

目次

1. 本計画について

- 1-1. 東村観光の歩み……………1
- 1-2. 計画のアウトライン……………3

2. 東村観光の現状と課題

- 2-1. 東村の観光資源と取組……………5
- 2-2. 東村の観光動向……………7
- 2-3. 沖縄県の観光動向……………9
- 2-4. 東村での観光行動の傾向とニーズ……………11
- 2-5. 前次計画の施策の進捗評価……………13
- 2-6. 課題まとめ……………15

3. 東村観光におけるテーマと基本施策

- 3-1. 東村観光のメインテーマ（アウターコンセプト）……………17
- 3-2. 今後の観光振興に必要な視点……………19
- 3-3. 基本方針と数値目標……………21
- 3-4. 施策体系図……………23
- 3-5. 基本施策……………24

4. 東村観光アクションプラン

- 4-1. 5年後のあるべき姿（インナーコンセプト）……………41
- 4-2. ターゲット設定と誘客・消費誘導の戦略……………42
- 4-3. 重点的に取り組むアクションプラン……………48

5. with コロナにおける観光振興の考え方

- 5-1. コロナ禍の観光を取り巻く状況57
- 5-2. コロナ禍の観光振興の考え方60
- 5-3. with コロナにおける東村の観光振興のあり方62

6. 計画の実現に向けて

- 6-1. 本計画の推進体制65
- 6-2. 本計画の進捗管理・評価68

7. 資料編

- 7-1. 上位関連計画での位置づけ69
- 7-2. 東村の観光資源と取組76
- 7-3. 東村の観光動向（データ整理）86
- 7-4. 沖縄県の観光動向（データ整理）92
- 7-5. 観光客 web アンケートの整理・分析100
- 7-6. 前次計画の施策の進捗評価126
- 7-7. 計画策定体制133

用語集

【DMO】

DMO (Destination Management Organization)とは、地域の観光資源の有効活用を促進するための手法(DESTINATION・MANAGEMENT)を実践する法人のこと。

【KGI】

KGI (Key Goal Indicator)とは、最終目標を定量的に評価する指標のこと。

【KPI】

KPI (Key Performance Indicator)とは、KGIを達成するための各プロセスが適切に実施されているかどうか定量的に評価するための指標のこと。

【PDCA】

Plan (計画)、Do (実施)、Check (評価)、Action (改善)の4つの視点をプロセスの中に取り込むことで、プロセスを不断のサイクルとし、継続的な改善を推進するマネジメント手法のこと。

【SDGs】

SDGs (Sustainable Development Goals)とは、2030年までに持続可能でよりよい世界を目指す国際目標である。17のゴール・169のターゲットで構成される。

