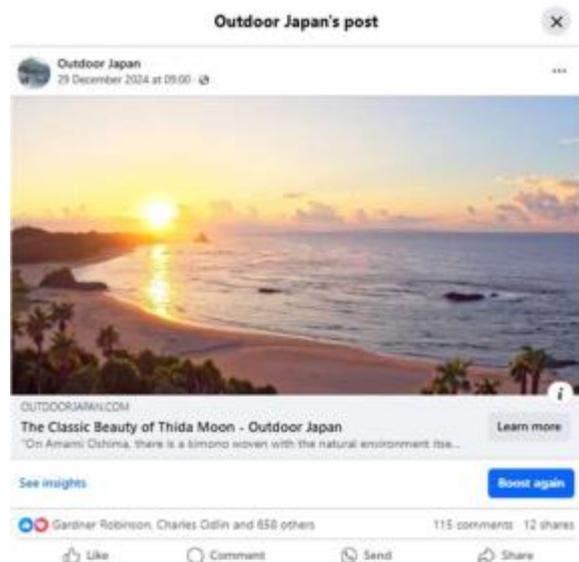
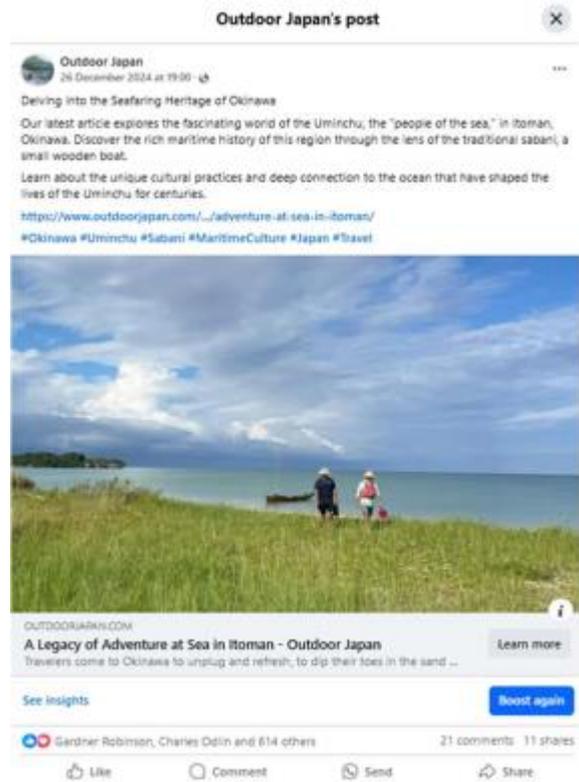


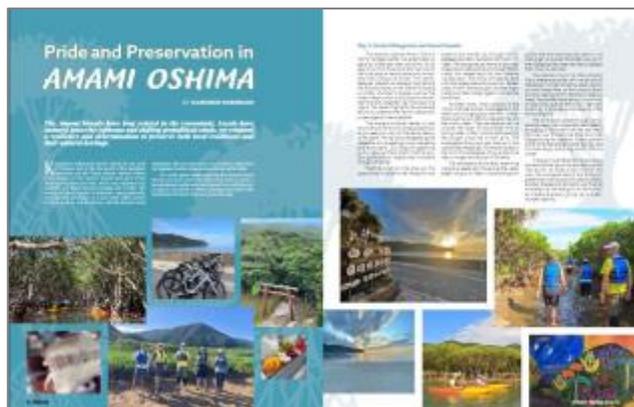
掲載記事の販促活動として、ウェブ上での  
ブースト広告を実施した。  
(右記がその結果)

	奄美	糸満	ティダムーン
ページビュー数	8,187	5,166	3,377
リーチ数	320,923	463,215	410,618
インプレッション数	485,143	916,303	795,145



## Outdoor Japan冊子制作と設置

ウェブサイトと並行して、OutdoorJapan社の雑誌「Traveler」に記事を制作し、空港や案内所に設置した。  
(納品先は次頁参照)



雑誌「Traveler」

<「Traveler」納品先>

<p>糸満市役所</p>	
<p>道の駅いとまん情報館</p>	
<p>那覇空港 観光案内所 (国内線)</p>	
<p>那覇空港 観光案内所 (国際線)</p>	
<p>沖縄観光情報センター</p>	
<p>鹿児島県観光・文化スポーツ部 PR観光課</p>	<p>納品済み</p>

## ⑨ ランディングページ制作

2人の専門家の助言をいただきながら、沖縄AT専門ランディングページ「Okinawa Traveler（沖縄トラベラー）」を制作し、沖縄JT株式会社社内サイトに開設した。紹介記事には、OutdoorJapanの記事もリンクさせた。

### <英語記事制作・販促ツールネイティブチェック>

#### JARVIS Steven John 氏（ジャービス・スティーブ・ジョン）

オーストラリア出身。約15年間、“ポジティブ・メディア”の編集者として、雑誌、新聞、ラジオ、映像、オンラインなど多岐にわたる日本のメディアに従事。最も長い媒体は月刊『ソトコト』。大学院博士課程では日本の政治経済・技術革新について研究を行い、日本の大学にて教員経験（科目「グローバル化と東アジア」）もある。編集業で培ったネットワークをもとに、。アカデミックにおける経験と幅広い職務経験をもとに、高度な社会的・歴史的文脈を踏まえたメディア制作を得意とする。「Be. Okinawa」や「VisitOkinawa」の取材・執筆・翻訳も手掛けている。



### <歴史考証>

#### 賀数仁然 氏（かかずひとさ）

1969年那覇市生まれ。早稲田大学大学院 人間科学研究科修了。沖縄セルラー電話にて10年間勤務。auシカを開発し社長賞受賞。退社後、沖縄の歴史文化をエンターテインメントとして発信。琉球大学国際地域創造学部非常勤講師を経て、現在沖縄大学地域研究所特別研究員。企画・監修で携わった琉球歴史ドラマ「阿麻和利」は、日本民間放送連盟優秀賞を受賞。今年新刊「さかかけ歴男塾」④巻を上梓。



**Make the change. Be the change. Live the unforgettable Okinawa experience!**

#### <紹介記事>

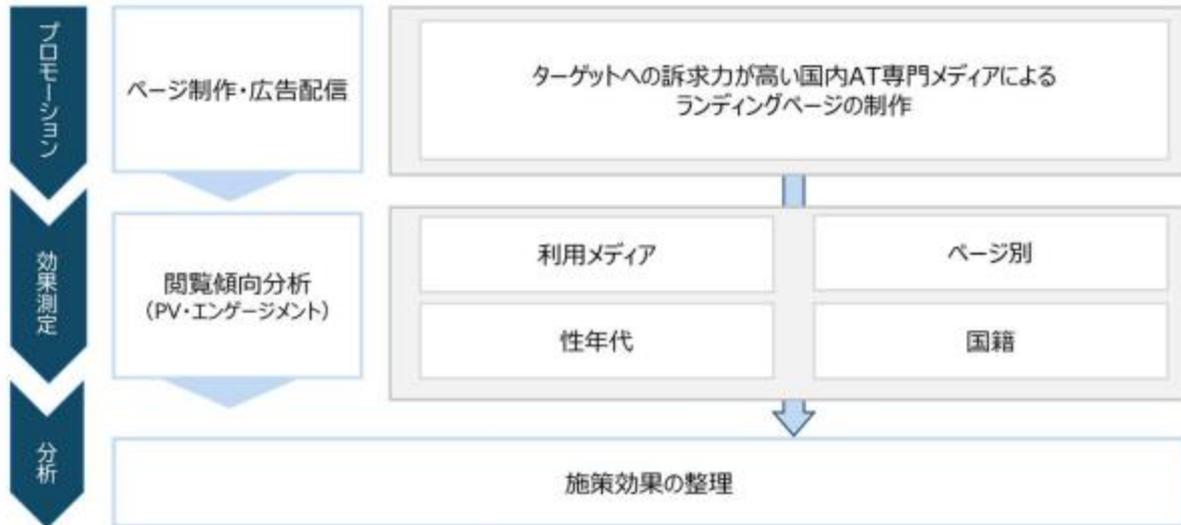
- 奄美大島の誇りと保全
- 糸満の海の冒険の遺産
- ティダ・ムーンのクラシックな美しさ
- 長寿、豊かな伝統、そして生きがいの本質を探る。人生を変える冒険の旅
- 黒潮が育む世界自然遺産・奄美大島の豊かな風土と暮らしを体感する旅
- チャンプルー文化に出逢う旅
- 「命どう宝」命の尊さを知る琉球の民に出逢う旅
- 「世界が恋する海 Kerama Blue」の宝物・ゆいまーの心を学ぶ旅
- 「東洋のガラパゴス」生きものたちの宝島を探検する旅

### ＜ランディングページ作成による効果検証＞

本事業で作成するモデルプランの販売に向け、専用ランディングページを作成し、効果を探った。効果検証においては、閲覧数や投稿に対する反応率（エンゲージメント率）を主軸に分析し、プロモーション展開の方向性を整理する。

効果検証の全体イメージ

- 分析対象期間: 2024年12月24日ー2025年1月24日
- 配信対象エリア: 北米・豪州・欧州
- SEO対象: 沖縄及び沖縄旅行に興味のあるユーザー
- 広告実施手法: バナー広告



### 調査サマリ

本調査のサマリは下記のとおり。一定の認知度を確保するまでは、課金型広告による配信を核とし、対象顧客に対して認知度向上に資する施策の検討が必要。今回はバナー広告による配信を実施したが、ABテスト（広告比較検証）等の実施により、ターゲットへの訴求性の高い広告の見極めが肝要となる。

利用メディア	Google課金型広告からの流入が最も多く、次いでYoutube広告と続く。	広告からの流入が最も多く、次いで直接検索による流入となっている。	▶ 課金型広告による配信を継続実施し、直接検索の件数向上に向けターゲットへの認知度を高める。
ページ別	TOPページと掲載ページの総数に大きな差がないことから、TOPページのみでの離脱は少ないと考えられる。	沖縄県全体や慶良間の紹介記事が高い傾向。	▶ ページ内の階層を深めず、記事のランナップを拡充する。 ▶ エリアの紹介を核とした記事を増やし、販売ページに遷移する施策を講じる必要がある。
性年代	65歳以上女性の占める割合が最も多く、次いで55-64歳女性となっている。	PV数で構成比の高い55歳以上女性の構成比は低く、若年層ほど高いことがわかる。	▶ 総数の多い55歳以上の女性を核に、エンゲージメント向上に資する施策・記事を検討する。 ▶ 各記事の滞在時間や年代ごとの離反率を測定し、年代別の施策を整理する。
国籍	イタリアが最も多く、次いでオーストラリア、USA、フランス、イギリスと続く。	PV数8位のカタールを除き、国による大差は生じていない。	▶ 欧米豪を中心に国別に言語の拡充やSEO対策等の施策を講じる必要がある。



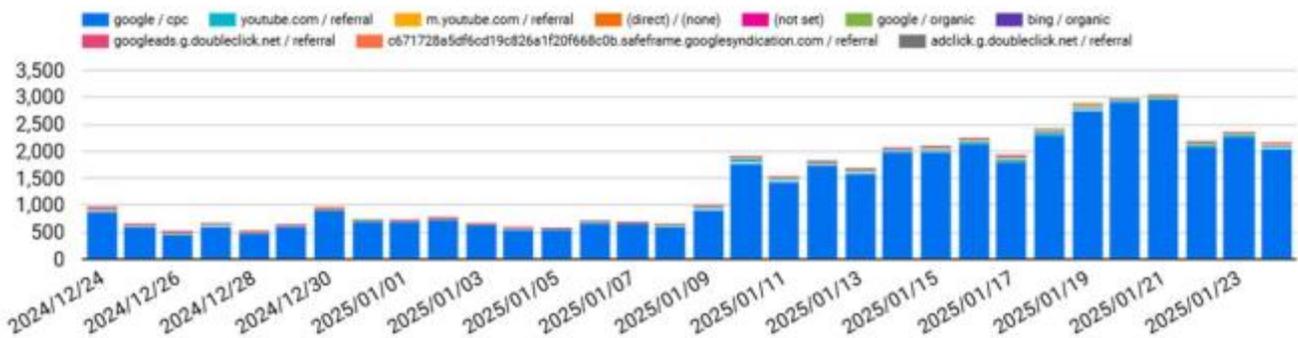
検証結果①

- 全体件数は2025年1月より増加の傾向にあり、最大約3,000件のPV数を獲得した。

【総数】ページ動向×メディア別(単位:件)

PV数	セッション	平均セッション 継続時間	総ユーザー数	エンゲージのあった セッション数	エンゲージメント率
47,826	48,621	0:00:32	21,292	12,666	26.05%

■PV数日別推移



対象ページ <https://en.okinawatraveler.net/adventure-tourism/>

(参考) メディア分類 (用語)

