

第3回
ヤンパク調整会議
資料

平成 27 年度 農山漁村交流拠点整備事業 やんばる 3 村 会議（第 3 回）

平成 27 年 12 月 25 日（金）

15 : 00 ~ 17 : 00

会場 つつじエコパーク会議室

会 次 第

1 開 会（挨 拶）

2 会の位置づけと前回の振返り（資料 1）

3 ヤンパクのあり方について（資料 2）

- ・ 3 村の将来像、ブランドコンセプト、ヤンパクの将来像のまとめ
- ・ コンセプトを踏まえた行動予定

4 今後の運営について（資料 3）

- ・ 交流会の企画について
- ・ 今後の運営について

5 事例集のとりまとめについて

- ・ 構成について（→これまでの経緯を振り返る）

6 今後の予定

7 閉 会

（以 上）

平成27年度 農山漁村交流拠点整備事業

やんばる3村 会議(第3回)出席者名簿

(敬称略)

番号	村	所属	役職	氏名	出欠
1	国頭村	結 ぐ に が み	理 事 長	服 部 吉 伸	○
2		〃	事 務 局 長	仲 本 美 智 子	○
3	大宜味村	おおぎみまるごと ツーリズム協会	理 事 長	宮 城 健 隆	○
4		〃	事 務 局 長	稲 福 元 子	○
5	東村	東村観光推進 協 議 会	理 事 長	吉 本 淳	○ (途中参加)
6		〃	事 務 局 長	小 田 晃 久	○
7		〃		儀 間 し の ぶ	○
8	沖縄県	村づくり計画課	農村活性化推進 班 長	大 嶺 保 和	○
9		〃	主 任 技 師	崎 間 賀 子	○
10		〃		金 城 雅 友	○
11	事務局	OC		小 川 哲 平	○
12		OC		大 城 美 由 紀	○
13		A R J		中 村 圭 一 郎	○

検討スケジュールと会の位置づけ

＜会議等の予定＞

	実施事項
第1回 ヤンパク調整会議 (9月15日)	・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 ・ブランドコンセプトのあり方について
第2回 ヤンパク調整会議 (10月27日)	・ブランドコンセプトの検討 (3村の目標、ビジョンを踏まえた検討。) ・コンセプトを踏まえた行動方針 ・交流会や、PR イベントについて
第3回 ヤンパク調整会議 (12月)	・ブランドコンセプト、3村の将来像、ヤンパクの将来像のまとめ ・コンセプトを踏まえた行動予定 ・交流会の企画について ・今後の運営について
【交流会の開催】 (1月頃)	・民泊ミニセミナー、ブランドコンセプトの発表、意見交換など
【花と食のフェスタ】 ・県民向けPR (2月6、7日)	・花と食のフェスタにおけるブース出展 (3村側が主体となって実施)
第4回 ヤンパク調整会議 ※報告会 (2月)	・取り組みの総括 ・市町村担当者への報告

平成27年度 農山漁村交流拠点整備事業
第2回 やんばる3村会議 議事要旨

1. 日 時：平成27年10月27日（火）13:30～17:30

2. 会 場：ぶながや館 会議室

3. 出席者：

＜グリーン・ツーリズム推進団体＞

- ・NPO 法人東村観光推進協議会 吉本理事長、小田事務局長
- ・NPO 法人おおぎみまるごとツーリズム協会 宮城理事長
- ・合同会社結くにがみ 服部代表、仲本事務局長

＜沖縄県＞

- ・沖縄県 農林水産部 村づくり計画課 崎間主任技師

＜受託事業者＞

- ・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

4. 議事要旨

（1）各村の目標について

3村各々で検討した目標値を発表いただいた。※事前提出シート参照

① 事前提出シート補足

[東村]

- ・現況の受入人数は東村単独で8,000人で、3村連携で10,000人である。
- ・農業の繁忙期を避けられれば民泊を受け入れてもよい、と考えている農家を仲間に加えることができれば、受入農家数を増やすことが可能である。
- ・一般の民泊利用者も実績として増えてきている。
- ・体験プログラムの収入については、手数料と民泊で実施する体験プログラムのオプションの価格を含む。
- ・エコツーリズムの収入は例年から横ばいの状況であり、地元の業者が頑張っていて成長していることも考慮し、東村観光推進協議会としては今後も現状維持を目標としたい考えである。
- ・ブルーツーリズムについては、現在マリン体験を強化しているところである。

