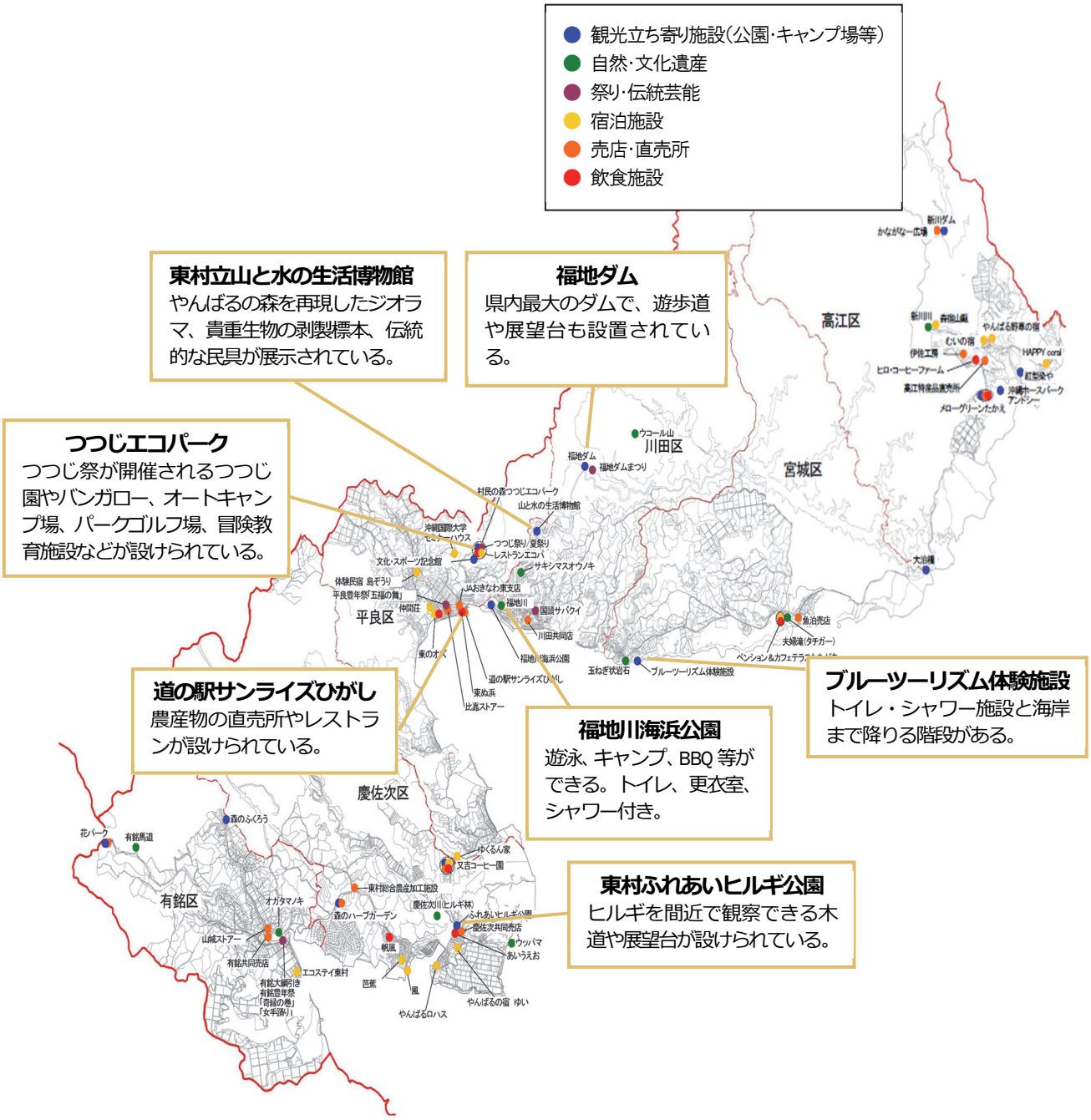
2．東村観光の現状と課題

2－1．東村の観光資源と取組

（1）村内の主な観光施設及び観光資源

村内の主な観光施設及び観光資源を次の図に示した。主要な観光施設としては、東村ふれあいヒルギ公園、福地川海浜公園、村民の森つつじエコパーク、道の駅サンライズひがし、ブルーツーリズム体験施設、山と水の生活博物館、福地ダム等がある。



（２）世界遺産登録に向けた取組

「奄美大島、徳之島、沖縄島北部及び西表島」の 4 地域は、世界遺産の評価基準（自然遺産）の「（x）生物多様性」の基準から世界自然遺産候補地として推薦された。

沖縄本島の北部地域に広がるやんばるの森は、国内最大級の亜熱帯照葉樹林として世界的にも数が少なく、また、希少な動植物が生息・生育している。このやんばるの森は、令和 3 年 7 月 26 日に「奄美大島、徳之島、沖縄本島北部及び西表島」として、国内で 5 件目の世界自然遺産に登録された。

世界自然遺産とは

世界遺産は、「世界の文化遺産及び自然遺産の保護に関する条約」で定義され、人類共通の財産として次世代に引き継いでいくべき遺産として登録されるもの。文化遺産、自然遺産、複合遺産がある。

登録には「顕著な普遍的価値」を有すること、「世界遺産の評価基準」の一つ以上の適合、「完全性の条件」を満たすこと、顕著な普遍的価値を長期的に維持できる十分な「保護管理」が行われていることが条件となる。

世界遺産の評価基準＜自然遺産＞

評価基準	概要	該当する国内遺産
(x)生物多様性	学術上または保全上顕著な普遍的価値を有する絶滅のおそれのある種の生育地など、生物多様性の生育域内保全にとって最も重要な自然の生育地を包含する。	知床

出典:「日本の世界自然遺産」サイト、環境省自然環境

やんばる国立公園の位置する 3 村（国頭村、大宜味村、東村）では、平成 29 年に「やんばる 3 村世界自然遺産推進協議会」を設立し、3 村間での連携を図ってきた。令和元年以降の主な取組として、やんばる 3 村ルール&マップの作成や登録ガイド講習会の開催、企業連携などに取り組んできた。

