

「観光を基軸とした域内経済の循環促進に関する提言」
について

1 課題とそれに対する対応方針

課題を踏まえ、域内経済の循環促進のための4つの対応方針(案)を設定



2 提言内容（「5 観光を基軸とした域内経済の循環促進に関する提言」）

(1) 観光を基軸とした域内経済の循環促進に向けた考え方

① 施策の方向性

- ・経済波及効果は、来訪者数、消費単価、域内調達率の3つの要素から構成されている。
- ・域内経済循環を促進するためには、観光消費（モノ消費・コト消費）と域内調達率を高めることを目指すべき。

② 沖縄の優位性の活用

- ・域内経済循環促進は、観光客に地域内で様々な消費をしてもらうことが効率的。
- ・豊富な観光資源を有し、年間に1千万人近くの観光客が来訪する沖縄県は、他地域よりも有利な条件を有する。
- ・そうした優位性を最大限活用できる施策の展開が求められる。

③ 事業者の競争力向上との両立

- ・事業者が自らの経営判断により調達を増やすことで、結果的に域内経済循環が促進されることが望ましい。そのために、県産品の競争力を高めることや、県産品の調達が事業者の競争力向上につながる仕組みが必要。
- ・脆弱な小規模事業者も多いため、事業の規模に適した支援方法が求められる。

④ SDGs施策との相乗効果

- ・域内経済循環の促進は、遠方からの輸送によるエネルギー消費、CO2排出削減、脱プラスチックなどの環境負荷低減、資源リサイクル、物流2024年問題への対応にも寄与することから、SDGsとの親和性が高い。
- ・SDGsとの相乗効果を得られるような施策を検討すべきである。

⑤ 各主体の役割

- ・沖縄県は、関係する様々な主体をリードし、施策を実行するとともに、各主体に働きかけを行うことが必要。
- ・県以外の行政機関は、県との連携や調整を行うことが望ましい。
- ・観光協会、DMO、商工会等の関係団体は、行政と事業者をつなぐ役割など、各施策への協力が期待される。
- ・民間事業者は、行政機関が展開する域内経済循環促進策を積極的に活用することが期待される。

2 提言内容（「5 観光を基軸とした域内経済の循環促進に関する提言」）

(2) 対応方針と具体的施策

方針1：収益力の高い地域経済づくりに向けた地産地消の推進①

〈施策の方向性〉

- ・ 域内調達率の向上に対しては、台風が多いなどの気候条件や、土地が限られているために食料品の生産力が低いなど、特有の制約条件を踏まえた効果的な施策が求められる。
- ・ それらを踏まえ、以下のとおり施策及び取組例を示す。

施策① 観光客が求める県産品の安定確保の推進

観光客が求める食材等の活用を促進するため、ニーズの把握を行うとともに、県産品の活用に優位性がある範囲において、必要量の安定確保を推進する。

➤ 取組例

- ・ 観光客の嗜好や生産、販売の動向把握
- ・ ニーズが高い食材の生産体制強化（技術支援、施設整備、品種改良による生産効率向上 等）
- ・ 規格外農産品の有効活用促進（カット・ペースト加工での利用促進 等）

2 提言内容（「5 観光を基軸とした域内経済の循環促進に関する提言」）

方針1：収益力の高い地域経済づくりに向けた地産地消の推進②

施策② 宿泊施設・飲食店等における県産品の利用促進

観光事業者の県産品利用を促進するため、県産品と事業者をつなぐ機会の提供や県産品が活用しやすい環境づくりに取り組む。

➤ 取組例

- ・事業者に対する県産品に係る情報提供（観光協会・DMO・商工会等を通じた情報発信、「県産品奨励月間」における取組強化 等）
- ・生産者と観光事業者のマッチングの充実（沖縄大交易会・産業まつり・果報庭 等）
- ・新たなマッチング機会の創出（デジタル技術を活用したマッチングの推進、業種別・商材別など様々なテーマでの展示会・商談会の開催 等）
- ・各種登録・認証制度（「おきなわ食材の店」、「琉球料理が味わえる店」等）の効果的な運用

施策③ 域外調達を代替する新技術の導入の検討等

「観光事業者向け調査」によって、アメニティ・加工食品・プラスチック製品・雑貨等は域外調達率が高く、かつ経費がかかっていることが確認できた。こうした品目について、県内で調達するための方策を検討する。

➤ 取組例

- ・アメニティグッズの削減・廃止に向けた取組（代替品（県産の天然素材を使った石鹸、化粧品等）の開発や利用促進に対する支援 等）
- ・食材の長期保存・加工のための体制整備（急速凍結設備などの整備 等）
- ・県内調達を促すための設備の導入支援、技術支援 等
- ・リサイクル素材の活用促進（宿泊施設・飲食店などでのリサイクルガラス製品（醤油さし、グラス、花瓶等）の導入促進 等）

方針2：沖縄の強みを生かしたモノ消費・コト消費の拡大①

〈施策の方向性〉

- ・商品やサービスは、沖縄独自の多様な資源を活用して差別化することで、付加価値を向上させることが重要。
- ・各地域においては、来訪する観光客の消費に焦点を当て、既にある特産品のブラッシュアップとともに、新たな基幹産業になりうる特産品の開発を目指すべき。
- ・コト消費は、実際に沖縄に来なければできない体験に県産品を組み合わせることや、伝統工芸品などの「沖縄の宝」を見せて稼ぐ視点も必要。
- ・それらを踏まえ、以下のとおり施策及び取組例を示す。