[国頭村]

- ・現況の受入人数は3村連携を含めて1,786人であり、3村連携による受入はその約75%を占める。
- ・今後は一般の民泊を増やしていきたい考えである。
- ・海外からの旅行者の民泊や森ガイドツアーは、これから大きく伸びる(増える)可能性があるが、目標値(全体に占める割合)は現実的に見積もった。
- ・コミュニティビジネスに関する目標値は自ら制作して販売する場合を想定した目標である。他の

業者が制作した商品について販売を協力して行うことも考えられ、その場合はさらにコミュニティビジネスの目標値は増える。

[大宜味村]

- 現況の受入人数は3村連携を含めて 2,650 人であり、3村連携による受入はおよそ 2,000 人である。
- 一般の民泊利用者の目標については、インバウンドも含めている。問合せ数や大学生の研修など実績として増えてきている。
- ブルーツーリズムについては、協議会を設立し来年から本格始動するところである。一般客の受け入れを増やしたい考えである。
- エコツーリズムについては、商品開発を進めているところである。
- 民泊以外の体験プログラムは、他団体に客が集まっている印象がある。事務局でももっと頑張っていきたいと考えている。グリーンツーリズム、ブルーツーリズム及びエコツーリズムについても、3村で連携して取り組んでいければと考えている。

② 民泊のあり方について

- 東村では、村の企画観光課において定住促進住宅の建築と斡旋を進めている。一戸建て住宅も含まれる。
- 少子化対策として子持ち家庭を優先しているようだが、一部の部屋は若者の移住体験として提供している。（吉本理事長、小田事務局長）
- 東村へ年間 100 名が移住してきているという記事を新聞で読んだ。
- 一方で、賃貸マンションの一室を「民泊」と呼んで提供していると NHK の番組で見た。同番組では、専門家が出演しこのような形態を「投資型民泊」に、従来の民泊は「ホームステイ型民泊」に分類されると話していた。
- 実際に事務局へ問い合わせもあった。民泊の質の向上を図るためにも、ルールづくりや行政として方針を明らかにしてもらいたい。（宮城理事長）
- 県としての規制には限度がある。旅行会社やホームページで取引されている内容については把握が難しい。（崎間主任技師）
- このような新たな宿泊形態の登場にあたり、ホテルや旅館が旅館業法の緩和を求める動きもある。日本では、インバウンドへの提供について緩和を始めたところもある。（中村）
- 本件については不動産の賃貸業に関して法に触れる恐れがあるのではないか。
- また、大阪府では簡易宿所営業の客室延床面積の緩和を求める動きがあるそうだ。（以上、服部代表）
- 地域の文化や暮らし、地元の人たちやとの交流を求める観光客は少なくない。
- 民泊が注目をあびることで、やんばる3村の動きをクローズアップさせ、民泊の定義づけやヤンパクの取組を発信するチャンスでもある。（以上、中村）
- 観光客のニーズに対して、ヤンパクのコンセプトは合致している。今回の会議でさらにブランドメッセージを議論したい。（小川）

③ 一般客の受入について

- ・簡易宿所営業許可の取得で一般の民泊も実施可能か。（吉本理事長）
- ・可能である。しかし、一般客に対しては特に、民泊がどのような宿泊方法であるのか説明して認識を共有し、ニーズに合致しているか確認が必要である。（中村）
- ・一般客でも一緒に調理をする必要がある。ただし、体験プログラムは修学旅行と違い自由度が高い特徴がある。（仲本事務局長）
- ・国頭村では、体験プログラムについて別途料金をもらって実施している。（服部代表）
- ・体験プログラムを切り分けて行うことで、収入増加を目指すことができる。
- ・また、ヤンパクで民泊を受入れて体験プログラムと広くマッチングすることで、民泊へのニーズも高まる。
- ・伊平屋村で開催されたムーンライトマラソンでは、宿泊施設が不足したことから民泊を利用したランナーがいた。彼らは必然的に民泊を利用したが、受入れ農家との交流を評価し、次回も民泊を利用したいと言っているそうだ。イベントとのコラボを通して民泊の良さが伝わり、ニーズが高まっている例である。（以上、中村）
- ・民泊に対する問い合わせを受ける際に、宿泊の予定日を決めていない人もいる。その際は地域のイベント等も紹介するなど、住民ならではの案内ができる強みが民泊にはある。（仲本事務局長）
- ・一般客の受入について、3村で価格を揃える必要があると考える。
- ・大宜味村では、一般客の宿泊料金も修学旅行生を同額である。（以上、宮城理事長）
- ・国頭村は一般客は体験プログラムに関して自由度が高いため、修学旅行よりは若干少ない価格設定である。（仲本事務局長）

