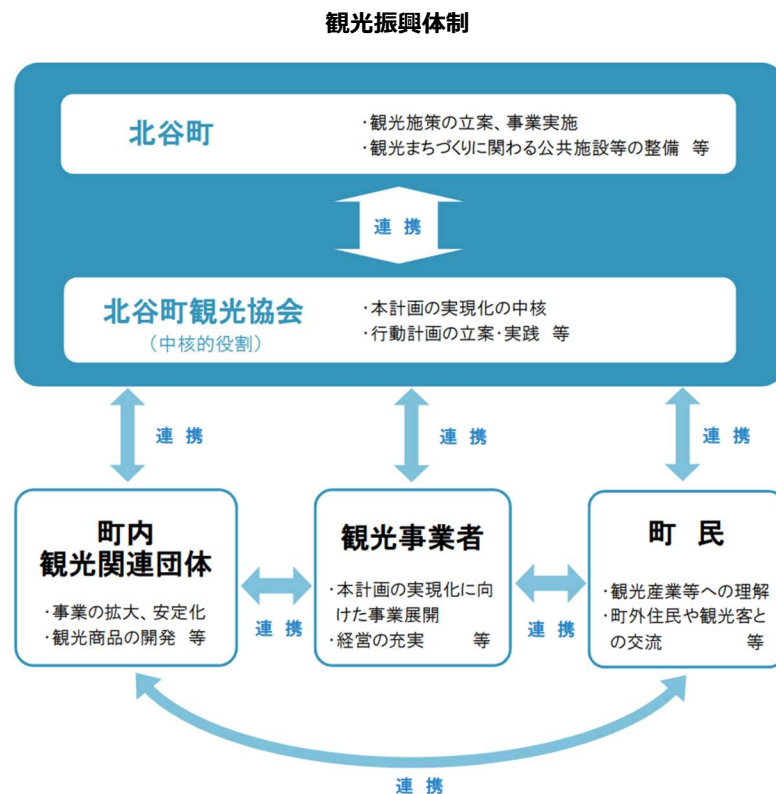
2. 推進体制

これまでの本町における観光業の取り組みには、町が主導してきた事業、観光協会や観光事業者と協調して進めてきた事業、一部の観光事業者が主導してきた事業等、多様な形態があります。

そのため、本町の観光まちづくりにおいては、各主体を横断的に連携させ、調整を図ることが重要であり、それを持続的に実施できる推進体制の構築が求められます。

この推進体制の中核を担うのは「本町への集客効果を最大限に発揮することにより、商観光業の振興及び町全体の活性化を図り、町政の発展と町民福祉の増進に寄与することを目的」としている北谷町観光協会です。

この観光協会を中核として、町、観光関連団体、観光事業者及び町民（自治会や町民の各種団体を含む）が、情報交換や意見交換を通じて相互に連携しながら、計画の実現化や進行管理等を行います。また、各主体が本計画で示された目指すべき方向性を共有し、必要に応じて活動を支援しながら、観光まちづくりの推進を図ります。



また、沖縄県、OCVB（沖縄観光コンベンションビューロー）、近隣自治体などの町外のス
テークホルダー³⁵との連携を強化し、広域連携・垂直連携における協働による観光マネジメ
ントも図っていくこととします。

3. 観光振興を支える財源

第 2 次北谷町観光振興計画の実施にあたっては、大きく分けて一般財源、宿泊税、国
や県からの補助金等の 3 つを以って取り組んでいきます。

一般財源はこれまでと同様に本町の観光振興を支える中心的財源であり、基本的にはこ
れまで継続してきた事業や取り組みに充当するものとして位置付けます。

新たな観光振興財源となる宿泊税については、新規性・拡充性や重要度・優先度を踏ま
え整理された取り組みに活用するものとして位置付けます。加えて、この財源を活用した使
途事業の選定にあたっては、別途組成される「（仮称）宿泊税活用等検討会議」にて民
間事業者等からも広く意見を収集し決定されるものとなります。なお、「宿泊税基金」への積
み立てを行うなど、将来必要となる財源の確保に努めていきます。

³⁵ ステークホルダー：計画や事業に関わり、影響を受ける人や組織。町民、来訪者、事業者、観光協会、観光関連団
体、国・県・近隣自治体などを指します。

国や県からの補助金等の活用についても積極的に活用します。その際に発生する自治体負担分等は、一般財源や補助金のような財源に加えて、目的に沿う内容であれば宿泊税を充当する措置も検討します。

第 2 章 進捗管理

本計画では、目指すべき観光地の姿を着実に実現していくために、適切な指標を設定し、定期的な評価と改善を重ねていくことを重視しています。

具体的には、計画全体の最終的な成果を示す「KGI（重要目標達成指標）³⁶」、その達成に向けた中間的な取り組み状況を示す「KPI（重要業績評価指標）³⁷」、そして事業ごとの具体的な目標である「事業目標」の三種類の指標を設定し、体系的に管理していきます。