用語の定義、整理の方向性

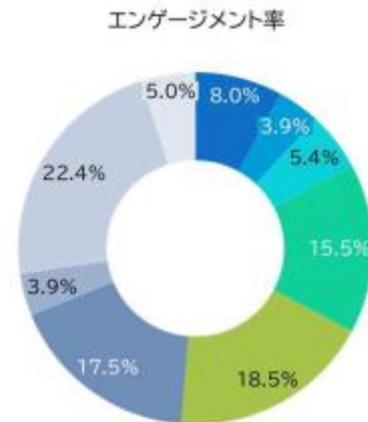
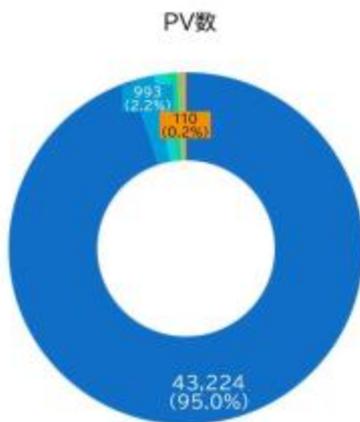
cpc	クリック課金型の有料広告（リスティング広告・検索連動型広告等）経由での流入。
organic	自然検索による流入。ユーザーが自ら検索して自社サイトを訪問しているケースが該当。 Organicでの流入が多い場合は、サイトの上位表示（SEO対策）が成功していることが示唆される。
referral	外部サイトのリンクからの流入。外部サイトは他サイト、ブログ、SNSが該当し、SNS広告の施策有効性を整理する指標となる。
none	流入元が特定できていないもの。ブックマークからの流入、URLの直接入力による流入のケースが多く、参照元はdirectと表示。Noneが多いと施策に課題があることが示唆される。

検証結果②

- PV数はGoogle cpcからの流入が最も多く、次いでYoutube/referralと続く。
- エンゲージメント率は、広告からの流入が最も多く、次いで直接検索による流入となっている。

【PV・エンゲージメント率】メディア別 TOP10(単位:%)

google / cpc	(not set)	c671728a5df6cd19c826a1f20f668c0b.safeframe.googleadsyndication.com / referral
youtube.com / referral	google / organic	adclick.g.doubleclick.net / referral
m.youtube.com / referral	bing / organic	その他
(direct) / (none)	googleads.g.doubleclick.net / referral	



エンゲージメント率:投稿に対してエンゲージ(反応:いいね、クリック、シェアなど)率

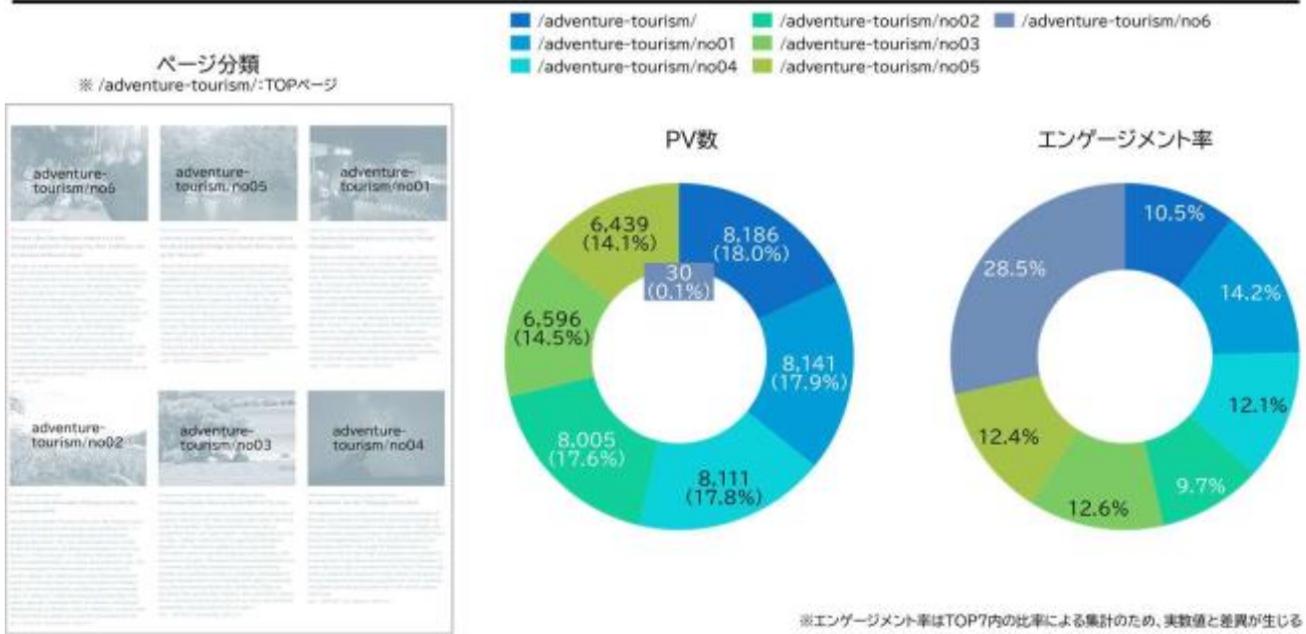
※エンゲージメント率はTOP10内の比率による集計のため、実数値と差異が生じる

(参考) メディア分類 (用語)

検証結果③

- PV数を見ると、TOPページと掲載ページの総数に大きな差がないことから、TOPページのみでの離脱は少ないと考えられる。
- 配信時期によるPV数の差は生じるが、沖縄県全体や慶良間の紹介記事のエンゲージメント率が高い。

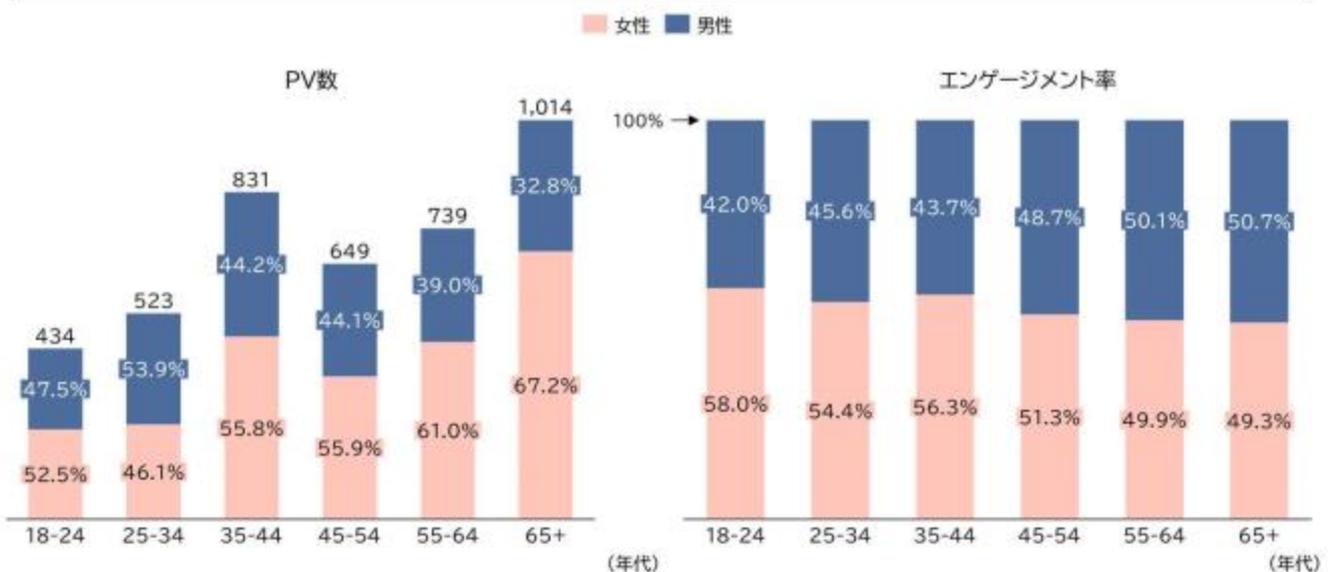
【PV・エンゲージメント率】ページ別 TOP7 (単位:件・%)



検証結果④

- PV数では65歳以上女性の占める割合が最も多く約67%、次いで55-64歳女性が61%となっている。
- エンゲージメント率はPV数で構成比の高い55歳以上女性の構成比は低く、若年層ほど高いことがわかる。

【PV・エンゲージメント率】ユーザー属性×性年代(単位:%)

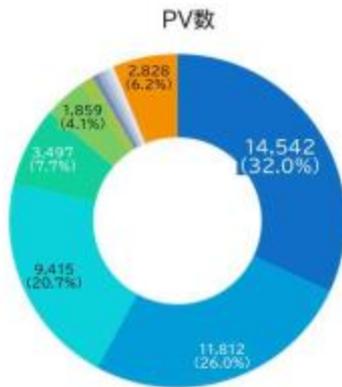


検証結果⑤

- PV数ではイタリアが最も多く、次いでオーストラリア、USA、フランス、イギリスと続く。
- エンゲージメント率は8位のカタールを除き、国による大差は生じていない。

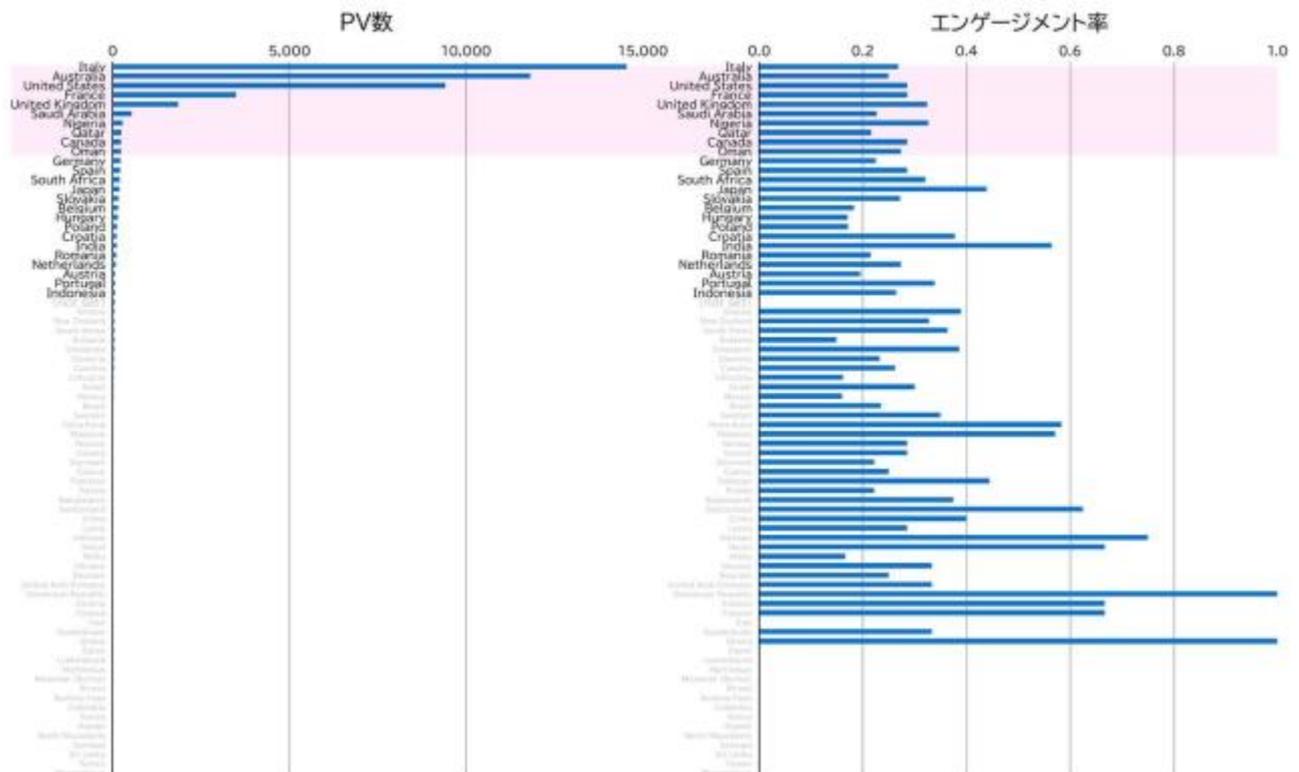
【PV・エンゲージメント率】ユーザー属性×国別 TOP10 (単位:件・%)

Italy Australia United States France United Kingdom Saudi Arabia Nigeria Qatar Canada Oman その他



※エンゲージメント率はTOP10内の比率による集計のため、実数値と差異が生じる

検証結果⑤ (付属)



## (6) モデルプラン作成

本事業では、各種調査、コンテンツの洗い出し等から、ツアーコンセプトを設定し、ATモデルプランはどうあるべきかの検討を重ねてきた。そのうえで、沖縄地域のATの在り方、コンセプトの考え方等を地域の関係者で共有を図り、また、コースの考え方に具体性を持たせるために、スルーガイドをともなった現地実踏を行い、各コンテンツの妥当性をやスルーガイド業務の在り方を確認した。

