

## 2) 商品造成会議

第1段階の検討結果に沿って詳細プログラム内容を挙げて組合せ、いくつかの種目と商品パターンを構成した。また、その中から先行的に販売できるものを選定した。  
各班の検討結果を以下に示す。

### a 各班の検討結果 (A班)

#### <ツアープログラムの内容>

- 「健康と生きる力」をとりもどす。
- 田舎を知らない、団欒の時間がとれない東京の親子を具体的に想定する。
- 携帯の使えないデジタルデトックスツアー。

#### <商品造成のポイント>

キーワード	ツアー・プログラム造成に向けた意見
ツアーコンセプト	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「健康と生きる力」をとりもどす!</li> <li>・デジタルデトックスツアー。</li> <li>・デトックスにより大人には健康を、子どもたちには生きる力をとりもどす。</li> </ul>
ターゲット	<ul style="list-style-type: none"> <li>・両親とも東京都出身で田舎がなく、一家団欒の時間が少ない家族。</li> <li>・埼玉に住んでおり、お父さんは商社に勤め、お母さんは歯科衛生士のパートをしているため、食べ物に関するこだわりが強い。</li> <li>・4人家族で、東京勤務。お父さん32歳、お母さん28歳、長男4年生、長女2年生。</li> </ul>
内容	<p>&lt;事前&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ゲーム、スマホは禁止と周知する。着信ガイダンスを入れ、緊急連絡体制も整える。</li> </ul> <p>&lt;1日目&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・お父さんと男の子は釣りに行く。子供が小学生であれば船に乗り、魚をさばいて味見するなどの体験をする。</li> <li>・お母さんと女の子は野草鳥と貝殻ひろいをする。</li> <li>・持ち寄った食材を使って夕食作りをし、民泊する。夜はイザリ漁等にでかける。</li> </ul> <p>&lt;2日目&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・朝は自由に散歩したり、旅を振り返ったりする。</li> <li>・午前中は棒術、三味線、エイサーなどの芸能プログラムを家族で学び、東京で披露できるようにする。</li> <li>・午後はさとうきびなどの農業体験を行う。</li> <li>・夜は午前中に学んだ芸能プログラムを村の人に発表する。</li> </ul>

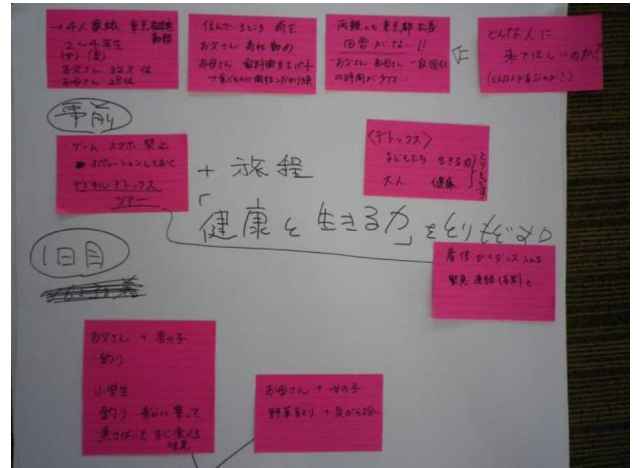


図2-9 A班の検討の様子

b各班の検討結果（B班）

<ツアープログラムの内容>

○女子3名のグループと親子を対象とし、3村を3日間、1泊2日で各村を周遊する。  
○ビーチの散策、料理と食事、星空観察、朝日とこだわりの朝食。

<商品造成のポイント>

キーワード	ツアー・プログラム造成に向けた意見
ツアーコンセプト	<ul style="list-style-type: none"> <li>・いやし。</li> <li>・子どもにとっての学習体験。</li> </ul>
ターゲット	<ul style="list-style-type: none"> <li>①女子グループ（3人組）。</li> <li>②子供が2人いる家族。</li> </ul>
内容	<p>①いやし（今帰仁村）</p> <p>&lt;1日目&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・浜を散歩して貝殻などを拾う。</li> <li>・アンダギー作りなどのプチ料理。</li> <li>・夕食での家族だんらん。（もずくやアーサー、いもや野草等の特産品）</li> <li>・星空観賞や貝殻細工体験。</li> </ul> <p>&lt;2日目&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・朝日を見る。（ウォーキングで行く）</li> <li>・ゆし豆腐などのこだわりの朝食を食べる。</li> <li>・野草を取りに行く。</li> <li>・昼食に野草で料理をし、おにぎりをもって海に行き食べる。</li> </ul> <p>②子どもにとっての学習体験（伊平屋村）</p> <p>&lt;1日目&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・釣り体験（イノー釣り、沖釣り）</li> <li>・イザリ体験、チチョンナー（月夜貝）体験</li> </ul>