（３）広域連携の取組

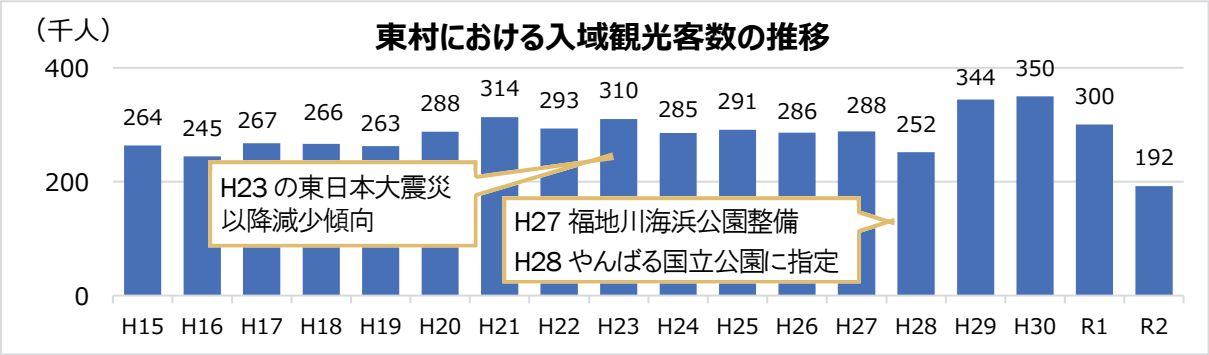
新型コロナウイルス感染症により多大な影響を受けた観光振興や、やんばるの森の世界自然遺産登録を受けて、本計画でも広域連携に向けて取り組んでいく必要がある。

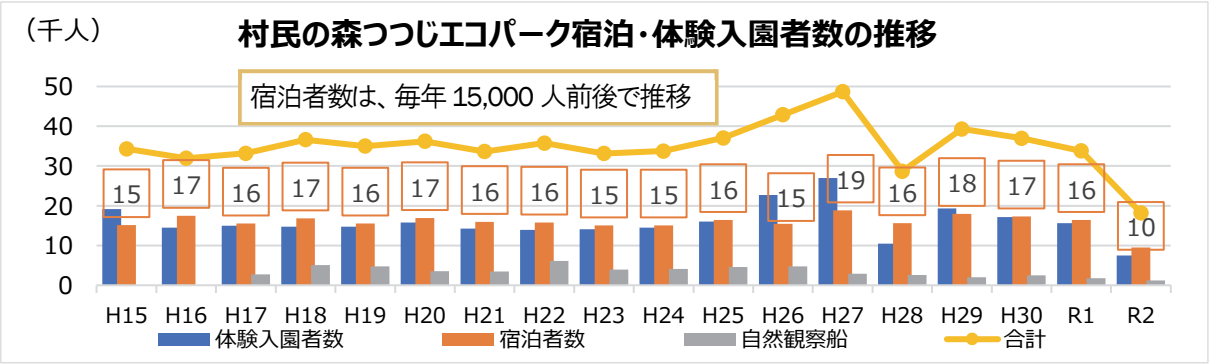
本村における近年の広域連携の取組の概要を以下にまとめる。

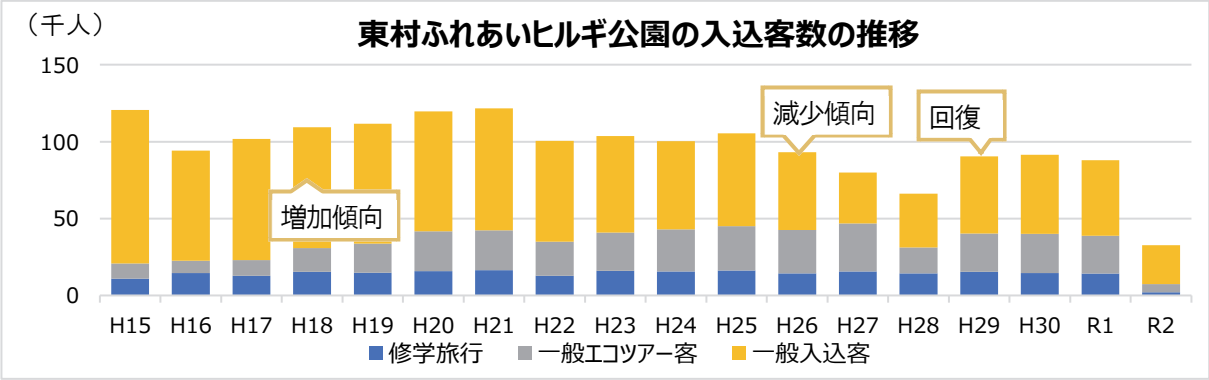
取組	ヤンパク	「やんばるの歴史･文化･自然」周遊促進事業
経緯･目的	平成 20 年から子ども農山村交流プロジェクトに取り組み、連携体制が確立されてきたが、さらに一体的に取り組むため「農山漁村交流拠点整備事業」において、3 村で連携した農家民泊受入体制「ヤンパク」が構築された。	北部広域市町村圏事務組合が進める本事業は、北部地域全体に観光客の周遊や消費を促し、持続可能な観光地の形成に向けて調査･検討を行うものである。令和元～3年の年度ごとの期間に分けて進められている。
取組･事業内容	受入窓口の一元化により、3村共同での農家民泊事業を行えるようになり、受入体制が充実した。 農家民泊前後の日に、「自然体験」「環境保全活動」「伝統文化体験」の3つをテーマとした様々な体験プログラムを実施。	･周遊ルートの商品開発･PR ･やんばるのロゴデザイン･PR ･多言語ガイドに関する調査検討　等

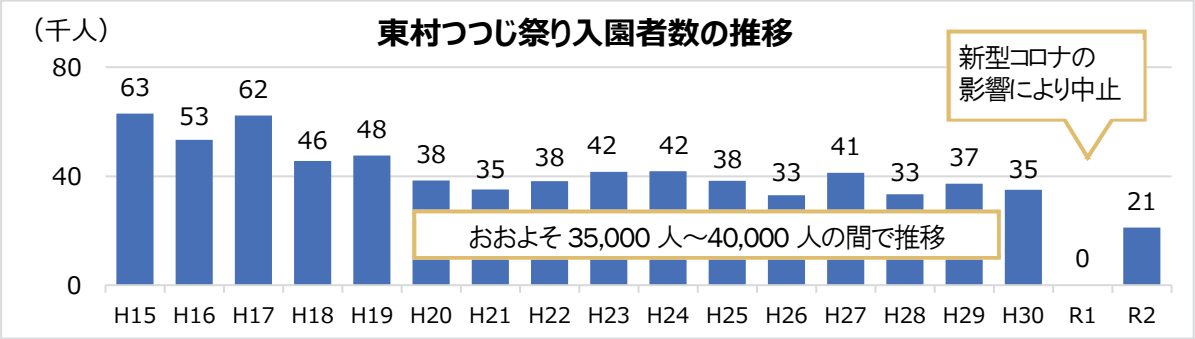
２－２．東村の観光動向

東村における入域観光客数の推移は、平成 23 年の東日本大震災以降減少傾向にあったが、平成 27 年度に福地川海浜公園が整備されたこと、平成 28 年度にやんばる国立公園に指定されたことのほか、民間観光施設の充実等から、平成 30 年度には年間約 35 万人が訪れた。令和元年度及び令和 2 年度は、新型コロナウイルス感染症の影響により減少したが、県内観光客の割合が増えた。