また、ツアー実現に向けた課題の整理と方向性を明確にするために、海外エージェントを対象にしたFAMツアーの実施や商談会における情報交換を行った。

本検証会では、それらの振り返りを行いながら、最終的なモデルプランをまとめていくこととした。

### ① 最終検証会

#### (1) 開催概要

日時	2025年1月7日（火） 14:00～16:00
会場	北部会館（名護市宇茂佐の森5丁目2-7）
対象	モデルプランに関わる地域関係者
参加者数	ワークショップ参加者7名、オブザーバー参加3名（沖縄県）、事務局（沖縄JTB5名）
開催目的	各種調査を通じて作成したモデルプラン（4泊5日プラン1コース、1日プラン4コース）の内容を各コースに関わる関係者とのディスカッションを通じてブラッシュアップの方向性を整理し、最終プラン作成につなげる。
議事次第	<p><b>1. 趣旨概要、モデルプラン説明／事務局</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◎本日のゴール：今事業を通じた「最終モデルプラン」の作成</li> <li>◎モデルプランについて <ul style="list-style-type: none"> <li>①4泊5日 1コース</li> <li>②1Day 4コース</li> </ul> </li> </ul> <hr/> <p><b>2. 各チームでのモデルプランの検証</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◎各グループでのワークショップ（事務局ファシリテーション） <ul style="list-style-type: none"> <li>①グループ別に、これまでの各報告／参加者アンケートをフィードバック</li> <li>②検証の実施（改善、課題、強化すべき事項についてコメント） <ul style="list-style-type: none"> <li>・確認ポイントリストのコメント記入</li> <li>・様式2「モデルプラン1DAY」「モデルプラン4泊5日」の最終記載</li> </ul> </li> <li>③各グループ別に検証内容の発表（様式2「モデルプラン」で説明）</li> </ul> </li> </ul> <hr/> <p><b>3. 全体とりまとめ</b></p>

## (2) 参加者

地域名	ワークショップ参加者	事務局
①大宜味村	仲本 いつ美 氏 (株式会社Endemic Garden H代表) 上開地 広美 氏 (株式会社Endemic Garden Hネイチャーガイド) 石井 雄也 氏 (キノボリトカゲ)	河村 雄一郎 新屋ジエゴ明夫
②金武町	豊見盛 律子 氏 (合同会社沖縄ネイチャーオフィス) 高原 建二 氏 (合同会社沖縄ネイチャーオフィス)	江藤 洋子
③東村	小田 晃久 氏 (NPO法人東村観光推進協議会 事務局長) 國場 聖子 氏 (沖縄通訳案内士協会 副会長)	安田 一也
④糸満市	木下 貴志 氏 (一般社団法人糸満市観光協会) ルドヴィック・トウトゥー 氏 (一般社団法人糸満市観光協会)	芳山 琢磨

※オブザーバー参加：沖縄県 小橋川副参事、照屋班長、備瀬主査

## (3) 各班での議論ポイント

地域名	ディスカッション内容 (概要)
①大宜味村	ガイド研修とエージェンツFAMツアーのフィードバックを基に、モデルプランの改善点が検討された。ガイド研修については、参加者の人数が多すぎたため、ガイドの説明が聞こえにくいという問題点が指摘され、研修内容よりも学びに焦点を当てるべきとの意見が出た。FAMツアーでは、シェルパの評価は高かったものの、芭蕉布会館での説明不足や食事の選択肢の少なさが課題として挙げられた。特に集落散策では、地域住民との交流機会を求める声が多かった。食事に関しては、食材の説明や提供方法の改善が必要であるとされた。ツアー全体を通して、コンセプトの共有不足が課題として認識され、参加者全体で「IKIGAI」というテーマを共有する必要性が強調された。4泊5日プランについては、行程の順番を再検討し、自然、文化、祈りの要素をより効果的に伝えるための議論が行われた。
②金武町	ロケハンからファミツアーまでの過程で、ツアーの順番や内容が大きく変更された。当初は金武鍾乳洞からスタートしたが、ATの観点から強度を考慮し、上から降りるルートに変更された。また、金武観音寺は宗教観の違いからショートカットされたが、参加者からは訪問希望の声も上がった。ファミツアーでは、参加者との対話から小学校訪問が実現し、学校教育への関心も確認された。奄美の事例から、ハードなアクティビティよりも文化体験や交流が重視されるべきだと認識された。ガイドの役割として、ライフスタイルや人生観を伝えることが重要とされ、地域全体での連携が課題となった。食事については、長楽弁当やメニューの選択肢に関する議論があった。また、椅子の準備やガイドの説明方法についても改善の必要性が指摘された。さらに、ツアー全体を通して、ブルーゾーンやIKIGAIといったテーマをより明確に打ち出す必要性が確認された。
③東村	1DAYモデルプランのブラッシュアップを優先。4泊5日プランにおける東村のプログラムの位置づけも検討された。「IKIGAIツーリズム」という観点から、東村ならではの体験やストーリー作りが重要視された。各コンテンツの評価では、かねやん食堂の地元食材は高評価だったが、メニューの説明不足が課題となった。AKISAMIYO散策は好評だったが、期待値のコントロールと安全対策が課題となった。宿泊施設は自然環境が評価された一方、朝食や排水の問題が指摘された。改善点として、各プログラムにストーリーを持たせ、特別感を演出する必要性が挙げられた。また、メニューの柔軟性やシャワー施設の準備も検討された。
④糸満市	各体験内容が高く評価され、特に漁業や歴史、文化を伝えるストーリーが評価された。一方で、サブ体験の安全対策や事前説明の必要性、早朝のセリ見学の時間変更への対応が課題となった。グリーンスローモビリティでは、街の歴史に関する説明の深掘りが求められ、地元住民との交流機会の創出も課題となった。海ぶどう朝食体験では、セリとの連携やマグロ丼の提供が提案された。船大工については、説明内容のスクリプト作成が求められた。ツアー全体を通して、シャワー施設の必要性や、参加者の期待値コントロールの重要性が確認された。

地域名	主なディスカッション内容
①大宜味村	<p><b>(1) 主な議論ポイント</b></p> <p><b>①ガイド研修について</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* 研修参加者の人数が多すぎたため、参加者への説明が十分に伝わらなかった可能性がある</li> <li>* 研修の目的が、参加者にとって学びの機会となるべきだったが、アンケートの取り方など、評価に偏ってしまった。</li> <li>* 研修参加者は、必ずしもツアーのターゲット層ではなかったため、得られたフィードバックが参考にならない可能性があった。</li> <li>* 参加者自身が、「IKIGAI」について事前にインプットする必要性を感じていた。</li> </ul> <p><b>②集落散策について</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* 集落の人の暮らしや地域とのつながりを理解できたという点で、評価が高かった。</li> <li>* シェルパ（ガイド）の能力や熱意が評価された。</li> <li>* 一方で、ブルゾーンの住人と交流する機会が少なかったという意見もあった。</li> <li>* 集落の生活空間を見学することへの抵抗感を示す参加者もいた。</li> </ul> <p><b>③食事（弁当）について</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* 地元の食材を使った弁当は評価が高かった。</li> <li>* 食材に関する説明も理解を深めるのに役立った。</li> <li>* 一方で、外国人は床に座って食べることに抵抗を感じるという意見もあった。</li> <li>* 食事の選択肢が少ないという指摘もあった。</li> </ul> <p><b>④ツアー全体のコンセプトについて</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* 「IKIGAI」というコンセプトが十分に理解されなかったという意見があった。</li> <li>* ツアー全体を通して、「IKIGAI」というテーマをどのように表現していくかが課題となった。</li> <li>* 参加者それぞれが、異なるコンセプトでツアーを捉えている可能性があった。</li> <li>* ツアー全体を通して、コンセプトを共有する必要性が指摘された。</li> <li>* 「IKIGAI」というコンセプトを、自然、人、文化のつながりとして捉えることが提案された。</li> <li>* 「命」というテーマが、ツアー全体を貫くキーワードとして提案された。</li> </ul> <p><b>⑤その他</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* 悪天候時のリスク管理に対する評価が高かった。</li> <li>* ツアー中の雨天対策の必要性が指摘された。</li> <li>* 障害者への対応も課題として挙げられた。</li> <li>* ツアーの順番に関する議論が行われた。</li> </ul> <p><b>(2) 改善点</b></p> <p><b>①ガイド研修について</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* 研修の参加人数を絞り、より深い学びの機会を提供する。</li> <li>* 研修の目的を評価ではなく、学びに重点を置く。</li> </ul> <p><b>②集落散策について</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* 地域住民との交流機会を増やす工夫が必要。</li> <li>* 集落の生活空間を見学する際には、参加者の理解と配慮を求める。</li> <li>* 集落の歴史や文化に関する説明を充実させる。</li> </ul> <p><b>③食事（弁当）について</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* 食事の選択肢を増やす。</li> <li>* 椅子を用意するなど、食事環境を改善する。</li> <li>* 食材の説明だけでなく、食文化の背景にあるストーリーを伝える。</li> <li>* アレルギー対応を徹底する。</li> </ul> <p><b>④ツアー全体のコンセプトについて</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* ツアー関係者間で、「IKIGAI」というコンセプトを共有する機会を設ける。</li> <li>* ツアーの各工程の意図を事前に説明し、参加者の理解を深める。</li> <li>* ツアーの順番を見直し、ストーリー性**を意識した流れにする。</li> <li>* 「命」というキーワードを軸に、各コンテンツのテーマを設定する。</li> </ul> <p><b>⑤その他</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* 悪天候時の対応策を事前に周知する。</li> <li>* 障害者への対応策を検討する。</li> <li>* ツアー関係者間での情報共有を密にする。</li> <li>* 旅行会社やDMCとの連携を強化し、より顧客のニーズに合った提案をする。</li> <li>* メニュー表を作成し、選択肢を明示する。</li> </ul>

地域名	主なディスカッション内容
②金武町	<p><b>(1) 主な議論ポイント</b></p> <p>① <b>ツアー順序</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* ツアーの起点変更: 金武鍾乳洞から金武大川へ変更し、ATとしての強度を考慮。</li> <li>* 「水」をテーマ強調: 金武大川を起点とし、「水」というテーマを強調。</li> <li>* 観音寺の再検討: 参加者の要望と文化の多様性の観点から、観音寺を含めることを再検討。</li> <li>* ツアー順序の逆転案: 大宜味村から入り、最後に金武町で祈りの要素を体験するルートも検討。</li> </ul> <p>② <b>ツアーテーマ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* 文化体験の重視: ハードアクティビティよりも文化体験を重視する方向性を確認。</li> <li>* 「ライフスタイルを売る」: 沖縄の人の人生観や生活スタイルを見せることの重要性を指摘。</li> <li>* 「IKIGAI」「ブルーゾーン」の一貫性: ツアー全体で「IKIGAI」「ブルーゾーン」といったテーマを一貫して表現する必要性を議論。</li> <li>* 精神性と多様な文化: 単なる観光ではなく、精神性や多様な文化を伝え、人生観に触れる体験の提供を目指す。</li> </ul> <p>③ <b>参加者のニーズ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* 欧米人向け椅子: 欧米人は床に座るのが難しいため、椅子を用意する必要性を指摘。</li> <li>* アジア人向けリピーター: アジア人はリピーターになりやすく、マニアックなツアーにも関心を持つ可能性がある。</li> <li>* 快適性の提供: 参加者の年齢層が高い場合は、より快適な環境を提供する必要性を議論。</li> </ul> <p>④ <b>ガイドの役割</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* 役割分担の明確化: スルーガイドとローカルガイドの説明が重複しないよう、ガイドの役割分担を明確にする必要性を指摘。</li> <li>* 説明の柔軟性: ガイドは参加者の反応を見ながら説明内容を調整する柔軟性を持つべきだとした。</li> <li>* スルーガイドの重要性: スルーガイドの英語力だけでなく、地域との連携や人間力も重要であることが強調。</li> </ul> <p>⑤ <b>食事</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* メニューの選択肢: 長楽での食事について、メニューの選択肢を提供する必要があるとの意見。</li> <li>* 提供量の調整: 参加者が食べきれないほど量が多い場合があるため、試食程度の提供でも良いのではないかという意見。</li> <li>* シェフの説明のタイミング: シェフの説明を食事の前に行うことが望ましいとされた。</li> <li>* 食文化の伝達: 食事を通して、沖縄の食文化や食材の背景を伝えることの重要性が再確認。</li> </ul> <p>⑥ <b>その他</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* キーホルダーの提供: キーホルダーのような小さなプレゼントが参加者に好評であることが確認。</li> <li>* 地域住民との交流: 地域の人々との交流が重要であり、地域住民の生活を見せることで、より深い体験を提供できる。</li> <li>* 民家訪問の可能性: 民家訪問を組み込むことで、よりリアルな体験を提供できる可能性を検討。</li> </ul> <p><b>(2) 改善点</b></p> <p>① <b>ツアー順序:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* 金武大川を起点とするツアー構成を確立。観音寺をツアーに組み込む際には、その歴史的背景や文化的な側面を強調。ツアーの順序について、大宜味村から入り、最後に金武町で祈りの要素を体験するというルートも検討。</li> </ul> <p>③ <b>ツアーテーマ:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* 「IKIGAI」や「ブルーゾーン」といったテーマをより具体的に表現できるよう、ガイドの説明や体験内容を調整する。各エリアで共通のテーマを明確にし、ツアー全体で一貫したストーリーを形成。</li> </ul> <p>④ <b>参加者のニーズ:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* 椅子を準備し、高齢者や外国人の快適性を向上させる。リピーター向けに、よりマニアックな体験を提供できるようにする。</li> </ul> <p>⑤ <b>ガイドの役割:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* ガイドの役割分担を明確にし、説明の重複を避ける。台本を作成し、ガイドの説明内容をブラッシュアップする。スルーガイドの育成を強化し、地域との連携やコミュニケーション能力を向上させる。ガイドの説明は、参加者の反応を見ながら柔軟に対応する。</li> </ul> <p>⑥ <b>食事:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* メニューの選択肢を提供できるようにする。料理の量を調整し、試食程度の提供も検討する。</li> <li>* 食事のアレルギー対応を強化する。シェフの説明を食事の前に行うようにする。</li> <li>* 長楽の弁当や他のメニューも選択肢に入れることを検討する。</li> </ul>