図2-10 B班の検討の様子

c各班の検討結果（C班）

<ツアープログラムの内容>

○コンシェルジュ付きツアー。  
○ディープな観光スポットを紹介するフリープラン型のチョイスツアーと、インバウンドの専門性が高い人を対象に拡散やシェアを制限し、カスタマイズが可能なベタ付きツアー。

<商品造成のポイント>

キーワード	ツアー・プログラム造成に向けた意見
ツアーコンセプト	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ベタ付ツアー</li> <li>・チョイスツアー</li> </ul>
ターゲット	-
内容	<p>&lt;ベタ付ツアー&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・コンシェルジュ付きで一緒に旅行する。ガイドによって料金が異なる。</li> <li>・ガイド民泊。</li> <li>・外国新には通訳が案内士となる。</li> <li>・マニアックなビーチ等の紹介をする。</li> <li>・夜の観光や持ち寄りパーティーなども開催する。</li> </ul> <p>&lt;チョイスツアー&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・商売として地元にお金落ちる仕組み。</li> <li>・紹介には紹介手数料を徴収する。</li> <li>・カヤック体験、漁業体験、農業体験などの体験プログラムを用意する。</li> <li>・村民の浜、赤墓、古宇利島（シェルタワー）、己羽岳等を紹介する。</li> <li>・食。</li> </ul>



図2-11 C班の検討の様子

d各班の検討結果（D班）

<ツアープログラムの内容>

- 大人をターゲットとし、想定する季節は夏と冬とする。
- 民家と一緒に民泊をし、家族の学校プログラムを家庭で提供する。
- 3村で子供と親を分けて受け入れる。
- 民泊で家族の相談・ゆんたく会を行う。

<商品造成のポイント>

キーワード	ツアー・プログラム造成に向けた意見
ツアーコンセプト	・3村の皆さんと家族になる。
ターゲット	・20代~40代の女性。
内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>・修学旅行生（中高生）が訪れる4~6月、10~12月以外の夏と冬。</li> <li>・自然と人にフォーカスしたプログラムなど。</li> <li>・3村ごとに出来るプログラムを出し合う。</li> <li>・ツアーパターンは3村+2村両方つくる。</li> </ul>

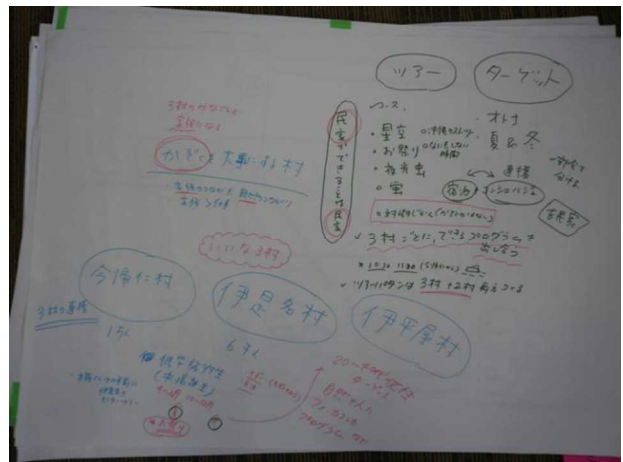


図2-12 D班の検討の様子

e 各班の検討結果 (E 班)

< ツアープログラムの内容 >

○子供がいる家族や大人グループを対象とし、家族は一緒に食事をつくって食べる家族だんらんの時間の提供、大人グループには野草の採取やイザリ、生活の知恵等の紹介をする。  
○これらを情報化して個別に発信する。

