

平成26年度 農山漁村交流拠点整備事業

「いいな3村における推進体制整備」

報告書

概要版

平成27年3月

沖縄県

(事業受託者：株式会社オリエンタルコンサルタンツ・株式会社アンカーリングジャパン共同企業体)

1. 事業概要

(報告書 第1章)

(1) 事業目的

- グリーン・ツーリズムを活用した修学旅行等の大規模な受け入れに対応するため、受入調整や点在する地域資源の情報発信不足等の課題を解決できる環境を整えることを目的に、広域の受け入れ体制モデルづくりを実施する。
- モデル地域における広域交流拠点（以下、交流拠点）の体制のあり方や運用方法等の検討及び総合窓口として必要な企画の構築や商品の企画、情報発信等の取り組みを実施し、習得を図った。具体的には、体験メニューの企画力の強化やコミュニティビジネスによる販売戦略立案の習得を図った。

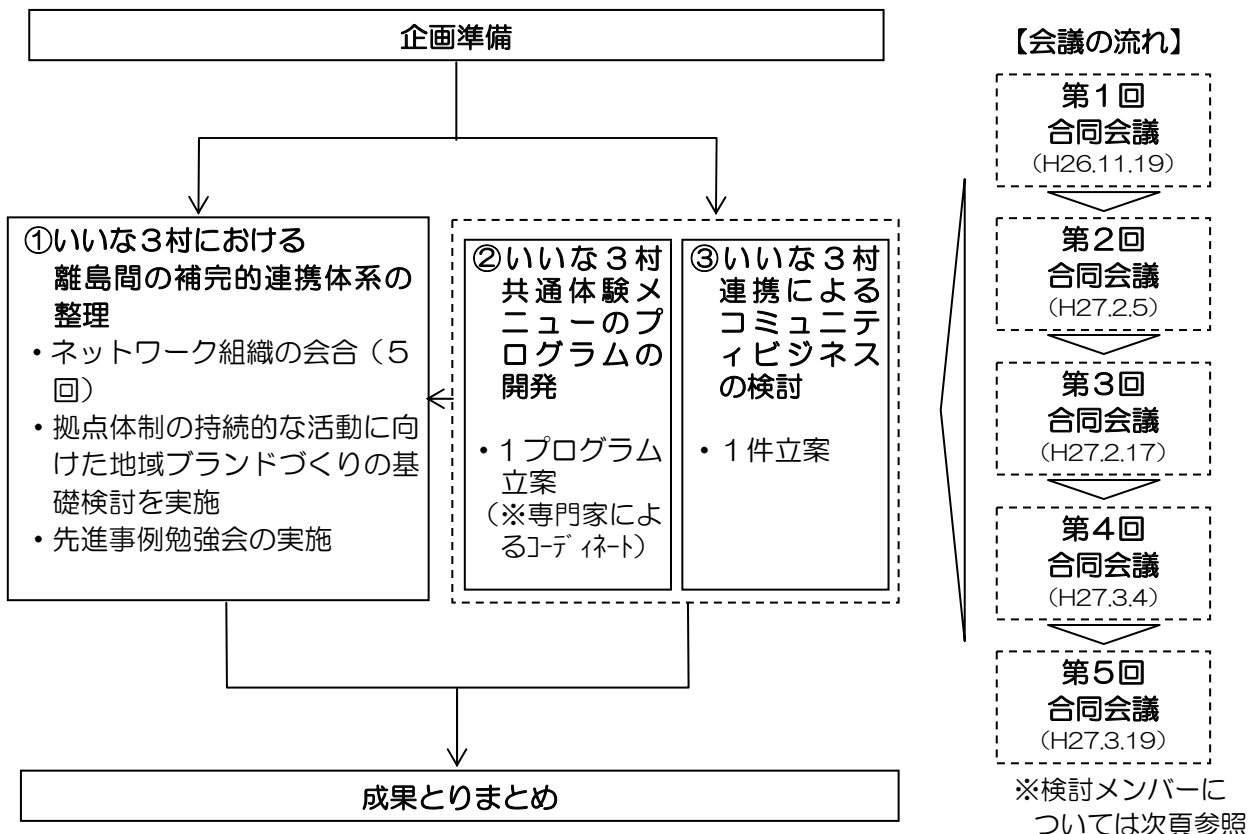
(2) 対象地域

- 離島地域の広域交流拠点体制モデル（伊平屋村、伊是名村、今帰仁村：以下いいな3村）

(3) 平成 25 年度成果

- ①モデル地域における実態調査（グリーン・ツーリズム意識調査、グリーン・ツーリズム実践者実施体制等調査、行政機関へのヒアリング調査）
- ②地域推進交流拠点となる組織のあり方検討（交流連携のあり方の検討、組織のあり方の検討）