地域名	主なディスカッション内容
③東村	<p><b>(1) 主な議論ポイント</b></p> <p><b>①モデルプランについて</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* 1DAYプランと4泊5日プラン: 1DAYプランのブラッシュアップを優先し、4泊5日プランについては全体の流れの中で東村のプログラムの位置づけを検討。</li> <li>* 東村の独自性: 東村ならではの体験やストーリーを作る必要性が強調された。</li> <li>* 幸福価値の追求: 単なる観光ではなく、幸福価値を目指すことの重要性を確認。</li> <li>* プログラムの順番: プログラムの順番や内容を調整し、東村の魅力を最大限に引き出す。</li> </ul> <p><b>②スルーガイド研修・エージェントファムの活用</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* フィードバックの重視: スルーガイドや海外エージェントからのフィードバックを参考に、プログラムを改善する。</li> <li>* 評価点の維持と改善点の抽出: 評価された点を伸ばし、改善点を修正する。</li> <li>* 地域の目線と全体的な目線: 地域コンテンツの目線と全体的な目線の両方からブラッシュアップ。</li> </ul> <p><b>③コンテンツ評価</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* かねやん食堂: 地元食材の使用が高く評価される一方、オーナーの思いやメニューの説明不足が指摘された。</li> <li>* AKISAMIYO散策: 消毒の徹底や集落を通らないルートが高評価を得たが、道中の安全対策や期待値のコントロールが課題となった。</li> <li>* 宿泊施設: 自然環境との調和が評価された一方で、朝食や排水の問題が指摘された。</li> <li>* シャワートレッキング: ユニークな体験として評価されたが、コーヒー体験の目的や販売戦略を明確にする必要性が指摘された。</li> </ul> <p><b>④ツアー全体のコンセプト</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* 「IKIGAIツーリズム」: 「ブルーゾーン」という言葉にとらわれず、「IKIGAIツーリズム」という観点からツアーを捉え直す提案が出た。</li> <li>* 体験とストーリー: 各プログラムにストーリーを持たせ、東村ならではの体験に繋げる必要性。</li> <li>* 期待値のコントロール: プログラム内容について、参加者の期待値を適切にコントロールする。</li> <li>* 特別感の演出: 各コンテンツで特別感を演出し、満足度を高める必要性を議論。</li> </ul> <p><b>⑤その他</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* 参加者のニーズ: 参加者の様々なニーズに対応できるよう、メニューの柔軟性やシャワー施設や宿泊施設内のランドリー設置等が必要。</li> <li>* 地域との連携: 地域住民との連携を深め、より地域密着型の体験を提供する必要性。</li> </ul> <p><b>(2) 改善点</b></p> <p><b>①モデルプラン:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* 1DAYプランを優先的にブラッシュアップ。4泊5日プランにおける東村の位置づけを再検討。</li> <li>* 東村でのみ体験できる独自のストーリーと体験を盛り込む。</li> </ul> <p><b>②フィードバックの活用:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* スルーガイド研修やエージェントファムの評価点を維持し、改善点を修正する。</li> <li>* エリアごとのフィードバックを反映し、各コンテンツを改善する。</li> </ul> <p><b>③コンテンツの改善:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* かねやん食堂: オーナーの思いや地元食材に対するこだわりを伝える機会を作る。メニューの説明を食事の前に行う。</li> <li>* AKISAMIYO散策: 安全対策を強化し、期待値をコントロールする説明を加える。コースの一部を舗装されていない道にする。</li> <li>* 宿泊施設: 朝食の内容を見直し、排水問題への対策を検討する。緊急時対応策を明確化。</li> <li>* シャワートレッキング: コーヒー体験の目的を明確化し、販売戦略を検討する。</li> </ul> <p><b>④ツアー全体の改善:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* 「IKIGAIツーリズム」という観点から、各コンテンツのストーリーを再構築する。</li> <li>* 各プログラムに特別感を演出する要素を追加する。</li> <li>* ツアー全体を通して一貫したコンセプトを伝えられるように調整する。</li> </ul> <p><b>⑤その他:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* 食事のメニュー選択肢を増やし、柔軟に対応できるようにする。</li> <li>* シャワー施設や着替え場所の確保を検討する。</li> <li>* 地域住民との交流を深め、地域密着型の体験を提供する。</li> <li>* ガイドは参加者の反応を見ながら説明内容を調整する。</li> <li>* 各コンテンツの特別感を明確に表現する。</li> <li>* ツアースクリプトを作成し、コンセプトを事前に共有する。</li> </ul>

各チームの議論内容から、モデルプランの改善の方向性として以下の7項目で整理を行った。

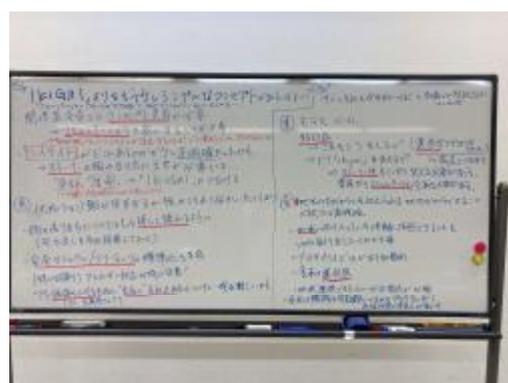
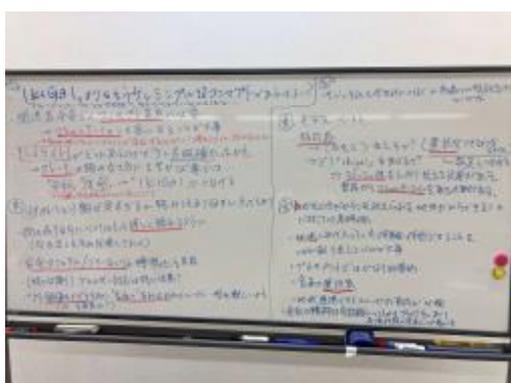
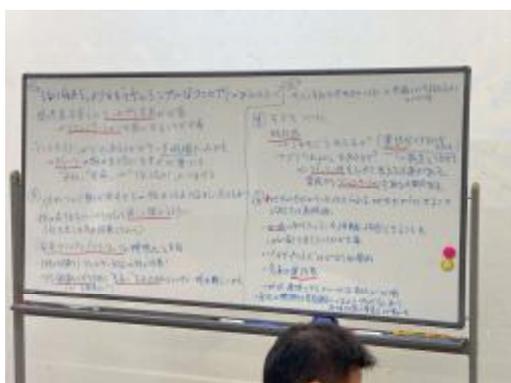
項目	改善の方向性
①コンセプトの明確化と共有	<ul style="list-style-type: none"> <li>ツアー全体を通して「IKIGAI」というテーマを明確化し、参加者、ガイド、地域事業者間で共有する。</li> <li>各地域、各コンテンツのテーマ性を明確にし、ツアー全体で一貫したストーリーを構築する。</li> <li>ツアーの目的を単なる観光ではなく、沖縄の人のライフスタイルや人生観を体験することと再定義する。</li> </ul>
②ストーリー性の強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>各プログラムにストーリーを持たせ、参加者に感動や気づきを与える。</li> <li>地域やプログラムの歴史、文化、自然、人々の暮らしを繋ぎ合わせ、ツアー全体の深みを増す。</li> <li>個々の体験だけでなく、全体の流れを通して「IKIGAI」というテーマを体感できるように構成する。</li> </ul>
③参加者のニーズへの対応	<ul style="list-style-type: none"> <li>食事のメニューは選択肢を増やし、参加者の好みに合わせられるように改善する。</li> <li>アレルギーや宗教上の理由で食事制限がある参加者への対応を検討する</li> <li>椅子やシャワー施設など、インフラ面の整備を検討する。</li> <li>参加者の興味や関心に応じて、ガイドの説明内容やアクティビティ時間を調整する柔軟性を持たせる。</li> </ul>
④地域との連携強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>ツアー関係者（ガイド、地域事業者、旅行会社）間のコミュニケーションを密にする。</li> <li>地域住民との交流機会を設け、よりリアルな沖縄の姿を体験できるようにする。</li> <li>地域の人々がツアーに関わることで「IKIGAI」を感じられるような仕組みづくりを目指す。</li> </ul>
⑤ガイドの質の向上	<ul style="list-style-type: none"> <li>ガイドの役割を、単なる案内ではなく、沖縄の文化や価値観を伝え、参加者の「IKIGAI」への気づきを促すことと定義する。</li> <li>ガイドの知識や説明スキルを向上させるための研修を実施する。</li> <li>参加者の質問や要望に柔軟に対応できるガイドの育成が求められる。</li> <li>通訳をメインにするのではなく、地域の人々の話をうまく引き出し、その魅力を伝える役割を担う。</li> </ul>
⑥特別感の演出	<ul style="list-style-type: none"> <li>他ではできない特別な体験を提供し、参加者の満足度を高める。</li> <li>ガイドや地域の人々との交流を通して、参加者が特別な存在として扱われていると感じられるような演出を行う。</li> </ul>
⑦オペレーションの改善	<ul style="list-style-type: none"> <li>ツアーの順番や移動ルートを再検討し、効率的で満足度の高い旅程にする。</li> <li>時間配分や説明内容を調整し、参加者の興味や関心に合わせた柔軟な対応を可能にする。</li> <li>ツアー中のトラブル対応や安全対策を強化する。</li> </ul>

上記の各項目を踏まえつつ「IKIGAI TROURISM」のモデルプランを  
以下の方向性で磨き上げる

#### 4泊5日モデルプランの 磨き上げの方向性

- 「IKIGAI」の根底（芯）として「生命（いのち）」を置き、全て関連付けストーリー展開を考える。
- ツアー前半部分の行程を入れ替え、導入～自然との共生～祈り・精神世界～生命の尊さ～平和と、ツアー全体のストーリー建てを行う。
- ツアーの最後に「平和の礎」を加え、「生命（いのち）の尊さ」に対する沖縄としての発信（平和への願い）をストーリーの締めくくりとする、ことで、自己変革を促す流れとする。

<当日のディスカッションの様子>



## (7) モデルプランの報告

本事業は、高付加価値旅行者の誘客に向け、多彩で質の高い観光を推進するため、沖縄・奄美エリアの豊かな自然と独自の文化を活かしたATの構築及びガストロミー・ツーリズムの推進を目的に実施した。

沖縄・奄美エリアの観光関連事業者、自治体・関係団体職員等を主な対象として、本年度事業の振り返りを行い、沖縄・奄美エリアにおけるAT、ガストロミー・ツーリズム推進に向けた課題及び改善案にかかる意見交換を行うほか、エリア内関係者のネットワークを強化し、エリア全体としての機運醸成を図ることを目的に共同報告会を実施した。

また、本事業で作成したモデルプランをPR用に映像化した動画を制作した。



### ① アドベンチャー・ツーリズム推進事業・ガストロミー推進事業共同報告会

日時	2025年1月17日（木） 13:00～16:00
会場	ホテルサンパレス球陽館（那覇市久茂地2-5-1） 大会議室（最大収容100名スクール形式/報告会とネットワーキング2分割利用）
対象	沖縄県及び奄美群島内の観光関連事業者、自治体・関係団体職員 等
参加者数	**名
主催	沖縄・奄美 共同検討委員会 (沖縄県・沖縄振興開発金融公庫・内閣府沖縄総合事務局・鹿児島県・九州運輸局)
議事次第	<p>1. 主催者ごあいさつ 沖縄県 文化観光スポーツ部 観光政策統括監 山田 みさよ 氏</p> <hr/> <p>2. 事業報告等</p> <p>(1) 高付加価値なインバウンド観光地づくり事業「沖縄・奄美エリアマスタープラン」について (公財)日本交通公社 観光研究部 川村 竜之介 氏</p> <p>(2) アドベンチャー・ツーリズム推進事業 今年度事業報告 沖縄アドベンチャー・ツーリズム推進事業協同企業体 沖縄JTＢ(株) 営業部沖縄着地コンテンツセンター長 河村 雄一郎 氏</p> <p>(3) アドベンチャー・ツーリズム推進事業 今年度所感 沖縄通訳案内士協会 副会長 國場 聖子 氏 (株)リンクアドベンチャーズ 代表取締役 古株 聖也 氏</p> <p>(4) ガストロミー推進事業 今年度事業報告 琉球ガストロミー・ツーリズム共同企業体 (株)ONESTORY エリアブランディング事業部長 福持 良之助 氏</p> <p>(5) ガストロミー推進事業 今年度事業所感 一般社団法人沖縄県ホテル協会 事務局長 川端 昇 氏 奄美リゾートホテル ティダムーン マネージャー 太田 香織 氏</p> <p>(6) アドベンチャー・ツーリズム・ガストロミー・ツーリズム「共同モデルプラン」報告 沖縄アドベンチャー・ツーリズム推進事業協同企業体 沖縄JTＢ(株) 営業部沖縄着地コンテンツセンター長 河村 雄一郎 氏 琉球ガストロミー・ツーリズム共同企業体 (株)ONESTORY エリアブランディング事業部長 福持 良之助 氏</p> <hr/> <p>3. 本年度事業成果等にかかる評価・課題等について（所感） (独)国際観光振興機構 日本政府観光局 市場横断プロモーション部 参与 森崎 鉄郎 氏</p> <hr/> <p>4. ネットワーキング</p>