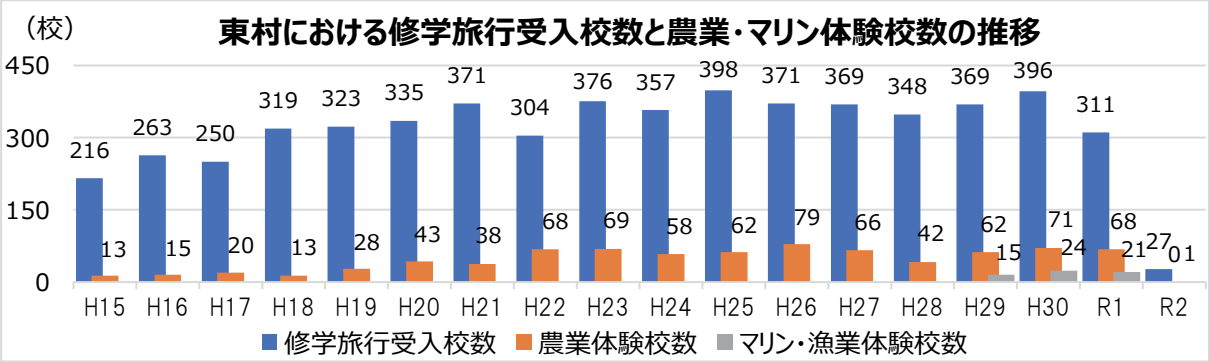






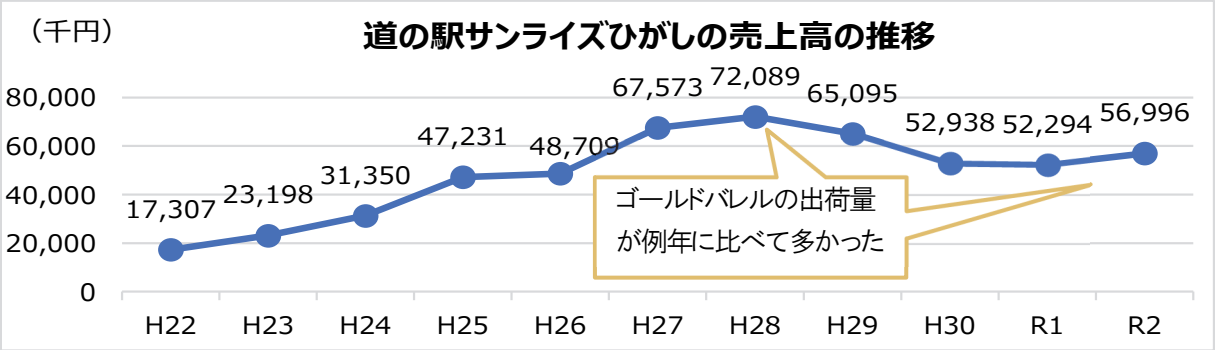


修学旅行の受入校数、農業体験校数ともに平成 15 年度より増加傾向にある。特に農業体験校数は毎年 70 校前後を受け入れており安定している。また、農業体験校数のうち約 3 割の学校がマリン・漁業体験を実施している。修学旅行受入校数は、新型コロナウイルス感染症の影響により減少している。



※上記にはつつじエコパークで受け入れている修学旅行の数字は反映されていない。出典元の「村勢要覧」の改定時に再計算して反映させることとする。

東村の特産品が購入できる「道の駅サンライズひがし」の売上高は、パインアップルの出荷量（特にゴールドバレル）に比例する傾向がみられる。平成 28 年度の売上高が高いのは、ゴールドバレルの出荷量が例年に比べて多かったことが要因であると考えられる。同様の理由で、令和 2 年度においても売上高の増加傾向がみられた。コロナ禍であっても、休業中の 4 月、5 月を除く月はおおよそ前年度並みであり、夏場は前年度を超える売上高であった。



□ 村内の観光事業者数・雇用者数・案内ガイド数

村における観光事業者数と雇用者数について、平成 25 年の事業者数 31 件、雇用者数 129 名に対し、令和 3 年 5 月は事業者数 37 件、雇用者数 127 名となった。雇用者数はほぼ横ばいである。業種の傾向をみると体験事業者等では、雇用者数は 1 人しか増加していないが、事業者数は 6 事業者増加しており、新規参入が活発だとみられる。現段階においては、新型コロナウイルス感染症の影響による事業者や雇用者数の減少はみられなかった。

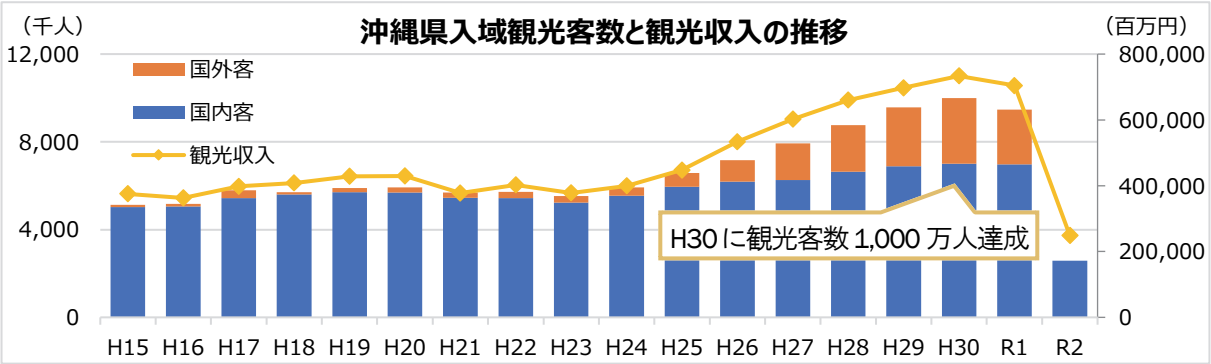
令和 3 年 5 月時点の村における案内ガイドの人数は 34 名であり、エコツアーのガイドが主である。定期的に行われている研修として、エコ・レスキュー講習が月 1 回実施されており、その他にも世界自然遺産の研究会・勉強会や森林ツーリズムの登録認定ガイド講習が実施されている。

