

## 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）

広域連携組織の持続・展開施策として、「ヤンパク」のブランド、コンセプトを確立した。また、「ヤンパク」での会員の勉強会・交流会の開催など活動の自走化、体験交流プログラムの「ヤンパク」内受入れネットワークづくり、効果的な情報発信と内容の充実などの「ヤンパク」体制を強化する取組みについて検討を行った。

### 2. 4. 1 活動促進の考え方

「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. 4. 2 活動促進の実施概要

ヤンパクの広域連携組織としての活動の継続・発展を促すために、3村関係者が出席する調整会議を3回開催した。

#### (1) ヤンパク調整会議の開催概要

3村の合意形成の場として開催した、ヤンパク調整会議の開催概要を以下に示す。会議の参加者は、3村の実践者、県、受託事業者の3者を基本とし、最終会議において3村行政関係者にも声がけをし、情報の共有を図った。

次頁以降に、各回の開催状況を示す。

(※会議資料は参考資料 7、会議議事録は参考資料 8 を参照)

表2-15 ヤンパク調整会議 (再掲)

回数	日程	場所	参加者
第1回	平成27年9月15日(火) 17:00~18:30	ふながや館 会議室	グリーン・ツーリズム推進団体、 県、受託事業者
第2回	平成27年10月27日(火) 13:30~17:30	ふながや館 会議室	グリーン・ツーリズム推進団体、 県、受託事業者
第3回	平成27年12月25日(金) 15:00~18:00	つつじエコパーク 会議室	グリーン・ツーリズム推進団体、 県、受託事業者
第4回	平成28年3月15日(火) 14:00~16:00	大宜味村農村環境 改善センター	グリーン・ツーリズム推進団体、 3村行政、県、受託事業者

①第1回会議

第1回ヤンパク調整会議の開催概要を以下に示す。

表2-16 ヤンパク調整会議（第1回）の開催概要

日 時	平成 27 年 9 月 15 日（火） 17:00～18:30
会 場	ぶながや館 会議室
参加者	<p>【グリーン・ツーリズム推進団体】</p> <p>合同会社結くにがみ 服部代表、仲本事務局長          NPO 法人おおぎみまるごとツーリズム協会 宮城理事長、稲福事務局長          NPO 法人東村観光推進協議会 吉本理事長、小田事務局長、儀間氏</p> <p>【事務局】</p> <p>沖縄県 農林水産部 村づくり計画課 大嶺班長、崎間主任技師          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>
次 第	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 開会</li> <li>2. 本年度の狙いと事業内容</li> <li>3. モデルスケジュールについて</li> <li>4. ヤンパクのあり方について</li> <li>5. 今後の予定</li> <li>6. 閉会</li> </ol>



図2-25 ヤンパク調整会議（第1回）の様子

②第2回会議

第2回ヤンパク調整会議の開催概要を以下に示す。

表2-17 ヤンパク調整会議（第2回）の開催概要

日時	平成27年10月27日（火）13:30～17:30
会場	ぶながや館 会議室
参加者	<p>【グリーン・ツーリズム推進団体】</p> <p>合同会社結くにながみ 服部代表、仲本事務局長          NPO 法人おおぎみまるごとツーリズム協会 宮城理事長          NPO 法人東村観光推進協議会 吉本理事長、小田事務局長</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          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 中村、大島</p>
次第	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 開会</li> <li>2. 会の位置づけと前回の振り返り</li> <li>3. ヤンパクのあり方について</li> <li>4. 今後の予定</li> <li>5. 閉会</li> </ol>



図2-26 ヤンパク調整会議（第2回）の様子

### ③第3回会議

第3回ヤンパク調整会議の開催概要を以下に示す。

表2-18 ヤンパク調整会議（第3回）の開催概要

日 時	平成 27 年 12 月 25 日（金） 15:00～18:00
会 場	つつじエコパーク 会議室
参加者	<p>【グリーン・ツーリズム推進団体】</p> <p>合同会社結くにながみ 服部代表、仲本事務局長          NPO 法人おおぎみまるごとツーリズム協会 宮城理事長          NPO 法人東村観光推進協議会 吉本理事長、小田事務局長</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          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 中村、大島</p>
次 第	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 開会</li> <li>2. 会の位置づけと前回の振り返り</li> <li>3. ヤンパクのあり方について</li> <li>4. 今後の運営について</li> <li>5. 事例集のとりまとめについて</li> <li>6. 今後の予定</li> <li>7. 閉会</li> </ol>