## 1. 主催者ごあいさつ (要旨)

## ごあいさつ

**山田みさよ 氏 (沖縄県文化観光スポーツ部観光政策統括官)**

沖縄・奄美エリアにおける観光の高付加価値化を目指す本報告会の意義について強調した。国際的な競争が激化する中、地域特有の魅力を活かした観光施策の推進が必要であることを指摘したうえで、関係者が一堂に会し成果を共有し合う機会の意義を述べ、今後も地域と連携した取り組みを継続していく決意を表明した。



## 2. 事業報告等 (要旨)

## (1) 高付加価値なインバウンド観光地づくり事業「沖縄・奄美エリアマスタープラン」について

**川村 竜之介氏 (公益財団法人日本交通公社 観光研究部)**

「沖縄・奄美エリア マスタープラン」の作成背景、目的、および取り組みの進捗状況を説明した。また持続可能な観光地形成のためのデータ分析と地域住民の声を反映させた戦略を共有した。具体的には、観光地整備計画、地域資源の活用策、インバウンド観光客の誘致戦略を報告。さらに、今年度の成果として、観光客の滞在期間延長と満足度向上の数値目標を達成したことを発表した。



## (2) アドベンチャーツーリズム推進事業 今年度事業報告

**河村 雄一郎 氏**

(沖縄アドベンチャーツーリズム推進事業協同企業体  
沖縄JTB株式会社 営業部沖縄着地コンテンツセンター長)

AT推進事業の全体概要と具体的な取り組み内容を詳細に説明した。特に、地域の自然資源や文化遺産を活かした体験型プログラムの開発を報告。課題として、海外市場への認知度向上や参加者の多様化を挙げ、来年度以降の方向性について提案した。



## (3) アドベンチャーツーリズム推進事業 今年度所感

**國場 聖子 氏 (沖縄通訳案内士協会 副会長)**

ガイドとして地域の魅力を伝える役割の重要性を強調し、特に多言語対応や専門知識を持つガイド育成の必要性を訴えた。現地ガイドが観光客と直接接する機会を増やすことで、観光体験全体の質を向上させる計画についても触れた。

**古株 聖也 氏 (株式会社リンクアドベンチャーズ 代表取締役)**

自身が関与したATのプロジェクト事例を共有した。事業の成功要因として、地域住民との協力や体験プログラムの設計における柔軟性を挙げた。また、観光客の声を取り入れる仕組みの重要性を強調した。



**(4) ガストロノミー推進事業 今年度事業報告**

**福持 良之助 氏**  
 (琉球ガストロノミーツーリズム共同企業体  
 株式会社ONESTORY エリアブランディング事業部長)

琉球ガストロノミーツーリズムの構想と取り組み事例を紹介した。また、地元の食材を観光資源として効果的に活用し、ストーリーテリングを重視した観光プログラムの展開について説明した。観光客に対する調査結果から、地元料理への興味が訪問意欲を高める要因となることを確認した。

**(5) ガストロノミー推進事業 今年度所感**

**川端 昇 氏 (一般社団法人沖縄県ホテル協会 事務局長)**

宿泊施設との連携による観光客の満足度向上について提案した。特に、食事と宿泊を組み合わせた特別プランの開発が観光地全体の収益拡大につながる可能性について言及した。



**太田 香織 氏 (奄美リゾートホテル ティダムーン マネージャー)**

地域特有の食文化を観光の目玉とする取り組みを報告した。地元農家や漁業者との連携を通じて実現した独自メニューの開発が、観光客の高い評価を得ていることを強調した。

**(6) アドベンチャーツーリズム・ガストロノミーツーリズム「共同モデルプラン」報告**

**河村 雄一郎 氏 (沖縄JTB株式会社 営業部沖縄着地コンテンツセンター長)**

アドベンチャーとガストロノミーを統合した新しい観光モデルの成功事例を紹介した。特に、訪問者の満足度と再訪意欲を向上させる施策について報告した。

**福持 良之助 氏 (株式会社ONESTORY エリアブランディング事業部長)**

両観光分野の統合的アプローチの可能性を探り、共同モデルプランが地域ブランド力を高める鍵となると説明した。

**3. 本年度事業成果等にかかる評価・課題等について(所感) (要旨)****所感**

**森崎 鉄郎 氏**  
 (独立行政法人国際観光振興機構  
 日本政府観光局 市場横断プロモーション部 参与)

沖縄・奄美エリアの観光施策に対する評価を述べるとともに、国際的視点から今後強化すべき施策を提言した。特に、国際プロモーション戦略の再構築と持続可能性の観点での取り組みの拡充が求められると強調した。



4. モデルプラン一覧

沖縄エリア モデルプラン(4泊5日パターン)  
「Okinawa's Blue Zone Odyssey」

沖縄エリア モデルプラン4泊5日

「Okinawa's Blue Zone Odyssey」

1日目 「IKIGAI Tourism」の幕開け (那覇空港～那覇)

那覇空港

理由は、お客様が那覇空港に到着することから始まる。荷物受け取の後、参加者はガイドと合流し、専用車でやんばる・大宜味村へ。移動中の社内でツアーコンセプトやツアーのポイントなどを案内しながら移動することで旅の期待感を向上させる。



「Blue Zone」で知られる大宜味村・喜如島集落散策

「Blue Zone」として知られる大宜味村・喜如島集落を現地のスポットガイドと散策。沖縄の原風景が映える集落を散策しながら、集落での暮らしやおばあさんの生きがいを探検し、自身の「IKIGAI」を考える。

また国指定伝統的工芸品、国指定無形民俗文化財であり、13世紀から琉球王朝への献上品としての歴史を持つ喜如島の「西條布」の製作現場を訪れ、「布」の布と並われ、大戦により一度は途絶えかけたが復興を果たし、現在へ続いて伝統の継承を地元住民の視点からご案内いただく。大戦により一度は途絶えかけた



一軒宿でのパーベキューディナー

400年の時を超えて残る古集落の一軒宿の宿泊施設でのパーベキュー。地元に住むガイドから、地元でとれた農産物と新鮮なお肉のセットをお届け。ホテルの宿で地元ガイドとともに、集落の暮らしや歴史、自然の楽しみなど会話も楽しみの一つとして味わえる演出で、地域をより身近に感じることができる。



宿泊：大宜味村・国頭村 やんばるホテル「南原森家」(VF)

400年の時を超えて残る古集落の一軒宿の宿泊施設。シェルパ(水先案内人)と呼ばれる、訪れる人の旅をローカルな知識とネットワークでサポートする水先案内人が、旅人の半歩先を歩き、知らなければ遭ってしまう土地の魅力を伝え、文化を伝えるとのお出迎えが待っている南原森家で、シェルパが旅程のコーディネートも行う。



【ターゲット・価値観】

テーマ：「沖縄ブルーゾーン・オデッセイ」：豊か、豊かな伝統、生きがいの半島を探る。人生を変えたい層の旅行：ストーリー：沖縄のブルーゾーンを通じて、笑顔をもたらす大きな旅に出かける。ここでは豊かさが様々な「コスパ」を体験の価値のように感じている。

この旅は単なるツアーではなく時代にならなくてはいけない旅である。人生哲学への導入である。古来の伝統と現代的な解釈を融合しながら、心と体は遠く、目のつながらず、精神的な距離から距離が縮み、毎日が沖縄の豊かさをアプローチの新たな一面を明らかにする。コトニノカ、自然への再発見の意、目的のある生き方の体験に繋げ、沖縄の心と魂の本質である「サムライ」の精神を受け入れることを学ぶ。「IKIGAI TOURISM」の視点で「生命(いのち)」「先達者、ツアーを通じての理解や生命の繋がり、過去から現在、そして未来へと繋がっていること、その土地に平和があるストーリー」展開とし、自己変革を促す流れとすることで、体験価値、満足度の向上に繋げる。

(全てのコンテンツの土着/地元/地元産品)で繋がっている。一時的な旅行体験を体験、帰国後も喜んで心に響く旅を提供する。解る思い出だけでなく、沖縄のブルーゾーンの永遠に感動した旅の人生、健康、幸福に対する感動した旅の思い出を残すことになる。

・インターサット：欧米圏及びアジアのモダングローバル層の関心が高い好奇心を満たす文化体験や、豊かな自然を活かしたATを提供

・想定する販売価格帯：4泊5日、6名旅行で一人当たり49万円～

モデルプランのポイント(高付加価値旅行者に訴求する点)

1. まずはテーマである「Blue Zone」で知られる大宜味村を訪れることで「Blue Zone体験始まり」へシナリオを仕込む人々の暮らしをまず伝える。異文化、ストーリーの導入とする。
2. 「Blue Zone」集落の人々の暮らしや生きがい、地域に根付く(産業などを地元住民視点のガイドガイドングを通して学ぶ)
3. 地域の食料を最大限に活用、昔ながらの食を通じた人々の暮らしを体験、オープンエアのBBQでシェア体験しながらフレンドリーかつ開放的な空気感から近距離、地元の人との交流を楽しむ。

高付加価値旅行者のニーズに対応する移動手段の提供(プラン)

1. 空港からの移動では専用車(タクシー又はハイエース)を使用。

滞在価値を高めるガイドやアタンドの提供(セト)

1. ツアーフリーティングでは、スルーガイドよりツアーの事前インフラを実施。全行程を通してのツアーコンセプト及びポイント説明を行うことにより、ツアー全体の世界観の均一性を図れるようにすること。お客様のコンディションやニーズの把握もスムーズに行えるようにしておく。

### 沖縄エリア モデルプラン 「Okinawa's Blue Zone Odyssey」 (続き)

**2日目 「自然との共生～自然の生命と人々の暮らしのつながり」 (大宜味村)**

**ホテルでの地元食材朝食づくり**

参加者は、シェフと一緒に朝食づくり体験。地元の名産が下ごしらえしてくれたソウイイやウカサゴ（フエダイの一種）などの地元の食材を使用したお粥の作り方を学ぶ。かまどを使って朝食を準備し、沖縄の料理文化遺産について実証的な観察を導く。



**「やんばるネイチャーウォーク」**

ユネスコ世界自然遺産に登録されているやんばるの森。ネクマデヤ島のネイチャートレッキングツアーへ。豊かな森に囲まれながら、希少な動植物を観察し、沖縄の長寿食を支える多様な生態系について学ぶ。島の自然環境と持続可能な生活習慣が、沖縄独特の文化と生活様式どのように形作られているかを、ネイチャーガイドからより深く理解、学ぶ。



**「美味の店」で昼食**

ミネラルたっぷりの黒砂糖をふんだんに使った「美味の店」で昼食。おぼろの塩黒砂糖を効いた、土や海ともある暮らしのリズムや生きた知恵を伝えたい。ニガナ、カブバー、イーチャーバー、フーチーバー、ハンダマ。大塚に育てられたみずみずしい野菜を食卓に。健康長寿の秘訣を感じる食文化を体験したい。



**午後：フリータイム**

旅の疲れが少し出始めるころ。自由な時間を設けることで、参加者が自身に合った、ゆとりとした時間を過ごすのも良い過ごし方。

**地元食材専門ヨーロッパ料理のカジュアルレストランでの夕食**

「地元食材、本場においしい料理へ」世界自然遺産の「やんばる」で育まれる食材。見たこともない、ユニークな野菜たち。ひとつひとつの食材の濃厚な、豊かな風味。ゆとりとした空間の中で、ご堪能ください。



(晴れた日には)国頭村の星空保護区での星空観察ツアーをオプション選択

**モデルプランのポイント (高付加価値旅行客に訴求する点)**

アジアで唯一の「Blue Zone」として世界中から注目を集めている沖縄。長寿で健康的な生活を送る人々が、自然と共生している。自然の生命と日々との暮らしがもたらしている事をネイチャーウォークや食事を通じて体験してもらおう。

1. 地域の食材を最大限に活用。昔ながらの食を通じて人々の暮らしを体験。沖縄の「クスミン」(黒糖由来)朝食を堪能。
2. 世界自然遺産エリアの希少な生態系や自然と人との共生についての学び、体験
3. フリータイムを設けることで各自コンディション調整の時間を取る
4. 夕食は地元産を使った洋風スタイルとすることで、バリエーション変化を持たせる。

**高付加価値旅行客のニーズに対応する移動手段の提供 (アシ)**

1. バスでは入れない狭い道が多いため、往復はハイエースを利用 (やんばるエリア)
2. 自然への負荷軽減、ツアー管理上、少人数での旅行とする。



**滞在価値を高めるガイドやアテンドの提供 (ヒト)**

1. ガイド (集落数寄附シエルフ、ネイチャーガイド)・昼食店所など関わる人物が全員地元住民であり、ガイドは英語での案内可能。
2. ネイチャーガイドが希少な動植物を観察。沖縄の長寿食を支える多様な生態系について案内し、人々の暮らしと自然との繋がりを一体的に解説することでツアーコンセプトに即した体験を実現。