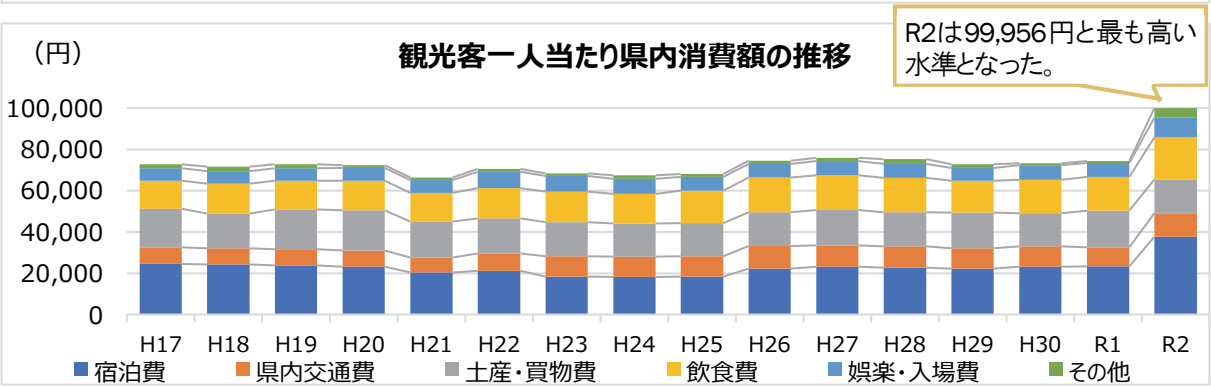
２－３．沖縄県の観光動向

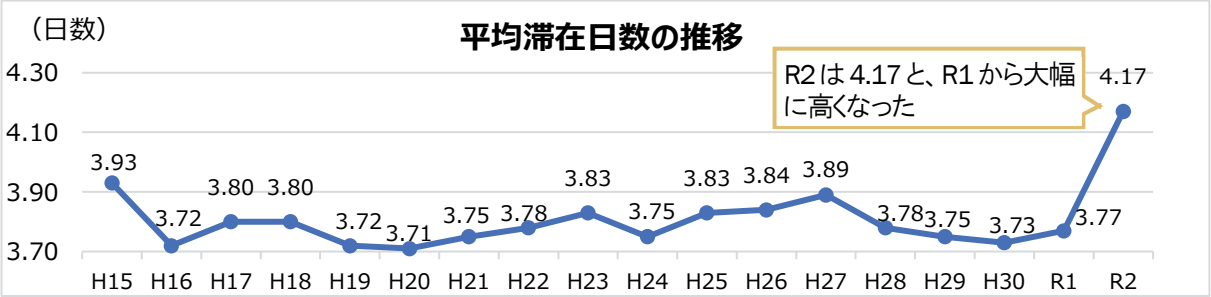
（１）国内客の動向

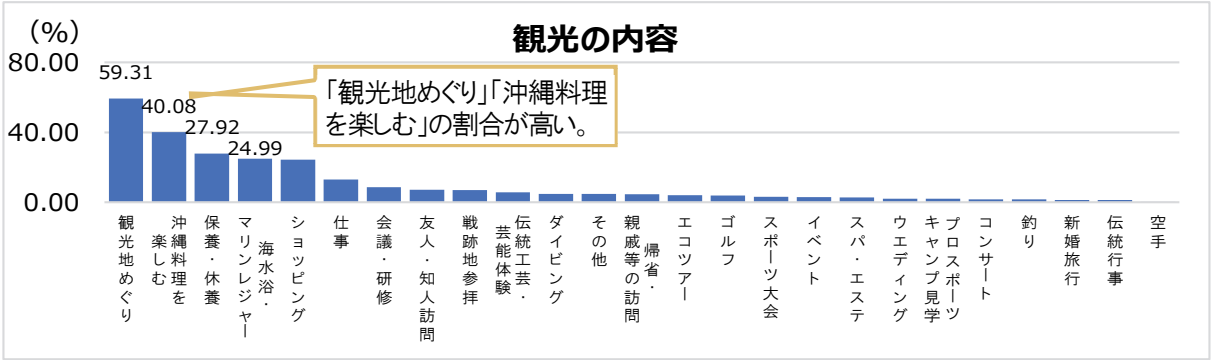
沖縄県の入域観光客数は平成 30 年度に 1,000 万 4,300 人となり、6 年連続で過去最高を更新した。令和元年度は 4 月～12 月までは順調であったが、年度後半からの新型コロナウイルス感染症の影響により、国内旅行需要が低下し令和 2 年度は 258 万 3,600 人と大幅に減少した。

観光収入の推移についても同様で、平成 30 年度までは好調であったが、令和 2 年度の観光収入の試算値は 2,485 億円となり、年度での統計をはじめた平成 18 年以降で最も低い水準となった。





