

平成 27 年度 農山漁村交流拠点整備委託業務

報告書

概要版

平成 28 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 部)

(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

- 本島地域の広域交流拠点体制モデル（国頭村、大宜味村、東村：以下ヤンパク）
- 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 26 年度成果

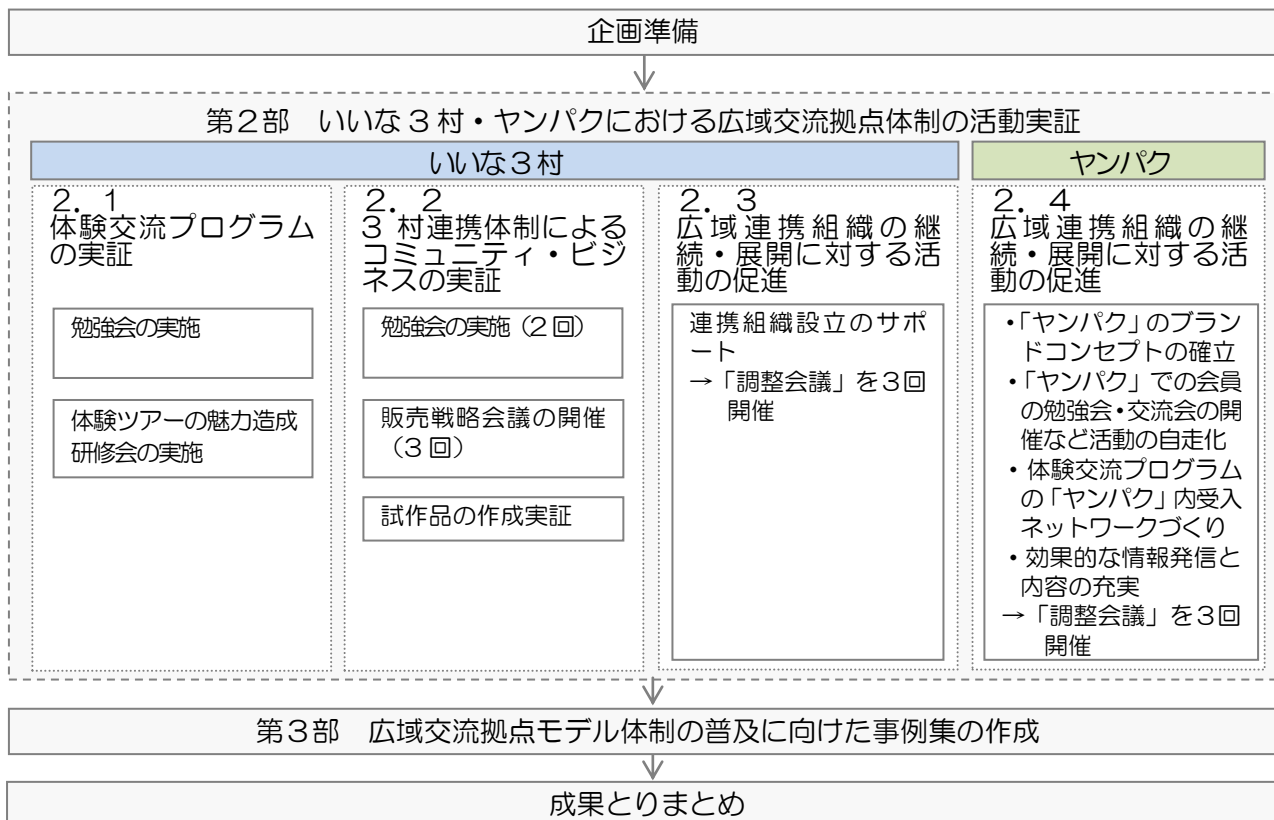
1) ヤンパク

- ①3村体験交流プログラムのモニター等体験実証及び改善策の検討（3村体験交流プログラムのモニター等体験の実施、体験交流プログラムの検証）
- ②コミュニティ・ビジネスの販売戦略立案の習得
- ③事業継続・展開に向けた地域ブランドづくりの基礎検討