< 商品造成のポイント >

キーワード	ツアー・プログラム造成に向けた意見
ツアーコンセプト	・ウェルネスツアー。
ターゲット	・子どもがいる家族。 ・大人の小组。
内容	<p>&lt; 子どもがいる家族 &gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・地域をゆっくりと散策する。</li> <li>・釣りや木の実採り、林道めぐり、貝拾いを通じた自給自足体験。</li> <li>・一緒に遊ぶ。</li> <li>・蛍ツアー。</li> <li>・暮らしを知る。</li> <li>・一緒に食事をつくる。</li> <li>・工夫と遊び。家族でのモノづくり。</li> </ul> <p>&lt; 大人グループ &gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・野草、薬草、香草づくり。</li> <li>・いやし。</li> <li>・暮らしの知恵。</li> <li>・お茶。</li> <li>・夕日がきれいに見える場所と時間が知りたい。</li> <li>・イザリ。(大潮ツアー)</li> </ul>

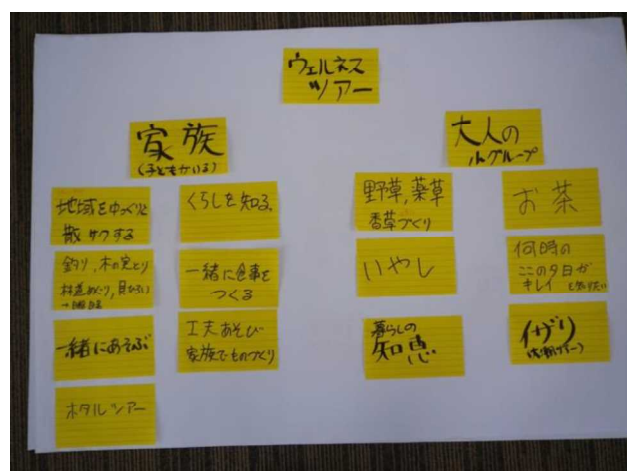


図2-13 E 班の検討の様子



#### f 講師の総括コメント

○プログラムコンテンツに魅力があり、ありのままの、高い生活体験を提供する。  
○いいな 3 村のオペレーションの具体例として、今帰仁村を拠点としたマネジメント手法（旅行業の取得）を検討する。  
○家族の時間、いやしの提供。モデルツアーを軸に様々なプランが出来る。（そぎおとす勇氣）  
○どんな人・ターゲットに来てほしいかという点をより明確に、徹底して設定すべき。社会的背景を捉え、本当に良い価値を提供するべきで、より具体的な体験になるように落とし込んでいく必要がある。地域のシーズをコンシェルジュサービスや DMO を利用してターゲットのニーズと結びつくようにしていく。



図2-14 体験ツアーの「魅力」造成研修会の様子

## 2. 1. 3 今後の方向性

地域の魅力創出・情報発信の取組事例に関する基調講演及び商品設計・造成のワークショップを通じて、プログラム提供者による地域資源の掘り下げを行うとともに、“家族の学校”をテーマとしたツアーのターゲットや提供内容等の具体化を図った。

講師である高砂氏の指摘の通り、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する必要がある。そのために、集客のみを目的とした体験商品ではなく、地域の強みを表現することができ、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。今回の研修では、地域の魅力の発信に必要な要件や今後の方向性について学ぶことができた。

今後は、プログラムの実際の旅行者への提供を視野に、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て、地域として受け入れていきたいターゲットを確立し、商品確立していくとともに、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。

### <講師アドバイス>

#### ①地域ぐるみの観光地域づくり

- ・地域住民の“住んでよし”への共感が生まれることで感動が生まれ、地域ブランドとして発展する。地域の魅力を掘り下げて潜在的な魅力・個性を顕在化し、地域を体感できるツアーを提供する。
- ・最大のオリジナリティは“人”であり、地域ぐるみで観光地域を育てる。

#### ②価値に見合った収益の獲得

- ・来訪者(お客さん)を具体的に想像してツアーを創造し、いいな3村に魅力・価値を感じる来訪者に対して地域資源を活用したツアーを提供する。
- ・提供できる民泊や体験プログラム等について正しく情報発信を行い、地域と来訪者のニーズがマッチしない場合には媚びず・押し付けないコーディネートを実践する。

