

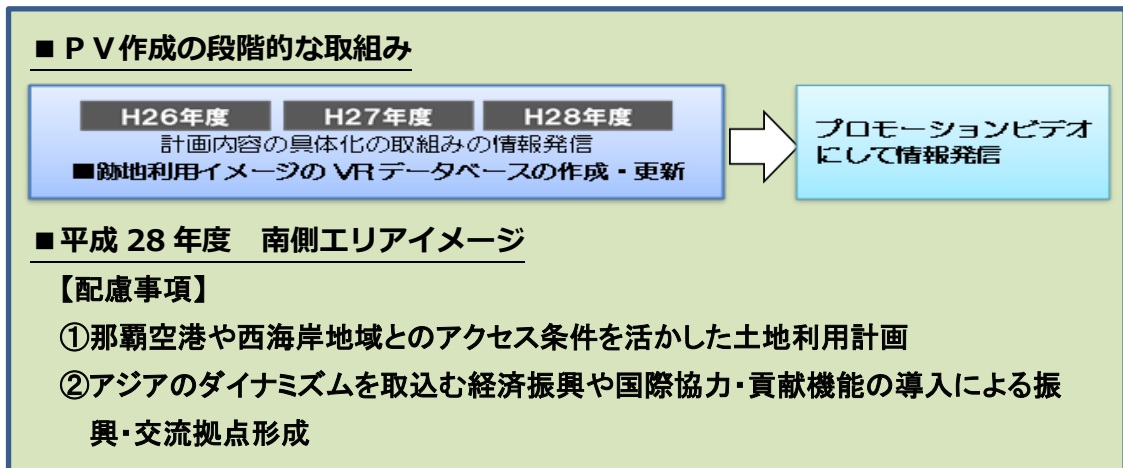
第Ⅳ章 合意形成や参画の促進に向けた取組み

第Ⅳ章 合意形成や参画の促進に向けた取り組み

1. VRを活用した普天間飛行場跡地利用における将来イメージの制作

(1) PV（プロモーションビデオ）の制作の意義と目的

普天間飛行場跡地利用における将来イメージの検討内容をプロモーションビデオとして作成し、地権者、市民、県民に向けて情報発信し、跡地利用の気運醸成ツールとして活用するとともに意見聴取ツールとしても活用することを目的とする。



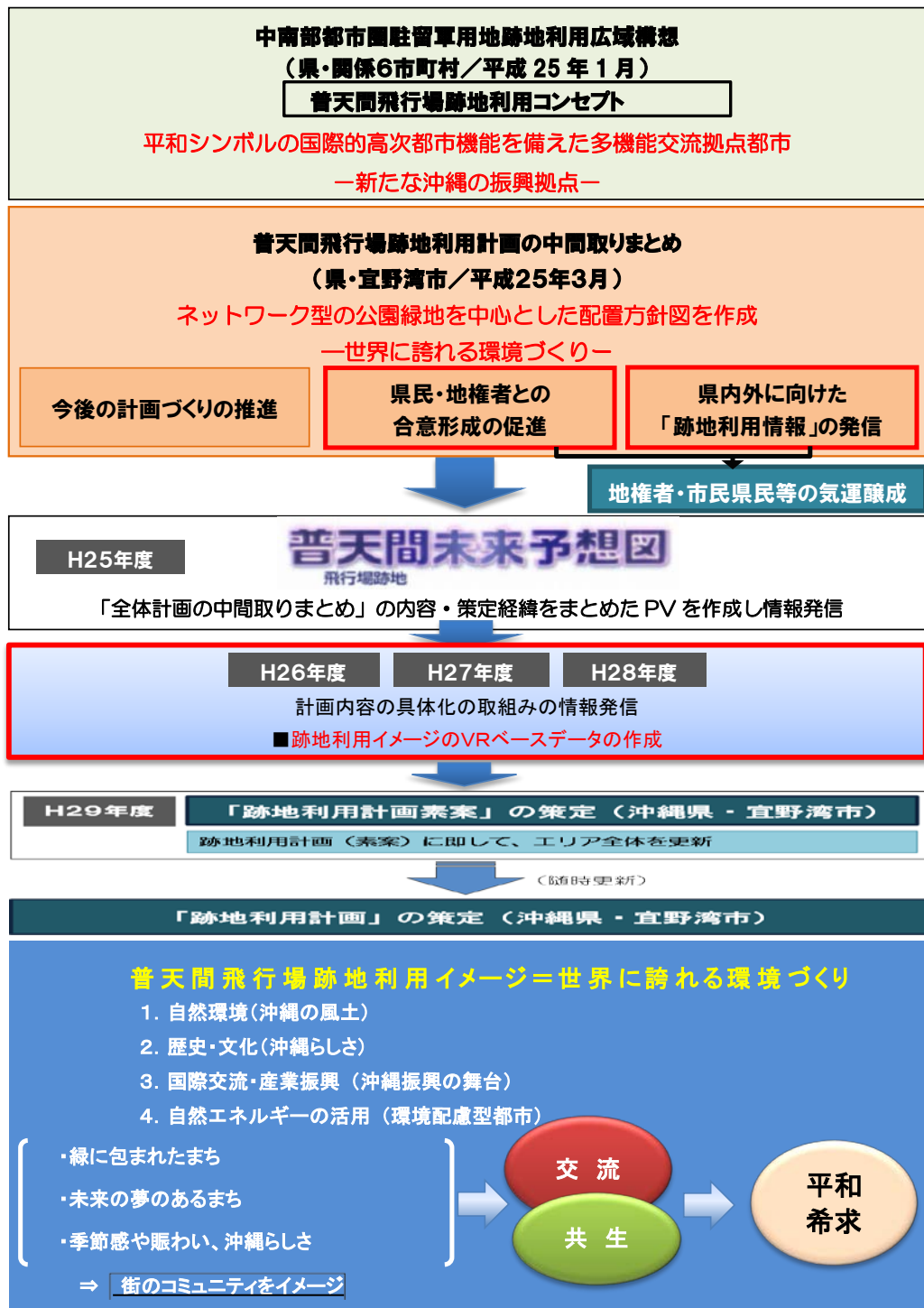
図Ⅳ-1 PV作成の流れ

(2) PVの活用方法

PVは多くの地権者、市民、県民へ情報発信することが重要と考え、地元の字ごとの郷友会、地主会、普天間飛行場の跡地利用を考える若手の会、ねたてのまちベースミーティングなど積極的に活動されている団体の会合等で見ていただく機会を設けて意見を聴取する。また、県のホームページ内の動画チャンネルに格納することで、さらに広く地権者、市民、県民のみなさんに見ていただくとともに、計画案づくりに関心を持ってもらえるようにする。

平成 26 年度は、主に中央エリアをイメージして「VR編 Vol. 1」を制作、平成 27 度は、主に北側エリアをイメージして「VR編 Vol. 2」を制作、本年度は、主に南側エリアをイメージする「VR編 Vol. 3」を制作し、Vol. 1～3を合わせて、普天間飛行場の跡地利用計画の全体像をイメージできるようにしている。

■ P V制作の全体像



図Ⅳ-2 P V作成の全体像

(3) VR（バーチャルリアリティ）の作成

1) VR作成の意義と目的

① 意義と目的

跡地利用の全体的なレビュー、県民、地権者、関係機関等とのイメージ共有並びに意見集約、行政協議や各種プレゼンテーションなど、本計画の具体化を効率的・継続的に支援することを目的とし、跡地利用計画のまちづくり将来イメージを中心とした汎用三次元デジタル空間である「多機能バーチャルリアリティ（VR）」コンテンツを制作する。

② VR活用方法

柔軟に更新できるVRの特徴をふまえ、普天間飛行場跡地利用計画においてのVR活用方法を以下に整理する。

- ・プロジェクト関係者間でのイメージ共有
- ・市民や地権者との合意形成
- ・周辺市街地と連携した地域景観のシミュレーション
- ・プロジェクトにおける効果的な運用・計画上のマネジメントに活用

③ 本調査でのねらい

本調査におけるVR制作のねらいは以下のとおりである。

- ・「中間取りまとめ」の配置方針イメージの可視化すること
- ・VRを活用したプロモーションビデオ（PV）を作成すること
- ・計画内容の具体化に向けた議論のたたき台とすること

④ 本調査での留意事項

本調査におけるVR制作に係る留意事項は以下のとおりである。

- ・関係部局検討等の結果反映までには時間を要することから、「中間取りまとめ」から、骨格を想定し、たたき台を作成する。
- ・提案内容が柔軟かつ様々な可能性があることを示すため、想定された街の骨格を基に自然環境や建物の空間イメージを複数案作成する。
- ・「緑の中のまちづくり」や「沖縄らしさ」等の表現についての議論のベースとする。

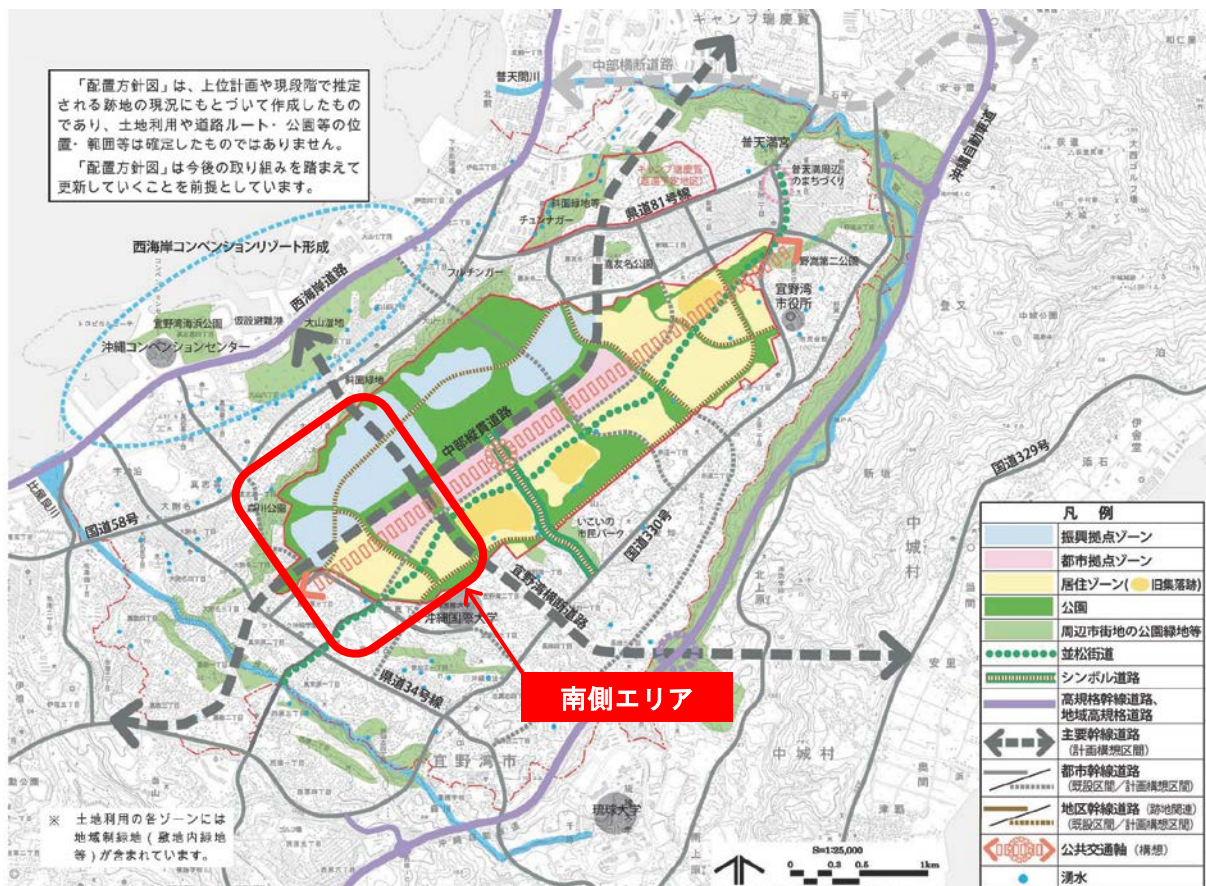
2) 平成 28 年度の詳細 V R 制作の考え方

① V R の作成の考え方

平成 28 年度の V R 制作範囲は南側エリアを中心とした全体コンセプト、基盤整備、都市拠点ゾーン、振興拠点ゾーン、居住ゾーン等の土地利用を対象に、それぞれの項目について整備イメージの検討を行った結果に基づき、南側エリアの V R 作成に向けた考え方について、具体的に整理した。

また、制作にあたる留意点は、以下のとおりである。

- ・ 県民、市民や地権者に土地の活用や生活のイメージが伝わるよう作成
 - ・ 県民、市民に向けた住宅のイメージや文化財・自然環境の保全・活用イメージが伝わるように作成
 - ・ 事業のリアリティがあるよう、ある程度夢と現実のバランスに配慮しながら作成
- * なお、作成上、広域道路や土地利用計画をある程度想定するが、現時点でのアウトプットとしては、部分イメージとして限定的に活用

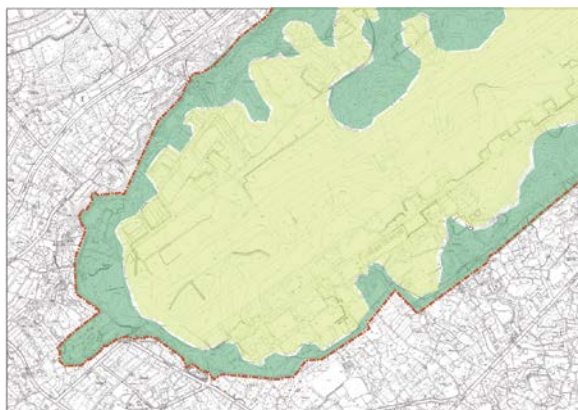


図Ⅳ-3 平成 28 年度 V R 制作範囲

②エリアにおけるまちづくりの考え方

i) 現況地形、植生の保全

- ・ 地区外周部における海岸段丘、平地林等の地形及び樹林地等の現況植生を原則として保全
- ・ 森川公園、佐真下公園との連担部については、特に樹林地の連続性やボリュームに配慮
- ・ 滑走路及び施設敷地等で利用されている平坦部を活用し、周辺環境や立地に応じて土地利用