施策① 新たな沖縄観光ニーズの掘り起こし

様々な観光客のニーズに合った商品開発に向けて、外国人観光客やZ世代・ミレニアル世代のニーズを把握する。

➤ 取組例

- ・外国人観光客やZ世代、ミレニアル世代のニーズ調査及び関係者への情報共有 等

施策② 優位性・独自性ある資源の活用推進

観光消費を促すため、市場での競争力が確保できる自然、歴史、文化、特産物など、優位性・独自性が高い沖縄の特徴を活用した商品やコンテンツの開発を支援する。

➤ 取組例

- ・体験交流型観光プログラムの開発支援（インバウンドやZ世代を意識した農泊、文化体験 等）
- ・自然・歴史・文化などソフトパワーを活用した観光の推進（伝統工芸体験の受入体制拡充、収穫体験コンテンツの開発促進 等）
- ・沖縄の豊富な生物資源・海洋資源等を活用した商品の開発促進
- ・新たな基幹産業づくりの強化、支援

2 提言内容（「5 観光を基軸とした域内経済の循環促進に関する提言」）

方針2：沖縄の強みを生かしたモノ消費・コト消費の拡大②

施策③ 観光商品等の高付加価値化

高所得者層の需要にも対応できるように、商品・サービスの高付加価値化や付加価値の高い商品・サービスの販売等を支援する。

➤ 取組例

- ・「おきなわブランド戦略」によるブランド力の強化
- ・商品の価値を伝えるヒストリーを背景としたストーリーの構築支援（富裕層向けガイドブックへの特産品の掲載）等
- ・高付加価値商品の販売促進（海外コンクール等への出品支援、取扱店の拡充支援 等）
- ・業種間でのコラボレーションによる高付加価値商品製作の支援（伝統工芸品、特産品 等）
- ・地産地消商品のブランド化支援

施策④ 周遊型観光の推進に伴う滞在日数の延伸

持続可能な観光に配慮しつつ、周遊型観光を推進すること等により、滞在日数の延伸に取り組む。

➤ 取組例

- ・サステナブルツーリズムの推進
- ・離島の資源やスポーツ、イベントなどの既存コンテンツを活用した周遊型ツアーの造成支援（泡盛・伝統芸能を活用した体験やプロ野球キャンプの舞台裏ツアーの開発支援 等）

方針3：域内調達の拡大に向けた連携体制の整備

〈施策の方向性〉

- ・域内経済循環の促進には様々な産業が関係しており、施策の展開にあたっては、観光部門のみならず農水・商工部門などとの連携が不可欠。
- ・更には、県のみならず、地産地消の施策を展開する国や市町村などの行政機関、民間事業者やその支援機関、関係団体等、多様な主体と連携することで効果的な施策を展開できる体制の構築が求められる。
- ・それらを踏まえ、以下のとおり施策及び取組例を示す。

施策① 産業間・業種間の連携強化

観光、商工、農水分野が連携し、「おきなわブランド」の浸透に向けた推進体制を整備するとともに、異なる地域・業種の連携強化を図る。併せて、生産者と観光事業者をつなぐ流通機能の整備を図る。

➤ 取組例

- ・域内調達促進に向けた観光、商工、農水分野による定期的情報交換（県産品需要のとりまとめや計画的生産の促進 等）
- ・他業種との協働を目的とした交流会の開催（交流会・商談会のPR強化 等）
- ・様々なニーズに対応可能な流通機能の整備（道の駅・小売店・卸売業者の流通機能強化支援 等）

施策② 域内循環を促進するための人材の育成・確保

域内循環を継続して促進するため、各分野に必要な人材の育成・確保を行う。

➤ 取組例

- ・生産者や文化継承者など担い手の育成（海外人材の教育支援や活用促進 等）
- ・商品化から販売までをサポートするコーディネート人材の活用促進（セミナーの開催、事業者への専門家派遣 等）
- ・高付加価値旅行者を取り込むための観光関連産業人材の確保、育成（観光学部等を有する大学と連携した教育プログラム開発 等）

2 提言内容（「5 観光を基軸とした域内経済の循環促進に関する提言」）

方針4：地場産品等の魅力を伝える観光客向けプロモーション

〈施策の方向性〉

- ・沖縄観光ブランドである「Be.Okinawa」により、南国リゾートとしての沖縄イメージは広く浸透しているものの、必ずしも沖縄県内で生産されている産品と結びついているわけではない。
- ・沖縄の地場産品と結びついたブランドイメージを確立することで、地場産品の価値向上や消費の促進を図るべき。
- ・それらを踏まえ、以下のとおり施策及び取組例を示す。

施策① 観光客への効果的なプロモーション

観光客が特産品等を認知・利用できるよう、SDGsの視点や「おきなわブランド戦略」等を踏まえて、魅力発信や触れる機会の創出等、ターゲット別の効果的なプロモーションを行う。

県外に販売しているものの、その地域では消費されていない地場産品について、来訪する観光客にも消費してもらえようプロモーションを行う。

➤ 取組例

- ・観光客向け県産品PRのためのガイドブック作成
- ・多くの観光客が目にする場所での伝統工芸品の展示促進（空港・観光地・交通機関での工芸品等の展示・活用促進、宿泊施設・飲食店におけるやちむんや琉球ガラス利用促進 等）
- ・デジタル技術の活用による発信力強化（工房と観光客をつなぐWebサイトの設置 等）
- ・土産品販売における優良県産品の活用促進（試食やレシピの提供に関する補助、ノベルティや販促品の提供 等）
- ・域内調達のPR促進（飲食店や土産品での「原材料の県内調達率」表示促進 等）
- ・認証制度創設（土産販売員の工芸品や県産品の知識、観光事業者のサービス品質 等）
- ・「おきなわブランド戦略」に基づくターゲット別のプロモーション(※)強化

※ 参考

主な消費行動・観光目的（ターゲット別）