2) いいな3村

- ①離島間の補完的連携体系の整理
- ②いいな3村共通体験メニューのプログラム開発
- ③いいな3村連携によるコミュニティ・ビジネスの検討

(4) 検討の流れ



2. 「いいな 3 村」・「ヤンパク」における広域交流拠点体制の活動実証(1/6) (報告書 第 2 部)

2. 1 体験交流プログラムの実証(いいな 3 村)

(1) 検討の目的

- 体験交流プログラムの品質向上を目的とした勉強会を実施した。
- いいな 3 村の連携による体験交流プログラムやツアー・プログラム案について、ターゲット層に 3 村の魅力を訴求できるよう、プログラム案に関する魅力化や発信方法について研修会を実施した。

(2) 検討の考え方

- 体験交流関連商品に対する知見や販売実績を有する観光地域づくりの実践者・専門家、旅行代理店担当者を講師として招き、講師によるアドバイスに基づいた議論を行った。
- 体験交流プログラムは、過年度に確立した“家族の学校”という商品コンセプトを踏まえ、地域の資源と想定顧客のニーズを踏まえた、家族での民泊体験を中心とした内容を想定した。

(3) 勉強会の実施

- 伊平屋村をフィールドに選定し、体験プログラムとしてイノー体験を参加者で実体験し、その後講師を囲んでフィードバック及び商品化に向けたレクチャーを行った。

<講師>

株式会社近畿日本ツーリスト沖縄 福波淳 氏



イノー体験の様子

(4) 体験ツアーの「魅力」造成研修会

- 島しょ地域における観光地域づくりの先進地である「長崎県小値賀町」における魅力創出・情報発信の取組に関して基調講演を開催するとともに、着地型旅行について意見交換を行った。
- プログラム提供者による商品設計・造成のワークショップを通じて、地域性や顧客ニーズを踏まえたツアー・プログラム作りの実践研修を行った。

1) 魅力創出・情報発信の事例を踏まえた検討

小値賀における取組紹介と講師・グリーンツーリズム実践者による意見交換

2) ツアー・プログラム作りの実践研修

- ①商品設計会議 / 商品規模、対象者、販売方法、年次計画について協議
- ②商品造成会議 / 詳細プログラム内容の組合せ・商品パターンの構成、選

<講師>

元 小値賀町アイランドツーリズム協会 高砂樹史氏 ※基調講演
 近畿日本ツーリスト株式会社中部営業本部 大谷晴信氏
 株式会社第一プログレス TURNS 企画推進部 岩崎雅美氏
 一般社団法人沖縄体験観光協会副会長 小林政文氏



基調講演の様子



ワークショップの様子

⇒観光客の誘致・受け入れは、地域おこし的手段であると認識し、地域の強みを表現して、地域の関係者が受け入れによるメリットを享受できる商品とする必要がある。

⇒コンセプトである「家族の学校」を踏まえつつ、自らの強みを活かした商品を確認していくとともに、地域として受け入れていきたいターゲットを確立し、ターゲットに応じた販売形態についても検討していく必要がある。

2. 「いいな 3 村」・「ヤンパク」における広域交流拠点体制の活動実証(2/6) (報告書 第 2 部)

2. 2 3 村連携体制によるコミュニティ・ビジネスの実証(いいな 3 村)

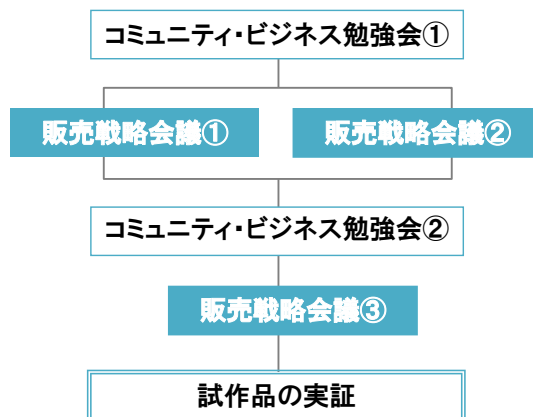
(1) 検討の目的

- 地域ブランドのコンセプトを踏まえた円滑なビジネス推進及び具体化に向けて、勉強会・販売戦略会議を開催した。

(2) 検討の流れ

- 販売戦略の検討対象を「いいなおむすび」及び「いいなブレンド泡盛」とすることを想定した
- コミュニティ・ビジネスの販売戦略に関する勉強会を 2 回開催した。
- コミュニティ・ビジネスの検討にあたり販売戦略会議を開催し、試作品・パッケージ作成、モニター調査を行った。