**宿泊：大宜味村・国頭村 やんばるホテル「黒糖森家」(ヤド)**

初日と同地の道の利用することで、戻ってきた旅路による精神的な安堵感を出す。旅の疲れを癒すべくゆとりとくつろぎもよし、少し周囲の環境に溶け込み土壌を求めもよし。

### 沖縄エリア モデルプラン4泊5日 「Okinawa's Blue Zone Odyssey」 (続き)

**3日目 沖縄のブルーゾーンの原則を取り入れる (大宜味村～東村)**

**カヌーで行くやんばるの森・秘境ツアー (雄略ダムカヌー・ジャワクライミングツアー)**

ジャワクライミングは「岩登り」と言い、沢を徒歩で進むカヌー・カヌー。やんばる東村のジャワクライミングは、ジャングルのような大自然の中をアクティブに楽しむ。沖縄の水質で有名雄略ダムがカヌーで移動し、沢を歩いて高つばを目指す。天然のウォータースライダーや天然のプールを泳ぐだけでなく飛び込んだりしながら、やんばるの森の深奥を冒険し楽しむ。



**「かしまろう」で昼食**

やんばるの森を体験できる秘境カヌー「かしまろう」で、地元の食材を使ったお粥の作り方を学ぶ。山の中におり、カフェからの眺望は絶景。フリータイム食のゆとりややんばるを堪能。



**午後：フリータイム**

昼食後、東村の町に移動し、チェックイン後は夕食までフリータイム。午前中のアクティビティの疲れを癒すリラックスタイム。

**地元レストランでの夕食 かねやん食堂**

手作りで作られたようなお粥の専門店。シェフが厳選した食材で料理を提供する食堂。国産で養育している「スズキ」(スズキ目)を使用したお粥は絶品。地元産に合った料理を提供。シェフからスズキの飼育を行い、食を通して東村や地域性・食を堪能したい。



**やんばる環境モニタリングナイトツアー「AKISAMIYO」**

ナイトツアー「AKISAMIYO」は、自然保全体験ツアーであり、GPS機器や記録簿などを参加者が持ちながら、希少な生態系、動植物などを専門ガイドとともに観察していく。またGPSなどの記録装置を備えていることで、自身が発見した動物や植物を正確に記録することができ、ここでしか見られない動植物との出会いには特別な体験となる。



**モデルプランのポイント (高付加価値旅行客に訴求する点)**

沖縄の水質であるダム湖。自然の沢でアクティビティの中にも命の水自然に生かされていることを伝える。夕食以降は東村に移動。自然保全型ツアーで自然への自己変革に繋がる体験を提供する。

1. カヌー、沢登りを通じてやんばるの森の豊かさや希少さを体で感じ学ぶ
2. 食事は地元の食材を使用したお粥、地元料理と、朝と夜のバリエーションを持たせる。
3. 自然保全型体験ツアーにより希少な生物観察と、自然保全意識の醸成を促す。

**高付加価値旅行客のニーズに対応する移動手段の提供 (アシ)**

1. バスでは入れない狭い道が多いため、往復はハイエースを利用
2. 自然への負荷軽減、ツアー管理上、少人数での旅行とする。



**滞在価値を高めるガイドやアテンドの提供 (ヒト)**

1. NPO法人東村観光推進協議会がランドオペレーターとなり、ワンストップで各事業者への手配や調整を担うことでスムーズなツアー管理が行える。
2. 地域をより知った専門ガイド、シェフにより、特別感や価値を上げた地域食材の提供が行える。



**宿泊：東村 Yambaru Experience Hotel ヌンガニク (ヤド)**

「ヤンバルエクスプレスホテル ヌンガニク」の最大の魅力は、ホテル近くに広がるやんばるの大自然での多様なアクティビティを堪能出来ること。世界自然遺産エリアではジャワクライミングやサイクリング、ナイトパトロールツアー、自然観察エリア (国立公園エリア) では沖縄本島最大級のマンゴローブを数値するカヤックツアーやリアルジャンプを満喫するツバブライバレー体験も楽しめるやんばるでしか出来ない自然体験をホテルから体験出来る滞在施設。



**沖縄エリア モデルプラン 4泊5日 「Okinawa's Blue Zone Odyssey」 (続き)**

**3日目 水、祈り、伝統との深いつながり (東村～金武町～那覇)**

**「水」と「祈り」体験**  
 「美神の泉」として知られる金武大川、トゥムズ湖やノロ神宮などの聖地を巡り、水の起源と水との精神的つながりについて学び、最後は田子畑がもたらすもう一つの恵み「野鳥」観察を行う

**地元の家を訪問**  
 トートー(沖縄の仏壇)祭祀や伊の神メシなど、伝統を継ぎ守ることを、**沖縄の歴史とその美観を体験**。またトートー作りの伝統的なおやつ(クッキー)をお試しが入り込む。

**金武鎮乳洞**  
 1988年から日本初の古酒蔵として利用されている石炭貯蔵庫。13,000本以上の酒蔵とチーズの150種類以上の酒蔵より分装しており、見学も試飲もしていただく。

**カフェ農産での昼食&田子畑でのバードウォッチング**  
 大きな窓から美しい海が一望できる地元民の食堂。金武町の特産物「田子畑ふんじん」を使った「田子畑」やスイーツを堪能する。オーナーシフから「食」を通じて地元への貢献が話される。  
 午後は、田子畑でバードウォッチングを楽しむ。自然の豊か、沖縄の多様な鳥類を観察。

**午後：首里城～金城町石畳道 散策**  
 琉球の歴史、文化、そして沖縄の不屈の精神を探究。琉球王国を形作り、琉球の存続にも影響を与え続ける伝統と哲学への扉を開く。かつて琉球王国の威風凛々な中心地だった首里城。壮大な建築物と華やかな建築を通じて、寛政の黄金時代と独特な文化の融合を再認識する。次に、歴史的な金城町石畳道へと進む。かつて王宮と那覇港を結ぶ「大通り」だったこの道には、今も琉球王国の華やかさが感じられる。赤瓦の軒や緑豊かな景観が、当時の面影を今に伝えながら石畳を歩けば、沖縄の情の豊かさが実感できる。

**那覇の伝統的なレストランでの豪華な夕食 (琉球料理 美築)**  
 1958年創業の歴史と伝統を受け継ぎ、琉球王朝時代から伝わる本格的な琉球料理を堪能。首里城の敷地内の王宮の歴史や文化、食事を通じて体験すると同時に、食材の調達や食材自体の歴史も学び、再々楽しむだけでなく、沖縄の料理史を通じた文化的な歴史の資料の一つとして提供する。

**モデルプランのポイント (高付加価値旅行者に訴求する点)**  
 沖縄の水、祈り、伝統との深いつながりを探究。「命の宝」(命は宝)の本質を明らかにし、地域の精神性、自然、文化への没入と探求を提供する。夕食以降は東村に移動。自然保全型ツアーで自然への自己変革に繋がる体験を提供する。

1. 地元の家で沖縄のトートー祭祀の伝統と信仰の実践について学ぶ
2. 伝統的なおやつと泡盛、豆腐ようを添えた植物ベースの琉球料理「田子畑」を味わう
3. 市街の形成の歴史と地域活性化の起点として金武鎮乳洞を巡りオーナーの思いを知る
4. 静かなマングローブ林や緑豊かな田園など、色々な自然の中でバードウォッチングを楽しむ
5. 琉球王朝の歴史と伝統、過去から現在への生命と栄華の軸を五感で感じる。

**高付加価値旅行者のニーズに対応する移動手段の提供 (バス)**

1. バスでは入れない細い道が多いため、往復はハイエースを利用
2. 自然への負荷軽減、ツアー管理上、少人数での旅行とする。

**潜在価値を高めるガイドやアテンションの提供 (ヒト)**

1. NPO法人東村観光推進協議会(ホテル「南原森家」がランドオペレーターとなり、ワンストップで各事業者への手配や調整を図ることでスムーズなツアー管理が行える。
2. 地域をよく知った専門ガイド、シェルフ(ホテルガイド)により、特別感や地域とのコミュニケーション、推進された地域食の提供が行える。

**宿泊：那覇市内 ホテルコレクション (ヤド)**  
 沖縄の多様性に富んだ文化を取り入れ、国内外の観光客が集まる国際通りの国際色豊かな場所で、自然と人の往來を生む。今までにないラグジュアリーで、新たな空間を提供いたします。また、国際通りの真ん中というアクセス抜群の立地を生かして、新たな沖縄観光やビジネスの拠点、そして県内のお客様にとっても魅力のあるホテル。  
 地上13階・地下1階 260室 632名最大宿泊数

**沖縄エリア モデルプラン4泊5日 「Okinawa's Blue Zone Odyssey」 (最終日)**

**5日目 空手を通じて感じる沖縄の心 (那覇～那覇空港)**

**空手道場体験**  
 ツアー最終日は、チェックアウト後、地元の空手道場を訪ねることから始まる。この体験は単に空手を学ぶだけでなく、古代中国と中国の部族が融合して生まれた空手の歴史と哲学を深く理解する機会となる。  
 参加者は伝統的な原則「空手に空手」を学ぶ。この概念は空手が本質的に防衛の術であることも強調し、**平和を尊ぶ精神を教える**。  
 また、礼儀の重要性も強調され、これが沖縄の広い文化的価値観を反映していること学ぶ。種々に取り組むにつれ、参加者は**沖縄の精神、つまり島の気風と幸福の源に魅了されていく**。  
 この深い理解は、ツアーの最大成果となり、身体活動と文化的教育を早業に結びつける。

旅の締めくくりに、沖縄の精神性の本質「チムグル」の紹介。さらに「イチャイ(チャージャー) (出会えば兄弟)」という深遠な言葉を学ぶ。この言葉は沖縄文化の温かさや開放性を象徴しており、初めて会った人でも兄弟のように親しく接する沖縄の人々の精神を教える。

この最終日の体験を通じて、参加者は沖縄の文化と精神性を身体で感じ、心で理解する。空手の種目から学ぶ平和と調和の精神、チムグルに込められた思いやり、そしてイチャイ(チャージャー)が示す人々のつながりの大切さ。これらすべてが、沖縄のブルーゾーンとしての特質を究める重要な要素であることを、参加者は深く認識することになる。

**平和の礎**  
 空手の種目から学んだ平和と調和の精神を受け、太平洋戦争・沖縄戦終結50周年記念事業の一環として、平成7(1995)年に建設された「平和の礎」を訪れる。ゆるぎない平和への思いに賛同し、**平和を享受できる事件と平和の礎を再確認し**、世界の恒久平和を祈念することで旅を終える。

**那覇空港**

**モデルプランのポイント (高付加価値旅行者に訴求する点)**  
 空手体験の地・沖縄でのツアー最終日に「空手道場体験」を通じ、コアバリューである**沖縄の精神性**、そしてツアーのコンセプトである**IKIGAI Tourism**との関連性を体験を通じて体感してもらい、ツアー全体を締めくくる。

1. 空手の**精神による道場体験**を通じ、沖縄の精神性を会得する
2. 「Blue Zone」, 「IKIGAI Tourism」ツアーコンセプトとの繋がり、自己変革のきっかけを促す体験価値
3. 「平和の礎」を訪れ、「平和」「生命 (いのち) のつながり」を感じ、恒久平和を祈ること旅の締めくくりにする。

**高付加価値旅行者のニーズに対応する移動手段の提供 (バス)**

1. 費用率はハイエースを利用

**潜在価値を高めるガイドやアテンションの提供 (ヒト)**

1. スループガイドが旅の締めくくりにして**目標の体験が一貫したコンセプト (IKIGAI) でつながっていること**、沖縄の資源の強がそれらつながっていることを、総括して締めくくる。

**沖縄エリア モデルプラン(日帰りパターン)**  
 大宜味エリア / 東村エリア / 金武エリア / 那覇エリア / 糸満エリア

**大宜味エリア モデルプラン**

**日帰りのツアー①**

**【大宜味村】集落散策とネイチャーウォーク**  
 島の暮らしと地域との自然や文化を人間との深いつながりと共に感じることができるガイドウォーク。昼食は、与那国産たっぷりの農産物をふんだんに使った「実味の店」をお楽しみいただけます。  
 ＊スクジュール(朝)→ 昼食を含む10時間ウォーキングツアー  
 ＊ホテル(9:00)→集落散策(11:00)→実味の店にて昼食(12:30)  
 ＊やんばるネイチャーウォーク(14:00)→ホテル(19:00)

**「Blue Zone」で知られる集落散策**  
 「Blue Zone」として知られる大宜味村・喜知集落をEndemic garden HDシェルパ(ガイド)と散策。沖縄の原風景が残る集落を散策しながら、集落での暮らしやおじいおばあの生きがいを理解し、自身の「Ikigai」を考える。また喜知集の伝統工芸品であり、13世紀から琉球王朝への献上品としての歴史を持つ「芭蕉布」の製作現場を訪れ、「1」の布と書かれる伝統の織手を地元住民の視点からご案内いただく。



**「実味の店」で昼食**  
 ミネラルたっぷりの農産物をふんだんに使った「実味の店」で昼食。おばあの畑の農産物を使い、土や海とともにある暮らしのリズムや生きる知恵を伝え続けます。二かナ、カンダバー、イチチヨーパー、フーチパー、ハンダマ、大事に育てられたみずみずしい味覚を食卓に。健康長寿の秘訣を感じる食文化を体験いただく。



