

沖縄観光親善大使(仮称)制度のあり方に関する提言について

沖縄観光親善大使(仮称)制度のあり方検討委員会

令和5年10月4日

令和 5 年 10 月 4 日

一般財団法人沖縄観光コンベンションビューロー

会 長 下地 芳郎 殿

沖縄観光親善大使(仮称)制度のあり方検討委員会

委員長	上地 恵龍
委員	湧川 盛順
委員	赤嶺 貴子
委員	高倉 直久
委員	有木 真理
委員	風間 康久
委員	翁長 愛音
委員	永田 吏穩
委員	川上 睦子

沖縄観光親善大使(仮称)制度のあり方に関する提言について

当委員会は、沖縄観光親善大使(仮称)制度のあり方に関する意見交換を通じ、同制度に関する意見を取りまとめるため、一般財団法人沖縄観光コンベンションビューロー会長より選任された者で構成し、令和 5 年 6 月 28 日に第 1 回目の会合を開催して以降、計 3 回の会合を開催してきた。

会合では、ミス沖縄のこれまでの活動状況、休止に至った経緯のほか、他都道府県へのヒアリング、パブリックアンケートの実施結果、大使制度に係る比較検討等を行い、新たな観光親善大使制度のあり方について、検討を重ねてきたところである。

今般、一般財団法人沖縄観光コンベンションビューロー会長が意見を求めている同制度のあり方について、当委員会の意見を取りまとめたので、次のおり報告する。

1 新たな大使制度について

SDGs で提唱されている「ジェンダー平等」の実現に向けては、これまでの女性限定の大使制度ではなく、男女不問による選定のほか、年齢や出身地等

の制限・制約を設けない制度を創設すべきである。

パブリックアンケートにおいても県民や観光客から多数の支持を得た他、検討委員会においても男女不問の制度創設は当然の流れといった意見や「人と人」による観光PRでの触れ合いの場が必要であるとの意見が大半であったことから、今後の大使制度のあり方として、男女不問による選定を行うなど、多様性が尊重される制度を創設することが妥当である。

2 大使の活用について

沖縄観光を直接PRできるようなイベント等に大使を活用していくものとし、ルッキズムを重視した表彰式の介添えやアテンドのみといった役割は今後、大使に行わせないものとする。

大使が観光PRを行うにあたっては沖縄観光のPR戦略やブランディングを意識しつつ、自然、伝統文化、伝統芸能、食などの知識や技能を有する人物を選定した上で役割分担を図るなど、大使の個性や専門性を活かしながら、沖縄の魅力を最大限引き出せるようなプロモーションの仕組みを構築していく必要がある。

また、観光PRを行う機関や団体が新たな大使制度を利用しやすいよう、どのような場面にどの大使を活用した方が効果的かなど、各々の大使の役割を明確にした上で新たな大使の活用方法を分かりやすく伝えていく必要がある。

3 既存のキャラクターについて

パブリックコメントでのキャラクター活用の設問において、既存のキャラクターである、「マハエ」、「マハ朗」を選択した者が一番多かった一方で、委員会においては知名度の低さや大使制度との差別化が課題としてあがった。

今後の「マハエ」、「マハ朗」の活用にあたっては、より沖縄らしさを感じられるような工夫やキャラクターの個性を感じられるような仕組みを構築し、認知度の向上を図りながら、大使制度の活用とのバランスを踏まえ、利活用の強化を図ることとする。

4 情報発信の多様化について

ミス沖縄がスタートした1980年代においては団体旅行の他、国内旅行者が主流であったが、現在は個人旅行が主流である他、インバウンド客も大幅に増加している状況にあることから、SNS等による観光PRはより効果的である。

特に若者世代に対しては、TikTokやインスタグラムなどのSNS活用が効果的であること及びパブリックアンケートにおいても映像等を活用した観光PRへの賛同が多かったことから、大使等の活用にあたってはSNS等による情報発

信を強化していく必要がある。

また、SNS 等による情報発信を行うにあたっては、インフルエンサーとのタイアップやターゲット特性に応じた情報発信など、一般の方が発信する情報との差別化を図りながら実施していくとともに、正確で価値の高い情報発信を行っていく必要がある。

5 効果検証について

大使制度及びキャラクター活用において、長期的に持続可能なものとするためには、毎年度 PDCA を行い、効果検証を実施することにより、観光 PR 効果を最大限発揮できる仕組み・体制を構築することが重要である。

PDCA の実施にあたっては、定性的な目標に加え、定量化した目標値も定めながら効果検証を進めていくことが重要であり、観光 PR の質及び量の両方の側面から課題を明らかにすることにより、毎年度ブラッシュアップした取組が可能となることから、観光 PR に知見を持つ有識者等を活用しながら効果検証を進めていく必要がある。

6 収支運営について

これまでの観光親善大使制度は主としてイベント派遣や協賛金等により収入を得ていたが、人件費や選出費用等の支出が収入を上回る結果となり、赤字の状況が続いてきたことから、新たな大使制度の創設にあたっては、これまでの収支構造を抜本的に見直す必要がある。

各関係機関や団体からの補助や支援、他事業との連携による収入確保、中長期的には観光目的税の活用など、安定的な財源の確保を進めていく他、選出費用の見直し、人件費の抑制、SNS 活用による広告費削減など、あらゆる手段を講じて、収支バランスの適正化を図るための方策を確実に実施する必要がある。