<会議の流れ>



<講師>

グリシャス株式会社 石渡進一氏
米や松倉 浅野隼人氏
1 級フードアナリスト 吉崎あい氏

(3) 勉強会の実施

①第 1 回勉強会 (平成 27 年 10 月 14 日)

- 商品の開発について講師よりレクチャーを受けた。
- 商品の付加価値化 (3 村連携ブランドの活かし方) について協議した。

⇒「いなおむすび」について自宅で作って食べる“おむすびセット”を 3 村で物販する方法及び“民泊でおむすび作り”を行い食べる方法の 2 案が有力な検討案となった。

②第 2 回勉強会 (平成 27 年 12 月 11 日)

- 開発手順の振り返り (ノウハウの共有) を行った。
- 「いいなおむすび」「ブレンド泡盛」について、試食を交えつつ検討・具体化を進めた。
- 商品の改良のポイントについて協議した。

⇒「いいなブレンド泡盛」について、3 村の泡盛をブレンドして飲むことができるよう 3 本セットで販売し、レシピブックやメモリの付いた容器を付ける。

⇒「いなおむすび」について、伊平屋村・伊是名村において先行して民泊(体験プログラム)でおむすび作りを導入する。



勉強会(協議)の様子



泡盛試飲の様子



おむすび試食の様子

2. 「いいな 3 村」・「ヤンパク」における広域交流拠点体制の活動実証(3/6) (報告書 第 2 部)

(4) 販売戦略会議の開催

- 「おむすび」及び「いいなブレンド泡盛」に関する試作品・パッケージ作成に向けて、専門家によるレクチャーや地元関係者との調整、パッケージデザインの検討等を行った。

	議事内容
第 1 回 販売戦略会議 ・ 3 村の酒造会社との面談	・ 今帰仁酒造、伊平屋酒造所、伊是名酒造所に対して面談を実施し、泡盛の提供及びブレンド泡盛の販売について協力を仰いだ。
第 2 回 販売戦略会議 ・ 米の専門家によるレクチャー	・ 伊平屋村・伊是名村において生産している米について試食し、味や食感の違いを把握した。 ・ 「いいなおむすび」について、2 村の米のブレンドするのではなく、それぞれを食べ比べるセットとする方向が示唆された。
第 3 回 販売戦略会議 ・ デザイナーによるパッケージ打合せ	・ パッケージデザインについて、3 村連携のコンセプトや 3 村の特徴を踏まえたデザインとすることを依頼し、3 村のグリーン・ツーリズム関係者と意見交換しながら作成を行った。

(5) 試作品の作成

- 販売戦略会議を通じて試作品・パッケージを作成した。また、3 村の連携による取組や商品ラベルとして活用できるロゴを作成した。

① いいな 3 村ロゴ

3 村の地理的な位置関係と結びつきを三角形で示し、3 村を繋げる波を描いた。また、色合いは 3 村それぞれを象徴するイメージカラーとした。シンプルで商品ラベル等にも使用しやすいロゴを作成した。



② 物販用「いいな 3 村ブレンド泡盛」

3 村の泡盛の 3 合瓶を 3 本セットにした。小窓の付いた長方形の箱にパッケージした。



ブレンド泡盛のパッケージ

③ 物販用「いいなおむすび」

伊平屋村及び伊是名村で生産している米を 1 合ずつセットにし、今帰仁村の油みそを詰めた小瓶とパッケージした。



いいなおむすびのパッケージ

④ 民泊用おむすびの手引き

民泊(体験プログラム)におけるおむすび作りに関して、3 村連携に対する想いや安全・衛生面の注意事項等について、3 村・各家庭で共通して説明することを目的としておむすびの手引きを作成した。