④ 民泊による土産物販売促進

- ・コミュニティビジネスのあり方として、修学旅行との連携について検討している。民泊に対して、土産物の消費者機能を持たせてはどうだろうか。（服部代表）
- ・修学旅行生向けに値段やパッケージなどを改良を行う方法も考えられる。（崎間主任技師）
- ・修学旅行は最終日に国際通りで買い物をするルートになってしまっている。そのため、やんばるでの体験中にはなかなか買ってくれない。小遣いの上限金額が決められているのかもしれない。（吉本理事長）
- ・国頭村では、生徒によって土産物を購入して郵送している姿も見かける。（仲本事務局長）
- ・国頭村は、修学旅行生の土産物購入について5%の割引を実施している。5%割引して販売した商品データを収集すれば修学旅行生のニーズを把握することができるかもしれない。（服部代表）
- ・東村でも修学旅行生に対する割引を検討している。（小田事務局長）
- ・修学旅行生が買っていくものは200～300円程度だろうか。（吉本理事長）
- ・修学旅行生に聞いてみると、来る段階で買うものを決めてきているようだ。そのほかには、民泊で体験したサータアンダギーミックス等を購入しているようだ。
- ・国頭村は土産物の品数も多く、さらに割引があり買いやすいのだろう。（以上、宮城理事長）

(2) 将来像/3村の連携した姿の検討 ※別紙「ワークまとめ」参照

(3) 地域ブランドの検討 ※「ワークまとめ」参照

(4) 今後のスケジュールについて

- ・ 次回の第3回会議は12月に開催予定とする。
- ・ 将来像の実現に向けた具体的な取組について議論する。

(5) 花の食のフェスタのお知らせ

- ・ 以前バスツアーに協力いただいた団体に対しては出展ブースを提供する。ぜひヤンパクのPRに活用いただきたい。出展される場合には、申込み書の提出をお願いしたい。
- ・ 出展者多数の場合には調整する。
- ・ 電気、水道、テーブル等の設備は件で準備する。

(以 上)

ヤンパクのあり方（将来像と地域ブランド）の検討

1. 3村・ヤンパクの将来像（10年後の姿） 【たたき台】

- 農家体験に魅力感じる「多様な顧客」に民泊や体験を提供。人口は減少基調にあるものの受入の拡大を図り地域に貢献している。

<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。
- ・受入数を維持する中で、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【たたき台】

<ブランドの核（案）>

- 豊かな自然（海、山、川）に、暮らしの原風景（里）が今も調和し持続しており、“原色”を楽しむことができる。

<ブランドの価値（案）>

- 自然の一部となり、豊かに暮らせることができる。人のつながりの強さがある。
- やんばるに滞在することを通じて豊かな自然や里の恵みのなか、豊かな時間を過ごすことができる。