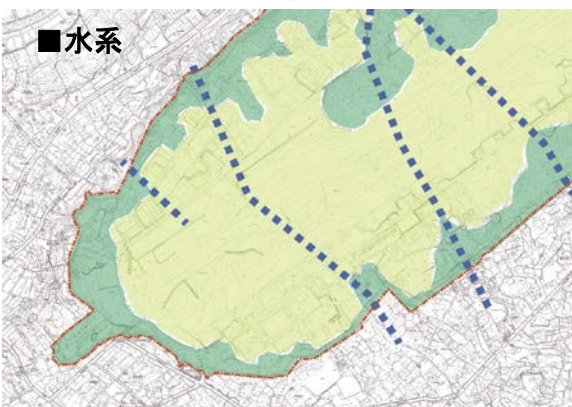


ii) 環境づくりに資する保全・再生要素の反映

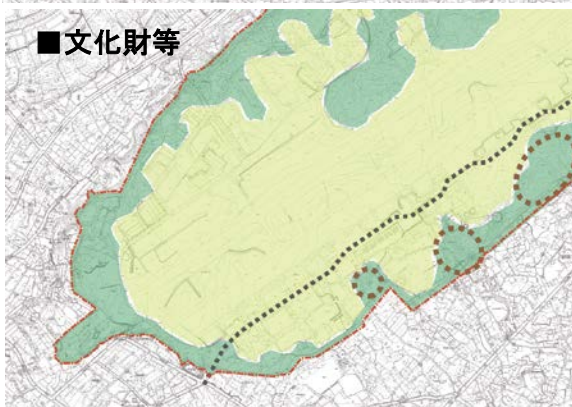
- ・ 鍾乳洞等、地下構造の保全や大山エリアの湧水の流量確保となる水源の涵養を行うため、地下水脈が想定される位置を中心に緑地帯「水路緑道」を整備
- ・ 上記により、緑が存しない現滑走路上に南北の樹林地を結節する緑のネットワークを形成するほか、沿道には緑地担保型の土地利用を配置し、地域全体としての緑量を確保
- ・ 宜野湾古集落の宜野湾メヌカー古湧泉等、文化財の残存が想定されるエリアを公園及び沖縄ならではの集落形成作法を取り入れた住宅地等により再生
- ・ 歴史環境軸である並松街道を再生し、にぎわいある沿道土地利用を配置するほか、公園等によりイベント等に活用される馬場広場を再生



■水系



■文化財等



iii) 導入機能を踏まえた将来土地利用の想定

- ・那覇国港第2滑走路・西海岸道路の整備、沖縄アジア経済戦略構想、国際医療拠点構想等による新たな視点⇒国内外、特にアジアとの経済的な交流強化を念頭に必要な導入機能を想定
- ・上記に加え「中間取りまとめ」による、振興拠点ゾーン、都市拠点ゾーン、居住ゾーンの配置及び区分を踏襲するほか、当地区の開発理念（万国津梁、シマの基層）を踏まえ、下記のゾーンを設定

万国津梁

1) 振興拠点ゾーン

①研究開発ゾーン

- ・「21世紀ビジョン」、「広域構想」、「沖縄県アジア経済戦略構想」、西普天間住宅地区跡地における「国際医療拠点」構想等を踏まえ、主に琉球大学医学部との連携による製薬・医療機器等のライフサイエンス分野を中心に、国際交流や沖縄振興に資する産業分野に係る官民の研究所を配置
- ・西海岸のオーシャンビューのロケーションを活かした研修所のほか、地震や津波リスクを踏まえた防災安全性や国内外との大容量通信網等を活用し、データセンター等のバックオフィスを想定

②国際交流ゾーン

- ・大規模公園近接部においては、こうした都市機能を支援し、国際交流等を促進する国際会議場を配置するほか、西海岸地域における将来のリゾートシフトによる移設も視野に、来街者の呼び込みや交流を促進するためのスポーツや集客イベント等に活用する多目的ドーム・アリーナを配置
- ・西海岸のオーシャンビューのロケーションを活かし、ビジネスユースにも対応するホテルを配置

(仮)普天間公園

2) 都市拠点ゾーン

①エントランスゾーン

- ・地区南西端には地区のエントランス部にふさわしい特徴的なゲート及び建物を配置

②市民文化・交流ゾーン

- ・市役所近接部には市民のニーズに対応した市民文化会館（イベントホール）を配置

③ビジネス・研究開発支援ゾーン

- ・振興拠点ゾーンの研究機能と居住ゾーンの高等学術機能を連携する産官学連携施設やインキュベーター施設を配置
- ・研究機能を支える業務オフィス、レンタルラボ、ビジネスユースのホテル等を配置

シマの基層

3) 居住ゾーン

①歴史的景観再生ゾーン

- ・並松街道沿道には沿道景観を形成し、賑わいを創出する低層の店舗付き住宅等を配置
- ・宜野湾、佐真下等の集落地権者の受け皿となる戸建住宅地（伝統的集落形成作法等の導入含む）を公園等により保全する文化財エリアを中心に配置

②地域コミュニティ再生ゾーン

- ・上記の周辺部に地権者等の需要や意向に対応したコミュニティ創出型の戸建住宅地を配置
- ・都市拠点ゾーンとのフリンジ部や幹線道路沿道に中層の集合住宅ゾーンを配置

③高等教育ゾーン

- ・振興拠点ゾーンでの研究機能を補完し、「市総合計画」等で想定される高等教育施設等の集積を具現化するため、国内外の大学、大学院等の高等教育・学術研究機関を誘致するほか、地域のニーズに対応する高等学校、中学校等の教育施設を配置

iv) TOD を具現化する交通インフラの整備

- ・鉄軌道、中部縦貫道路、宜野湾横断道路等、広域交通インフラの導入空間を確保
- ・地区周辺の交通利便性を高める、国道 58 号と国道 330 号を結節するラダー方向の行き止まり幹線道路との接続
- ・西海岸リゾートエリアとの連携を促進するため新たな公共交通システム（LRT 等）を導入

③イメージVRの作成について

■振興拠点ゾーン



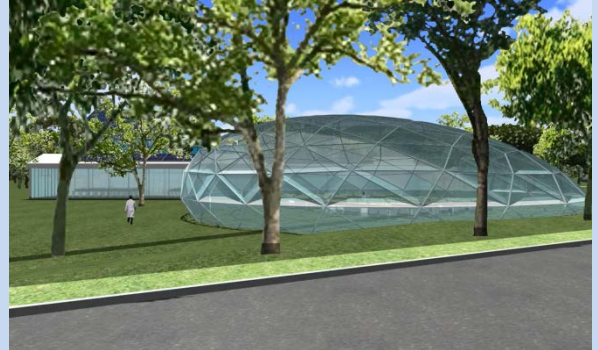
研究施設イメージ



研究施設俯瞰イメージ



モニュメントイメージ



研究施設イメージ

■都市拠点ゾーン



文化ホールイメージ



文化ホールイメージ



LRT 導入イメージ



ホテルからの西海岸眺望イメージ

■居住ゾーン



戸建て住宅イメージ



戸建て住宅イメージ



馬場の復元イメージ



メヌカー(ウプガー)復元イメージ



地下の水の道に沿った緑道イメージ

図Ⅳ-4 VRを活用した普天間飛行場跡地利用における南側エリアの将来イメージ（案）

(4) P Vの制作

1) 平成 28 年度のプロモーションビデオ（P V）制作の取組について

本年度は、沖縄の地理的な優位性や国際交流・経済振興などを表現することや沖縄の将来を担う若者に夢を与えるようなイメージを作成することに留意し、第1回有識者検討会議における意見のほか、有識者や関係課等から意見聴取する場を設け、P V制作に取り組んだ。

平成28年度の計画内容の具体化に向けた取組み

(情報発信に関連するもの)

P V作成にあたっての留意点

- ・沖縄の地理的な優位性や国際交流・経済振興などを表現。
- ・沖縄の将来を担う若者に夢を与えるようなイメージを作成。

第1回有識者検討会議での主な意見

- ① 国際的なアピールをしていかなければいけないので、世界に発信するものを意識してほしい。
- ② 緑地の持つ意味や地下水涵養のあり方、自然エネルギーの活用などを取り入れてほしい。
- ③ 並松街道と住宅地、西側の緑、新たに導入される産業が公園や幹線道路とどう関係するか。
- ④ 若者向けの情報発信の仕方（SNSの利用等）も考えてもらいたい。

普天間飛行場跡地利用計画のP V制作プロジェクト

沖縄振興がテーマとなる南側エリアのイメージP Vの制作に向け、沖縄の未来を見据え、沖縄振興へ向けた有効な意見を集約して制作するため、有識者や関係課から意見を聴きながら進める。

有識者

- ・大規模公園等コンセプトの反映
- ・普遍的な資源を活用したまちづくりの反映
- ・沖縄の産業振興の反映

地権者・市民等

- ・宜野湾市懇話会

関係課

- ・企画調整課(21世紀ビジョン)
- ・アジア経済戦略課(アジア経済戦略構想)
- ・交流推進課(世界のウチナーンチュ大会)
- ・ものづくり振興課(国際医療拠点)
- ・交通政策課(那覇空港第2滑走路)
- ・道路街路課(広域幹線道路)

平成26年度

〈中央エリアイメージ〉

【配慮事項】

- ・自然環境(沖縄の風土)
- ・歴史・文化(沖縄らしさ)
- ・国際交流・産業振興(沖縄振興の舞台)
- ・自然エネルギーの活用(環境配慮型都市)

平成27年度

〈北側エリアイメージ〉

【配慮事項】

- ・北側エリアに多く残されている歴史・文化資源の保全・活用
- ・隣接する西普天間住宅地区や周辺市街地の開発と連携

平成28年度

〈南側エリアイメージ〉

【配慮事項】

- ・那覇空港や西海岸地域とのアクセス条件を活かした土地利用計画
- ・アジアのダイナミズムを取込む経済振興や国際協力・貢献機能の導入による振興・交流拠点形成

平成29年度

〈全体エリアの更新〉

【配慮事項】

- ・各エリアを総括し、世界に誇れる環境づくりと交流、共生、平和に繋がる跡地利用の全体イメージ

2) P Vの流れ

県民・市民・地権者の合意形成・意向醸成や県外・海外への情報発信にも活用すること、また、沖縄の将来を担う若者に夢を与えられることをふまえ、P Vの流れを検討した。

0. プロローグ（これまでの取組内容の紹介）

- ・駐留軍用地跡地利用の必要性（沖縄の新たな発展・県土構造の再編等）
- ・沖縄21世紀ビジョンを踏まえた沖縄の未来を表現
（那覇空港第二滑走路、広域的に結ぶ骨格道路や体系的な幹線道路網の整備等）
- ・普天間飛行場跡地利用の過年度 P V の紹介
（中央エリア：世界に誇れる環境づくりを目指した4つのコンセプトを表現、北側エリア：コミュニティの再生・創生を3つの視点で表現）
- ・今年度のP V 特徴を説明（アクセス条件を活かした土地利用、沖縄振興・国際交流の舞台となる拠点形成イメージを表現）

1. 風土に根ざした琉球の文化（シマの基層）を踏まえた土地利用計画

- ・跡地の特性である「水」、「地形」、「緑」、「歴史」などを活用した土地利用
- ・まちま〜いを通して得られた歴史・文化資源の知見の活用
- ・原風景模型制作から得られた知見と跡地利用計画への反映
- ・普遍的な歴史・文化資源を活かす大規模公園を中心とした優れた住環境のまちの実現を目指す（住まう人々・世界中から集まる人々が憩い交流する場）

2. 公園都市（沖縄振興の舞台）

- ・沖縄中南部を南北と東西につなぐ道路、新たな公共交通のクロスポイントに大きな公園ができ、この公園を中心とした快適なまち
- ・世界の人々を魅了する環境づくりによる研究開発、産業振興の誘導
- ・アジアのダイナミズムを取込み世界の人々を魅了する沖縄振興の舞台
- ・公園都市を目指したまちづくりが産業振興、沖縄振興へつながり、新たな国際交流を生む

3. エピローグ

- ・新たな時代における万国津梁の実現（琉球の先人の歴史、平和の架け橋として世界から来訪者を呼び込む国際交流の拠点等）
- ・世界で活躍しているウチナーンチュネットワークの継承発展へ
- ・普天間未来予想図は、未来のまちづくりをイメージしたものであり、地権者、市民、県民の声でさらに夢が膨らむことを表現
- ・これらの未来のまちづくりのイメージをもとに跡地利用の気運醸成を図る
- ・今後の紹介（これまでの意見や検討内容を反映させ、計画内容を随時更新）

3) 今年度のP V制作・演出のポイント

- ・V R画像だけではなく、参考資料画像（イメージカット含む）を交え、地権者・市民・県民がイメージしやすいものとして、未来のまちづくりを想起
- ・有識者等の意見を反映させながら、P Vの更なる期待度を高める

(5) P V制作プロジェクト（有識者等ヒアリング）の実施

沖縄振興がテーマとなる南側エリアのイメージP Vの制作に向け、沖縄の未来を見据え、沖縄振興へ向けた有効な意見を集約して制作するため、有識者等から意見聴取を実施し、様々な知見をふまえ制作した。

1) P V制作プロジェクトの実施概要

■意見聴取先

- （P V制作全体会議有識者）
 - ・池田 孝之 琉球大学名誉教授
 - ・上江洲 純子 沖縄国際大学法学部准教授
- （P V有識者ヒアリング）
 - ・中本 清 沖縄県建築設計サポートセンター理事長
 - ・小野 尋子 琉球大学工学部准教授
 - ・嘉手苺 孝夫 沖縄観光コンベンションビューロー専務理事
 - ・安里 進 沖縄県芸術大学附属研究所客員研究員
- （地元懇話会）
 - ・地主会
 - ・若手の会
 - ・ねたてのまちベースミーティング

■実施スケジュール

- ・第1回P V制作全体会議 : 平成29年2月1日、3日
- ・第2回P V制作全体会議 : 平成29年2月20日
- ・第3回P V制作全体会議 : 平成29年3月15日
- ・P V有識者ヒアリング : 平成29年3月14日、17日、23日、30日
- ・第4回懇話会の場を借りて意見聴取 : 平成29年3月8日

2) 主な意見

① 第1回P V制作全体会議

■P V構成について

- ・沖縄21世紀ビジョンを踏まえた沖縄の未来をプロローグへ。次いで南側エリアの紹介、シマの基層からまちの価値を高める公園、公園都市が研究都市となり、そこにさまざまな産業や人が集まり交流が起こり、琉球王国の時代の万国津梁の理念につながり、アジア経済戦略構想を踏まえた沖縄の未来のエピローグへと流れるほうがよい。

■シマの基層の表現について

- ・シマの基層は普遍的な要素でありわかりやすく説明する必要がある、これまで議論してきた内容はしっかりと反映させる必要がある。

■万国津梁・国際交流の表現について

- ・研究施設は緑の中にあり、職住近接や衣食住がそろっているイメージと考えられるので俯瞰では素晴らしさが見えてこない、アイレベルにすべき。また、交流を見せやすいのは公園である。

■研究施設の表現について

- ・人の交流だけでなく、産業や研究を含めた交流の場になる。キーワードはリゾート、アートである。また、緑と水に囲まれオープンな空間で働いているフランスのソフィアアンティポリスのようなイメージがよい。