(6) 試作品の実証

- アンケートによるモニター調査を実施した。

<実施概要>

日時：平成 28 年 2 月 12 日(金)～14 日(日)

場所：伊是名物産・観光と芸能フェア会場(那覇市タイムスビル)

調査方法：対面式のアンケート調査 サンプル数：44 サンプル



モニター調査の様子

- ⇒ 「いいな 3 村ブレンド泡盛」「いいなおむすび」ともに 8 割以上の回答者が購入意向を示した。
- ⇒ 購入しない理由として、「いいな 3 村ブレンド泡盛」は容量が大きく重たいこと、「いいなおむすび」はその販売目的やターゲットが分からないという意見が寄せられ、課題が明確となった。

2. 「いいな3村」・「ヤンパク」における広域交流拠点体制の活動実証(4/6) (報告書 第2部)

2.3 広域連携組織の継続・展開に対する活動の促進(いいな3村)

(1) 検討の目的

- 今後、継続的・発展的な広域連携が可能なよう「いいな3村」の連携組織の設立に向けたサポートを行った。

(2) 広域連携体制の検討

- 体験交流プログラムやコミュニティ・ビジネスの検討に関する進捗の共有及び協議を実施するとともに、今後の連携体制について議論した。

	開催日	協議事項
第1回	平成27年9月29日(火)	<ul style="list-style-type: none"> ・ 事業趣旨について、活動促進のあり方の調整 ・ 本年度の事業スケジュール、調整スケジュールの確認
第2回	平成28年1月22日(金)	<ul style="list-style-type: none"> ・ 体験モニターやコミュニティビジネスの進捗共有 ・ 活動促進の支援事項確認 ・ 想定される課題に関する意見交換
第3回	平成28年3月8日(火)	<ul style="list-style-type: none"> ・ 体験モニターやコミュニティビジネスの進捗共有 ・ 活動促進の支援事項確認 ・ 今後課題に関する意見交換

(3) 広域連携組織の継続・発展に対する活動方針

1) 体験交流プログラム

- 地域の魅力を掘り下げ、“家族の学校”をコンセプトとしたツアーを造成する。
- “潜在的来訪者”(ターゲット)を明確にし、ターゲットに応じた提供体制を設ける。
- 行政との協働による取組体制を構築し、地域づくり・地域の持続性に向けた一手段として位置付けを地域内においても明確に示す。

2) コミュニティ・ビジネス

① いいなブレンド泡盛

- 瓶サイズの小型化やブレンド泡盛の提供に向けて継続して検討を進める。

② いいなおむすび

<物販用>

- お土産以外のギフトとしての提供方法についても今後の提供ターゲットとして検討する。

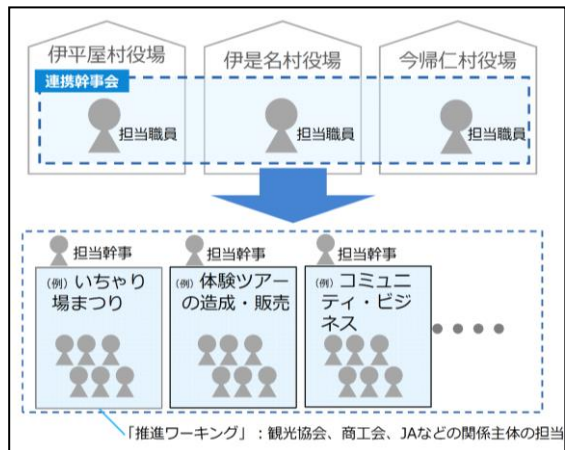
<民泊用>

- 民泊における位置づけ・実施方法を継続検討する。

3) 今後の連携体制

- 3村の役場がそれぞれ担当職員を配置し、連携の窓口・旗振り役となる。
- テーマに応じて必要な関係者を巻き込んだ推進ワーキングを形成。
- 「担当幹事」を決めて、担当職員と連携を取りつつ推進する。

<いいな3村連携体制(案)>



2. 「いいな 3 村」・「ヤンパク」における広域交流拠点体制の活動実証(5/6) (報告書 第2部)