図2-27 ヤンパク調整会議（第3回）の様子

④第4回会議

第4回ヤンパク調整会議の開催概要を以下に示す。

表2-19 ヤンパク調整会議（第4回）の開催概要

日 時	平成 28 年 3 月 15 日（火） 14:00～16:00
会 場	大宜味村農村環境改善センター
参加者	<p>【グリーン・ツーリズム推進団体】</p> <p>合同会社結くにながみ 服部代表、仲本事務局長          NPO 法人おおぎみまるとツーリズム協会 宮城理事長          NPO 法人東村観光推進協議会 吉本理事長、小田事務局長、儀間氏、城間氏</p> <p>【自治体】</p> <p>国頭村 企画商工観光課 前田係長          大宜味村 企画観光課 藤田係長          東村 企画観光課 宮城主事          農林水産課 久高氏</p> <p>【事務局】</p> <p>沖縄県 農林水産部 村づくり計画課 大嶺班長、崎間主任技師、金城氏          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>
次 第	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 開会</li> <li>2. 本年度事業の取組について</li> <li>3. ヤンパクのあり方・今後の行動計画について</li> <li>4. 意見交換</li> <li>5. 閉会</li> </ol>



図2-28 ヤンパク調整会議（第4回）の様子

## (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。

### <ヤンパクのあり方の検討手順>

#### 【STEP1】

##### ○ 3村の“将来像”（ビジョンと目標）の検討

- ① 3村各々から目標の発表と質疑
  - 目標は高すぎないか、低すぎないか？どう考えたか。
  - 他の2村との連携をどう考えたか？
- ② 将来の3村の（連携した）姿はどんな姿か？
  - 受入の目標は？（3村の合算？それとも・・・）
  - 3村一体となって誰に何を売っているのか？（何で勝負しているのか？）
  - その時拠点はどんな役割を果たしているか？（機能、形態）



#### 【STEP2】

##### ○ 地域としての強み（≒地域ブランド）についての議論

- ① 地域ブランドの要素の整理（自然、気候、歴史、生活風習、人）
- ② ①を踏まえたブランドの核（コア）の検討
- ③ ブランド価値の整理（内的な価値、外的な価値）
- ④ ブランドメッセージの整理



#### 【STEP3】

##### ○ 地域ブランドの掘り下げ

- 受入を行うなかで、子ども達や関係者が深く感動するポイントはどこか？
- その理由はなぜか？

ヤンパクのあり方（3村・ヤンパクの将来像、ヤンパクの地域ブランド）



#### 【STEP4】

##### ○ 具体的な取組内容について

- “将来像”を実現するためにやるべきことは？  
（短期（1～3年内）、中期（5年内）、中長期（10年内））



### (3) 検討結果

3村連携による将来像を描くとともに、3村共通の魅力に着目した地域のブランドコンセプトに対する議論を通じて、ヤンパクのあり方について確立した。

3村のグリーン・ツーリズム実践者によるワークショップを通じた検討結果を以下に示す。

#### 1) STEP1の検討結果[3村の“将来像”(目標、連携した姿)]

##### ①受入目標

○受入目標人数は、3村合算で年間16,900人(2025年)とする。

○閑散期の受入を増やすことで受入人数及び受入農家数を増加し、3村の農業振興へ貢献する。

##### ②ターゲット、3村一体で提供する商品・サービス

○修学旅行生だけではなく、民泊ややんばるの自然に関心のある一般客やインバウンドをターゲットとする。

○やんばるの独自性(アイデンティティ)のある地域資源を組み合わせ、参加者自らに“気付かせる”体験プログラムを創造し提供する。

○ヤンパク事務局により、村内の体験プログラムやイベント等の斡旋・コラボレーションを行う。

##### ③その時、拠点が果たす役割(機能、形態)

○拠点の形態としてヤンパク事務局の法人化を目指し、一体的に案内を行うコンシェルジュを設置する。

○スケールメリットを生かしたプロモーション・営業を行うとともに、3村の特色が活かしたインパクトに残る民泊内容や統ルールを形成する。

[3村の目標]