②第2回PV制作全体会議

■プロローグについて

- ・県土構造再編には、嘉手納以南の駐留軍返還の内容のみでなく西海岸や東海岸の状況など幅広い話も盛込んだ方がよく、経済効果については想定される普天間の経済効果を入れたほうがよい。

■シマの基層の表現について

- ・今まで議論を重ねており具体的に分かりやすく説明し、水・緑・文化財のそれぞれが重なっている図で示したほうがよい。水の道は断面図で表現できるとよい。

■南側エリアの特徴の表現について

- ・シマの基層から成る大規模公園で生み出される産業として、リゾートのような環境の中での研究施設が考えられ、それがITやAIなどの産業とつながり、さまざまな商品が生み出され、モノだけでなく人も集まり、MICEやコンベンションの機能を有することになる。

■公園の表現について

- ・公園の魅力や価値がみえづらいので、公園内から見た研究施設や住宅地、公園が人々の交流の場となり、さらには地理的に交通のクロスポイントとして便利であることがわかるとよい。緑のみでは魅力が伝わらないので工夫が必要。

■万国津梁の表現について

- ・研究を契機とした交流が国際性を持ち、それがかつて琉球王国が行っていた万国津梁の理念につながるという内容がエピローグにあるとよい。

③第4回懇話会（※地主会、若手の会、NBMの方々にPVの意見を伺った）

■シマの基層の表現について

- ・南側エリアは緑が多いのは分かるが、逆に緑ばかり目立ち土地利用のイメージが湧かない。
- ・シマの基層のところで、鳥や虫など生きものが出てくるとイメージがわいてよいのではないか。

■産業振興の表現について

- ・公園の周りに研究施設が集まるイメージが伝わらない。空港や航空機産業が出てくるが、空港と跡地がどうつながるかイメージできない。
- ・中央エリア、北側エリアでは鉄軌道や幹線道路のことに触れていたが、今回の南側エリアでもあった方がよい。南側エリアのどのあたりに道路が入ってくるかがみたい。
- ・シマの基層は伝わるが、沖縄振興につながるイメージがしにくい。道路、鉄軌道のクロスポイントになることで産業振興につながるといった方が分かりやすい。
- ・拠点のイメージが何を持っての拠点なのか示した方がよい。

■その他

- ・VRで人が入ると建物の大きさや緑との距離感とかがイメージできるようになる。
- ・PVは地権者へ単独で上映する機会はほとんどなく他の資料説明と同時に行うので、全体は長すぎない方がよい。

④第3回PV制作全体会議

■産業振興の表現について

- ・学会のシンポジウムやフォーラム等の堅い写真も挿入した方がよい。また、MICEのように大規模な展示場で商談しているようなシーンを入れることで、研究やビジネスで様々な人が集まっている様子が見える。

■交流の表現について

- ・近未来的な建物に人が集まるシーンがあるが何の建物かわからない。
- ・ウチナーンチュ大会の写真ばかりでなく、働いている人、学んでいる人が集まっている姿も入れた方がよい。

■公園の価値の表現について

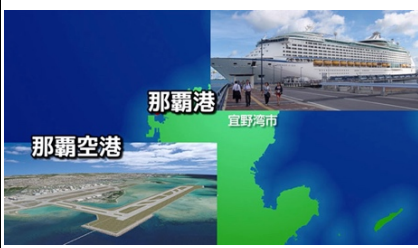
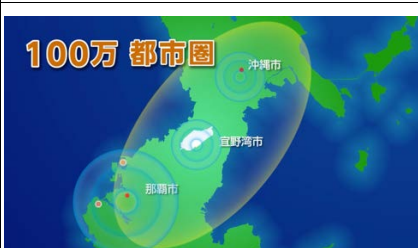
- ・公園がまち全体の価値を高め、周辺地域とつながる役割を担うので説明は工夫したほうがよい。

■エピローグの万国津梁の表現について

- ・エンディングの前に入っているためインパクトが弱い。最後の締めにかけていて跡地から地球規模的な広がりで終わるのがよい。

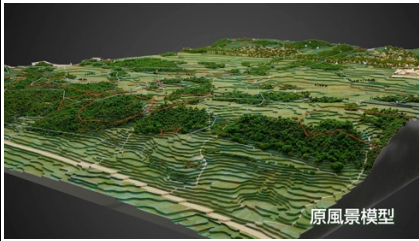
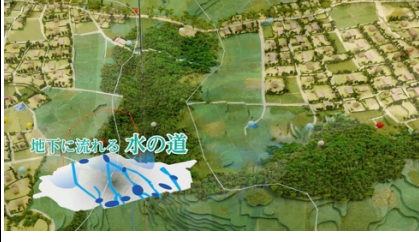
(6) 今年度制作のPV構成・演出のポイント

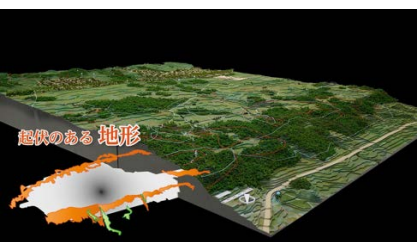
表Ⅳ-1 今年度のPV構成・演出のポイント

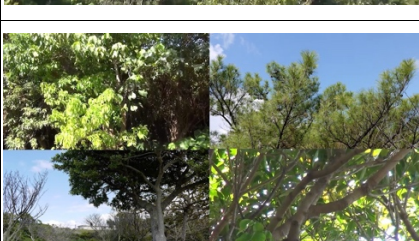
章	cut	TIME	映像	ナレーション	シナリオ
0. プロローグ（これまでの取組内容の紹介）					
	01			はいたいぐすーよちゅうがなびら 普天間飛行場跡地がまちになること。 それは、沖縄が発展する大きなチャンスです。	・駐留軍用地跡地利用の必要性 （沖縄の新たな発展）
	02			普天間飛行場跡地は、今後、返還が予定されている 中南部の基地の中央に位置しています。	・駐留軍用地跡地利用の必要性 （県土構造の再編等）
	03			沖縄の玄関口である那覇空港や那覇港から 内陸部をとおり北部へつながる軸。	・沖縄21世紀ビジョンを踏まえた沖縄の未来を表現 （広域的に結ぶ骨格道路や体系的な幹線道路網の整備等）
	04			共にコンベンションやレクリエーション施設を活用した、リゾートを目指す「西海岸」と「東海岸」をつなぐ軸。	
	05			このクロスポイントとなる普天間飛行場跡地が、まちになると、これまで分断されていた中南部の100万都市圏がひとつにまとまります。	

06		100万都市圏 キャンプ島江 返還前 返還後 郡市 出典：駐留軍用地跡地利用に伴う経済波及効果等に関する検討調査（平成27年1月）	2015年1月に沖縄県が発表した予想によると、 周辺の跡地利用とも連動して、大きな経済効果を生み出します。	※駐留軍用地跡地利用に伴う経済波及効果等に関する検討調査（平成27年1月）
07	1分 13秒 / 1分 13秒	国際交流 産業振興 アジアの交易の中心	ここに、世界につながる国際交流と産業振興の拠点を置くことで、アジアの交易の中心になるのです。	
08		釜松街道 神山集落 宜野湾集落 戦前の宜野湾	この地には、かつて集落がありました。 緑の森があり、家々が軒を連ね、 人々の普通の暮らしがありました。	
09		1947年の宜野湾	米軍の基地になり、集落や暮らしは消えてしまいました。	
10		1977年の宜野湾	戦後、基地の周りに移り住むことを余儀なくされ、 いびつな都市になっていきます。	
11	47秒 / 2分 00秒	1977年の宜野湾	一方、基地の中には、時が止まったように、 戦前の姿のままの森や、かつての暮らしの痕跡が まだ残されていたのです。	

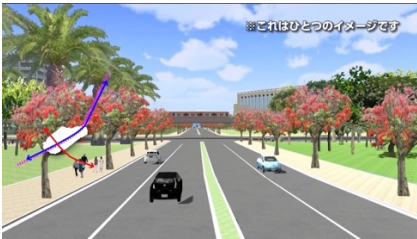
12			この、基地に残る昔の暮らしを活かしながら、新しいまちをつくったらどんな風景になるでしょう。	
13			中央エリアでは水と緑のつながり、沖縄らしい気候風土と調和するまちを	・普天間飛行場跡地利用の過年度PVの紹介 ・中央エリア：世界に誇れる環境づくりを目指した4つのコンセプトを表現
14			北側エリアでは歴史や文化、先人の知恵から学び、周辺の跡地利用と連携して、さまざまなコミュニティを創り出すまちをイメージしました。	・北側エリア：コミュニティの再生・創生を3つの視点で表現
15			今回は、主要な道路が交差するアクセス条件の良い南側エリアを中心に、	・今年度のPV特徴を説明（アクセス条件を活かした土地利用、沖縄振興・国際交流の舞台となる拠点形成イメージを表現）
16	55秒 / 2分55秒		沖縄振興の舞台となる新しいまちをイメージしてみます。	
1. 風土に根ざした琉球の文化(シマの基層)を踏まえた土地利用計画				
17			まちづくりで大切にしたいのは、いにしえから、ここに住む人々の生活に深く関わっていた「地下の水脈」、「土地の形」、「森の緑」、「歴史や文化」です。	・跡地の特性である「水」、「地形」、「緑」、「歴史」などを活用した土地利用

18			かつての集落の様子を、古い写真などを参考にしながら、	・原風景模型制作から得られた知見と跡地利用計画への反映
19			模型で再現してみました。	
20			また、地元の方々と基地周辺を巡り、戦前、ここで、どのような生活をしていたかを探りました。	・まちま〜いを通して得られた歴史・文化資源の知見の活用
21	42 秒 / 3 分 37 秒		これらの取り組みを、新しいまちの緑地や広場、住宅などの参考にしながらイメージしてみましょう。	
22			普天間飛行場の地下には、	シマの基層 ・「水」を活用した土地利用
23			あまみず 宜野湾に降る雨水が、琉球石灰岩層でろ過され、大山などから湧き出て西海岸へと流れる、	
24			水の道があります。	

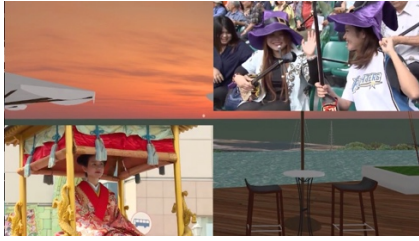
25			かつての宜野湾や神山の集落には、多くの湧水(カー)がありました。	
26			生活用水としてはもとより、産湯や元旦に邪気を祓う若水などにも使われ、	
27			(同録) そこが昔のカー、	Na 水がわき出るところは、
28			(同録) ウブガーがあるところ	Na 暮らしの安寧を祈る場所として、集落には欠かせないものでした。
29			新しいまちには、このような先人達の「水を大切に作る暮らし方」から学び	
30	59 秒 / 4 分 36 秒		地下水を守るために、緑の空間を多くつくることなど、環境へ配慮した風景をイメージしてみました。	
31			飛行場の滑走路あたりは、平らに見えますが、実際は起伏があり	シマの基層 ・「地形」を活用した土地利用

32			緑の空間を上手に配置することで、風の流れをつくることができます。	
33			琉球王国時代の偉人、蔡温(さいおん)が広めた「風水地理」の知恵。 北風を遮り冬は暖かく、夏は海風を取り込み涼しく過ごすまちづくりに学び、	
34			例えば、新しいまちにも、 夏は、公園や緑地でつくられる、冷たい新鮮な空気を、風の道を通して送り込む、住宅地。	
35	50 秒 / 5 分 26 秒		エネルギー消費を抑え、暑い夏を快適に過ごす…。 そんな環境と共生するまちをイメージしてみました。	
36			普天間飛行場内とその周辺に残っている緑。	シマの基層 ・「緑」活用した 土地利用
37			ここには、地形や土の性質にあった宜野湾特有の樹木が残っています。	
38			この森の中には、かつての宜野湾集落の信仰の聖地であった	

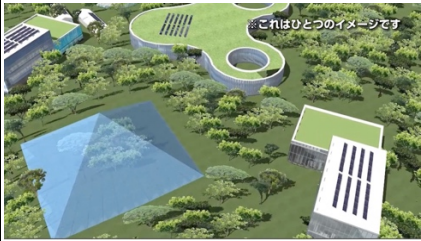
39			メヌカーがあります。	
40			〈同録〉 (拝所のウンチケー(移設)はしていない。)	
41			〈同録〉 今残っているから、そこで拝むのが筋だから…	
42	41 秒 / 6 分 07 秒		この森を「メヌカーの杜(もり)」として整備し、自然を敬いながら生活していた、先人たちの想いを、将来のこどもたちにつなぐ公園にしてはどうでしょう。	
43			その昔、市場(まちぐわあ)の隣には馬場があり、時には走りの優雅さを競う琉球競馬(んまはらしー)や	・普遍的な歴史・文化資源を活かす大規模公園を中心とした優れた住環境のまちの実現を目指す(住まう人々・世界中から集まる人々が憩い交流する場)
44			綱引きなどのイベントが行われ、人々が汗を流し、歌い、踊り、笑い合った集落の拠り所になっていました。	
45			その拠り所であった、馬場などの広場や並松街道沿いの風景をできるだけ再生し、	

46			過去と未来をつなぐ新たな交流の場としてはどうでしょう。	
47			このように、かつて普天間飛行場内にあった集落の形や生活の知恵、風土に根ざした琉球の文化を踏まえながら 周辺環境とも溶け合うまち、	
48	55 秒 / 7 分 02 秒		豊かな緑の中に人々が集まり、産業が育つ「公園都市」をイメージしてみましょう。	・ 普遍的な歴史・文化資源を活かす大規模公園を中心とした優れた住環境のまちの実現を目指す（住まう人々・世界中から集まる人々が憩い交流する場）
2. 公園都市(沖縄振興の舞台)				
49			沖縄中南部を南北と東西につなぐ道、 新たな公共交通の軸となる鉄軌道。	
50			そのクロスポイントに誕生する大きな公園。	
51			この公園を中心に、人々が、住み、	

52			働き、楽しむ、便利で快適な生活が生まれます。	
53			広場の周りには常識にとらわれず、柔らかな発想が求められる、先端医療や人工知能、ロボット開発などの、	・世界の人々を魅了する環境づくりによる研究開発、産業振興
54			研究施設やオフィスなどを世界から呼び込みましょう。	
55			沖縄の太陽(ていーだ)の輝き、海風(うみかじ)を受けた緑の中で、	・アジアのダイナミズムを取込み世界の人々を魅了する沖縄振興の舞台
56			心も体もリラックスできれば、きっと他では思いつかないような発想が生み出されることでしょう。	
57			この「公園都市」に集まるのは、研究の合間に文化や芸術を楽しむ、	
58			そこからまた新たな発想を生み出す、	