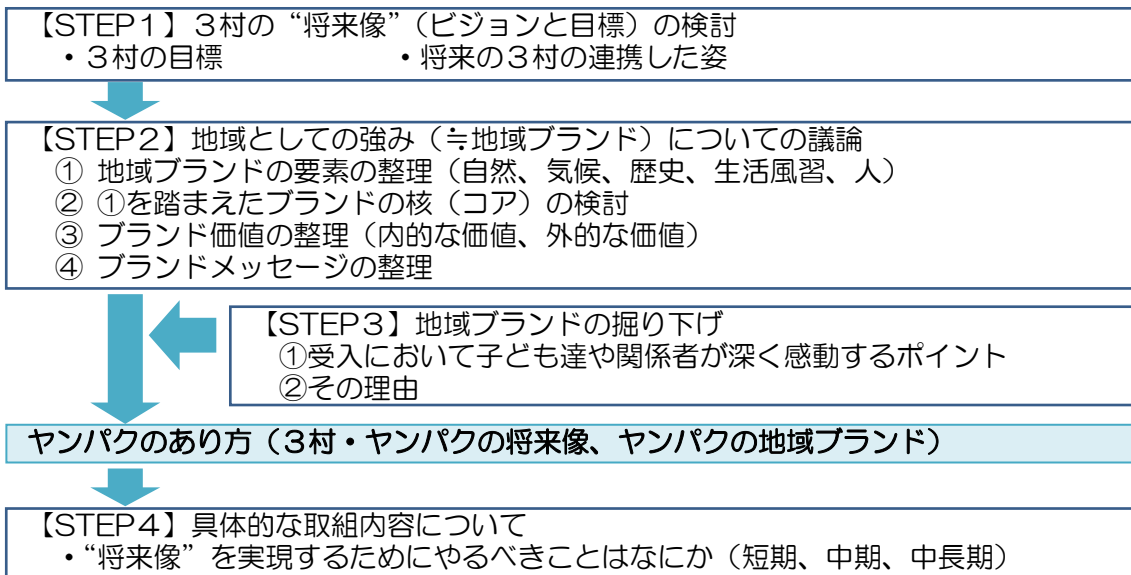
2. 4 広域連携組織の継続・展開に対する活動の促進（ヤンパク）

(1) 検討の目的

- 「ヤンパク」による活動の自走化に向けて、ブランドコンセプトを確立し、将来像や今後必要な活動計画づくりを行った。また、今後の長期的な発展性を見据えた組織や人材のあり方についても検討した。

(2) ヤンパクのあり方検討の考え方

- ヤンパクを持続的に運用していくために、下記に示す 4 つの段階を踏まえて連携コンセプトや目標を明確にし、3村連携や行政との協働の具現化に向けた今後の行動計画の策定を行った。



(3) やんぱくのあり方

1. 3村・ヤンパクの将来像（10年後の姿）

○日常生活で見失いがちな人としての原点を、大自然のなかでの体験や、素朴な人々との交流の中で見つめる。そんな原点回帰と元気回復の旅を提供。地域に活力を取り戻し、リピーターとは「おかえり」「ただいま」といえる絆を作り上げる。

2. ヤンパクの地域ブランド

<ブランドの核>

○水は川がくれる、魚は海からもらう、野菜は大地が育む、肉は命が与えてくれる・・・自分が幸せに暮らせるのは自然の偉大な恩恵であることに気づく。
○やんぱるのコミュニティで生活するとき、血縁関係を超越した家族の一員として自分が大事にされていることを実感し、同時に仲間を大事にする事の大切さに気づく。

<ブランドの価値>

○大自然や素朴な人々と楽しく関わっていくなかで、自分自身の原点や人間本来のあり方に気づく。この「気づき」こそ、ヤンパク最大の価値である。

<ブランドメッセージ>

○希少生物が息づく自然、それと一体となった生活、飾らないけれど優しい人々。その暮らしをのびのびと体験することで心の原風景に触れてもらい、大きな感動と未来への活力を得ていただく。

2. 「いいな 3 村」・「ヤンパク」における広域交流拠点体制の活動実証(6/6) (報告書 第 2 部)