**「やんばるネイチャーウォーク」**  
 ユネスコ世界自然遺産に登録されているやんばるの森、ネクマチア島のネイチャートレッキングツアーへ。豊かな緑に囲まれながら、希少な動植物を観察し、沖縄の食卓を支える多様な生態系について学ぶ。島の自然環境と持続可能な生活習慣が、沖縄独特の文化と生活様式をどのように形作っているかを、ネイチャーガイドからより深く理解、学ぶ。



**【テーマターゲット】集落散策**  
 ＊沖縄・大宜味エリアの70%以上の地域にある暮らしとともにある自然を体験するために、世界でも唯一無二の「Blue Zone」及び地域の人々による暮らし・生きがい(「IKIGAI」)の体験をハイライトとするモデルプランを制定。  
 ＊メインターゲットである観光客市場のモチベーション→自然・文化や独自性に重きを置いた観光に関心・好奇心を喚起する文化体験や、豊かな自然を活かしたアドベンチャーーツアーズを提供  
 ＊想定する観光客数等：6名乗車で1人あたり4.5万円～

**モデルプランのポイント(高付加価値旅行者に訴求する点)**  
 アジアで唯一の「Blue Zone」として世界中から注目を集めている沖縄。長寿で健康的な生活を送る人々が集まるこの地域で、インバウンドのお客様に「Ikigai」(生きがい)を探索する旅業、地域の精神性、自然・文化への没入と探求を提供する昼食を含む10時間のウォーキングツアー。《集落散策とネイチャーウォーク》  
 1. 「Blue Zone」集落の人々の暮らしや生きがい、地域に根づく産業など地元住民視点のガイドングを通じて学ぶ  
 2. 地域の食材を最大限に活用、旬なごちを満ちた人々の暮らしを体験。沖縄の「クスイム」(医食同源)料理を堪能。  
 3. 世界自然遺産エリアの希少な生態系や自然と人との共生についての学び、体験

**高付加価値旅行者のニーズに対応する移動手段の提供(アシ)**  
 1. バスでは入れない細い道が多いため、往復はハイエースを利用  
 2. 地元住民の生活圏及び希少な自然生態系エリアとなるため、訪問順序を吟味し、できる限り徒歩移動(ウォーキング強度1程度)とする。



**滞在準備を高めるガイドやアタンドの提供(ヒト)**  
 1. ガイド(集落散策時シェルパ、ネイチャーガイド)・昼食店所など関わる人物が全員地元住民であり、ガイドは英語での案内可能。  
 2. 大宜味村に由来のあるガイド(シェルパ、ネイチャーガイド)が地元「コネ」を活用し、FITでは行けない集落散策、自然への理解を深める訪問体験を実現。



### 東村エリア モデルプラン

**日帰りツアー①**

**【東村】 やんばるに遊ぶ、自然探検ツアー**  
 <スケジュール (一泊)> 夕食を含む11時間ナイトツアー  
 水に濡れながらカヤックや民衆の船と遊ば、涼風の船が舞う真夏の風と生物多様性豊かな島の空想空間を満喫する。また、地元産材にこだわりのレストランでの夕食もお楽しみください。  
 ナイト (12:00) ⇒ 船場カヤック+シャワークライミング(13:30) ⇒ 専用レストランで夕食 (17:00) ⇒ やんばる環境モニタリングナイトツアー(18:00) ⇒ ナイト(23:00)

**カヌーで行くやんばるの森・秘境ツアー (福地ダムカヤック+シャワークライミングツアー)**  
 シャワークライミングは「沢登り」と言い、沢を徒歩で進むリバースポーツ。やんばる東部のシャワークライミングは、ジャングルのような大自然の中をアクティブに楽しめる。福地ダム湖をカヌーで移動し、沢を登って高つぼを目指す。天然のウォークスライダーや天然のプールを泳いだりもったり飛び込んだりしながら、やんばるの森の源流を自覚し楽しむ。

**地元レストランでの夕食 かねやん食堂**  
 手作りで作ったカフェのようなおしゃれな店内と、シェフが厳選した食材で料理を提供する食堂。涼風で暖かしている「スズキ」(スズキ手目)を使った一回り焼肉。地元産に拘った料理を提供し、シェフからスズキの説明を行い、食を通して東村や地域性・食を理解いただく。

**やんばる環境モニタリングナイトツアー「AKISAMIYO」**  
 ナイトツアー-AKISAMIYOは、自然保全型体験ツアーであり、GPS番号や記録簿などを参加者が持ちながら、希少な生態系、動植物などを専門ガイドとともに観察していく。またゴキなどの記録もしていくことで、自身が地域や自然を守る意識の醸成にも繋がっていく。ここでしか見られない動植物との出会いが特別な体験となる。

**【テーマ・ターゲット・価値等】**  
 ・沖縄・奄美エリアのコアバリューの根拠にある暮らしとともある自然を体験するために、世界でも唯一無二の「Blue Zone」及び地域の人々による「生き方・生きがい」(IKIGAI)の体験をハイライトとするモデルプランを設定。  
 ・メインターゲットである観光市場のモダンラグジュアリー+自然・文化や独自性に豊かさを響く層に熱心な興味好奇心を満たす文化体験や、豊かな自然を活かしたアドベンチャーツーリズムを提供  
 ・想定する観光客規模：6名乗行で一人当たり5.0万円

**モデルプランのポイント (高付加価値旅行者に訴求する点)**  
 豊かなやんばるの森の自然を五感を使って体験、地域の自然の恵みに対する畏敬の念を培う、自己変革を促す体験価値を提供する。

1. カヌー、沢登りを通じてやんばるの森の豊かさや希少さを体で感じ学ぶ
2. 地域にある食材にこだわり、地域の自然の恵みを味わう
3. 自然が当たり前でなく、そこに暮らす人々とつながり、守られていることを体験を通じ理解し、さらには自己変革を促すことで体験価値の向上を図る

**高付加価値旅行者のニーズに対応する移動手段の提供 (アシ)**

1. バスでは入れない細い道が多いため、往復はハイエースを利用
2. 自然への負荷軽減、ツアー管理上、少人数での運行とする。

**滞在価値を高めるガイドやアテンションの提供 (ト)**

1. NPO法人東村観光推進協議会がランドオペレーターとなり、ワンストップで各事業者への手配や調整を行うことでスムーズなツアー管理が行える。
2. 地域をよく知った専門ガイド、シェフにより、特別感や感動された地域食材の提供が行える。

### 金武町エリア モデルプラン

**日帰りツアー②**

**【金武町】 「水」&「祈り」散策ツアー**  
 個人宅ではトートメーやヒスカン (沖縄の仏壇)、仏壇を継ぎ家を守ることなど信仰について学ぶ。また沖縄の志半からの食文化について、実際にその食事をいただきます。  
 <スケジュール (一泊)> 昼食を含む7時間散策ツアー  
 ナイト (9:00) ⇒ 金武大川 (10:00) ⇒ トムムズ部歌〜ノロ神歌〜個人宅へ金武釀乳酒⇒昼食 (13:00) ⇒ 田舎場見学 ⇒ バードウォッチング⇒ホテル(17:00)

**「水」&「祈り」散策**  
 「祈りの水」として知られる金武大川、トムムズ部歌やノロ神歌などの聖地を巡り、町の源流と水との精神的なつながりについて学ぶ。昼食後は田子焼がもたらすもう一つの恵み「野鳥」観察を行う

**地元の家を訪ね**  
 トートメー(沖縄の仏壇)祭祀や伊の神ヒスカンなど、仏壇を継ぎ家を守ることなど、沖縄の信仰とその実践を体験。またホスト手作りの伝統的なおやつ「クシケン」をお召し上がりいただく

**金武釀乳酒**  
 1998年から日本初の古酒蔵として利用されている石炭岩酒蔵。13,000本以上の酒類とチーズのような味わいの旨味を貯蔵しており、昼食時に試飲もしていただく。

**カフェレストラン長楽で昼食**  
 大きな窓から美しい海と空が一望できる地元で人気の食堂。金武町の特産物「田子」をふんだんに使った「田子焼」やスイーツを堪能する。オーナーシェフから「食」を通じた地元への貢献もお話頂く

**【テーマ・ターゲット・価値等】**  
 ・沖縄・奄美エリアのコアバリューの根拠にある暮らしとともある自然を体験するために、世界でも唯一無二の「Blue Zone」及び地域の人々による「生き方・生きがい」(IKIGAI)の体験をハイライトとするモデルプランを設定。  
 ・メインターゲットである観光市場のモダンラグジュアリー+自然・文化や独自性に豊かさを響く層に熱心な興味好奇心を満たす文化体験や、豊かな自然を活かしたアドベンチャーツーリズムを提供  
 ・想定する観光客規模：6名乗行で一人当たり5.3万円

**モデルプランのポイント (高付加価値旅行者に訴求する点)**  
 豊富な水資源を活用した田子や米の栽培が行われ、採鳥地としても有名な金武町を訪れ、沖縄の水、祈り、伝統の深いつながりを探訪。「命(宝)」(命は宝)の本質を明らかに、地域の精神性、自然、文化への没入と探求を提供する。

1. 地元の家庭で沖縄のトートメー祭祀の伝統と信仰の実践について学ぶ
2. 伝統的なおやつと泡盛、豆腐ようを添えた格付けの沖縄料理「田子焼」を味わう
3. 泡盛の熟成の役割と地域活性化の拠点として金武釀乳酒を飲むオーナーの想いを知る
4. 静かなマングローブ林や緑豊かな田舎など、色々な自然の中でバードウォッチングを楽しむ

**高付加価値旅行者のニーズに対応する移動手段の提供 (アシ)**

1. バスでは入れない細い道が多いため、往復はハイエースを利用
2. 地元住民の生活圏となるため、訪問順序を吟味し、できる限り徒歩移動 (ウォーキング強度1程度) とする。

**滞在価値を高めるガイドやアテンションの提供 (ト)**

1. ガイド・シェフ・農家など関わる人物が全員地元住民であり、ガイド・シェフは英語での案内可能。
2. 金武町で生まれ育ったガイドが地元の「コネ」を活用し、FITでは行けない個人宅への訪問を実現

### 那覇エリア モデルプラン 日曜日ツアー④

**【企画】** 琉球の歴史と文化の象徴「首里城」とその精神を学ぶツアー  
琉球の歴史と文化の象徴である首里城から16世紀に造られた金城町の石畳道を通り、道端で空手を体験します。沖縄で生まれた空手は沖縄の平和の精神と哲学を知る機会となります。  
<スケジュール（一例）> 昼食を含む7時間歴史探訪ツアー  
ホテル(9:00)⇒首里城(10:00)⇒金城町石畳道 ⇒ 地元レストラン(12:00)⇒空手道場(13:30)⇒ホテル(16:00)

**首里城～金城町石畳道 散策**  
琉球の歴史、文化、そして沖縄の不屈の精神を探訪。琉球王国を形作り、現代の沖縄にも影響を与え続けた伝統と哲学への扉を開く。かつて琉球王国の威厳ある中心地だった首里城。壮大な建造物と華やかな建築を通して、貿易の黄金時代と独特な文化の融合を再認識する。  
次に、歴史的な金城町石畳道へと進む。かつて王宮と御膳所を結ぶ大通りだったこの道には、今も琉球王国の歌が彷彿とされる。赤瓦の家々や緑豊かな景観が、当時の面影を今に伝える石畳の歩けば、沖縄の昔の暮らしや風景が目に浮かぶ。

**地元「泡盛と創作沖縄料理」 首里城内での昼食**  
沖縄泡盛と創作うちなー料理店「首里城内（すいどうんち）」は、城下町首里金城町の石畳にある。自社牧場で大切に育てた琉球産米、おもしろアグーを使った料理も提供。店内は沖縄古来の琉球文化を余すことなく体験できる通りとなっている。店内には泡盛資料館や琉球資料館を併設しており、無料見学できる。歴史が詰まったこの場所も、外国のお客様にも対応できる。

**空手道場体験**  
沖縄の武道の真髄に触れます。師範の指導のもと、参加者は「空手に先手なし」として、沖縄の道徳と思いやりの価値観を強調する空手、沖縄の武道の真髄を学ぶ。実践的な稽古で締めくくられるこの体験を通して、訪問者は身体的な気づきだけでなく、島の平和と長寿の永続的な精神についても深く理解することになる。

**【テーマ・ターゲット・価値等】**  
・沖縄・奄美エリアのコアバリューの一つ。独自の歴史の象徴である琉球王朝の栄華と文化、人々の暮らしを首里城～金城町の石畳散策から学び、過去から現在に繋がってきた「暮らしと文化」「生命（いのち）」に思いを馳せる。  
午後は、空手発祥の地・沖縄として「空手道場体験」を通じ、コアバリューである沖縄の精神性、そして今ツアーのエンセイトである「IKIGAI Tourism」との関連性を体験を通じ体感してもらう

**想定する販売価格帯：6名旅行で一人当たり2.8万円～**

**モデルプランのポイント（高付加価値旅行者に訴求する点）**  
1. 琉球王朝の歴史と伝統、過去から現在へ繋がってきた生命と栄華を五感で感じる。  
2. 昼食は、城下町・首里金城町石畳にある「泡盛と創作沖縄料理」の店で地元料理を堪能。  
3. 空手発祥の地・沖縄での体験は、精神性や生き方を学ぶウェルネスアクティビティとして訴求。