59			自由で柔軟な心を持つ人々です。	
60			琉球の明るく、色鮮やかな文化と世界から集る多様な文化がとけ合い、	
61			色彩豊かなアートや音楽がまちにあふれます。	
62			緑に包まれ、住むこと、働くこと、	
63	1分 30秒 / 8分 32秒		楽しむことがつながるこの公園は、まちの価値を高めます。	・公園都市を目指したまちづくりが産業振興、沖縄振興へつながり、新たな国際交流を生む
3. エピローグ				
64			沖縄本島の中南部を結び、大きな都市になる可能性を秘めた普天間飛行場跡地。	・新たな時代における万国津梁の実現（琉球の先人の歴史、平和の架け橋として世界から来訪者を呼び込む国際交流の拠点等）

65			この地に古から根付いている豊かな自然と、先人たちの歴史や文化を感じながら、	
66			緑にあふれた「公園都市」をイメージしてきました。	
67			世界中から人々が集まり、	・世界で活躍しているウチナーンチュネットワークの継承発展へ
68			住む人、働く人、楽しむ人、学ぶ人が	
69			ともに語らう交流の場となるでしょう。	
70			この「公園都市」を中心に、既に動き出している西海岸と東海岸の国際物流や情報通信産業などと連携しながら、	

71		様々な産業につながっていく未来。	
72		かつて、琉球王国が交易で築いた「交流、繁栄、平和」の象徴「万国津梁」の志し。	
73		今、沖縄が目指すのは、世界中から人々が集い、交流が生まれ、産業に繋がり、	
74		平和に貢献する新しい時代の「万国津梁」として、 沖縄からアジアへ、そして世界へと、ひろげること。 これを実現することができるのは、 国際交流と産業振興の拠点となる 普天間飛行場跡地です。	
75		ご覧いただいた映像は、未来のまちづくりの、ひとつのイメージです	・普天間未来予想図は、未来のまちづくりをイメージしたものであり、地権者、市民、県民の声でさらに夢が膨らむことを表現
76		これからも、多くの県民、市民、地権者の皆さんの声や、	
77		いろいろなことを学びながら、計画内容を随時更新していきます。	

78			そして、県外など多くの皆様にも情報を発信し、「沖縄 21 世紀ビジョン」に掲げる、沖縄のあるべき姿の実現の輪を広げていきましょう。	- これらの未来のまちづくりのイメージをもとに跡地利用の気運醸成を図る - 今後の紹介（これまでの意見や検討内容を反映させ、計画内容を随時更新）
79		協力 普天間飛行場跡地利用計画策定有識者検討会議のみなさま 宜野湾市懇話会のみなさま 字宜野湾・字神山まちなみ〜に参加されたみなさま NBミーティングのワークショップに参加されたみなさま	いっぺーにふえてーびたん	
80	2 分 13 秒 / 10 分 45 秒	沖縄県/宜野湾市		

2. 模型を活用した普天間飛行場跡地における原風景イメージの作成

(1) 原風景模型の作成について

1) 原風景模型作成の背景・目的

普天間飛行場跡地においては、かつて水系・緑地・地形などの自然環境とのかかわりを大切にしながら、集落での生活や、田畑での耕作、御嶽等での祭祀行事など、先人たちの暮らしがあった。しかしながら、基地として接収・改変されたことで、その生活・生業や自然環境は失われた。

跡地利用を検討するにあたり、その先人たちの暮らしを理解し、土地利用に関する知恵や、空間構成などを継承していくという視点も重要であると考えられる。

したがって、基地整備による改変前の地形、土地利用、集落構成、生活・生業を視覚的に確認し、跡地利用における土地利用のあり方、公園・緑の配置やあり方、歴史・文化資源の保全・活用のあり方、さらには景観形成に関する考え方の検討材料とすることを目的として原風景模型を製作する。

また、模型を地域住民との話し合いに活用するなど、旧集落の遺跡等をどの様に利用していたのか、新たな発見や住民相互の確認を通して、跡地利用の検討に住民意見を活かしていく。

2) 原風景模型作成方針

① 模型作成に向けた基本的考え方

模型作成に向けた基本的な考え方を以下に示す。

- 馬場、闘牛場、井泉など、人が集まる共有空間や御嶽、殿などの祭祀空間を表現する。
- 範囲については、東西方向に縦長にして集落を挟む両端の地形を含める。
- スタディ模型として象徴的な部分をデフォルメしたものとする。
- 地形の起伏は1：2（ヨコ：タテ）とし、水系や御嶽の森、集落周辺にある緑地等を表現する。

② 模型での表現で留意すべき事項

- 御嶽、殿を基本的に捉え、墓地、山林、田畑の違いを表現する。
- 道路の方向、集落の向きを表現する、(風の通り方が理解できるような表現)。
- 御嶽の緑地、農地内緑地、西側斜面緑地を表現するが、特に、御嶽を包含する緑地については目立つように表現する。
- 神道、メーヌミチ等集落の象徴的な道を表現する。
- 屋敷の表現については、ノロ殿内、殿（トゥン）など、祭祀にかかわる建築物とその敷地、番所や学校、マチグワー、サーターヤーなどの生活とかかわりの深い公共施設を強調する。
- 馬場、闘牛場など村の行事に係る空間は強調する。
- 並松街道については、シンボル空間として可能な限り丁寧に表現する。

- 井泉については、ウブガーや若水汲みに利用される湧水を強調する。
- 河川。水路等水系は一目で視認できるように表現を工夫する。
- クムイについては、共同クムイを強調する。
- 西側のグスク時代、先史時代の遺跡についても、赤枠等で表現する。
- 省略すべきものは削る（詳細に表現しない）。

3) 原風景模型作成の手順

①原風景模型の年代設定

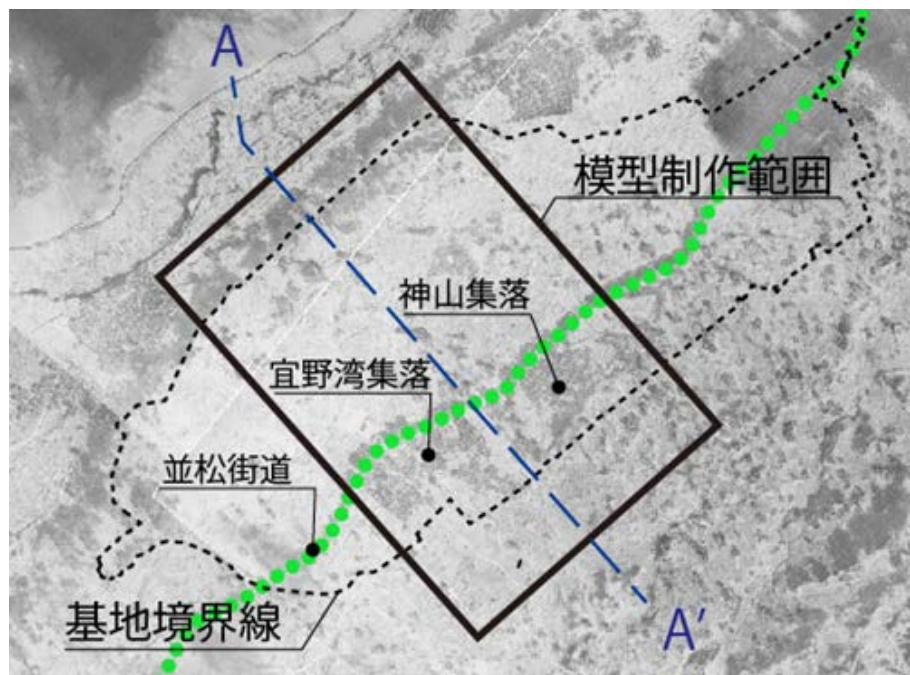
米軍撮影の航空写真を基本に原風景模型を製作するため、土地利用状況、集落の状況等は 1945 年 1 月時点の基本とする。

②原風景模型の基図について

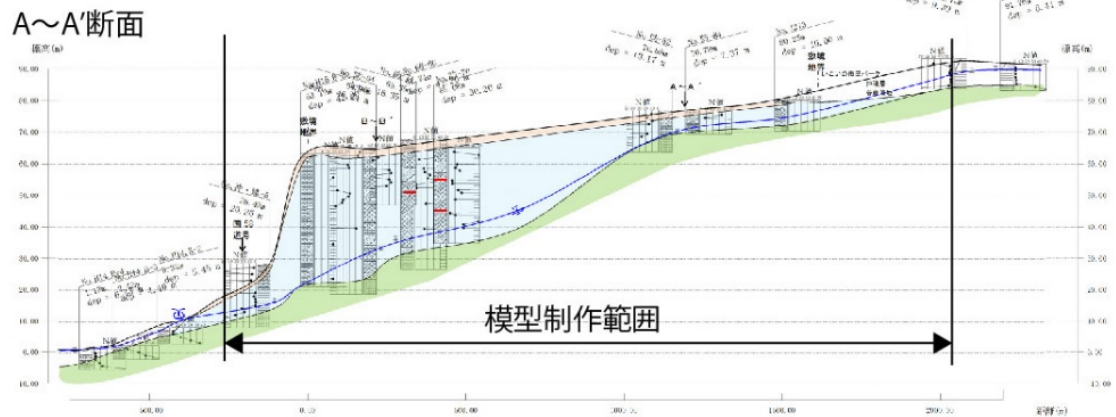
模型の基図については、1948 年（昭和 23 年）に米軍が作成したスケール 1/4,800 の地図（AMS 製 L893 図）を利用する。当該地図は集落接收後ではあるが、地形が詳細に表現されており、基地整備による地形の改変が比較的進んでないことから、模型制作に適当であると考ええる。

③原風景模型制作範囲について

模型の範囲は、宜野湾古集落及び神山古集落を中心とした、並松街道、抱護林、水系、御嶽や湧水（カー）、墓、馬場、農地、池など、先人たちの暮らしと深くかかわる要素を表現可能な範囲で、微地形も目視できるスケールとする。また、長辺を東西方向とし、両側の丘陵地を表現する。したがって、スケールは 1/750、長辺 2,700mm×短辺 2,000mm とする。



図Ⅳ－5 模型作成の範囲



図Ⅳ－6 模型作成範囲中央部の想定断面図

④ 模型作成の資料等

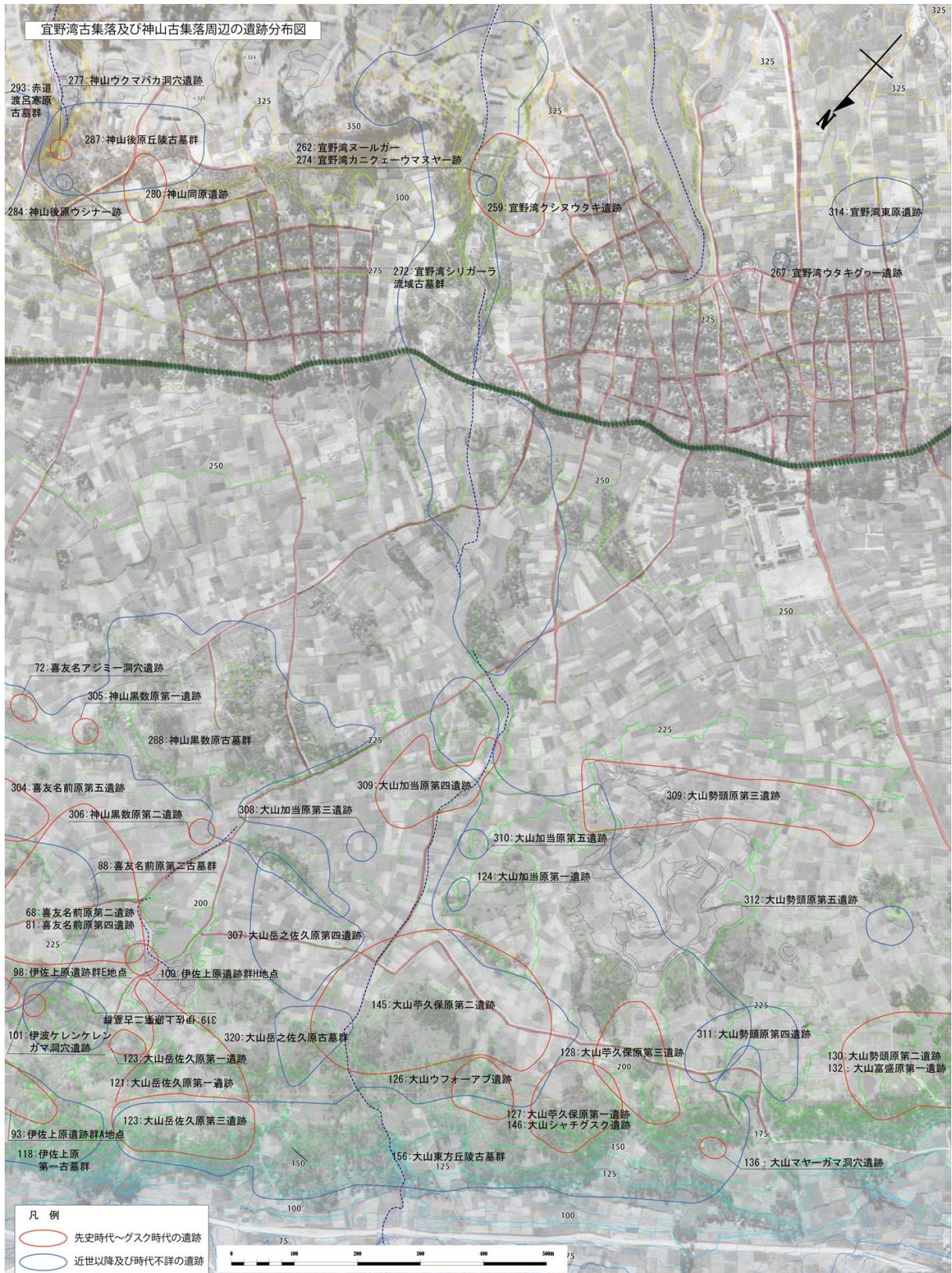
原風景の空間構成要素、土地利用状況を把握するため、以下の資料を活用する。

- ① 1945 年 1 月 3 日撮影の米軍航空写真（沖縄県公文書館所有）
- ② 「普天間飛行場内遺跡地図（中間報告）」沖縄県教育委員会・宜野湾市教育委員会
- ③ 「ぎのわん 字宜野湾郷友会誌」字宜野湾郷友会
- ④ 「神山誌」字神山郷友会
- ⑤ 字宜野湾旧集落模型製作に向けた基礎調査報告書」字宜野湾郷友会
- ⑥ 「宜野湾市史」宜野湾市教育委員会
- ⑦ 重要文化財保存整備基本構想作成業務〔Ⅰ〕、〔Ⅱ〕、〔Ⅲ〕において整備された GIS データ

上記のほか、適宜、写真等各種資料を活用する。また、制作にあたっては、郷友会会員参加型で進め、往時の生活様式や街並み風景などを聞き取るとともに、遺跡類の保全・活用のあり方の意見集約を行う。