#### ③行政と一体となったブランド形成

- ・観光事業を地域づくり・地域の持続性に向けた一手段として位置付けて、大義名分をもって取り組む。
- ・観光政策と関連付け、行政との協働による取組体制を構築することで、地域の理解と協力を得て、継続的・発展的に事業を推進する。



## 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)

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。また、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。

### 2. 2. 1 コミュニティ・ビジネスの販売戦略に関する勉強会

#### (1) 勉強会実施の考え方

販売戦略の検討対象を「おむすび」及び「いいなブレンド泡盛」とすることを想定し、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に向けて、商品販売までの道筋づくりや体験プログラム内での効果的な提供について議論することを目的として勉強会を開催した。

#### (2) 勉強会の実施概要

##### 1) 第1回勉強会の実施概要

過年度検討した地域ブランドコンセプトを振り返りながら、コミュニティ・ビジネスの商品の付加価値化や開発手順に関して、講師によるアドバイスに基づき議論を深めた。

(※会議資料は参考資料 3、会議議事録は参考資料 4 を参照)

表2-6 第1回コミュニティ・ビジネスの販売戦略に関する勉強会の開催概要

日 時	平成 27 年 10 月 14 日 (水) 9:00~12:00
会 場	伊平屋村 前泊港ターミナル2階 多目的ホール
参加者	<p>【講師】石渡氏            【グリーン・ツーリズム推進団体】            伊平屋島観光協会 西銘主任            一般社団法人いぜん島観光協会 上間事務局長            一般社団法人今帰仁村観光協会 又吉事務局長</p> <p>【自治体】            伊平屋村 総合推進室 上原主事</p> <p>【事務局】            沖縄県 農林水産部 村づくり計画課 崎間主任技師、金城技師            株式会社オリエンタルコンサルタンツ 小川、大城            株式会社アンカーリングジャパン 大島</p>
プログラム	1. いいな3村広域連携の取組みの紹介 2. 商品開発に関する講師レクチャー、取組の共有 3. 商品開発に向けた検討

表2-7 体験交流プログラムの品質向上にかかる勉強会の講師

講師	専門分野	所属・氏名	略歴
講師①	食の商品開発・販売展開の専門家	グリシャス株式会社 地域活性化プロデューサー 石渡進一氏	<ul style="list-style-type: none"> <li>食品流通業界に 20 年従事し、地域活性化・商品開発アドバイザーとして、消費者目線でのニーズを踏まえた「食」商品開発に全国各地で取り組んだ実績を有する。地域素材を活用したレシピの開発から生産体制の構築まで幅広く対応可能。</li> </ul>



図2-15 第1回コミュニティ・ビジネスの販売戦略に関する勉強会の様子

## 2) 第2回勉強会の実施概要

第1回勉強会を踏まえ検討を進めた「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。

表2-8 第2回コミュニティ・ビジネスの販売戦略に関する勉強会の開催概要

日時	平成 27 年 12 月 11 日 (金) 13:30~17:00
会場	伊是名村 伊是名区公民館
参加者	<p>【講師】石渡氏、浅野氏、吉崎氏</p> <p>【グリーン・ツーリズム推進団体】</p> <p>伊平屋島観光協会 西銘主任</p> <p>一般社団法人いぜん島観光協会 上間事務局長、前田氏</p> <p>民泊受入れ家庭 名嘉氏、前川氏</p> <p>一般社団法人今帰仁村観光協会 又吉事務局長</p> <p>【自治体】</p> <p>伊平屋村 総合推進室 上原主事、叶 観光コーディネーター</p> <p>農林水産課 前里主事補</p> <p>伊是名村 商工観光課 前田課長、東江課長補佐</p> <p>【事務局】</p> <p>沖縄県 農林水産部 村づくり計画課 崎間主任技師、金城氏</p> <p>株式会社オリエンタルコンサルタンツ 小川、大城</p>

	株式会社アンカーリングジャパン 中村、大島
プログラム	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 開会・本勉強会の流れについて</li> <li>2. これまでの取組の共有と今後の方向性</li> <li>3. 試飲・試食</li> <li>4. 商品やサービスとしての見せ方について</li> <li>5. 今後の開発・検証の方向性</li> <li>6. その他</li> <li>7. 総括・閉会</li> </ol>