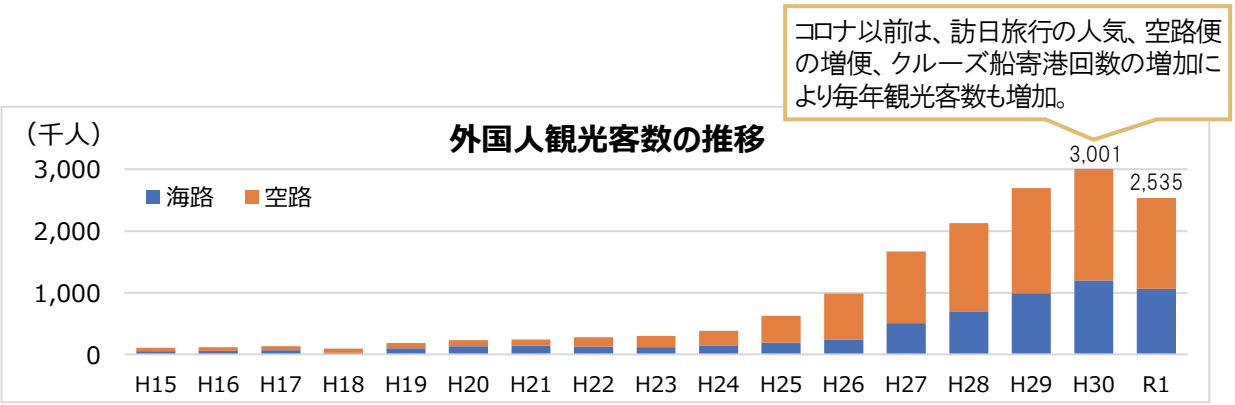


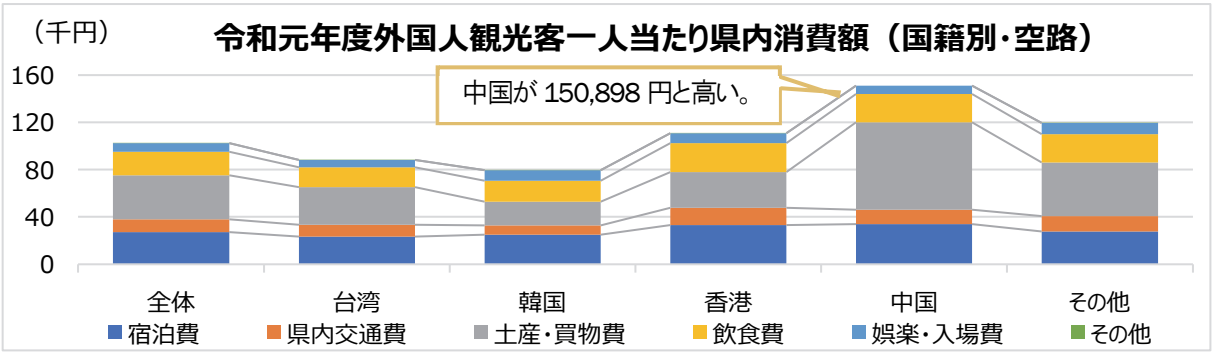


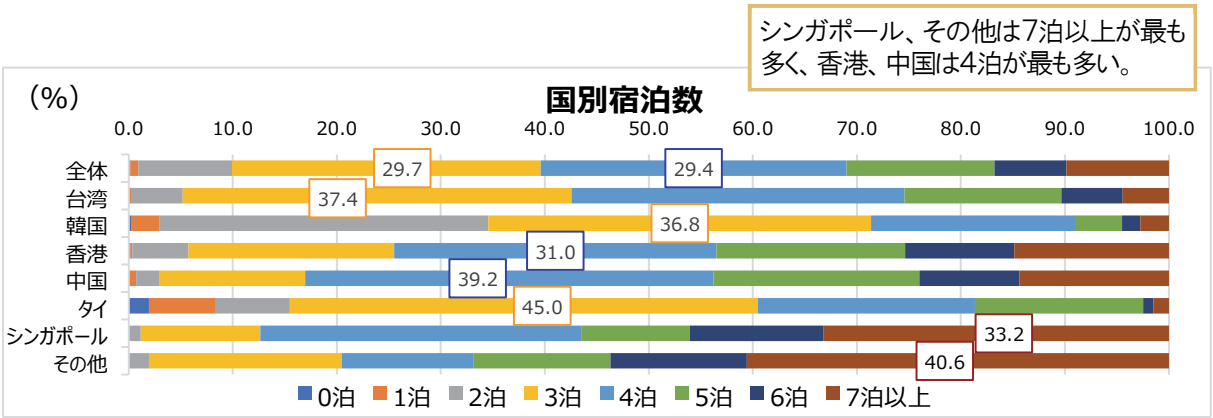
（２）外国人観光客の動向

外国人観光客は、訪日旅行の人気に加え、沖縄発着航空路線の新規就航及び既存路線の増便、クルーズ船寄港回数の増加により毎年増加していた。しかし、令和元年度は年度後半からの新型コロナウイルス感染症の影響で、約 250 万人と平成 30 年度を下回った。

空路からの外国人観光客については、「ショッピング」が 92.7%と最も高く、「沖縄料理及び特産品を利用した料理を楽しむ」が 89.1%、「自然・景勝地観光が」88.6%、「都市観光、街歩き」が 87.3%である。海路からの外国人観光客については、「ショッピング」が 92.6%と最も高くなっており、次いで「都市観光、街歩き」が 53.8%と高い。外国人観光客における移動手段の動向として、空路からの外国人観光客は「レンタカー」が 56.6%と最も高く、海路からの外国人観光客は「一般タクシー」が 52.4%と最も高い。







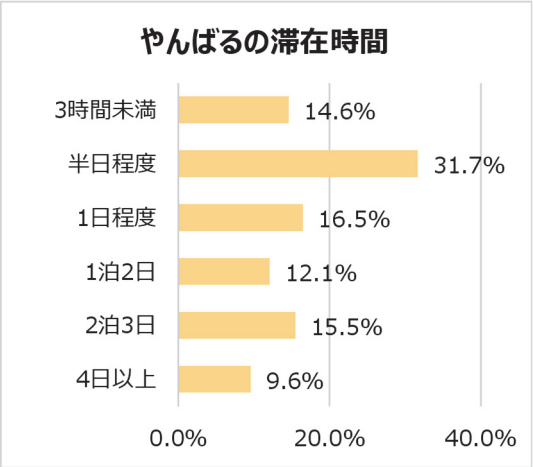
２－４．東村での観光行動の傾向とニーズ

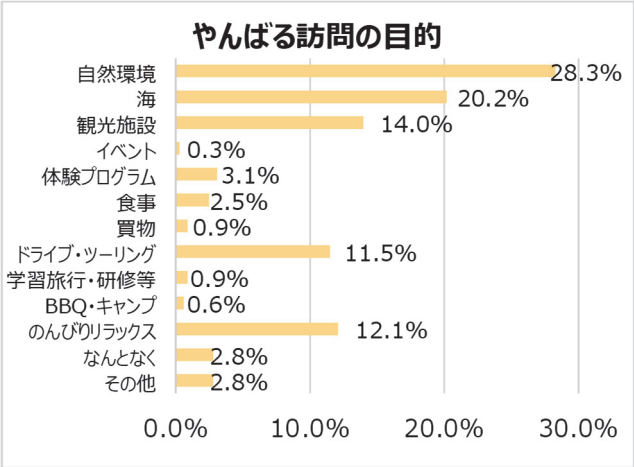
東村の観光に関するマーケティングデータを把握するため Web アンケート調査を実施した。調査結果の詳細は資料編にとりまとめる。