⑤ 模型地形の縦横比について

地形の高低差を強調させるために、地形模型の垂直縮尺は平面縮尺の 2 倍とする。



図Ⅳ－7 模型作成の基図として作成した遺跡分布図

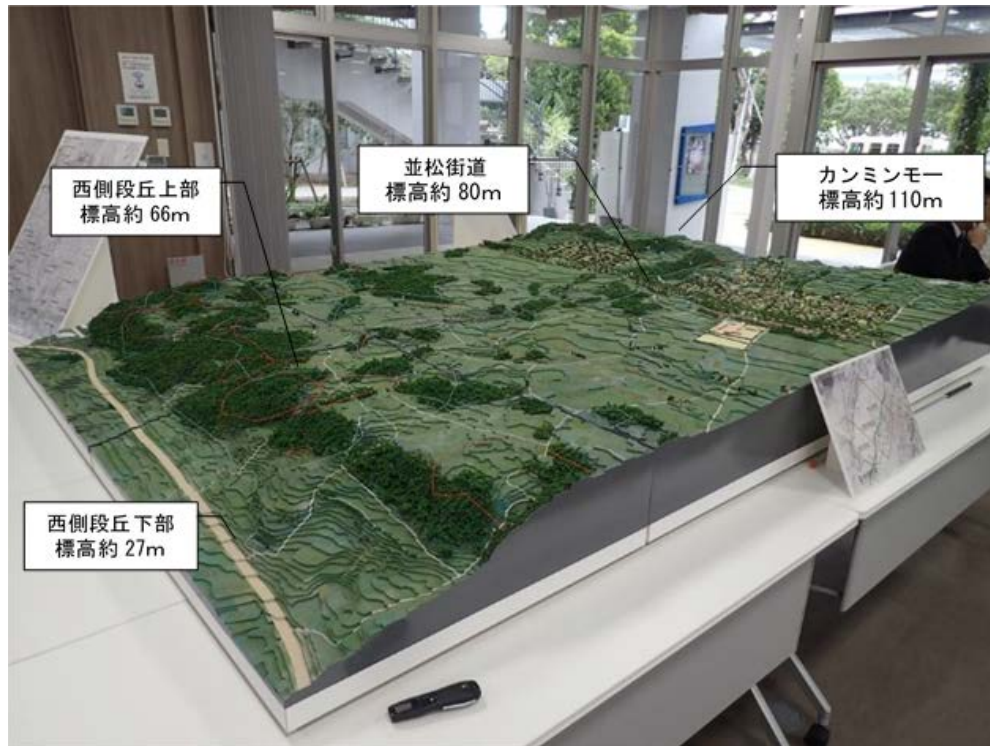


図Ⅳ—8 模型の表現の検討材料として作成した集落構成要素図

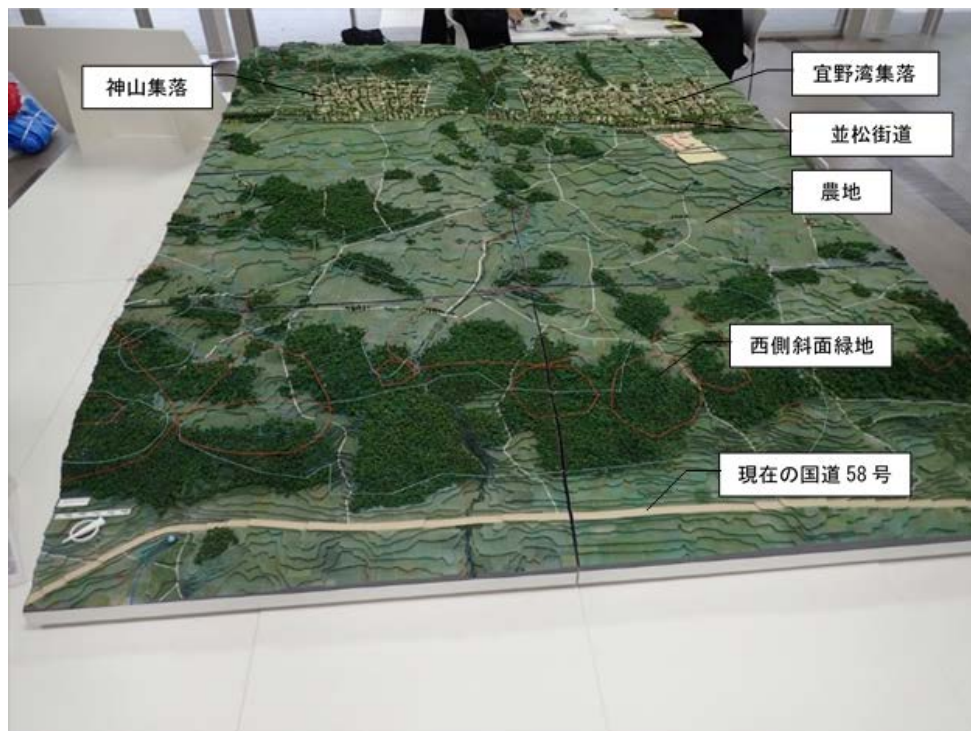
※へ—又図は、米軍撮影航空写真(1945年1月撮影)を使用

4) 原風景模型

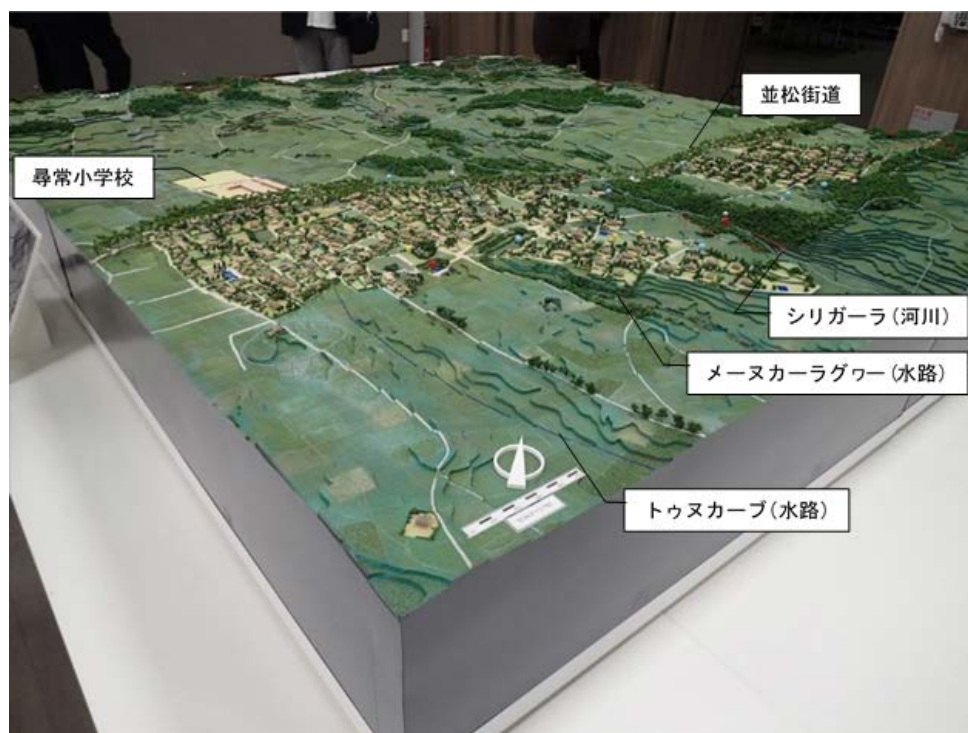
完成後の原風景模型の写真を以下に示す。



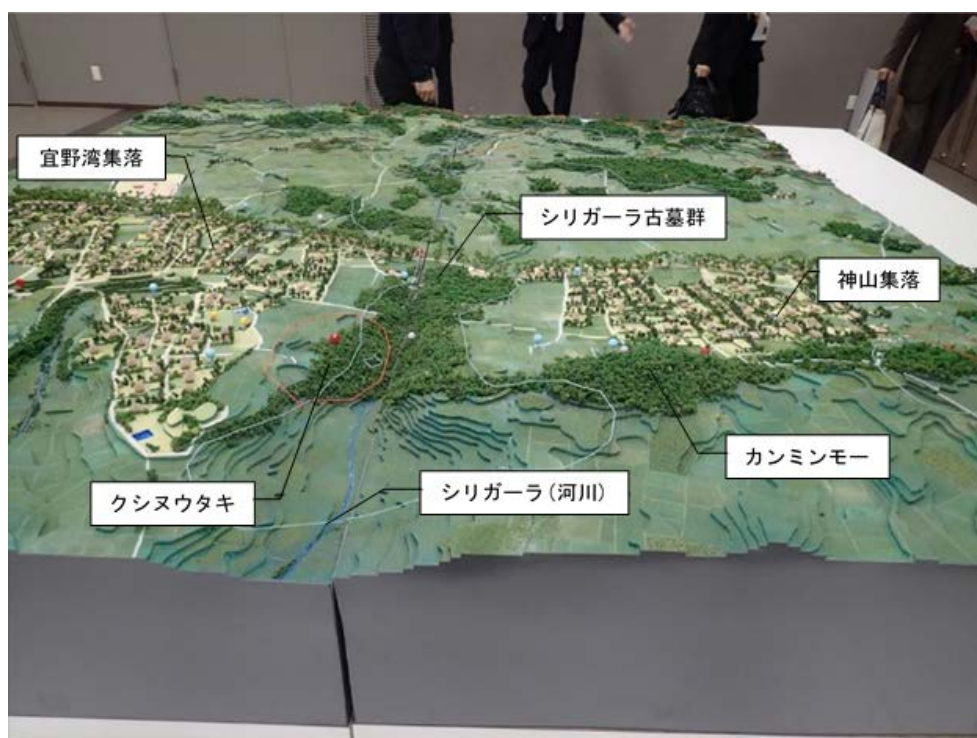
写真Ⅳ－1 模型全体①(西側より撮影)



写真Ⅳ－2 模型全体②(北西側より撮影)



写真Ⅳ－3 模型全体③(南側より撮影)



写真Ⅳ－4 模型全体④(南東側より撮影)

3. 跡地利用に関する機運の醸成を図る催しの提案

(1) 県民フォーラムの開催提案

1) 開催目的

普天間飛行場跡地利用に関するこれまでの取組みを広く県民に知ってもらい、跡地利用に関する気運を醸成するとともに、県民の跡地利用に関する提案・意見を聴取する場を多数設ける。

特に、過年度作成した PV や VR などは、跡地利用をイメージしやすく、多くの県民に見てもらえる機会を設けることで、今後の取り組みへの関心が高まることが期待できる。また、水系アクリル模型や本年度制作する原風景模型等展示・解説し、跡地の自然環境や歴史・文化への関心も高まり、より具体的な意見の聴取が期待できる。

2) 講演内容の検討

普天間飛行場跡地利用の配置方針及び配置方針図の更新に向け、地権者や周辺の地域住民等にとって、より関心の高いテーマであり、「中間取りまとめ」以降、議論を深化させてきた「自然環境・歴史文化資源等の保全活用（普遍的なポテンシャル）」に関する内容及び沖縄の新たな振興拠点・国際交流拠点として、県民が期待しているテーマであり、今後、議論を深化させていくべき「普天間飛行場跡地利用に期待される新たなポテンシャル」に関する内容とする。

普天間飛行場跡地利用に活用すべき
普遍的なポテンシャル

普天間飛行場跡地利用に期待される
新たなポテンシャル

【基本的趣旨】

地権者及び地域住民が関心の高い「自然環境・歴史文化資源の保全活用」に関する講演と、今後の県全体に影響を及ぼす跡地利用における新たなポテンシャルの創出に関する講演とすることで、未来志向のフォーラムとする。

基調講演「普天間に残る資源の保全・活用方針」

過年度までに調査されてきた自然環境資源や歴史文化資源に関する報告及び普天間飛行場跡地利用における資源の保全・活用方針に関する講演を行うことで、地域への愛着が醸成され、地元の各種団体や地域住民等との協働のまちづくりを推進することが可能であると考えられる。

パネルディスカッション「普天間の資源と新たな可能性」

西普天間住宅地区跡地と連携した国際医療拠点の展開やアジアのダイナミズムを取り込む国際振興・国際交流の拠点形成等、普天間飛行場跡地の新たな可能性に関する内容は、県民の跡地に関する機運を醸成することが可能であると考えられる

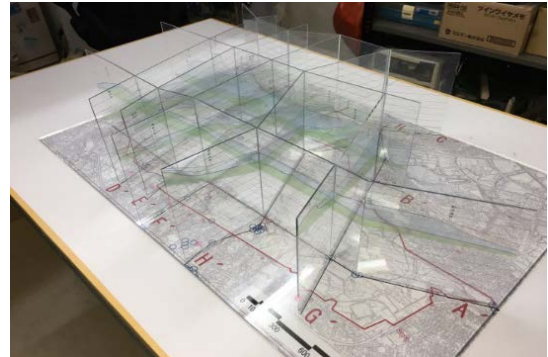
3) これまでに作成したコンテンツの展示・放映コーナーの設置

過年度までの成果であるPVやVR、模型等のコンテンツを展示、放映することで、今後の取り組みへの関心が高まることが期待できる。また、各コンテンツ内容に関するアンケート調査を実施することで、幅広い参加者から多角的な意見を得ることが期待できる。

展示・放映するコンテンツ	意見聴取内容
1. 原風景模型の展示・解説	戦前の集落における人々の暮らしから、大切にされていた場所を認識してもらい、まちづくりの参考となる <u>空間構成要素</u> についての意見を得る。
2. 水系アクリル模型及び自然環境に関するパネル展示	跡地における自然環境資源について理解を促し、 <u>今後の土地利用</u> や <u>環境共生のまちづくり</u> についての意見・提案を得る。
3. VR を操作できるようなブース	跡地利用計画（案）の内容及び未来の街のイメージを視覚的に認識してもらい、跡地の <u>将来像</u> についての意見を得る。
4. 平成 25～27 年までに作成した PV の放映	



パネル展示(H26 実施)



水系模型(H27 作成)



プロモーションビデオ(H25～27 作成)



原風景模型(H28 作成)

4 今後の情報発信策の具体化

県民フォーラムや「まちま〜い」などイベントの開催告知・報告や平成 27 年度版の P VなどをHP上で掲載し、跡地利用の実現に向けた取組状況を幅広くPRすることを旨とする。