これらの指標をもとに、定期的な進捗確認や成果の検証を行い、必要に応じて施策や事業内容の見直しを図り、庁内外の会議体等で協議・共有することで、計画全体の PDCA サイクル³⁸を効果的に回していきます。

これにより、本町の観光振興が目標に向かって着実に進んでいるかを常に把握し、柔軟かつ戦略的な運営を実現してまいります。

1. 指標設定の考え方

本計画における指標の設定にあたっては、目標達成に向けた進捗や成果を適切に把握するため、SMART³⁹の観点を重視しています。

この考え方に基づき、各指標が実際に管理・運用しやすく、現実的かつ達成度が判断できるよう設定します。

各事業については、行政がコントロール可能な行動実績や数値実績を活用し、現場で具体的に確認・管理できる「事業目標」として設定します。

一方で、KGI（重要目標達成指標）や KPI（重要業績評価指標）については、より上位の「目指すべき姿」が実際に達成されているかどうかを評価するものであり、アンケート調査や満足度調査などの定量的⁴⁰・総合的な評価手法も取り入れて判断します。

このように、SMART のフレームワークを活用しつつ、指標の性質や目的に応じて適切な評価手法を組み合わせることで、計画の進捗管理と成果の最大化を図ってまいります。

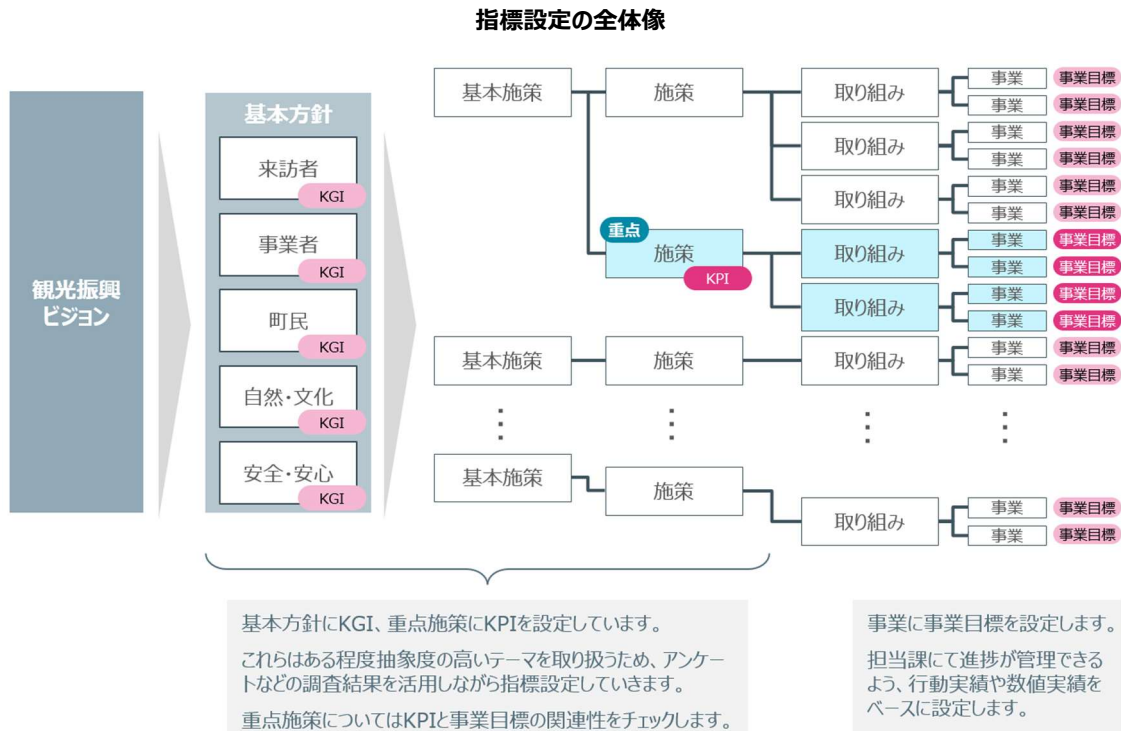
³⁶ KGI：「Key Goal Indicator（重要目標達成指標）」の略で、最終的な目標を具体的な数値で定めたものです。

³⁷ KPI：「Key Performance Indicator（重要業績評価指標）」の略で、最終的な目標達成に向けた「中間目標」の進捗を測るために定めたものです。

³⁸ PDCA サイクル：Plan（計画）、Do（実行）、Check（評価）、Action（改善）の 4 つのステップを繰り返すことで、業務の品質や効率を継続的に向上させるための手法です。