(4) 3 村連携によるヤンパクの将来像の達成に向けた今度の行動計画

- 農山漁村体験を軸としたヤンパクの活動については、「行動計画」に基き進めていく。

< 今後の行動計画 >

	短期（本年度～来年度）【データは 2010 年】	中期（5 年後まで）【2020 年】	中長期（10 年度まで）【2025 年】
	・人口（高齢化率） 10,201 人（26.1%） ※3 村合算 ・民泊受入数 12,400 人	・人口（高齢化率） 9,103 人（33.4%） ※3 村合算 ・民泊受入数 13,500 人	・人口（高齢化率） 8,586 人（37.2%） ※3 村合算 ・民泊受入数 14,900 人
拠点化の推進	○窓口の一元化に向けて、内部ルールの統一化を図っている。 →現状、不整合のある受入ルールの統一化を図る。	○窓口の一元化を図っている。これに対応した拠点組織を立ち上げている。 →3 村の体外的な窓口を統一化し、一元化対応を図っている。 →これに対応した拠点組織を立ち上げている。	○一元で効率的に運用され、組織が独立採算化している。（地域商社機能を担っている） →3 村の受入組織について収益を元に独立採算化を果たしている。（開発した商品の販売促進・収益の創出）
受入体制充実	○新たな顧客（大人や外国人）の受入に向けた準備を進めている。 →新たな顧客の受入のためのスキルアップを進めている。	○新たな顧客（大人や外国人）の受入を実際に進めている。 →大人や外国人といった新たな顧客の受入体制を構築し、受入を進めている。	○大人や外国人の受入について拡大を行っている。さらなる顧客拡大を進めている。 →大人やインバウンドの受入を更に進め、取組を強化している。 →また、情報発信を行いさらなる顧客拡大を進めている。
新規商品開発	○ヤンパクの取組と相乗効果のある商品企画を行っている。 →3 村の魅力を発信する商品や、民泊での消費が期待できる商品の企画を行なう。	○ヤンパクの取組と相乗効果のある商品の販売が進められている。 →3 村合同で商品開発・販売を推進している。 →民泊での消費が期待できる商品を販売している。	○ヤンパクの取組と相乗効果のある商品の販売が進められている。ヤンパクのブランドが発信出来ている。 →一元窓口を中心とした商品の展開により、ブランドを発信している。
その他	○行政協働による営業活動、観光 PR の実施。 ○新規の民泊参加農家の増加を促進。（大型校や、現受入民家の高齢対策） ○3 村のフィールドを使った観光イベント・スポーツイベント等の開催 ○三村協働でのイベントへの出展などの実施。 ○環境・自然保護活動の強化 ○3 村行政も含む定期的な話し合いの場の設置。		

- 近年、世界自然遺産登録や森林ツーリズム等の取組が活発化してきている中、これらの取組との調整が必要となっており、行政との協議を通じた活動の整理が行われる方針である。
- 3 村連携を沿革に進めるために、「やんばる交流推進連絡協議会」の事務局業務をヤンパクとは分け、地域内の各部門の調整能力が高い行政やそれに準じる組織が関与することが望ましい。

3. 広域交流拠点モデル体制の確立に向けた普及活動

(報告書 第 3 部)

(1) 実施目的

- 県内の農山漁村地域では高齢化や人口減少が進行しており、これによる耕作放棄地の増加やコミュニティの維持などの課題が顕在化している。
- このような背景のもと、農山漁村の活性化を目的に、複数地域の連携による拠点化の取組について、今後の取組の一助となるよう経緯や内容について取りまとめを行った。

(2) 実施概要

- 他地域において参考となり、実施のポイントや課題解決の理解促進につながるよう、拠点整備の取組みを整理した。

<事例集の構成>

1. はじめに
2. 事業の経緯
3. 事例紹介

事例 1：やんばる 3 村の広域連携（ヤンパク）

- (1) 地域の概要
- (2) 推進組織の概要・これまでの取組み
- (3) 連携推進の経緯
- (4) 今後の展開

事例 2：いいな 3 村の広域連携

- (1) 地域の概要
- (2) 推進組織の概要・これまでの取組み
- (3) 連携推進の経緯
- (4) 今後の展開

4. 連絡先