(1) 県内外・国外へ情報発信するホームページコンテンツの更新

1) 「P V V R編 Vol.3 北側エリア」コンテンツの更新

【TOPページ】

北側エリアの画像に差し替え

北側エリア文言追加

北側エリア公開情報追加
リンク先: VRページ

北側エリアの画像に差し替え

【VRページ】



2) Google アナリティクストラッキングコードの埋め込み

HPのアクセス数の分析の実施するため、全ページにGoogleアナリティクスのトラッキングコードの埋め込みを行う。

【全ページ】

```

27 <link rel="SHORTCUT ICON" href="http://www.pref.okinawa.lg.jp/favicon.ico">
28 <script type="text/javascript" src="/shared/site/js/jquery.js"></script>
29 <script type="text/javascript" src="/shared/site/js/gd.js"></script>
30 <script type="text/javascript" src="/shared/site/js/setting_head.js"></script>
31
32
33 <!-- ↓futenma -->
34 <link rel="stylesheet" type="text/css" href="/shared/css/style.css" />
35 <!-- ロールオーバー -->
36 <script type="text/javascript" src="/shared/js/smartRollover.js"></script>
37 <!-- スライドショー -->
38 <link href="/shared/css/image_navigation.css" rel="stylesheet" type="text/css" />
39 <script type="text/javascript" src="/shared/js/jquery.js"></script>
40 <script type="text/javascript" src="/shared/js/jquery.imageNavigation.js"></script>
41 <script type="text/javascript">
42     var $171= jQuery.noConflict(true);
43     $171(function(){
44         $171("image-navigation").imageNavigation({
45             time:4000,
46             animationTime:500,
47             rolloverTime: 0,
48             rolloutTime: 500
49         });
50     });
51 </script>
52
53 <!-- ↑futenma -->
54
55
56 <script type="text/javascript" src="/shared/site/js/ga.js"></script>
57
58 <script>
59     (function(i,s,o,g,r,a,m){i["GoogleAnalyticsObject"]=r;i[r]=i[r]||function(){
60         (i[r].q=i[r].q||[]).push(arguments)};i[r].l=1*new Date();a=s.createElement(o),
61         m=s.getElementsByTagName(o)[0];a.async=1;a.src=g;m.parentNode.insertBefore(a,m)
62     })(window,document,'script','https://www.google-analytics.com/analytics.js','ga');
63     ga('create', 'UA-92578800-1', 'auto');
64     ga('send', 'pageview');
65 </script>
66
67 </head>
68
69 <body class="format_free">
70 <script type="text/javascript" src="/shared/site/js/setting_body.js"></script>
71 <div id="tap_wrapper">
72 <noscript>
73 <p>このサイトではJavaScriptを使用したコンテンツ・機能を提供しています。JavaScriptを有効にするとご利用いただけます。</p>
74 </noscript>
75 <div id="tap_wrapper2">
76 <div id="tap_wrapper3">
77 <p><a href="#tap_honbun" class="skip">本文へスキップします。</a></p>
78
79
80 <!-- ↓沖縄共通ヘッダー -->
81 <div id="tap_header">
82 <div id="tap_logo">
83 <p><a href="/index.html"><span>沖縄県</span></a></p>
84 </div>
85 <div id="tap_target">

```

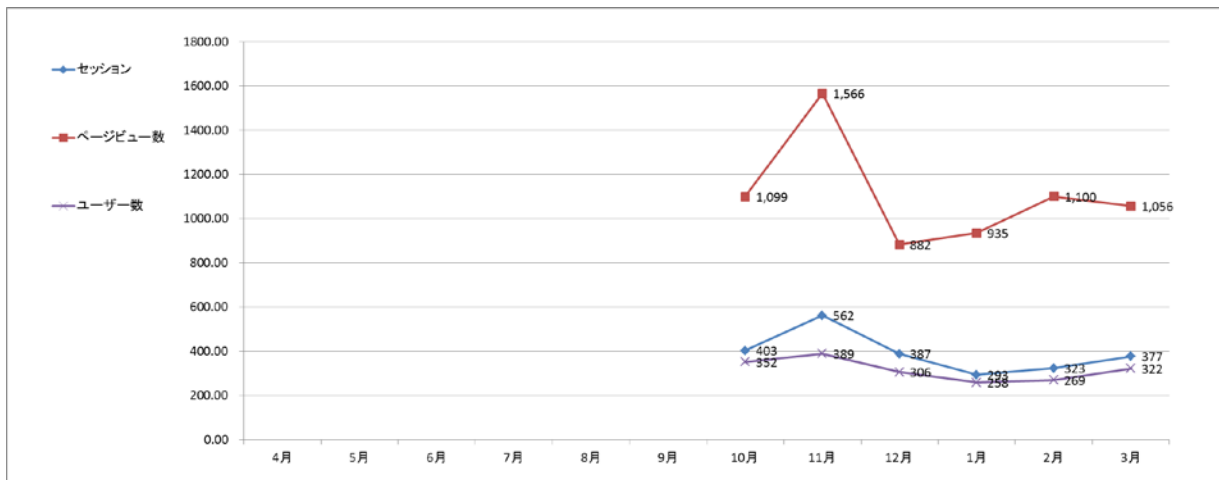
Googleアナリティクス
トラッキングコードの埋め込み

3) アクセス解析結果

Google アナリティクスを使いHPのアクセス解析を行った。月平均約 300 名のユーザーが来訪し、約 1,000 ページビューがある。1 ユーザー当たり約 3 ページを閲覧している。アクセス数が多いのは、TOP ページで次にVR ページである。

表Ⅳ-2 月別アクセスログ等

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	合計
セッション							403	562	387	293	323	377	2,345
ユーザー数							352	389	306	258	269	322	1,896
ページビュー数							1,099	1,566	882	935	1,100	1,056	6,638
ページ/セッション							2.73	2.79	2.28	3.19	3.41	2.80	2.87
訪問時の平均滞在時間							0:02:04	0:02:55	0:02:07	0:02:31	0:03:13	0:02:32	0:02:34
直帰率							47.89%	31.67%	45.48%	45.05%	37.77%	46.68%	42.42%



【用語解説】

セッション: アクセスユーザがサイトに流入してから離脱するまでの一連の ページ遷移のことをセッションと呼びます。

ユーザー数: 指定した期間にサイトにアクセスしたユーザーの数です(同じユーザーは 1 回だけカウントされます)。

ページビュー数: 閲覧されたページの合計数です。同じページが繰り返し表示された場合も集計されます。

ページ/セッション: 1セッションあたりのページビュー数です。1回あたりに何ページを閲覧をしたのかを判断します。

訪問時の平均滞在時間: 1セッションあたりの平均滞在時間。

直帰率: 1 ページだけを閲覧した訪問数(ランディング ページでサイトを離脱したユーザーの訪問)の割合です。

表Ⅳ-3 ページ別ページビュー数

ページ名	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	合計
◆トップページ /futenma-mirai/index.html							523	490	396	398	438	503	2,748
◆基地が返還される /futenma-mirai/001.html							88	122	63	84	103	110	570
◆まちがつながる /futenma-mirai/002.html							94	123	65	87	131	93	593
◆緑の中のまちをつくる /futenma-mirai/003.html							52	97	45	71	82	74	421
◆人々が集まるまちができる /futenma-mirai/004.html							84	103	55	65	97	69	473
◆未来のまちイメージVR /futenma-mirai/005.html							127	114	72	87	160	114	674
◆県民の声 /futenma-mirai/006.html							32	29	15	22	26	35	159
◆関連リンク /futenma-mirai/007.html							7	8	3	13	22	12	65
◆中南部都市圏駐留軍用地跡地利用計画広域構想 /futenma-mirai/008.html							24	18	15	35	23	22	137
◆跡地利用に伴う経済効果 /futenma-mirai/009.html							18	31	8	23	18	17	115
計							1,049	1,135	737	885	1,100	1,049	5,955

4) 「普天間飛行場 未来予想図 ENGLISH ページ」の制作

全体計画の中間取りまとめ（英語版）、中南部都市圏駐留軍用地跡地利用広域構想（英語版）を公開するため、普天間飛行場 未来予想図HP内に ENGLISH ページを作成する。

【ENGLISH ページ】

沖縄県 OKINAWA PREFECTURE

観光・移住 事業部 子どものページ 報道提供 資料 Foreign Language

検索 検索について 組織で探す 文字サイズ・色合い変更

ホーム 暮らし・環境 健康・医療・福祉 教育・文化・交流 産業・仕事 社会福祉 観光情報 基地

動く！ 普天間飛行場跡地未来予想図

みんなで考え、動き出している計画の様子を動画でご覧いただけるサイトです

TOP ページ 計画のポイント [全体計画の中間とりまとめ] 未来のまち イメージVR まちまーい 県民の声 関連リンク ENGLISH (English Page)

中南部都市圏駐留軍用地跡地利用広域構想 跡地利用に伴う経済効果

"Interim Report of Overall Plan" for Site Utilization Plan of MCAS Futenma

(Aerial photo of MCAS Futenma)

Regarding the site utilization of MCAS Futenma, Okinawa Prefectural Government and Ginoza-city have jointly formulated "Basic Policy for Site Utilization of MCAS Futenma" (in February 2006) and "Action Plan for Formulating Site Utilization Plan of MCAS Futenma" (in May 2007). Based on these, we have conducted a joint survey by the prefectural government and the city, cultural property survey by the city, natural environment survey by the city and consensus building among involved parties.

Okinawa Prefectural Government also formulated wide-area frameworks such as "Okinawa 21st Century Vision" Basic Plan (in May 2012) and "Wide-Area Framework for Site Utilization of the Former U.S. Military Bases in Central and South Okinawa Urban Areas" (in January 2013).

In April 2012, "Act on Special Measures Concerning Promotion of Effective and Appropriate Use of the Lands in Okinawa Prefecture Previously Provided for Use by Stationed Forces" came into force, which prescribes the central government's obligation concerning pre-return inspection and creation of advance acquisition system of the land. With the legislation in place, it has become easier for planned items to be materialized.

"Interim Report of Overall Plan" is summarized as an intermediate result toward the formulation of the site utilization plan based on the wide-area framework and the results of the efforts so far. It is assumed that we will update the plan while listening to opinions of prefectural citizens, landowners and others, also while clarifying the planning condition by the on-site investigation.

PDF "Interim Report of Overall Plan" (English version) 5.33MB

On the publication of "Wide-Area Framework for Site Utilization of the Former U.S. Military Bases in Central and South Okinawa Urban Areas" (January, 2013)

(Aerial photo of MCAS Futenma) (Aerial photo of MCAS Futenma) (Aerial photo of MCAS Futenma)

(Aerial photo of MCAS Futenma) (Aerial photo of MCAS Futenma) (Aerial photo of MCAS Futenma)

With support from relevant municipalities, landowners' associations and others, Okinawa Prefectural Government has discussed the utilization of the returned land from a cross-regional perspective since FY2010 and compiled "Wide-Area Framework for Site Utilization of the Former U.S. Military Bases in Central and South Okinawa Urban Areas" in January, 2013 which shows a direction of coordinated use of the six former U.S. military facilities.

The Wide-Area Framework is designed to readjust the urban structure, enhance the city function, and build a city with a million residents which leads to the development of the entire Okinawa by recognizing the mid-south metropolitan area as a single entity, utilizing the characteristics of each site, and cooperatively developing the area by sharing the roles from a broad regional perspectives.

PDF Wide-Area Framework for Site Utilization of the Former U.S. Military Bases in Central and South Okinawa Urban Areas (English version) 10.57MB

関連リンク

沖縄県「基地」 沖縄県「普天間飛行場の跡地利用に向けた「全体計画の中間取りまとめ」」 宜野湾市「市政情報・基地関連情報」

沖縄21世紀ビジョン

Copyright © 普天間飛行場跡地 未来予想図 All Rights Reserved.

ページの先頭へ戻る

サイトマップ お問い合わせ 携帯サイト 県庁へのアクセス 庁舎案内 リンク集

サイト利用規約 | RSS利用案内 | 個人情報保護方針 | フェアークレジットポリシー

沖縄県庁 〒900-8570 沖縄県那覇市泉崎1-2-2 電話(代表) 098-866-2333
Copyright © Okinawa Prefectural Government. All Rights Reserved.

5) 「字宜野湾・字神山まちなみ」ページの制作

平成 28 年 12 月 2 日（金）に実施した“宜野湾まちま〜い”について、取材を行いHPにて、地域に残る湧水、旧道、地形、遺跡等について広く公開することを目的とする。

【まちまーいページ】

[illegible]

6) TOPページ他のメニューの見直し

ENGLISH ページ、まちまーいページの追加に合わせて、TOP ページ他のメニューの見直しをし、ユーザーの導線の改善を図る。

【TOP ページ】



【その他全ページ】



(2) SNS 活用の可能性の検討

新たな情報入手手段として、SNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）が若者を中心に普及している。全国の自治体でも、SNSを情報発信に活用する動きが活発化し、SNSを活用した情報発信に効果を上げる自治体も出ている。SNSを活用した情報発信に本格的に取り組むべきあると考え、SNS活用の可能性について検討をする。

1) 現状のホームページの分析

現状、SNSの活用は、youtube（沖縄県公式アカウント）でのVRアニメーション（中間取りまとめ、中央エリア、北側エリア）3本の公開のみとなっている。他の行政では、Facebook、Twitter、LINE、Instagramを中心に、市民へ行政の情報発信、観光PRで活用されている。



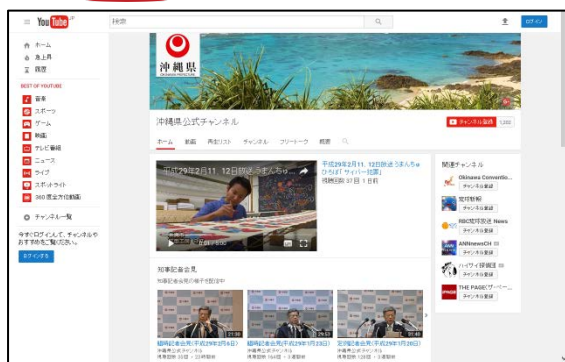
2) SNS活用の目的

普天間未来予想図サイト認知拡大と動画（youtube）閲覧数、チャンネル登録数増加を、目的とする。サイトからの動画への誘導だけではなく、youtubeからのサイトへの誘導も強化する必要がある。