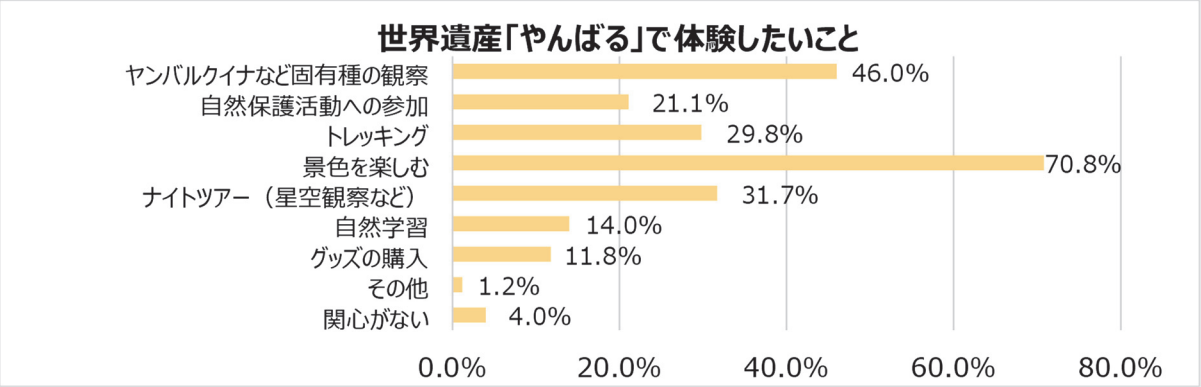
調査期間	令和３年７月 16 日(金)～令和３年７月 20 日(火)(5 日間)
調査方法	インターネット調査(リサーチ会社に調査を委託)
調査地域	全国(沖縄県を除く)
調査対象	リサーチ会社に登録しているモニター会員のうち、直近3か月の国内観光旅行経験者及び国内線航空機利用者のなかから、直近5年以内に沖縄県のやんばる3村(国頭村、大宜味村、東村)に訪問経験がある 18～79 歳男女個人を対象とした。

（１）やんばる３村に関する設問

やんばる３村に訪れる観光客の多くはリピーターであり、滞在時間は「半日程度」が 31.7%と最も高く、全体的に１日未満の短期滞在者が多い。宿泊先は、「国頭村」や「那覇市」「名護市」の割合が高く、「東村」はほとんどみられなかった。目的は「自然環境」が 28.3%、「海」が 20.2%であり、自然志向の人が多い傾向にある。世界自然遺産「やんばる」で体験したいことは、「景色を楽しむ」が 70.8%、「ヤンバルクイナなど固有種の観察」が 46.0%となっており、やんばるにしかない景色や体験を望む傾向にある。