■民泊実施世帯数（世帯）

	2014年	2020年	2025年
3村農家数計	126	152	160
国頭村	24	32	40
大宜味村	42	60	60
東村	60	60	60

■農家の民泊実施率（%）

	2014年	2020年	2025年
3村農家数計	15.5%	20.9%	23.3%
国頭村	6.7%	10.1%	13.3%
大宜味村	16.7%	26.9%	28.6%
東村	29.1%	32.1%	33.8%

■民泊受入人数（人）

	2014年	2020年	2025年
3村農家数計	12436	13500	14900
国頭村	1786	2000	2400
大宜味村	2650	3500	4500
東村	8000	8000	8000

■民泊成長率（%）

	2014年	2020年	2025年
3村農家数計	100.0%	108.6%	119.8%
国頭村	100.0%	112.0%	134.4%
大宜味村	100.0%	132.1%	169.8%
東村	100.0%	100.0%	100.0%

■世帯毎の年間受入れ回数（回/年/世帯）

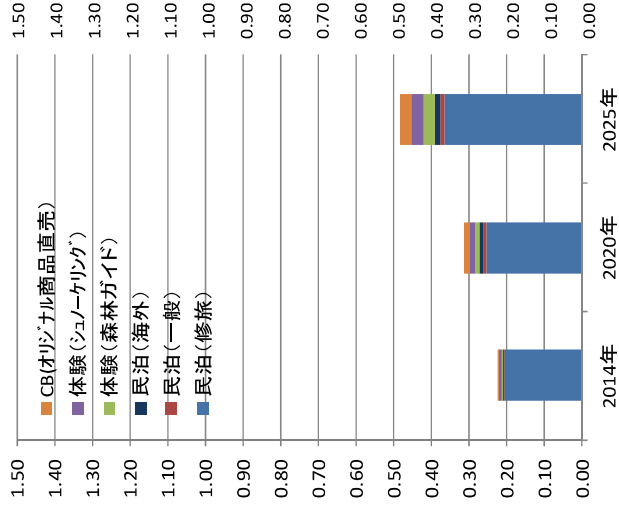
※受入人数：5名/回/世帯

	2014年	2020年	2025年
3村農家数計	19.7	17.8	18.6
国頭村	14.9	12.5	12.0
大宜味村	12.6	11.7	15.0
東村	26.7	26.7	26.7