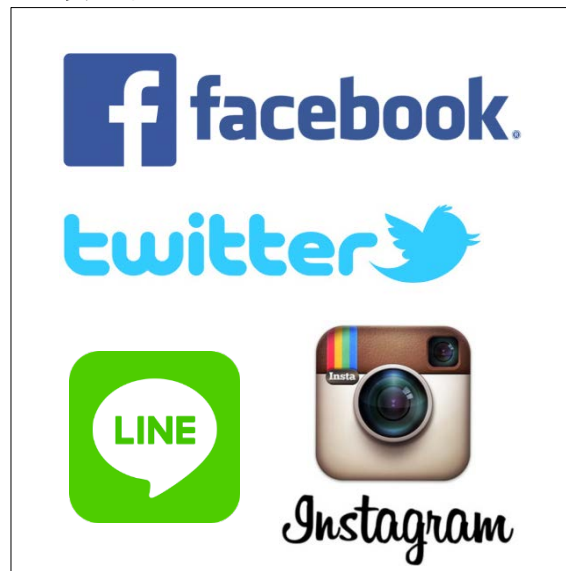


効果的に誘導

You Tube 沖縄県公式チャンネル



代表的なSNS



3) 他の行政のSNS活用状況

全国の行政のSNS利用数

表Ⅳ-4 全国の行政のSNS利用数

Twitter	Facebook	Youtube	LINE
607 件	1059 件	237 件	46 件



■ F A C E B O O K都道府県別採用率

表Ⅳ-5 FACEBOOK都道府県別採用率

	都道府県別	自治体数			採用率
		採用有	採用無	合 計	
1	秋田県	21	5	26	80.80%
2	大分県	15	4	19	78.90%
3	茨城県	33	12	45	73.30%
4	福井県	13	5	18	72.20%
5	兵庫県	30	12	42	71.40%
	愛媛県	15	6	21	71.40%
7	広島県	17	7	24	70.80%
8	大阪府	31	13	44	70.50%
9	京都府	19	8	27	70.40%
	宮崎県	19	8	27	70.40%
11	島根県	14	6	20	70.00%
12	静岡県	25	11	36	69.40%
13	富山県	11	5	16	68.80%
14	石川県	13	7	20	65.00%
	滋賀県	13	7	20	65.00%
16	岡山県	18	10	28	64.30%
17	鹿児島県	27	17	44	61.40%
18	福岡県	37	24	61	60.70%
19	鳥取県	12	8	20	60.00%
20	埼玉県	38	26	64	59.40%
21	神奈川県	20	14	34	58.80%
22	宮城県	21	15	36	58.30%
23	岐阜県	25	18	43	58.10%
24	奈良県	23	17	40	57.50%
25	福島県	34	26	60	56.70%
26	愛知県	30	25	55	54.50%
27	岩手県	18	16	34	52.90%
28	山形県	19	17	36	52.80%
29	佐賀県	11	10	21	52.40%
30	新潟県	16	15	31	51.60%
31	山口県	10	10	20	50.00%
	長崎県	11	11	22	50.00%
	熊本県	23	23	46	50.00%
34	東京都	31	32	63	49.20%
35	北海道	88	92	180	48.90%
36	徳島県	12	13	25	48.00%
37	沖縄県	20	22	42	47.60%
38	和歌山県	14	17	31	45.20%
39	千葉県	24	31	55	43.60%
40	長野県	34	44	78	43.60%
41	三重県	13	17	30	43.30%
42	栃木県	11	15	26	42.30%
43	山梨県	11	17	28	39.30%
44	香川県	7	11	18	38.90%
45	高知県	13	22	35	37.10%
46	青森県	13	28	41	31.70%
47	群馬県	11	25	36	30.60%
合 計		984	804	1788	55.00%

■Twitter 都道府県別採用率



表Ⅳ-6 Twitter 都道府県別採用率

	都道府県別	自治体数			採用率
		採用有	採用無	合 計	
1	東京都	52	11	63	82.50%
2	茨城県	31	14	45	68.90%
3	埼玉県	44	20	64	68.80%
4	神奈川県	22	12	34	64.70%
5	大分県	10	9	19	52.60%
6	栃木県	13	13	26	50.00%
7	千葉県	27	28	55	49.10%
8	鳥取県	9	11	20	45.00%
9	静岡県	16	20	36	44.40%
10	岩手県	15	19	34	44.10%
11	秋田県	11	15	26	42.30%
12	佐賀県	8	13	21	38.10%
13	富山県	6	10	16	37.50%
14	山梨県	10	18	28	35.70%
15	群馬県	12	24	36	33.30%
	福井県	6	12	18	33.30%
	香川県	6	12	18	33.30%
18	愛知県	18	37	55	32.70%
19	新潟県	10	21	31	32.30%
	和歌山県	10	21	31	32.30%
21	青森県	13	28	41	31.70%
22	大阪府	13	31	44	29.50%
23	兵庫県	12	30	42	28.60%
24	長野県	22	56	78	28.20%
25	長崎県	6	16	22	27.30%
26	京都府	7	20	27	25.90%
27	石川県	5	15	20	25.00%
28	愛媛県	5	16	21	23.80%
29	三重県	7	23	30	23.30%
30	福岡県	14	47	61	23.00%
31	鹿児島県	10	34	44	22.70%
32	宮城県	8	28	36	22.20%
33	福島県	13	47	60	21.70%
34	岡山県	6	22	28	21.40%
35	奈良県	8	32	40	20.00%
	島根県	4	16	20	20.00%
37	山形県	7	29	36	19.40%
38	岐阜県	8	35	43	18.60%
39	北海道	30	150	180	16.70%
	広島県	4	20	24	16.70%
41	徳島県	4	21	25	16.00%
42	山口県	3	17	20	15.00%
43	滋賀県	2	18	20	10.00%
44	熊本県	4	42	46	8.70%
45	宮崎県	2	25	27	7.40%
46	高知県	2	33	35	5.70%
47	沖縄県	2	40	42	4.80%
	合 計	557	1231	1788	31.15%

■YouTube 都道府県別採用率



表Ⅳ-7 YouTube 都道府県別採用率

	都道府県別	自治体数			採用率
		採用有	採用無	合 計	
1	静岡県	14	22	36	38.90%
2	東京都	19	44	63	30.20%
3	福島県	16	44	60	26.70%
4	滋賀県	5	15	20	25.00%
	岡山県	7	21	28	25.00%
6	埼玉県	14	50	64	21.90%
7	大阪府	9	35	44	20.50%
8	愛媛県	4	17	21	19.00%
9	富山県	3	13	16	18.80%
10	京都府	5	22	27	18.50%
11	神奈川県	6	28	34	17.60%
12	福井県	3	15	18	16.70%
13	愛知県	9	46	55	16.40%
14	新潟県	5	26	31	16.10%
15	徳島県	4	21	25	16.00%
16	石川県	3	17	20	15.00%
	山口県	3	17	20	15.00%
18	沖縄県	6	36	42	14.30%
19	岐阜県	6	37	43	14.00%
20	群馬県	5	31	36	13.90%
21	長崎県	3	19	22	13.60%
22	広島県	3	21	24	12.50%
23	兵庫県	5	37	42	11.90%
24	岩手県	4	30	34	11.80%
25	長野県	9	69	78	11.50%
26	香川県	2	16	18	11.10%
27	熊本県	5	41	46	10.90%
28	大分県	2	17	19	10.50%
29	三重県	3	27	30	10.00%
	鳥取県	2	18	20	10.00%
	島根県	2	18	20	10.00%
32	千葉県	5	50	55	9.10%
33	高知県	3	32	35	8.60%
34	栃木県	2	24	26	7.70%
35	宮崎県	2	25	27	7.40%
36	北海道	13	167	180	7.20%
37	和歌山県	2	29	31	6.50%
38	山形県	2	34	36	5.60%
39	青森県	2	39	41	4.90%
40	佐賀県	1	20	21	4.80%
41	鹿児島県	2	42	44	4.50%
42	茨城県	2	43	45	4.40%
43	秋田県	1	25	26	3.80%
44	福岡県	2	59	61	3.30%
45	宮城県	1	35	36	2.80%
46	山梨県		28	28	0.00%
	奈良県		40	40	0.00%
合 計		226	1562	1788	12.64%

■ 沖縄県内公共団体別 SNS 利用状況

表Ⅳ-8 沖縄県内公共団体別 SNS 利用状況

自治体名	Facebook	Twitter	Youtube	LINE
沖縄県		○	○	
那覇市	○		○	
宜野湾市				
石垣市	○			
浦添市	○	○	○	
名護市				
糸満市	○		○	
沖縄市	○			
豊見城市	○			
うるま市	○			
宮古島市				
南城市	○			
国頭村				
大宜味村	○			
東村	○			
今帰仁村				
本部町	○			
恩納村				
宜野座村	○			
金武町	○			
伊江村				
読谷村	○			
嘉手納町				
北谷町				
北中城村				
中城村				
西原町	○	○		
与那原町	○			
南風原町				
渡嘉敷村	○			
座間味村	○			
粟国村				
渡名喜村	○			
南大東村			○	
北大東村				
伊平屋村			○	
伊是名村	○		○	
久米島町				
八重瀬町				
多良間村				
竹富町				
与那国町				

4) 他の行政のSNS活用事例

事例①	佐賀県 武雄市役所
キーワード	市民向けに行政情報の発信
期間	2006—継続中
活動内容	地方自治体として初めて、市のホームページを Facebook ページに完全移行化を目指したが断念。現在は、HPと Facebook の両方で運用している。
https://www.facebook.com/takeocity  	〔ポイント〕 取り組み、狙い など ・2006 年に Facebook をスタート ・2011 年 8 月に、行政のホームページを Facebook に完全移行し、イベントや生活に関する情報を発信。 ・あらかじめ登録しておけば、市が発信する情報をリアルタイムで受け取ることができる。また、同時に市民の側も要望や意見を即座に返すことができる。 ・市と市民の間で交わされるやりとりは、誰でも閲覧が可能。 ・「フェイスブック・シティ課」により運用 ・市職員全員が Facebook のアカウントを取得 〔効果〕 ・月 5 万件だった閲覧数は、およそ 60 倍、300 万件を越える。（2012 年 5 月時点） ・5 万人いる市民のうち、約 2 万人が市のフェイスブックに参加。（2012 年 3 月時点） ・市民の側では、行政を身近に感じるようになったという意見が多い。 ・Facebook の購読のみならず、毎年 2 月に行う「TAKEO・世界一飛龍窯灯ろう祭り」では、2012 年 Facebook の宣伝効果により来場者が前年の倍以上に。

事例②	長崎県 南島原市
キーワード	地元PR、観光資源PR
期間	2012年7月からスタート
活動内容	Facebook ページのタイトルは、「撮ってくれんね！南島原コンテスト」。同コンテストは長崎県南島原市の魅力を写した写真や動画を紹介するという企画。応募サイトへ作品をアップロードするか、メールで作品を送付するとコンテストに参加できる。市民や旅行者を中心に月に一度の賞を目指し、多い時で200件を超える応募がある。アカウントは2～3日に1回、印象的な作品をFacebook上で紹介。
https://www.facebook.com/minamishimabaracity/ facebook 南島原市 南島原市 南島原市 南島原市 撮ってくれんね！南島原コンテスト いいね！ 93,420人 · 話題になっている人 3,311人 地域団体 南島原の歴史や文化や風景、みんなの笑顔などを「動画」や「写真」で撮って応募してください！詳しくはコチラ！ → http://www.kobie-minamishimabara.jp/ 基本データ 南島原の魅力を 探す → 撮る → 応募する シェアされる ← 表彰される 私の作品が表彰された！ すごい！私も応募しよう！ コアなファン 潜在的ファン 潜在的ファンからコアなファンへ 〔ポイント〕 取り組み、狙い など ・コンテストを通じて「たくさんの人に参加してもらいつつ、南島原の魅力を知ってもらうこと」 ・「YouTube に映像をアップするだけでは誰も見てくれない」 ・開始当初は写真のクオリティの低さや応募数の少なさなどにより、Facebook で写真を投稿しても、「いいね！」はなかなか集まらなかった。 ・レベルの高い写真の投稿がきっかけで、コンテスト全体のレベルが上がり、「いいね！」が爆発的に増えて行った。 〔効果〕 ・人口5万に対し、半年で約9万人がフォロー ・いままで知られていなかった素晴らしい景観が発掘された。 ・民泊の予約者が前年の倍に。 ・同コンテストの動画で紹介したことのある市内のそうめん店は、年間の来客数が2011年の約6000人から2012年は1万2000人程度に倍増	

事例③	茨城県
キーワード	複数の部局で SNS を活用 (twitter : 35、Facebook : 29 のアカウントを運営)
期間	2011 年以降からスタート
活動内容	各部局の情報発信を twitter と Facebook を使い、県民及び県外へ情報発信を行っている。 情報発信内容は、観光、国際、女性支援、企業支援、防災、地域交流、ものづくり、公園、スポーツなど、多岐にわたりジャンル別にアカウントを取得し、情報発信を実施。
http://www.pref.ibaraki.jp/bugai/koho/kenmin/facebook/ct-sns/index.html	〔ポイント〕 取り組み、狙い など ・県民へのコミュニケーションツールとして、twitter と facebook を活用。 ・ジャンル別にアカウントを取得することにより、必要となる情報を必要とする方へ効率良く配信が可能になる。 ・twitter と facebook を連動させて、同時に同じ記事が上がるようにしている。
	〔効果〕 ・twitter : 35 のアカウントで約 350,000 人のフォロアー。Facebook : 29 のアカウントで約 65,000 人のフォロワー数があり、特に食・観光のアカウントについてフォロアー数が多い。 ・総務省の第 1 回「地方公共団体における統計利活用表彰」特別賞を受賞。SNS を活用した効果的な広報の実施

事例④	岩手県 陸前高田市
キーワード	地域の情報、被災者支援や震災の風化防止
期間	東日本大震災後に Facebook の導入
活動内容	陸前高田市の復興（まちづくり）の状況や自治体の行うイベント情報のほか、地域の情報なども多く投稿。東日本大震災で甚大な被害を受けた地域でもあるため、災害情報についてはいち早く告知を実施。立ち上げの際には被災地の復興支援の一環として武雄市が協力。
https://www.facebook.com/RikuzentakataCity/?ref=page_internal 	〔ポイント〕 取り組み、狙い など - 被災地自治体では初の導入 - フェイスブックの導入は、行政や観光など市民向けの情報と共に災害時など緊急情報の発信を目的としたもの。 - 英語での投稿もされている。 「市外の人とのつながりも大切にしたい」と、特産品の販売や、津波の被害から唯一残った「奇跡の一本松」保存のための募金ができる仕組みを取り入れた。 - 職員に「業務」と位置付け、書き込みの内容判断も任せる思い切った取り組み。
	〔効果〕 - 津波に耐えて有名になった「奇跡の一本松」保存活動では英語のページもつくり、募金の動きが国内外に広がり、陸前高田市への注目も集まった。 - 現在、約 25,000 人がフォロー。

事例⑥	熊本県
キーワード	地域のグルメ情報や旅の情報、特産品、イベント情報のPR
期間	2012年4月19日から
活動内容	「気になる！くまもと」Facebook ページでは、くまもとのおいしいグルメ情報や旅の情報、特産品、イベント情報などを発信。
熊本県広報課「気になる！くまもと」と https://www.facebook.com/kumamono 	〔ポイント〕 取り組み、狙い など 広報色の強い投稿に偏りすぎると、情報を受け取ったファンは徐々にクリックを避け、エンゲージメントが下がり、表示される機会が減ってきてしまいます。そのため、くまモンという受け入れやすいキャラクターを定期的に登場させるのは、情報拡散という面からも効果的だといえます。 〔効果〕 ・くまもとの旬な情報をお届けする熊本県広報課の公式 Facebook ページです。イベント情報や地域情報を1日1回ペースで投稿し、エンゲージメント数は右肩上がりとなっています。イベントが特に多くなる夏時期は特に高い伸び率を発揮しています。（2016年6月月間データ） ・各ページのファン数は1位の福島県（64,518人）に続いて2位（63,133人）※2017年2月13日時点で計測した数値。 ・アイコンとカバー画像に大人気ゆるキャラのくまモンが登場し、親しみやすい第一印象に。県外と思われる人からのコメントも多い。