<ブランドメッセージ（案）>

- 豊かな自然の中でのありのままの営みを体感。ありのままの自分（命）を磨く体験を提供する。

- 他の地域にはない「やんばるらしさ」を出すためにさらに一歩掘り下げたい。

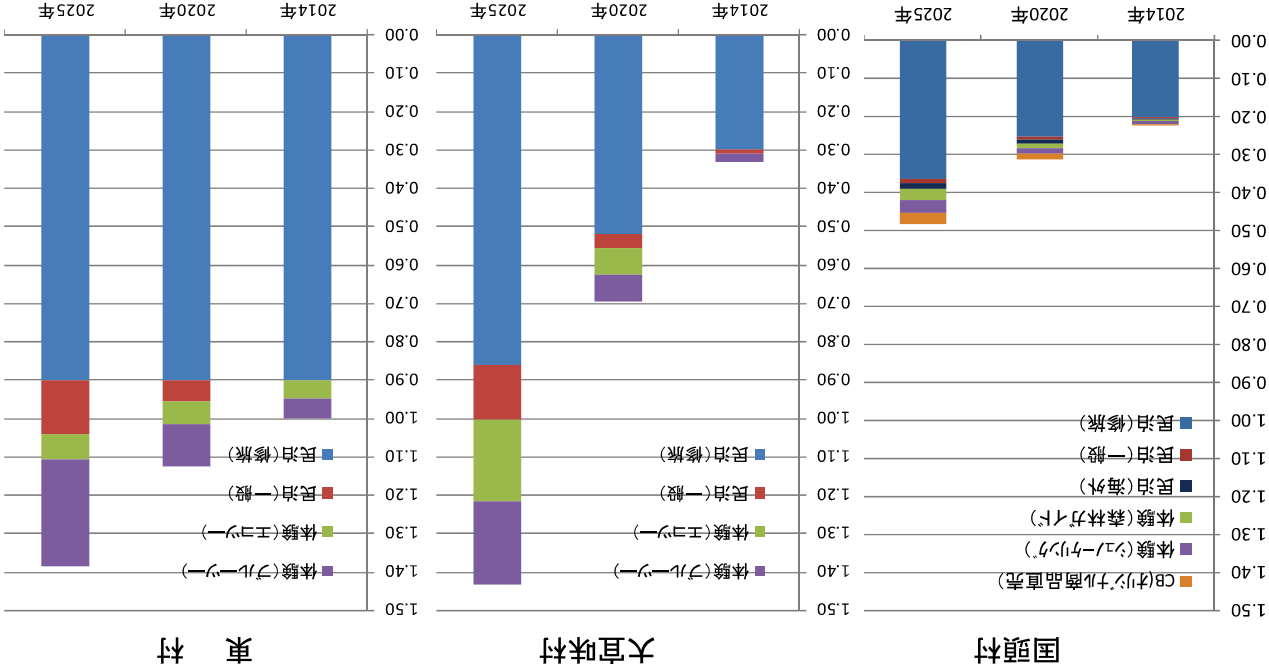
<問い>

- 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はどこか？
（「これに感動した」と言われるポイントは？これを絶対に体験させたい思うものは？）
- ② その理由はなぜか？
（「やんばる」らしい何がそうさせるのか？）
- ③ 「やんばるではこれが体験できる！」という言葉ブランドメッセージに加えるとするとそれは何か？

参考データ1 民泊の将来目標及び関連指標

(1)人口(人)		現況		10年度		参考	
		2010年	2020年	2025年	2025年	3村構成	
・3村人口計(A)		10,201	9,103	8,586			
(現況比)		—	89.2%	84.2%			
国頭		5,188	4,623	4,359	50.9%		
大宜味		3,221	2,856	2,685	31.6%		
東		1,792	1,624	1,542	17.6%		
(2)高齢化率(%)							
・3村合算		26.1%	33.4%	37.2%			
(3)農家数(世帯)						農家数C=B/A	
・3村農家数計(B)		815	727	686	8.0%		
国頭		357	318	300	6.9%		
大宜味		252	223	210	7.8%		
東		206	187	177	11.5%		
(4)民泊実施世帯数						※Cを使用し算出	
						※Cを使用し算出	
		(5)農家の民泊実施率					
		2014年	2020年	2025年	2025年		
・3村農家数計(B)		126	152	160	23.3%		
国頭		24	32	40	10.1%		
大宜味		42	60	60	26.9%		
東		60	60	60	32.1%		
(6)民泊受入人数						(6)民泊成長率	
		2014年	2020年	2025年	2025年		
・3村農家数計(B)		12436	13500	14900	119.8%		
国頭		1786	2000	2400	134.4%		
大宜味		2650	3500	4500	169.8%		
東		8000	8000	8000	100.0%		
(7)世帯毎の年間受入回数							
		2014年	2020年	2025年	2025年		
・3村農家数計(B)		19.7	17.8	18.6			
国頭		14.9	12.5	12.0			
大宜味		12.6	11.7	15.0			
東		26.7	26.7	26.7			
		受入人数		5名/世帯			