(4) 検討の流れ

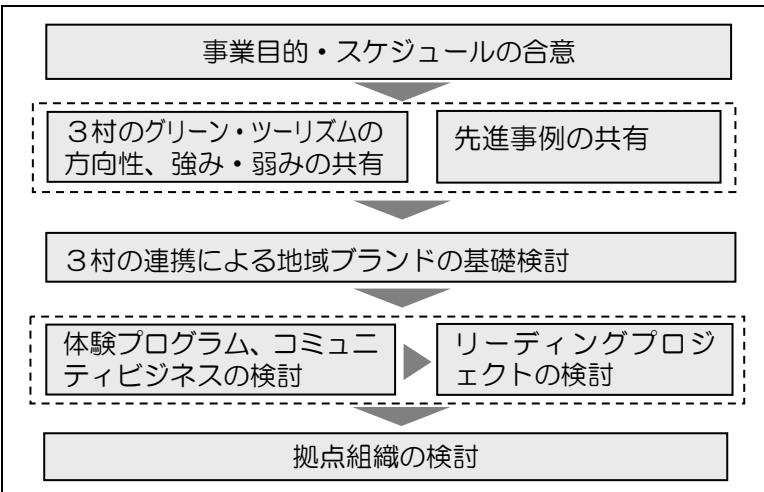


2. いいな3村における離島間の補完的連携体系の整理 (報告書 第2章)

(1) 検討の目的

- 荒天時の船の欠航などのアクセス面でのハンディのある離島地域のグリーン・ツーリズムにおいて、モデルとなる離島間の補完的関係構築や取り組みの付加価値化を目的として拠点体制の検討を行った。
- 離島間の広域拠点体制を具体化するために、拠点としての目的や連携のコンセプトについて整理を行い、補完機能を担える拠点組織の立ち上げのコーディネートを行った。

(2) 検討の手順



(3) 検討メンバー

- 以下の体制で検討を実施
- ①伊平屋村：
 - ・伊平屋村 総合推進室、農林水産課
 - ・伊平屋村観光推進委員会
- ②伊是名村：
 - ・伊是名村 商工観光課、農林水産課
 - ・いぜな島観光協会
- ③今帰仁村：
 - ・今帰仁村 経済課商工観光係、農政係
 - ・今帰仁村観光協会

(4) 先進事例勉強会

- 長崎県の北松浦半島と周辺の島々において広域連携でグリーン・ツーリズムの受け入れを行っている「一般社団法人まつら党交流公社（長崎県松浦市）」の事例を調査し、3村に共有した。
- <ポイント>
- 「本業との両立」、「品質確保」、「顧客の選択」、「組織の立ち上げ」、「地域マネジメント」

(5) 地域ブランドの基礎検討結果

- 3村のそれぞれの方向性、強み弱みを踏まえ3村連携により形成される地域としての強みに（≒地域ブランド）について以下の手順で議論。

- ①地域ブランドの要素の整理
 - ②ブランドの核（コア）の検討
 - ③ブランドの価値の整理（内的な価値、外的な価値）
 - ④中心となる商品コンセプト
- ブランドコアの検討結果（抜粋）

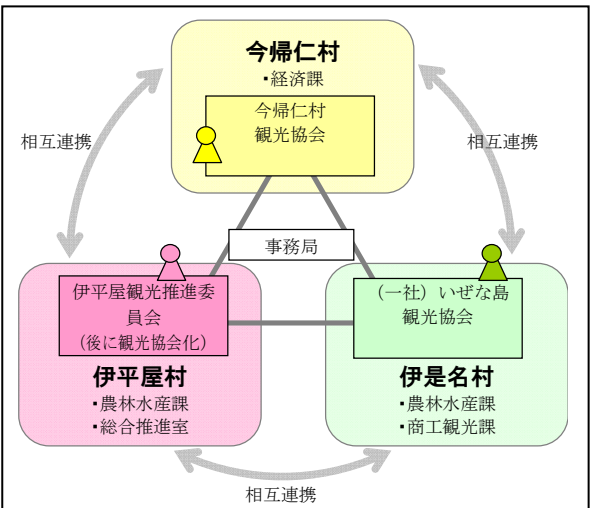
- ・離島・半島ゆえの、守り続けられている「自然資産」と「生活文化」がある。これらは、徐々に失われつつある希少性の高いもの。
 - ・「自然の豊かさ」が生活や文化、産業を育んでいる。（食文化や風習行事、農漁業）等

中心となる商品コンセプト：「家族の学校」

 - ・平日に家族旅行を促進する新たな旅の提案。
 - ・ターゲット：都市部に住む未就学児童をもつ親子、三世代旅行

（※ 具体的商品化については「3.」で詳述。）

(6) いいな連携ネットワーク



3. いいな3村 共通体験プログラム及び、コミュニティビジネスの検討（1/2）（報告書 第3章、第4章）

（1）目的

- 連携のコンセプトを踏まえ、体験プログラム及びコミュニティビジネスの検討を行う。

（2）検討の考え方

- 連携の地域ブランドを踏まえ、体験プログラム及びコミュニティビジネスの検討を行った。
- 具体的には、第3回合同会議で「ワークショップ」を行い、ブランドコアや商品コンセプト「家族の学校」を踏まえたプランの抽出を行った。
- また、抽出したプランの中から実現性・重要性の高いものについて、リーディングプロジェクトとして抽出し、プランのブラッシュアップを行った。
- 体験プログラムの検討にあたっては、アドバイザーに助言を受けつつ検討を行った。