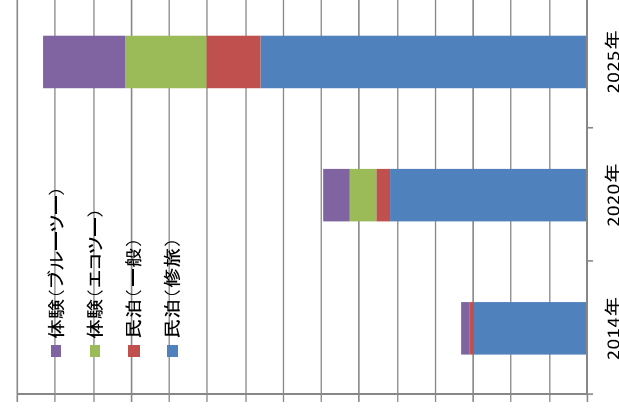


■ 3村のグリーン・ツーリズム推進団体の取扱規模（目標）からみだ比較

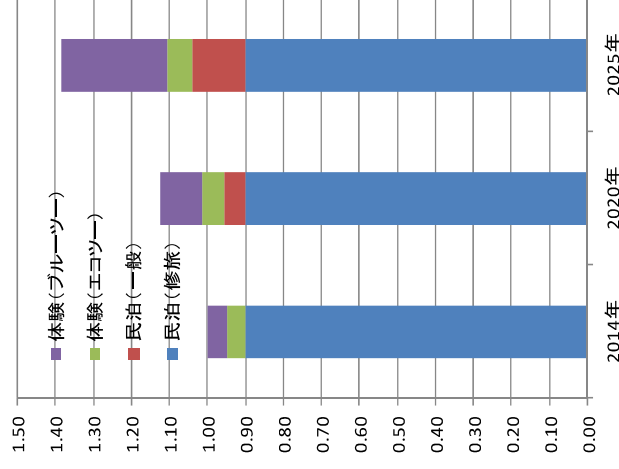
国頭村



大宜味村



東 村



国頭村の顧客ターゲット

収入の種別	目標(収入ベースの割合)		
	2015年	2020年	2025年
コミュニティ・ビジネス	2%	4%	6%
体験(ジュニアガイド)	3%	5%	7%
体験(森林ガイド)	2%	4%	6%
民泊(海外)	1%	3%	3%
民泊(一般)	2%	3%	3%
民泊(修学旅行)	90%	81%	75%

大宜味村の目標

収入の種別	目標(収入ベースの割合)		
	2015年	2020年	2025年
体験(ブルーツアー)	0%	10%	15%
体験(エコツアー)	7%	10%	15%
民泊(一般)	3%	5%	10%
民泊(修学旅行)	90%	75%	60%

東村の目標

収入の種別	目標(収入ベースの割合)		
	2015年	2020年	2025年
体験(ブルーツアー)	5%	10%	20%
体験(エコツアー)	5%	5%	5%
民泊(一般)	0%	5%	10%
民泊(修学旅行)	90%	80%	65%

## 2) STEP2 の検討結果[地域ブランドについて]

### ①ブランドの核（コア）

○豊かな自然と人の暮らしが共生し、陸続きでありながら原始的な自然と生活の原風景を持続してきたこと。  
 ○鮮やかな原色の里。  
 ⇒ 地域ブランドの発信にあたり、色の特徴を活用し印象強いプロモーションを展開できる。

### ②ブランドの価値

#### <内的な価値>

○自然と共生し、贅沢しなくても豊かな暮らしが享受できる“自然とのゆいまーる”。  
 ○村内のみんなが家族のように親しい暮らし。

#### <外的な価値>

○やんばるのきれいな空気・風に囲まれて、五感全体でやんばるの自然を感じられる。  
 ○原始的な(人工的ではない)自然の中で、自分自身に向き合い、飾らない“ありのままの自分”になれる。

### ③ブランドメッセージ（3村連携のコンセプト）

キーワード	ブランドメッセージ	班
原風景	<ul style="list-style-type: none"> <li>・やんばるの自然の中でありのままの生活を見てもらう。</li> <li>・別世界 五感で感じるいやしのやんばる（自然、人、食べ物）</li> </ul>	[A班]
豊かな自然	<ul style="list-style-type: none"> <li>・やんばるだけに生きている森の仲間と友達に</li> <li>・やんばるの自然と寄り添う暮らし</li> <li>・自然の語り声が聞こえるそれが山原</li> <li>・自然に包まれる感覚！それが山原</li> <li>・五感で味わえ！やんばるの風</li> <li>・命が呼吸するやんばるの風</li> </ul>	[B班]
開放感	<ul style="list-style-type: none"> <li>・緑の風の開放感（ありのまま）</li> <li>・Yanbaru is Open!!</li> <li>・時間・空間解放される旅</li> </ul>	[B班]
“ありのままの自分”への回帰	<ul style="list-style-type: none"> <li>・やんばるで輝やかす自分色</li> <li>・原点に還る旅</li> <li>・原風景で自分を取り戻す旅</li> <li>・素直なままでいいんです やんばるでは</li> <li>・何故かおちつくそれが山原</li> <li>・体内リセット</li> </ul>	[B班]