参考データ2：3村組織の取り扱い規模からみた比較（推計）



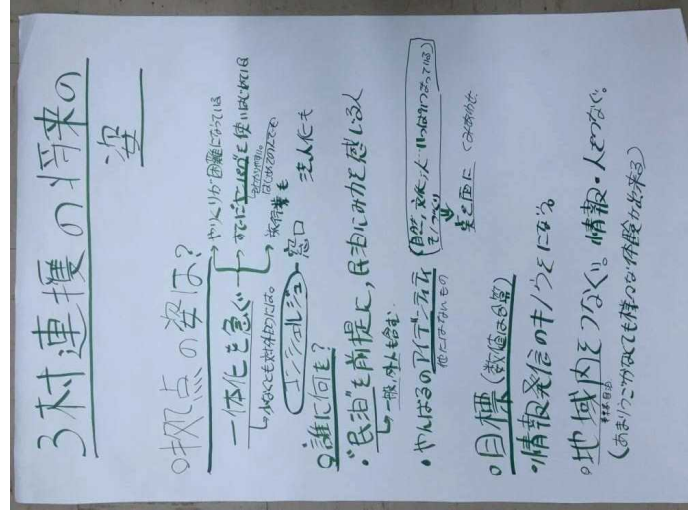
【 STEP1 : 3村の“将来像”(目標、連携した姿)の検討 】

[A班]

キーワード	3村の“将来像”(目標、連携した姿)に向けた意見
受入目標	・ 3村合算での目標(数値)とする。
ターゲット	・ “民泊”を前提に、民泊に魅力を感じる人(一般、外人も含む)。
売り	・ 他にはない、やんばるのアイデンティティ ・ 自然、文化、人など、やんばるの地域資源がいっぱい詰まっているモノづくり ⇒ 様々な要素を組合せることで、点を面にする
将来の拠点の姿	・ 一体化を急ぐ(特に対外的に) ー 現状でも、単村ごとではやりくりが困難になっている ー すでに“ヤンバク”を使い始めている ⇒ 初めての人でもわかりやすい ー 旅行業も・・・ ・ コンシェルジュ(窓口)を置く ・ ヤンバク事務局の法人化
役割	・ 情報発信の機能を担うこと。 ・ 地域内の民泊と事業者について、情報・人を繋ぎ、地域内で(あまり動かなくとも)様々な体験ができる体制を整えること。

[B班]

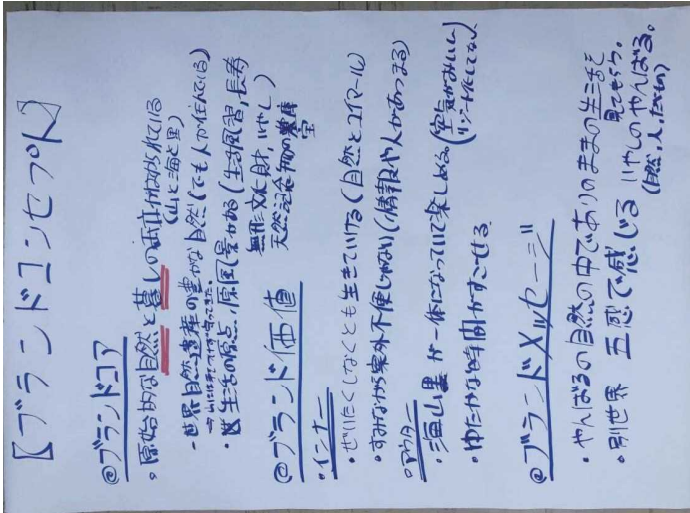
キーワード	3村の“将来像”(目標、連携した姿)に向けた意見
受入目標	・ +5,000人を達成するために、新たな需要を開拓すること。 ・ 閑散期 7月～8月に受入数を増やすこと。 ・ 受入民家を増やすこと。 ・ 地産地消のもと消費者機能としても農業振興へ貢献すること。
ターゲット	・ 閑散期(夏休みシーズンの)県内外の小学生、外国人、一般客
売り	・ 豊かな自然の中でやんばるでワンバク “気づかせる旅” ー サマースクール、ロングステイ ・ 体験プログラムの強化とヤンバク事務局による斡旋 ・ イベントと民泊受入のコラボ
将来の拠点の姿	・ ヤンバク事務局の独立(法人化)
役割	・ 足並みをそろえたプロモーション、営業 ー スケールメリットを生かしたヤンバク(3村連携)によるアンテナショップ等の出展 ・ 3村で連携したクレーム対応 ー やんばるの日常(起こり得る状況)を3村共通で整理し、事前に発信する ー 問題点(クレーム)は共有し、みんなで注意する ・ 想い出としてインバクトに残る “売り” づくり ー 3村が連携し、事務局で枠組み作りをする必要性 ー 受入民家の “やってあげたい” も尊重 ⇒ 受入民家への波及 ・ 受入村のカラーに合わせた民泊パートナーの検討・提供 ー 受入民家ごとの格差の是正(食事、体験、手土産などの共通ルール) ー 3村それぞれの特色が出るように(全て同じでは面白くない)