表2-9 体験交流プログラムの品質向上にかかる勉強会の講師

講師	専門分野	所属・氏名	略歴
講師①	食の商品開発・販売展開の専門家	グリシャス株式会社 地域活性化プロデューサー 石渡進一氏	<ul style="list-style-type: none"> <li>・食品流通業界に20年間従事。地域活性化・商品開発アドバイザーとして、全国各地で消費者目線でのニーズを踏まえた「食」の商品開発の実績を有する。地域素材を活用したレシピの開発から生産体制の構築まで幅広く対応が可能。</li> </ul>
講師②	米の専門家	米や松倉 店長 浅野隼人氏	<ul style="list-style-type: none"> <li>・出身地宮城の新米を友人に配ったことをきっかけに、沖縄県で米販売を始める。「安心して安全なお米を届けたい」という思いで「田んぼと食卓をつなぐ米屋」として「米や松倉」をオープン。お米とそれに合う料理を提供するほか、お米の炊き方などの相談も受けている。</li> </ul>
講師③	食の情報の専門家	1級フードアナリスト 吉崎あい氏	<ul style="list-style-type: none"> <li>・各種料理コンテスト等審査員を務めるほか、グルメアプリ「Retty」コラム執筆やブロガーとしての活動を行う。また、各地での年間400軒の食べあるきによる食の知識や体験を活かし、伝統ある食・酒・和菓子など、日本の食文化の再発掘を20代の目線で伝えている。</li> </ul>



図2-16 第2回コミュニティ・ビジネスの販売戦略に関する勉強会の様子

### (3) 勉強会の実施結果

地域ブランドコンセプトの振り返りや地元のお米・泡盛の試食結果を基に、食に関わる専門家のアドバイスを踏まえて協議した結果を次頁に示す。

#### 1) 第1回コミュニティ・ビジネスの販売戦略に関する勉強会の結果

第1回勉強会における商品の付加価値化や開発手順に関する検討結果を次ページに示す。

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。

表2-10 コミュニティ・ビジネスの商品コンセプト別比較表

	おむすびセットを3村で物販 [A案]	民泊で食べる [B案]	縁起物(物販) [A案]	完成品のおむすび物販 [C案]
ターゲット	<ul style="list-style-type: none"> <li>来訪者</li> <li>お土産(自宅で作って食べる)</li> <li>組み立てやすい(加工の必要がない、パッケージ検討のみ)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>民泊客(現状では中高生)</li> <li>地元受入農家</li> <li>数が明確(民泊参加者分)</li> <li>受入農家が食事提供しやすい</li> <li>地域内消費拡大</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>縁起担ぎの人(子宝、縁結び)</li> <li>来訪者(、取り寄せ)</li> <li>ターゲットが明確 →PRにより売りやすい</li> <li>観光との相乗効果が高い(観光客誘致)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>来訪者</li> <li>その場で食べる(食堂、販売)</li> <li>成果のわかりやすさ</li> <li>B級グルメなど名物化が期待できる</li> </ul>
デメリット	<ul style="list-style-type: none"> <li>売り込むためにセールスをはける必要がある</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>今帰仁村においては、伊平屋村、伊是名村の米について抵抗を示す可能性がある</li> <li>各受入農家における品質の担保</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>場所に対して、実話・神話等に基づいた新たなストーリーをつくる必要がある</li> <li>案内など、一貫して実行する必要がある</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>流通経路の確立が必要</li> </ul>
流通	○	◎	?	○
観光との相乗効果	△	△	◎	◎
実現性	○	△→◎	△	?
課題・検討事項	<ul style="list-style-type: none"> <li>JAとの協力関係の構築</li> <li>具材の魅力化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>レシピ(使用食材)の平等性</li> <li>使用する食材に対する妥当性の共有(特に今帰仁村)</li> <li>交流体験との接点をもたせる</li> <li>供給の安定性の確保</li> <li>記憶に残るレシピの検討</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>カミンチュの協力体制の構築(現段階では不透明)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>レシピの魅力化</li> <li>ターゲットの絞り込みに向けたマーケティング調査</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>ストーリーづくり / 付加価値づけ、“家族の学校”との関連性</li> <li>具体案の検討(レシピ、ターゲット、販売方法・場所、販売戦略、価格)、それらの比較</li> <li>余剰米の確保 / JAへ現状の生産・余剰量のヒアリング</li> <li>関係者調整 / JA、民泊受入農家、カミンチュ</li> </ul>			