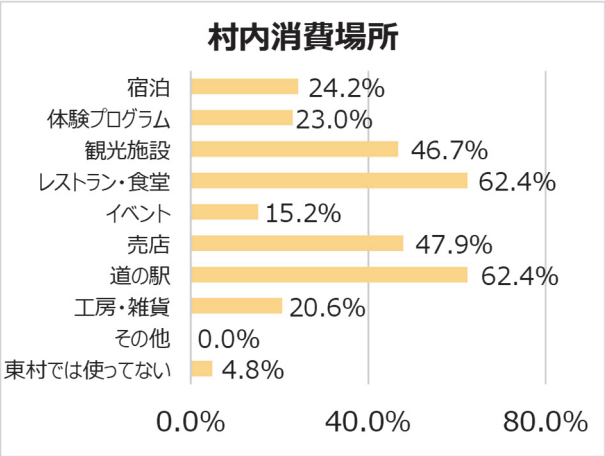


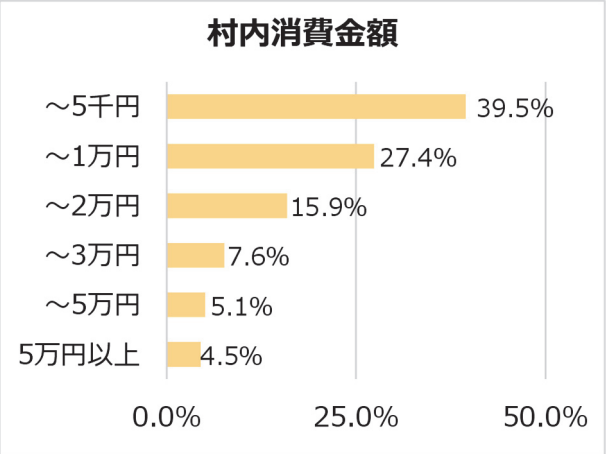


（２）東村観光に関する設問

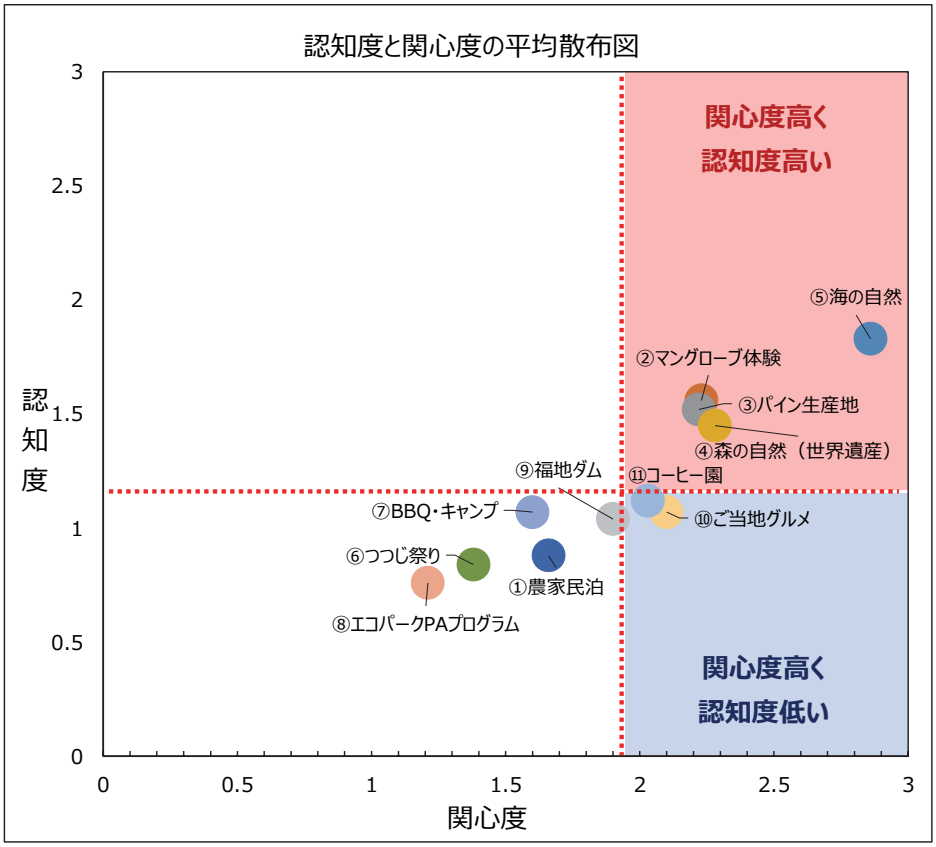
やんばる３村に訪れた約半数が東村を訪れており、多くが２人以上のグループである。訪問場所は「道の駅サンライズひがし」が 59.4%と最も高い。来訪の情報源は「旅行ウェブサイト」や「ガイドブック」が主流であった。東村内の消費場所は「レストラン・食堂」と「道の駅」が 62.4%と最も高い。また、村内での消費金額は「５千円未満」が 39.5%、「１万円未満」が 27.4%と低い傾向がみられる。

東村を訪れなかった人の理由では、「情報がなかった」や「時間がなかった」の割合が高く、観光目的地として認識してもらう必要がある。





東村の観光資源について認知度・関心度をもとに GAP 分析を行った。「海の自然」「マングローブ体験」「パイン生産地」「森の自然」は認知度、関心度がともに高い。「ご当地グルメ」「コーヒー園」は関心度は高いが認知度が低く、認知度向上を図ることで今後のメイン資源となる可能性がある。



２－５．前次計画の施策の進捗評価

（１）評価方法

現計画である「東村第２次観光振興計画」の施策の進捗と今後の方向性を評価するために、計画を推進する庁内関係課をはじめ、東村商工会及び東村観光推進協議会に対して、施策評価シートの記入依頼とヒアリングを実施した。

施策評価シートにおける評価項目

評価項目	評価内容
進捗	現計画の施策の進捗状況について、実施済み／順調／遅れ／未実施から選択
評価内容	現計画の施策の具体的な進捗の内容や課題を記述
今後の方向性	次期計画における現計画の施策の方向性について、継続／中止から選択
事業内容の追加･変更	次期計画における事業内容の追加･変更を具体的に記述

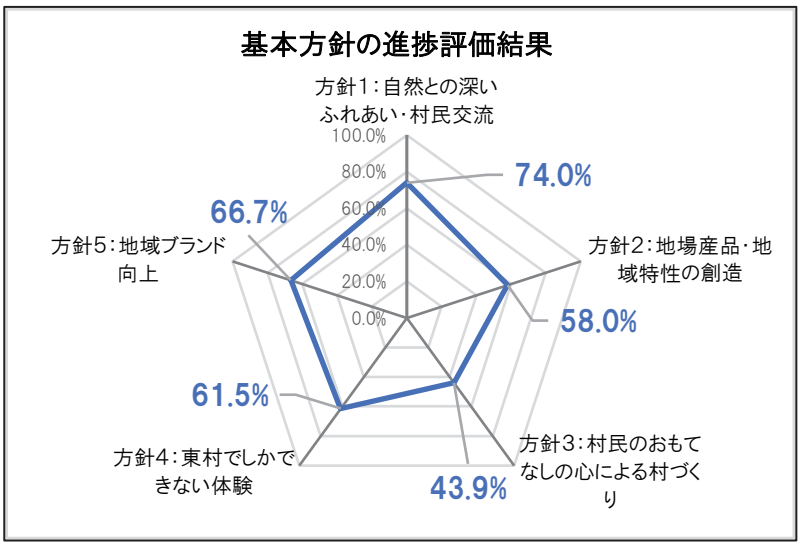
（２）計画の進捗状況の総括

数値目標として設定された、令和３年度における観光交流人口（入域観光客数）の目標値「約 37 万人」については、新型コロナウイルス感染症の影響もあり、令和２年度の実績値も 19.2 万人と未達成の状況となった。令和３年度も目標値の達成は厳しいといえる。

「東村第２次観光振興計画」の進捗状況としては、概ね順調の施策が多くみられるが、一部の施策で遅れや未実施があり、次期計画での位置づけや内容の見直しが必要な施策もみられる。５つの施策（大項目）の進捗状況は次のとおりである。