【 STEP2 : 地域ブランドについての議論 】

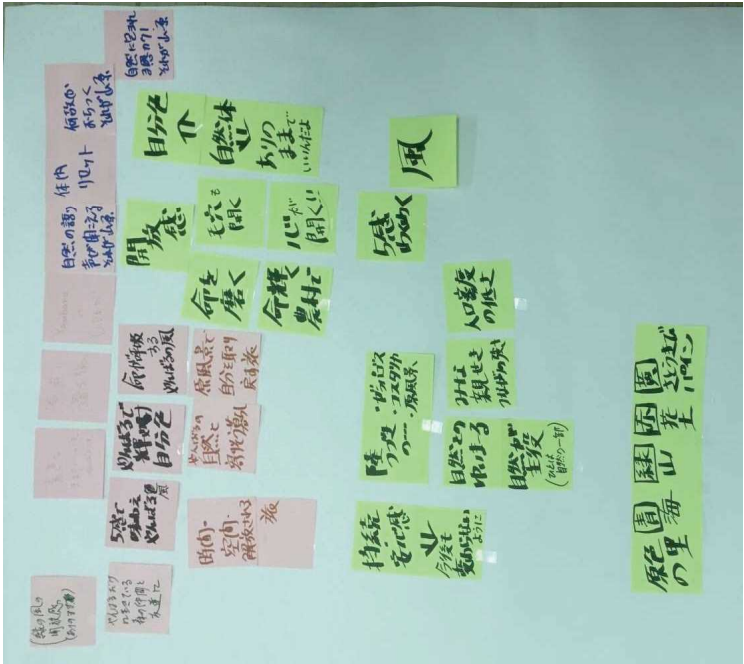
[A班]

キーワード	地域ブランド形成に向けた意見
ブランドの核 (コア)	・原始的な自然(山と海と里) → 世界自然遺産の豊かな自然の中において人が住んでいる。山には手を付けず守ってきた → 生活の原点・原風景がある(生活風習、長寿無形文化財、いやし) → 天然記念物の宝庫
内的な価値	・贅沢しなくとも生きていける。自然とのゆいまー。 ・情報や人が集まるため、住むために案外不便じゃない。
外的な価値	・海山里が一体になっていて楽しめる。 → 空気がおいしい → リンゾート化していない ・豊かな時間が過ごせる。



[B班]

キーワード	地域ブランド形成に向けた意見
ブランドの核 (コア)	・陸続きでありながら自然や原風景を持続してきた、変わらない安心感がある。 ⇒ 今後も変わらないように守り続けていく必要性がある。 ・原色の里である。 → 青：海、緑：山、赤：花・土、黄：パイナップル・サトウキビ
内的な価値	・自然が主役(人は自然の一部)。自然とのゆいまー。 ・みんな親戚のような繋がり。の強さ。 ・人口密度の低さ。
外的な価値	・心も毛穴も開く開放感。 ・五感がわくわくするやんばるの風。 ・自分色・自然体・ありのままの姿で過ごせる。命が磨かれる感覚。



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	・やんばるの自然の中でありのままの生活を見てもらう。 ・別世界 五感で感じるいやしのやんばる（自然、人、食べ物）	【A班】
豊かな自然	・やんばるだけに生きている森の仲間と友達に ・やんばるの自然と寄り添う暮らし ・自然の語り声が聞こえるそれが山原 ・自然に包まれる感覚！それが山原 ・五感で味わえ！やんばるの風 ・命が呼吸するやんばるの風	【B班】
開放感	・緑の風の開放感（ありのまま） ・Yanbaru is Open!! ・時間・空間解放される旅	【B班】
“ありのままの自分”への 帰	・やんばるで輝やかす自分色 ・原点に還る旅 ・原風景で自分を取り戻す旅 ・素直なままでもいいんです やんばるでは ・何故かおちつくそれが山原 ・体内リセット	【B班】