³⁹ SMART：目標設定の際に用いる「Specific（具体的）」、「Measurable（測定可能）」、「Achievable（達成可能）」、「Relevant（関連性のある）」、「Time-bound（期限がある）」の頭文字を取ったフレームワークです。この 5 つの基準を満たすことで、曖昧な目標を明確にし、達成の可能性を高めることができます。

⁴⁰ 定量的：物事を数値や数量で表すさまを意味します。客観的なデータに基づいて把握・評価するため、誰が測定しても同じ結果になり、共通認識を持ちやすくなります。



指標設定の種類

調査結果	アンケートなどの調査データ	満足度、NPS、観光消費額など
数値実績	関係課で取得している実績値	入込客数、渋滞交通量など
行動実績	アクション自体が指標になるもの	防災マニュアルの策定、施策の実施回数など

2. 目標値

本計画における各指標の目標値は、本町が目指す観光地像の実現に向けて、計画期間内に達成すべき具体的な基準として設定しています。これらの目標値を明示することで、計画の進捗状況や成果を定期的に評価・検証し、必要に応じて施策の見直しや改善を行うことが可能となります。今後は、目標値の達成に向けて、関係者と連携しながら着実に取り組みを進めてまいります。

KGI・KPI の目標値

	基本方針/重点施策	指標	実績(R7)	目標	取得方法
KGI	【来訪者】来訪意欲・満足度の向上	来訪者満足度 ※5 段階 TOP2 比率 ※県外・県内来訪者回答の平均値	77.8%	82.0%以上	来訪者アンケート
	【観光事業者】継続的・発展的な観光産業の推進	観光消費額 ※県外・県内来訪者回答の平均値	45,403 円	50,000 円以上	来訪者アンケート
		延べ来訪客数 ※県外の国内旅行者数	2,735 千人	2,880 千人	おきなわ観光カルテ 実績
	【町民】町民の観光理解・ホスピタリティの向上	町民の北谷町観光推奨度	34.4%	35.0%以上	町民アンケート
		町民の観光振興理解度 ※5 段階 TOP2 比率	76.6%	82.0%以上	町民アンケート
	【自然・文化】自然・景観・文化資源の保全活用の推進	自然・文化の保全度 ※5 段階 TOP2 比率 ※町民・事業者回答の平均値	44.7%	50.0%以上	町民・事業者アンケート
		自然・文化に関する満足度 ※5 段階 TOP2 比率 ※県外・県内来訪者回答の平均値	68.8%	73%以上	来訪者アンケート
	【安全・安心】安全・安心・快適な観光地地域づくりの推進	事業者の安全・安心に関する行政の取り組み評価 ※5 段階 TOP2 比率	—	—	事業者アンケート
KPI	施策 1. 情報発信の考え方の整理や観光統計データの収集・分析	方針で設定した手法の展開状況	—	情報発信の方針設計にて検討した手法が実施に向けて進捗している状態	実績数値
	施策 4.来訪目的となる景観づくりと維持	「景観」に関する個別満足度 ※5 段階 TOP2 比率 ※県外・県内来訪者回答の平均値	82.0%	86.0%以上	来訪者アンケート
	施策 10.観光振興やおもてなしに貢献する人材の育成	「人のおもてなし」に関する個別満足度 ※5 段階 TOP2 比率 ※県外・県内来訪者回答の平均値	59.0%	65.0%以上	来訪者アンケート
	施策 12.北谷への各種移動手段の周知促進及び駐車場の最適化	「北谷までの交通アクセス」についての個別不満度 ※5 段階 Bottom2 比率 ※県外・県内来訪者回答の平均値	14.5%	13.0%以下	来訪者アンケート
	施策 13.来訪者に向けた町内移動利便性の向上	「北谷内での周遊のしやすさ」についての個別不満度 ※5 段階 Bottom2 比率 ※県外・県内来訪者回答の平均値	9.4%	8.5%以下	来訪者アンケート
	施策 17.ルール・マナーの周知と遵守の徹底	来訪者のマナーについての評価 ※5 段階 TOP2 比率 ※町民・事業者回答の平均値	19.8%	30%以上	町民・事業者アンケート
	施策 20.観光危機管理体制の構築	設定した 2 事業を実施できているか	—	設定した 2 事業の実施している状態	実績数値

※事業者アンケートについては集計中のためバブコメ後に数値の追加・修正予定となります。

3. 指標評価の手法

本計画では、KGI、KPI、事業目標の各種指標について、毎年定期的に数値をチェックし、計画の進捗状況进行评估します。

KGI および KPI については、観光所管課が中心となって各種データを取りまとめます。アンケート調査等の定量的な指標については、観光統計データを活用し、必要な情報を収集します。事業目標（個別事業ごとの目標）については、各事業を担当する庁内の推進担当課が、実績や取り組み状況をとりまとめ、定期的に報告します。

このような評価体制により、計画の着実な進行と柔軟な対応を両立し、目標達成に向けた不断の改善を進めてまいります。

観光振興の PDCA