2) 第2コミュニティ・ビジネスの販売戦略に関する勉強会の結果

第2回勉強会における「いいなおむすび」「ブレンド泡盛」の試食・検討の結果を以下に示す。

①ブレンド泡盛

<3村の泡盛・ブレンド泡盛の味わいと香り>

	伊平屋村『照島』	伊是名村『常盤』	今帰仁村『美しき古里』	ブレンド
味	・米っぽい、香ばしさがある	・(最初は)米っぽい旨みがガツンときて、後から甘みがじんわりとくる	・まろやかで飲みやすい ・後味のキレが良い ・古酒が入っていることから、初心者にも飲みやすい	・最もまろやかになる ・複雑だけど、優しくまとまりがある味
香り	・強い	・やや強い	・弱い	

<ブレンド泡盛の方向性>

- 3村の泡盛をブレンドして飲むことができるように、3本セットで販売する。
- ブレンドしやすいように、レシピブックやメモリの付いた容器を付ける。

②いいなおむすび

<米・塩の特徴>

	米		塩
	伊平屋村『てるしの米』 (ちゅらひかり)	伊是名村『尚円の里』 (ひとめぼれ)	伊平屋村『塩夢寿美』
特長	・もちりしている ・日本米に比べて粒立ちが良い ・米の水分量が比較的少ない(炊く際に30~40分)	・特に粒立ちが良い	・手もみ、天日塩、あら塩 ・粒(結晶)が大きい
活用方法案	・ジューシーのような炊き込みご飯に向いている(米の水分量が少ないため、ダシをよく吸う) ・民泊の最後の朝ごはんではジューシーを出しではどうか ・民泊でおむすびを作る場合においても、ブレンドして販売する場合においても、ベースになる米を決めた方が良い		・小さく砕いて使用する方がなじみが良くなる
ブレンド	・伊平屋村・伊是名村の米に大きく違いがないため、ブレンドする必要性は低い ・ブレンドに係るコスト(物流、人件費)を考慮する必要がある		

<おむすびの方向性>

- まず、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。その後、今帰仁村にも普及を進める。
- 民泊受入れ家庭に対して、おむすび作りの講習会を開催しレクチャーする。
- 物販でおむすびセット(伊平屋村・伊是名村の米、今帰仁村の具材)\*の販売を検討する。  
※おむすびセットの内容については要検討
- 外部への発信も念頭に置き、段階的に活動内容を発展させていく。



## 2. 2. 2 販売戦略会議の開催

### (1) 検討の考え方

販売戦略の検討の対象を「おむすび」及び「いいなブレンド泡盛」とすることを想定し、コミュニティ・ビジネスを具体的に推進するための場として、販売戦略会議を開催した。

### (2) 会議の流れと検討結果

「おむすび」及び「いいなブレンド泡盛」に関する試作品・パッケージ作成及びモニター調査の実施に向けて、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。

表2-11 販売戦略会議の結果

開催概要 会議主題	出席者	議事決定
第1回 販売戦略会議 (10~12月) ・3村の酒造会社との面談	・今帰仁村観光協会 ・伊平屋酒造所 ・今帰仁酒造 ・伊是名酒造所	・今帰仁酒造、伊是名酒造所より、泡盛の提供及びブレンド泡盛の販売について承諾を得た(協力いただける方向)。 ・伊平屋酒造所については連絡が付かず面談が実施困難な状況。
第2回 販売戦略会議 (12月9日) ・米の専門家によるレクチャー	・今帰仁村観光協会 ・浅野氏(米や松倉) ・石渡氏(グリシャス株式会社) ・受託事業者 ・県	・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」の提供方法として、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られるセットとする方向が示唆された。 ・炊き込みご飯に向いていることから、ジュースとして提供する案についても提案があった。
第3回 販売戦略会議 (1月21日) ・デザイナーによるパッケージ打合せ	・今帰仁村観光協会 ・吉崎氏(株式会社原宿サン・アド) ・受託事業者	・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た。 ・デザインは複数案提示し、調整会議において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する。

<販売戦略会議の実施の流れ>