5) 各種SNSの概要について

① Facebook (フェスブック) について



■サイトの URL

<https://www.facebook.com/>

■概要

実名制でかつ、リアルな友人関係が特徴。すでに若年層がフェイスブックから離れつつあるので、2020 年頃には中高年がメインユーザーとなることが予想されている。フェイスブックに変わる SNS が台頭すると、一気に廃れると言われている。

■ユーザー数

グローバル：17 億 1,000 万人（2016 年 6 月 30 日時点）

国内：2,400 万人（2015 年 3 月時点）

■メインとなる属性

20 代～40 代の男女

■特徴

- ・本名・団体名（社名等）での利用（素性が明らか）
- ・双方承認による繋がり（リアル社会での結びつきが強い）
- ・テキスト、写真、リンク、動画等、アップできるコンテンツが多い
- ・いいね、シェア機能での拡散力
- ・イベント等の開催告知
- ・グループ機能で特定複数の囲い込みができる
- ・利用者年齢層は比較的高め
- ・行政が利用する SNS としては、一番利用されている

②Twitter (ツイッター) について



■サイトの URL

<https://twitter.com/>

■概要

140 文字以内でつぶやくシンプルな SNS。リアルな友人関係だけではなく、好きな芸能人やコミュニティなどの『興味関心』でつながっているのが特徴。最近の動向では、ツイートの文字数制限を 140 文字から 10,000 文字へ拡大することが検討されている。ツイッター社のジャック・ドーシーCEO が報道に肯定的な内容のツイートを投稿。

■ユーザー数

グローバル：3 億 1,000 万人（2017 年 1 月時点）

国内：4,000 万人（2016 年 9 月時点）

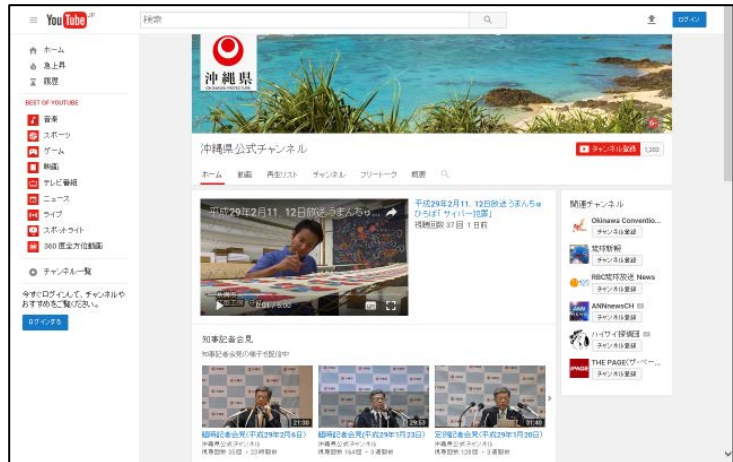
■メインとなる属性

10 代～20 代の男女

■特徴

- ・オープン型の情報発信で、情報の速報性（拡散性：リツイート）が高い
 - ・有名人や有名メディアの発言を読める
 - ・有名人に発言すると返事をもらえることもある
 - ・実名制ではないため、気軽に登録ができる
 - ・スポーツ中継の際などに一体感を感じられる
 - ・140 文字までしか入力することができない。また、短いため、気軽に投稿できる。
 - ・投稿の内容によって、炎上することがある
 - ・ちょっとした失言が広まってしまう可能性があり、一度広まると消すことが難しい。
 - ・ハッシュタグ（#）付きコメントの活用。
- （ユーザー側でキーワード検索が可能になる）

③youtube（ユーチューブ）について



■サイトの URL

<https://www.youtube.com/>

■概要

2005 年 12 月に提供が開始されたアメリカ発の動画共有サービスの名称。オンライン動画配信サービスの先駆として知られている。YouTube では、ユーザーが自分で撮影した動画を Web 上にアップロードし、他のユーザーと共有することができる。

■ユーザー数

グローバル：10 億人以上

国内：4,000 万人

■メインとなる属性

30～40 代

■特徴

- ・アカウントを登録しなくても動画を視聴可能
- ・動画を自由に投稿することができ、それを共有することが可能。また、自分の HP に埋め込むこともできる
- ・プレイリストを作成して動画を連続視聴できる機能がある
- ・外国の動画や幅広い国々の動画を視聴できたり、共有できる
- ・PCからの視聴が多かったが、スマホからの視聴へ移行している
- ・人気の高い動画を投稿し、広告収入を得ることが可能で、それを生計にしている人がいる（ユーチューバー）

④Line（ライン）について



■サイトの URL

なし（アプリ内にタイムラインが存在）

■概要

無料で通話やチャットができるメッセージアプリ。タイムラインにスタンプでコメントできることが特徴。ニールセン社によると、朝イチで起動するアプリにおいて『ブラウザ』『キャリアメール』に次ぐ第3位。また、対象を学生だけに絞れば、ラインが第1位。

■ユーザー数

グローバル：2億2,000万人（2015年12月時点）

国内：6,800万人（2016年1月時点）

■メインとなる属性

10代～20代の男女

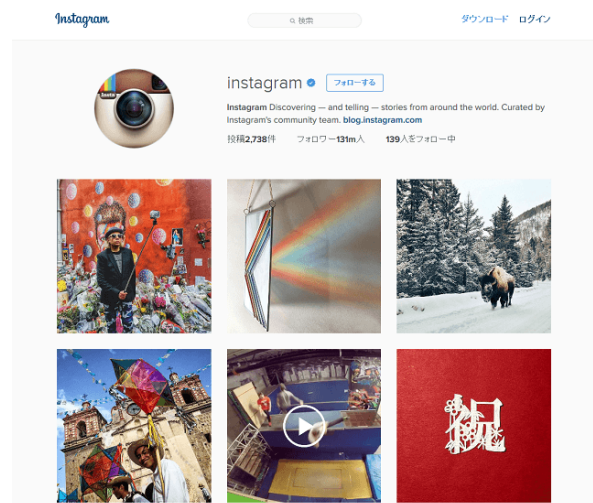
■特徴

- ・メール（チャット）、通話、テレビ電話が利用できる
- ・電話番号とIDで友達が登録できすぐ利用が可能
- ・携帯の電話帳から自動で友達とつながることができる
- ・グループでのチャット機能があり、グループでの気軽なやりとりが可能
- ・グループ内での情報交換がメインとなるツールであり、ビジネス活用としては不向きであり、コストが高い
- ・ビジネスとしては、LINE 公式アカウントと LINE@があるが、大多数の LINE ユーザーにリーチしたい場合は、公式アカウントになるが、初期費用が1000万必要であり、非現実的。

⑤ Instagram (インスタグラム) について



Instagram



■サイトの URL

<https://www.instagram.com/>

■概要

スマートフォンのカメラアプリであり、撮影した写真をその場で加工しアップできる SNS。投稿するにはアプリが必要ですが、閲覧のみであればデスクトップからでも可能。投稿されている写真はおしゃれなものが多いのが特徴。また、2015 年 10 月からインスタグラムの画面に広告を掲載することができるようになっている。

■ユーザー数

グローバル：5 億人（2016 年 6 月時点）

国内：1,000 万人（2016 年 4 月時点）

■メインとなる属性

20 代女性（若年層の男性も徐々に増加傾向）

■特徴

- ・写真による情報の拡散
- ・写真のポスト（投稿）が必要（ビジュアル力が必須）
- ・写真の加工ツールが充実
- ・ビジュアルにこだわるユーザーが多い
- ・手軽に利用（匿名での利用およびネットのみの繋がりも可）
- ・購買につながるきっかけになることも多い
- ・FB に比べてアクティブ率が高い（比較 1.4～1.5 倍程度）
- ・若い女性の利用率が高い
- ・拡散力は高くない（シェアやリツイート的な機能がない）
- ・ハッシュタグ（#）付きコメントの活用。（ユーザー側でキーワード検索が可能になる）

6) 具体的な活用方法（案）

①写真コンテスト

タイトル	SNS名
「宜野湾・普天間写真コンテスト」	Facebook 
目的	具体的な実施内容
Facebook 上で、2 カ月に 1 回表彰する写真コンテストを行うことで、市民・県民・県外の方が宜野湾や普天間の美しい景色や料理等をビジュアル的な写真を発掘・投稿することにより、コンテストの写真を見た方が実際に現地に行って見てみたい、食べてみたいというきっかけを作る。	・ Facebook のコンテスト用アカウント作成 ・ Facebook 上でコンテストを実施 ・ 2 カ月に 1 回程度の頻度で表彰することを繰り返し、継続することにより、写真の投稿を少しずつ集める。
課題	効果
・ コンテスト実施の拡散方法 ・ 「いいね（ファン、フォロワー）」の獲得 ・ 影響力のある（友達の多い）ユーザーの獲得 ・ 投稿数の確保と継続性 ・ ネガティブ投稿への対応	・ 多くの「いいね」を獲得することにより、今後の発信する情報の拡散力が高まる ・ 「宜野湾、普天間」に興味のある方を囲い込む ・ ビジュアル的な写真がたくさん投稿されることにより、宜野湾への渡航者、来訪者の増加

実施事例

事例 1	事例 2
奥尻島観光フォトコンテスト 主催：奥尻島観光協会 https://www.facebook.com/photo.okushiri/ 	越後湯沢フォトコンテスト 主催：（一社）湯沢町観光協会 https://www.facebook.com/YuzawaPhotoContest/ 

②インフルエンサーを招待した「まちまーい」の実施

タイトル	SNS名
1万人以上のフォロワーがいるユーザーを招待した「宜野湾まちまーい」	Facebook 他 
目的	具体的な実施内容
多く（1万人以上）のフォロワーがいるインフルエンサーを招待した「宜野湾まちまーい」を実施し、その様子や実施報告などをFacebook上でインフルエンサーから情報を発信することにより、多くの方に宜野湾の魅力や現地の様子を知ってもらう。	・インフルエンサーを招待した「宜野湾まちまーい」を実施 ・Facebook上で実施の様子を配信
課題	効果
・人選の問題 ・1万人以上のフォロワーがいるインフルエンサーへの交渉、日程調整 ・ユーザー独自目線での情報発信となるため、情報の管理が難しい ・「いいね（ファン）」を獲得後の展開 ・投稿数の確保と継続性 ・ネガティブ投稿への対応	・多くのフォロワーを抱えた方から情報を発信するので、拡散力が極めて高く、多くの「いいね（ファン、フォロワー）」の獲得が期待できる ・ユーザー独自目線での情報発信であるため、現地を理解して貰いやすい ・インフルエンサーと共感を持った方の集まりであるため、ファンを囲い込みやすい

実施事例

事例
「西武鉄道 秩父観光プロモーション」 台湾およびタイのトップインフルエンサーが秩父神社、月の石もみじ公園、長瀬のライン下りなどの1日ツアーに参加。 Instagramで旅の写真を50万人以上のフォロワーにリアルタイムにシェアしながら、後日YouTubeに旅の旅行記をアップロード。旅の当日のみでInstagramのいいね数が10万件以上、YouTubeの再生数も10万回超え、多くの視聴者にリーチすることができ海外における観光地認知向上に寄与。



③ソーシャルプラグインの設置

タイトル	SNS名
ソーシャルプラグイン (SNSシェアボタンの設置)	Facebook、twitter、他 
目的	具体的な実施内容
普天間未来予想図HPを見に来た方が、HPがいいと思った時に、SNSのフォロワーへ気軽に紹介(いいね・シェア)できるボタンを配置することにより、HPの認知度向上及び情報の発信を図る。	・HPの各ページにソーシャルプラグインボタンを配置 
課題	効果
・あくまでも、HPに来訪した方にお任せであるため、PR効果が薄い。 ・ランニングコストなどは不要であり、気軽に導入が可能。	・短期間でのPR効果が薄いため、長時間かけてじっくり継続する必要がある。

実施事例

事例1	事例2
滋賀県栗東市 ・twitter ・Facebook ・google+ ・mixi 	国立印刷局 ・Facebook 

④ SNSを活用したプレゼントキャンペーン

タイトル	SNS名
県民フォーラム等イベント時に、 2次的に情報を拡散した場合に SNSを活用したプレゼントキャンペーンを 実施	Facebook、twitter、他 
目的	具体的な実施内容
県民フォーラムや地元でのイベント時に、2 次的に情報が拡散するように、twitter や Facebook 等で情報を拡散した場合に、粗品を プレゼントするキャンペーンを実施し、普天 間HPへの誘導をすることを目的とする。	・ イベント時のプレゼントキャンペーン実施 の告知、実施 ・ ノベルティの用意 ・ プレゼント発送
課題	効果
・ イベント時のみの限定的なキャンペーンで あるため、短期的な効果 ・ コストが比較的安価に実施が可能	・ HP への来訪者増加

実施事例

事例 1	事例 2
香川県立ミュージアム twitter での フォロー&ツイート キャンペーン 	函館みなみ北海道 twitter での写真ツイートキャンペーン 

⑤ SNSを活用したニュース情報の発信

タイトル	SNS名
SNSを活用した ニュース情報の発信	Facebook、twitter、他 
目的	具体的な実施内容
定期的にソーシャルメディアを通じ、普天間飛行場跡地HPに関する情報を発信することを目的とする。	- 各種ソーシャルメディアのアカウントの開設 - 常に情報を発信
課題	効果
- ソーシャルメディアのアカウントの管理 - 情報の発信	HPへの来訪者増加

実施事例

事例1	事例2
東京都庁広報課 - twitter - Facebook 	福岡県庁 twitter 

7) SNSを活用についての考察

普天間未来予想図サイトからの情報発信の情報量は少なく、また、運用面での課題から、現段階では、Facebookやtwitterの公式アカウントを作成しSNS活用した情報発信を行う必要性は低いと考えられる。

現段階でも活用が可能な方策としては、HP内にソーシャルプラグインを設置し、普天間未来予想図HPを見に来た方が、SNSのフォロワーへ気軽に紹介（いいね・シェア）できるボタンを配置し、HPの認知度向上及び情報の発信を図ることが可能。

将来的に、定期的に発信する情報量が増えた際に、再度、SNSを活用した情報発信について、「活用するコンテンツの選択」、「活用方法」、「情報発信を定期的に行う必要がある運用方法」などについて、再度検討する必要がある。