<アドバイザー>

- ・ホールアース自然学校沖縄校
- ・がじゅまる自然学校
- ・事務局長 小林政文 氏

（3）体験プログラムおよび、コミュニティビジネスの案

- ワークショップを通じて、体験プログラムおよび、コミュニティビジネスの案の抽出を行った。特に、「将来像に対する位置付け」「ターゲット」「ポジショニング（競合商品との違い）」「実施者・推進者」といった観点から商品化を意識した取りまとめを行った。
- 3村を結ぶ、人と人とを結ぶ、都市と田舎を結ぶといった想いを込めたサブコンセプトとして、“いいなおむすびプロジェクト”というブランド名を立案今後の商品開発や販売拡大への活用が考えられる。

<検討案の一覧>

プラン名	種別	実施概要	実施場所
・田植え、稲刈り体験（リーディングプロジェクト）	体験プログラム	親子で田植えや稲刈りを体験、網編みや網引きへの展開も想定	伊是名・伊平屋（米作をしている地域）
・遠足プログラム	（同上）	家族民泊と連動した親子遠足。3村の豊かな資源を楽しむ。	伊是名・伊平屋・今帰仁
・スピリチュアル 聖地ガイド	（同上）	島の拝所や史跡の入域ルールを定めガイドに運営してもらう。	伊是名・伊平屋・今帰仁
・3村の特産品おむすびの販売（リーディングプロジェクト）	コミュニティビジネス	3村の産品を活用し、規格を決めて販売する。	伊是名・伊平屋・今帰仁
・ブレンド泡盛の販売	（同上）	3村の泡盛をブレンドした泡盛（いいなブレンド）を販売する	伊是名・伊平屋・今帰仁
・健康食品、コスメの商品開発	（同上）	3村の素材を活かしたコスメの制作販売	今帰仁村（案：あいあいファーム）

3. いいな3村 共通体験プログラム及び、コミュニティビジネスの検討 (2/2) (報告書 第3章、第4章)

(4) リーディングプロジェクトの検討

- 田植え、稲刈り体験、3村の特産品おむすびの販売をリーディングプロジェクトとした。
- リーディングプロジェクトについては、サービス内容や販売方法、価格設定などの基礎検討と、想定する顧客や顧客価値の分析を行った。

(5) リーディングプロジェクトの検討結果

①「田植え、稲刈り体験」(体験プログラム)

- 米どころである、伊平屋村、伊是名村において、親子で体験する稲刈り・田植え体験を提供する。
- 伊平屋村役場農林水産課にて毎年行っているプログラムのノウハウを伊是名村に展開する。



写真の出典：
伊平屋村 HP

【基本情報】

- ・所要時間：一泊二日
(村内の稲刈り以外のアクティビティと組み合わせる。)
- ・料 金：大人：11,000 円程度 小人：9,000 円程度 (宿泊・保険料込)
- ・体験人数：50 名 (最大人数)
- ・設定時期：4月上旬 (田植え)、7月上旬～中旬 (稲刈り)
8月中旬 (田植え)、11月上旬～中旬 (稲刈り)【二期作】

→原価・利益を踏まえた販売価格の設定や、着地型の商品としての組み立てなどが今後の検討課題となる。

②「3村の特産品おむすび」「いいな村闘牛土鍋カレー」の販売 (コミュニティビジネス)

<3村の特産品おむすび>

- 3村の特産品をコラボした「いいな村みっちゃいちょーでー島むすび」の販売。
- 3村それぞれの民泊受入時に伊是名・伊平屋産のブレンド米でおむすびを提供してもらう。提供の際は1人3個を基本として、おにぎりの具材と添え物は、今帰仁産の特産品を使用する。ゆくゆくは、1セット3個入りのおむすびとして店頭販売する。

【価格設定】500円 (中身入りおむすび3個、漬物) ※民泊提供時は3村既存の料金内で提供。

【提供方法】民泊食事メニューの一部として提供

道の駅、運天港連絡事務所内売店、3村内お土産店での提供

<いいな村闘牛土鍋カレー>

- 今帰仁産のミニ土鍋の中に、伊是名・伊平屋産のブレンド米1合と今帰仁産闘牛カレー (レトルトパック) を入れて店頭販売する。

【価格設定】2,000円 (土鍋、ブレンド米、闘牛カレー)

※土鍋1,400円 闘牛カレー400円 米200円

【提供方法】店舗：道の駅、運天港連絡事務所内売店、3村内お土産店

その他：ふるさと納税返礼品、結婚式のお礼返し