今後の取組計画について

○自らのブランドを活かし、将来像を達成するためにやるべきことは？

① 中長期（10 年後まで）

（ヤンパク事務局・3村個別）

（地域行政との協働）

② 中期（5 年後まで）

（ヤンパク事務局・3村個別）

（地域行政との協働）

③ 短期（本年度～来年度まで）

（ヤンパク事務局・3村個別）

（地域行政との協働）

交流会の企画について（案）

1. 目的

- 3村の連携を促進していくにあたり、現場レベルでの一体感の醸成を図る。
 - 地域活性化の優れた手法に触れて頂きつつ、3村の将来を見据え、自分たちでも出来るようなことを発表しあう。
 - 次世代の育成や継承を考えた際に、やんばるで今取り組んで行くべきことは何か。（講演を通じてヒントを掴んで頂く。）

2. 実施概要（案）

（1）日時

- 平成28年2月上旬～3月上旬 （時間（案）18:00～20:30）

（2）場所

- やんばる3村内（現場の農家さんが多く参加して頂ける場所を設定）

（3）参加者

- やんばる3村で民泊を行っている農家さん

（4）実施内容（案）

○第1部 趣旨説明

- 開催趣旨の説明、ヤンパクによる3村連携の取組紹介

○第2部 講演会（岸川先生）

- 高校生レストランの仕掛け人が語る
 - 地域は宝でいっぱい！-
 - 未来の大人たちに私達ができること-

○第3部 ワークショップ

- 3村の将来を見据え、自分たちにできること。

※ 子どもプロジェクトへの展開を意識する。

（以 上）

広域交流拠点モデル体制の普及に向けた事例集の作成

(1) 事例集の狙い

- ・ 県内の農山漁村地域においては、今後も高齢化や人口減少が他地域よりも顕著に進行する。このような背景のもと、他地域にとっても参考となり、実施のポイントや課題解決の理解促進につながるよう、拠点整備の取り組みを事例集として整理する。

(2) 事例集の概要

- ・ 事例集の構成案は以下の通り。

＜事例集の構成（案）＞

はじめに	・ 取り組みの趣旨、事業の経緯
対象地域の紹介	・ やんばる3村、いいな3村の紹介 ・ 拠点として選定された理由。 ・ 地域特性・地域資源（立地、人口、農業従業者数、特産物、観光資源 など）
推進組織の紹介	・ 推進組織の紹介（主な業容・業態、組織・構成員など）
各地域おける取り組み	・ 取組の経緯（広域交流拠点組織の立ち上げステップとの対応） ・ 段階ごとのポイントと展開上の留意点 ・ 地域間連携の推進上の課題とその対応
終わりに	・ 今後の課題など

＜特に発信したいこと＞

- ・ 連携にあたっては地域が大切にしている共通する価値観に気づくこと重要。
- ・ また、これらを言語化して共有することが必要。（暗黙知化していて気づかないこともある）
- ・ 将来を見据えた互いのメリットになる事業を作っていくことが必要。
- ・ 経緯をしっかりと発信する。

＜お聞きしたいこと＞

- ・ 連携のターニングポイントは？関係性が進んだきっかけは？
（複数でも可）
- ・ 今後取り組みたいこと。方向性。

(参考：拠点立ち上げのステップ)

- これまでの実際の取り組みに対して、一般的に想定される拠点組織立ち上げのステップに分けて整理し、地域の事情に合わせて活用できるよう配慮する。

＜広域交流拠点組織の立ち上げステップ＞

ステップ	到達点	実施事項
STEP 1	現状の共有	・ 地域内資源の把握 ・ 地域のグリーンツーリズムの方向性 ・ 課題の把握、組織の必要性の共有 ・ 地域間相互理解
STEP 2	目的の合意	・ 共通課題に対する対応の検討 ・ ビジョン・目標の検討 ・ 取り組みプランの基礎検討
STEP 3-1	連携体制の立ち上げ	・ ビジョン・目標の共有 ・ 取り組みプランの具体化 ・ 各村それぞれのスキル向上 ・ 運営資金の確保 ・ 連携組織・団体等の形態づくり
STEP 3-2 (※ 3-1 と同時進行)	事業の立ち上げ・試行	・ 事業計画づくり ・ 連携・協働による実践活動 ・ ブランドづくりの検討 ・ 商品・サービスの企画とブラッシュアップ