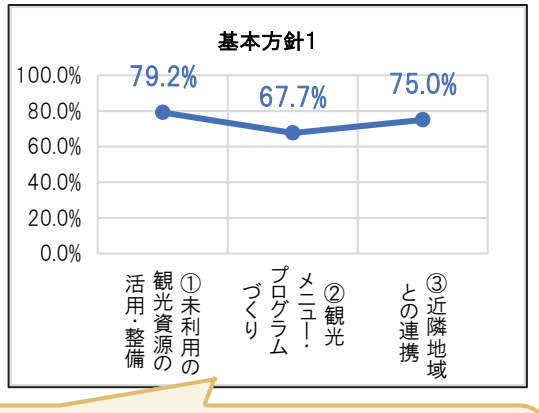
評価結果における進捗の割合

評価項目	進捗の割合
実施済み	100%
順調	75%
遅れ	50%
未実施	0%

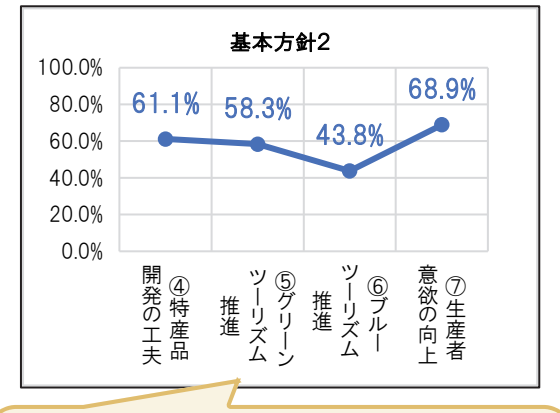


（３）施策の評価内容及び課題

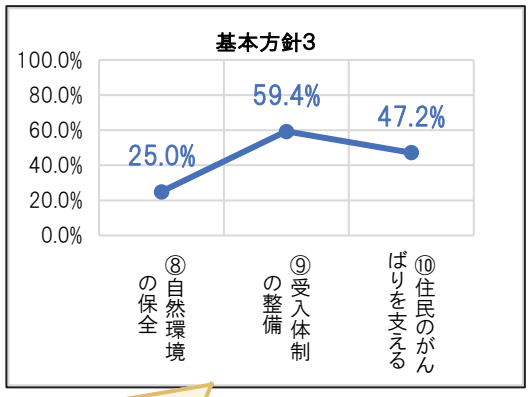
評価主体が評価した具体的な施策の評価内容やヒアリング結果等をもとに、「東村第２次観光振興計画」の計画期間における施策の取組状況を次にまとめる。



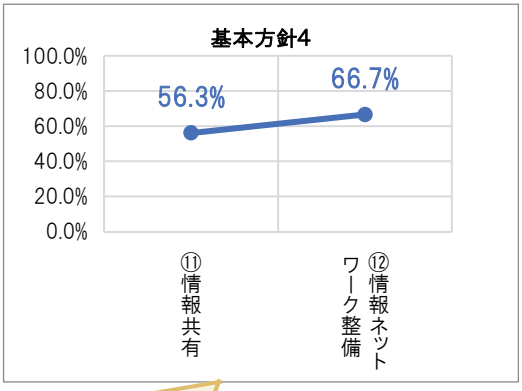
・ダムツーリズムや森林ツーリズムのフィールドが開拓された。福地川海浜公園の利用者数も増加。
・地域行事や地域資源の連携の施策が一部遅れ。
・世界自然遺産登録の取組が順調に進捗。



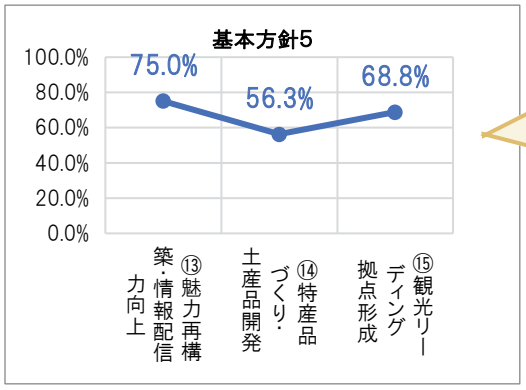
・東村ゴールドバレルが認知されつつある。
・ブルーツーリズム体験施設の活用促進が課題。
・新たな特産品（かぼちゃプリン・パインフローズン等）の開発が進んでいる。



・「自然環境の保全・賢明な活用・維持管理」の取組が遅れ。受入容量設定・利用調整の施策が必要。
・観推で事業者との連携が図られた。観光推進連絡会議開催や事業者間でのデータの共有が必要。



・アンケート成果やニーズ調査等の取組が遅れ。
・マスメディアへの情報提供は進められたが、観光案内機能の充実やターゲットに応じた取組が遅れ。



・星空観察会の実施や世界自然遺産登録に向けた森林パトロールが実施された。
・「やんばるの東」のロゴマークを利用したエコバックが製作された。
・五味観光跡地やブルーツーリズム体験施設近隣でホテル建設の協議が前向きに進んでいる。ロラン局跡地は地域との話し合いが行われた。

２－６．課題まとめ

東村の観光動向や沖縄を訪れる観光客の動向、「東村第２次観光振興計画」の施策評価結果等をふまえ、「東村第３次観光振興計画」の策定に向けた東村観光の課題を次にまとめる。

□ 世界自然遺産登録や感染症への対応

令和３年７月に世界自然遺産へ登録されたことをふまえ、世界自然遺産と絡めたプログラムの開発やルートの検討等の取組に力を入れていく必要がある。多くの観光客が押し寄せることを想定した受入容量の調整や村内・広域の連携などについて、より一層強化していく必要がある。

また、新型コロナウイルス感染症の流行によって、本村においても観光産業は大きな打撃を受けた。今後は、新しい生活様式への対応に加え、観光客数や各施設、プログラムの利用者数の回復に向けた取組が求められる。

□ エコ／グリーン／ブルーツーリズムにおける課題

エコ／グリーン・ツーリズムの取組が比較的順調である一方、ブルーツーリズムの取組が一部遅れている状況がみられる。ブルーツーリズム体験施設とその周辺の海の環境を積極的にいかしていく取組やプログラムを実施する人材の確保が求められる。グリーン・ツーリズムで注力してきた農家民泊が高齢化で危機的状況にあり、後継者育成やエコツーリズムにおける村民ガイドの育成、繁忙期のヘルプガイド（ガイドOB 等）の確保など、東村観光を担う多様な人材の育成が急務となっている。

□ 観光客の滞在時間の延長や消費額の向上

観光客へのアンケート調査により、東村の滞在時間は１日未満の割合が高く、村内での消費金額も１万円以下が約６割を占める傾向がみられた。宿泊場所に乏しい現状があることから、今後は五味観光跡地やロラン局跡地の活用を推進し、宿泊施設の誘致等の取組に力を入れる必要がある。

また、村内の観光事業者が継続的に観光に携わることができ、今後も村の経済を支える産業として観光を成り立たせるためには、観光客の消費額向上が不可欠であり、観光商品・サービスの単価を上げるための高付加価値に取り組む必要がある。

□ ニーズの把握と関係事業者や団体間での情報共有

観光客へのアンケート調査から、年齢層や滞在時間によって観光行動や消費嗜好が異なることが明らかとなった。今後も定期的に観光客の動向やニーズを把握してターゲットを定め、集客からサービス提供までパッケージ型のオペレーションを実施することで、他地域との差別化を図ることが求められる。一方、村内の観光関係団体や事業者間で観光データ・情報が共有されていない状況がある。５年間という短い期間で計画を効果的に進めるためにも、関係者間の連携をより一層強化していく必要がある。