【SNS】

SNS (Social Networking Service)とは、Web上で社会的ネットワーク(ソーシャル・ネットワーク)を構築可能にするサービスのこと。

【Uターン】

Uターンは地方から都市に移動した人が再び故郷に戻ること。Iターンは都市部から出身地とは違う地方に移住して働くこと。

【アウトターコンセプト】

外向きの概念。本計画では基盤となる東村観光のメインテーマを対外的に示すもの。

【インナーコンセプト】

内向きの概念。本計画では村内のすべての観光従事者が共有できる内向きの目標として示すもの。

【インバウンド】

主に日本の観光業界において「外国人の日本旅行(訪日旅行)」あるいは「訪日外国人観光客」などの意味で用いられる。

【インフルエンサー】

SNSなどにおいて、大多数の購買・消費行動に影響を与える人物のこと。

【エシカル消費】

地域の活性化や雇用などを含む、人・社会・地域・環境に配慮した消費行動のこと。

【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るような状況。

【オールラウンド】

多方面に優れていること。

【オペレーション】

物事を運営・推進していく手順を定めること、また、それに沿って実施していく一連の作業、実務のこと。

【オンラインツアー】

インターネットを介してWeb上で行う旅行。現地に行かず自宅など、好きな場所からオンラインで参加ができる。

【カーシェアリング】

登録を行った会員間で特定の自動車を共同使用するサービス、システムのこと。

【関係人口】

地域や地域の人々と多様に関わる人々のこと。地域内にルーツがある人や、過去に居住や勤務したことがある人、何度も行き来する人などがこれにあたる。

【キャッチアップ】

まだ得ていない情報や知識を、後追いで獲得・吸収すること。

【キャリングキャパシティ】

森林や土地などに人の手が加わっても、その場所の環境や生態系が安定した状態で継続できる人間活動の上限のこと。

【グランピング】

ホテル並みの設備やサービスを利用しながら、自然の中で快適に過ごすキャンプのこと。

【コンシェルジュ】

ホテルの宿泊客のあらゆる要望、案内に対応する「総合世話係」というような職務を担う人の職業名。

【コンテンツ】

観光の中身や内容。一連のテーマ性をもって一体的に提供できる体験メニューやサービス等。

【サウンディング】

民間事業者との意見交換等を通し、事業に対して様々なアイデアや意見を把握する調査。

【サステイナブルツーリズム】

訪問客、業界、環境及びコミュニティのニーズに対応しつつ、現在および将来の経済、社会、環境への影響を十分に考慮する観光のこと。

【自分ゴト】

当事者意識を持って、自分で考えて物事に取り組むこと。

【ステイタス】

(高い)社会的地位やその象徴のこと。

【スマート農業】

ロボット、AI、IoT など先端技術を活用する農業のこと。

【ソフト・ハード】

「ソフト」とは、人材や技術、意識、情報といった無形の要素を指し、「ハード」とは、施設や設備、機器、道具といった形ある要素のことを指す。

【ゾーニング】

用途などの性質によって空間を区分・区画すること。特に、都市計画などで、各地域を用途別に区画すること。

【「旅マエ」「旅ナカ」】

「旅マエ」「旅ナカ」「旅アト」とセットで用いられる。「旅マエ」は、旅行の1か月から3か月前のことを指し、おおまかな旅程を決めたり、宿泊先を探す期間。「旅ナカ」は、旅行者が実際に旅行先を訪れている期間。「旅アト」は、旅行者が旅行を終えて居住地に帰って間もない期間。

【デジタルサイネージ】

表示と通信にデジタル技術を活用して平面ディスプレイやプロジェクターなどによって映像や文字を表示する情報・広告媒体のこと。

【デスティネーション】

旅行目的地、旅行先のこと。その範囲は行政区単位とは限らず、国や都市、地域全体を指すことがある。

【テラリウム】

ガラスなどの光が通る透明なケースの中で、植物などの陸上の生き物を育てる方法のこと。

【テレワーク】

情報通信技術(ICT)を活用した、場所や時間にとらわれない柔軟な働き方のこと。自宅利用型テレワーク(在宅勤務)、移動中や移動の合間に行うモバイルワーク、サテライトオフィスやコワーキングスペースといった施設利用型テレワークのほか、リゾートで行うワーケーションも含めてテレワークと総称する。

【トレッキング】

登頂を目指すことを主な目的としている登山に対し、トレッキングは特に山頂にはこだわらず、山の中を歩くことを目的としている言葉。

【ニーズ】

商品やサービスに対して顧客が求める潜在的な欲求のこと。理想と現実の間にあるギャップを埋めたいために生まれる欲求。

【パッケージ型】

関連する様々な要素を一つにまとめたもの。

【バブリティ】

メディアに対する情報提供を介した、公衆への情報発信手法であるPR活動の一種。

【ピクトグラム】

事物の使い方や性質、状態の強弱や変化、統計数値の大小といった情報や符号を、誰にでもわかりやすい単純な構図と明瞭な二つの色で表した視覚記号。

【ビッグデータ】

既存の一般的な技術では管理することが困難な大量のデータ群で、多量性、多種性、リアルタイム性という特徴がある。デジタル化の更なる進展やネットワークの高度化により、スマートフォン等を通じた位置情報や行動履歴などのビッグデータを効率的に収集・共有できる環境が実現されつつある。

【プラットフォーム】

事業や取組の実行を支える基盤や組織。

【ブランディング】

ブランドに対する共感や信頼などを通じて顧客にとっての価値を高めていく、企業と組織のマーケティング戦略のこと。

【マイクロツーリズム】

自宅から1時間から2時間圏内の地元または近隣への短距離観光のこと。

【マルシェ】

フランス語で「市場」を指し、個人など小規模のお店が集まって出店した集合体を指す。

【ユニバーサルデザイン】

年齢、性別、文化、身体の状況など、人々が持つさまざまな個性や違いにかかわらず、多くの人が利用できることを目指したデザインのこと。

【リーディング拠点】

地域の観光推進の拠点となる場所。観光地で既に集客力がある(見込むことができる)観光名所。

【ローカル】

一定の地方、地域、また、そこに限られた特有の物や状態のこと。

【レスポンシブルツーリズム】

一般的に「責任ある観光」として訳される。観光客も含めた観光に関わる人々が、意識や行動に責任を持つことで、より良い観光地形成を行っていくという考え方。自分の行動が地域や環境へ負荷を与えてしまうかも知れないことを認識し、自律した行動を実践していく観光のあり方とされる。

【ワークショップ】

参加者個々が考え、お互いで協力し合いながら、与えられたテーマを元に展開するスタイルの会議や共同作業のこと。

【ワーケーション】

観光地やリゾート地において、テレワークで働きながら休暇をとる過ごし方。