### 3) STEP3 の検討結果[地域ブランドの掘り下げ]

#### ①受入を行うなかで、子ども達や関係者が深く感動するポイント

○感動のコア(核心)にはコミュニティがある。

○最も重要な要素は「人」であり、自然環境はそれを包む一要素である。「人」や「コミュニティ」に触れて、その「生き様」を感じ感動する。

○農業体験を通じた食への関心があり、これを共有するコミュニケーションが大切である。生業を体験した先に共有と吸収があり、それは子どもたちの成長の糧となる。

○やんばるにおける感動ポイントの分析は、民泊における方程式を紐解くことと同じ。

○村民と出会い、共に濃厚な時間を過ごして家族や恋人のような絆ができることで、別れの切なさに感動が生まれる。

#### 4) ヤンパクのあり方

##### 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。

###### <顧客>

- ・民泊の受入目標は 14,900 人（2025 年） 現状より約 20%の増加。
- ・通常の民泊の閑散期も含め、多様な顧客の受け入れを進めている。

###### <運営>

- ・事務局を法人化し、一元的な案内窓口機能、一体的なオペレーションが実現している。

###### <地域貢献>

- ・人口減少基調（1万人→0.85万人）にはあるものの国頭村、大宜味村とも受入農家の増加（国頭 24 軒→40 軒、大宜味 42 軒→60 軒）を積極的に行なう。東村では受入農家数を維持（60 軒）している。
- ・受入数を持続する中で、地産地消を進め地域経済に貢献している。

##### 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。
- やんば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ことの大切さに気づく。

###### <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。

5) STEP4 の検討結果 [具体的な取組内容]

3村連携によるヤンバクの将来像の達成に向けて今後具体的に取組んでいく行動計画について、高齢化等の地域の状況の変化や観光産業の傾向を踏まえながら、拠点化や民泊受入体制、新規商品の開発などの多面的な取組を対象に策定した。

＜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】
拠点化の推進	<ul style="list-style-type: none"> <li>人口（高齢化率） 10,201人（26.1%） ※3村合算</li> <li>民泊受入数 12,400人</li> </ul> <p>○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。</p> <p>→現状、不整合のある受入ルールの統一化を図る。 例えば、最大の予約人数、予約の取り方、体験内容（農業）、日曜日受入、地域外へ出ることの可否、海水浴の可否 など</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>人口（高齢化率） 9,103人（33.4%） ※3村合算</li> <li>民泊受入数 13,500人</li> </ul> <p>○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。</p> <p>→3村の体的な窓口を統一化し、一元化対応を図っている。</p> <p>→これに対応した、拠点組織を立ち上げている。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>人口（高齢化率） 8,586人（37.2%） ※3村合算</li> <li>民泊受入数 14,900人</li> </ul> <p>○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）</p> <p>→三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）</p>
受入体制充実	<p>○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。</p> <p>→新たな顧客の受入のためのスキルアップを進めている。例えば、ウチナーグチ・琉球の歴史の勉強会の実施など</p>	<p>○新たな顧客（大人や外国人）の受入を実際に進めている。</p> <p>→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。</p>	<p>○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。</p> <p>→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。</p> <p>→また、情報発信を行いさらなる顧客拡大を進めている。</p>
新規商品開発	<p>○ヤンバクの取組と相乗効果のある商品企画を行っている。</p> <p>→3村の魅力発信する商品や、民泊での消費が期待できる商品の企画を行なう。</p>	<p>○ヤンバ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。</p> <p>→3村合同で商品開発・販売を推進している。</p> <p>→民泊での消費が期待できる商品を販売している。 （※ 材料の集積など行政を通じて協力を要請したい。）</p>	<p>○ヤンバ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。ヤンバクのブランドが発信出来ている。</p> <p>→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。</p>
その他	<p>○行政協働による営業活動、観光PRの実施。</p> <p>○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）</p> <p>○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</p> <p>○三村協働でのイベントへの出展などの実施。</p> <p>○環境・自然保護活動の強化</p> <p>○3村行政も含む定期的な話し合いの場の設置。</p>		<p>○行政からの支援はなく、協働関係を持続している。</p>
その他（個別の取組）	<p>○東村第5次総合計画（前期）と照らしながら、観光産業の発展に繋がる事業を展開する。（東村）</p> <p>○村内への宿泊施設の誘致促進。（大宜味）</p> <p>○統合した後の学校跡地の利活用。世界自然遺産登録にむけて取り組み。シルバー人材の育成・活用。（大宜味村）</p>	<p>○東村第五次総合計画（前期）の反省点を踏まえて後期計画に繋げる。（東村）</p> <p>○安定した協会運営体制と強化（大宜味）</p> <p>○教育委員会・小中学校・辺土名高校を取り巻きながらインバウンドの学校関係との交流や交換留学等への取組。（大宜味）</p>	