**高付加価値旅行者のニーズに対応する移動手段の提供（アシ）**  
1. バスでは入れない細い道が多いため、往復はハイエースを利用  
2. 自然への負荷軽減、ツアー管理上、少人数での旅行とする。

**滞在価値を高めるガイドやアテンドの提供（ヒト）**  
1. NPO法人東村観光推進協議会がランドオペレーターとなり、ワンストップで各事業者への手配や調整を行うことでスムーズなツアー管理が行える。  
2. 地域をよく知った専門ガイド、シェフにより、特別感や満足された地域食文化の提供が行える。

12

### 糸満エリア モデルプラン 日曜日ツアー⑤

**【企画】** 琉球にまつる人（5あんなん）文化を体験する  
その際についで大規模な観光客を受けようとする糸満市は、観光は2層階級からの見学で済ませたいという様子も、特別な許可を得て仲買人の歴史を学ぶ。移動はグリーンローモビリティを利用。  
<スケジュール（一例）> 朝食を含む7時間歴史探訪ツアー  
ホテル(4:00)⇒イマイ市場セリ見学(4:50)⇒白銀堂お参り(6:00)⇒サバニ乗船(7:00)⇒海ぶどうレストラン立ち寄り(8:00)⇒サバニ乗船 ⇒ サバニ工場見学(10:00)⇒ホテル(12:00)

**イマイ市場セリ見学**  
午前5時から開始、約1時間、糸満の東海にある新しい市場「イマイ市場」に入ってセリ形式から見学して、その商標を体験する。沖縄ならではの魚や食材、沖縄ならではの魚介類について市場を管理する「水産公社」説明。魚が新鮮なだけでなく、衛生上厳しく、特別な許可を得ての魚介類である。

**白銀堂お参り**  
ただの参拝ではなく、GSM（グリーンローモビリティ）を利用して街を散策しながら移動。海人の聖地である白銀堂に足を止め地域の文化を理解。漁師は危険な仕事である事と自然の恵みによってなされる生活である事から、海人文化にはアニミズムの精神が強いことを学ぶ。

**サバニ乗船体験&工場見学**  
朝の7時位には海船埠頭の隅の隅にサバニ船に乗りこく。2時間のサバニ体験開始。スタッフ2名とガイド1名でゲスト3名に安全装備、基本的な漁獲方法と安全情報を伝え、海人の伝統木船「サバニ」に乗る。最初の20分間は帆を上げて安定した海面の中での乗船を少ししてから、糸満海人の漁場であるイノー（鰹場）に向かう。少し緊張感を味わってから、無人島のイゾア島へ向かい、地域の歴史と関係の歴史から北米の漁業の歴史にまで触れる体験へ。

**海ぶどうレストラン（朝食立寄り）**  
糸満市の南にある海ぶどう農産物にて地産地消の先生である西野さんが歓迎する。45分間の海ぶどう汁と体験型の朝食アクティビティ。海人は漁師という職業ながら、漁業は食と漁業だけでなく、モク、アヤと海ぶどうなど、種物も育まれると説明。海ぶどうの農産物に入ると自分の朝食「海ぶどう汁」に登場するものを選び自分好みの丼を作り食べる。地産地消へのこだわり、地域の伝統の材料を使うことが地域の活性化につながることを説明。

**サバニ工場見学**  
現在、漁人が獲っていない鰹魚（サバニ）に会い、実物の製作中のサバニを見て、船で、40分間、製造工程を説明しながら、船中において、サバニが漁具としての歴史を説明。大工が受け継いでいる昔からの知識が次世代に伝承するためにサバニの作りかたが、漁師としての役割は残しつつも今後はレーザーストローブとして生まれ変わるように、サバニの愛好家が頑張っている。今回のツアーはそれと共に行っている。

**【テーマ・ターゲット・価値等】**  
・沖縄・奄美エリアのコアバリューの根拠となる暮らしと自然を体験するために、世界でも唯一無二の「Blue Zone」及び結核の人々による「生き方・生きがい（IKIGAI）」の体験をハイライトとするモデルプランを設定。  
・メインターゲットである欧米市場のモダンラグジュアリー＝自然・文化や独自性に惹きつけられる高い好奇心を満ちた文化体験や、豊かな自然を満ちたアドベンチャー・ツーリズムを提供

**想定する販売価格帯：6名旅行で一人当たり3.7万円～**

**モデルプランのポイント（高付加価値旅行者に訴求する点）**  
糸満エリアは、かつて琉球王国が琉球王朝だった時代から漁業の町として栄えてきた。海人文化の拠点である糸満が、琉球の伝統木造船「サバニ」で海に乗り出す。小さな島国「琉球」で、その時ひとつで大海原と向き合ってきた糸満海人の歴史は、沖縄が生み出した興味深い物語がたくさん存在する。サバニツアーは、環境配慮型のスポーツアクティビティとして、移動もグリーンローモビリティを利用し、地域の文化・風土、水産物の現状や、糸満で大切にされる伝統の話を、海人の文化を体験し、自然の豊かさと歴史を学ぶことは、他の海洋文化にも関心を持つきっかけにもなる。

1. 特別な体験が沖縄南部の漁業のスクールと現代ならではの衛生管理が行われる体験として価値  
2. 地域にある食文化にこだわり、地域の自然の恵みを味わう  
3. 海人の暮らしや信仰、伝統を体験を通じ理解し、更には自己変革を促すことで体験価値向上を図る

**高付加価値旅行者のニーズに対応する移動手段の提供（アシ）**  
1. 環境配慮型スポーツアクティビティ「サバニ」体験  
2. 歩くようなゆっくりとしたスピードのグリーンローモビリティ利用でゆったりとした移動

**滞在価値を高めるガイドやアテンドの提供（ヒト）**  
1. 糸満市観光協会を窓口（コネ）とすることで、特別な許可を得て仲買人の船中セリ見学。  
2. 地域をよく知った専門ガイド（ヒト）により、海人の歴史や風土などサバニ体験により深みを持たせる演出が行える。

13

## 奄美エリア モデルプラン(4泊5日パターン)

「黒潮がもたらす奄美大島の数々の恵みとその恵みを活かした人の暮らしを感じる旅」

### 奄美エリア モデルプラン暫定版4泊5日 「黒潮がもたらす奄美大島の数々の恵みとその恵みを活かした人の暮らしを感じる旅」

15

(※) 1/20-23の履き上げFAMを経て、プラン最終確定見込み  
往復朝日便利用を想定、新着/出発便に応じたアレンジ可能

#### 1日目 Tour Briefing & Relaxation Day

##### 奄美空港

奄美空港到着ロビーにてスルーガイドが笑顔でお出迎え。専用車へご案内し、空港出発。移動中の車内でスルーガイドより積極的コミュニケーションを図り、参加者の期待感を醸成する。



##### 奄美パークでのツアーオリエンテーション及び

##### 奄美パーク内「田中一村記念美術館」見学

奄美空港から車で10分に位置する「奄美パーク」で、ツアー全体のオリエンテーションを実施。総合展示ホールで実物大の模型や写真を活用しながら、ツアー全体行程の説明や奄美大島の概要について説明することで、これから始まるツアーのイメージを視覚的にも訴求する。その後、隣接する「田中一村記念美術館」へ、奄美の自然景観を独特な色彩感覚で表現した阿波の絵画は、本ツアーで触れる大島絵や銀箔日の夕空にも重要な役割を果たすため、ツアーの伏線として見直し、参加者の印象に残しておく。



##### ホテルチェックイン・休憩 3連泊

##### 奄美郷土料理のウェルカムディナーと島嶼鑑賞

厚仁川通りの古民家レストラン「なつかしや」にて、地元野菜“ハンダマ”の苗で汁で炊いたピンク色のご飯、“串海老のほやほや”など、島食文化たっぷりと盛りだくさんな郷土料理のコース料理を楽しんで頂く。食後は県民さんによる独特な音色を奏でる島唄を鑑賞。ウェルカムディナーにて奄美の食と文化を体験して頂く。



##### ホテル休憩

##### 【テーマ・ターゲット・集積等】

・テーマ：「黒潮がもたらす奄美大島の数々の恵みとその恵みを活かした人の暮らしを感じる旅」

・ストーリー（コアバリュー）：

豊かな生物多様性により世界自然遺産に登録された奄美大島。その基礎を築いているのが黒潮です。黒潮は東南アジアから東シナ海を通り太平洋へと流れる暖流です。島の生命は、黒潮と季節風の影響による豊富な雨量と温暖な気候に支えられています。

このツアーでは、美しい森やマングローブ林、希少な動植物といった黒潮がもたらす恵みを巡りながら、その恵みと共に生きる奄美の人たち「島人」のライフスタイル“isigai”を体験します。

自然と共生する島での体験を通して、自分自身の人生の指針を見つけ、新たな目的を見出す特別な時間をお楽しみください。

・メインターゲット：欧米圏の文化体験や自然体験に関心の高いモダンラグジュアリー層

・暫定版実施価格：450,000円程度（4名参加の場合・1名あたり）

##### モデルプランのポイント（高付加価値旅行客に訴求する点）

1. 初日は島外からの移動日（または入国日）で参加者に疲労感があることを鑑み、参加者へ過剰なインフラを提供することがないように余裕のある行程を組み立てる。
2. 一方で、参加者にツアー全体のテーマやストーリーを事前に伝え、朝日からの期待感を醸成させるために、しっかりと時間をかけたツアーオリエンテーションやウェルカムディナーを行程に入れている。

##### 高付加価値旅行客のニーズに対応する移動手段の提供（アツ）

1. 移動は専用車（大型車ベルファイヤまたはジャンボタクシー）を使用。

##### 滞在価値を高めるガイドやアテンダントの提供（トト）

1. モデルプラン構成に携わったスルーガイドが全行程同行し、ガイドングを実施。テーマやストーリーを自分事として理解したガイドングの提供が可能。
2. 宿舎での夕食及び島嶼鑑賞を提供することで、参加者に特別感を醸成してもらう。

##### 宿泊（例）：奄美市名瀬地区 ホテルザンデイス奄美（YFD）※3連泊

奄美大島の中心・名瀬地区にある2022年12月オープンしたシティホテル。モダンな設備が整った清潔感のある客室に加え、無料ランドリーコーナーや展望大浴場も備える。3連泊して頂くことで、荷物/チェックインのストレスを軽減し、行程終了後にゆとりある時間を提供する。

**奄美エリア モデルプラン暫定版4泊5日 「黒潮がもたらす奄美大島の数々の恵みとその恵みを活かした人の暮らしを感じる旅」** 16

**2日目 奄美大島の伝統文化と人の暮らしに触れる1日**

**朝食後、ホテル出発**

**奄美の特産品「黒糖」 手作り工場訪問**  
奄美大島の北部に位置する黒糖町にあり、奄美大島のさとうきびを使い、昔ながらの手作り製法で黒糖を造り続けている水越製糖製造工場を訪問し、工場見学と試食・購入を行う。この後の黒糖焼酎工場訪問への期待を高める。

**古民家で地元住民との「鶏飯（けいはん）づくり」体験**  
更に北上し、打田原集落にある古民家を訪問。奄美を代表する郷土料理の「鶏飯」を地元の方と一緒に調理し、昼食として一緒に食べる体験を行う。地元住民とのコミュニケーションを通じ、奄美大島の身近感を醸成する。

**奄美の伝統工芸品「大島紬」生産工程見学**  
大島紬村を訪問し、園内ガイドと共に世界に誇る奄美大島の伝統工芸品・大島紬の歴史や複雑な生産工程の見学と説明を受ける。また、敷地内での遊園には貴重な奄美の動植物が生息しており、翌日からの自然体験への期待を高める。

**奄美群島のみで製造される「黒糖焼酎」工場訪問**  
名瀬地区にある、奄美群島のみで生産が行われているお酒・黒糖焼酎の小さな酒蔵を訪問。オーナーによる案内のもと、その歴史や伝統的な製造工程及び新しい焼酎についての見学・説明と試飲を行う。

**ホテル帰郷**

**夕食はフリー ※参加者のリクエストに応じ、夕食手配等のサポートを実施**

**モデルプランのポイント（高付加価値旅行者に訴求する点）**

- ツアー全体の達成感をより醸成させるために徐々にアクティビティの強度を上げていく行程。この日は文化体験に特化し、奄美大島の伝統文化と人の暮らしを体験する1日。なぜ奄美大島に黒糖焼酎や大島紬といった製品が生まれ、なぜ今も伝統的な製造工程や「ファミリービジネス」を掲げているのかを丁寧に追っていくことで、参加者の好奇心・探究心を満たすとともに、「Aigai」の精神に迫る。
- 時間的・金銭的負担を軽減した行程。当日の参加者の状況に応じ、さとうきび畑の見学、大島紬販売所の訪問、カフェ立ち寄りなどの行程のアレンジが可能。
- 参加者のプライベートな時間を確保するため、夕食はフリーとする。宿泊先を奄美大島の中心・名瀬地区にしていることで、参加者のリクエストに応じた様々なタイプの夕食レストランの紹介が可能。

**高付加価値旅行者のニーズに対応する移動手段の提供（アソ）**

- 移動は専用車（大型車もしくはハイヤーまたはジンボタクシー）を使用。

**滞在価値を高めるガイドやアテンドの提供（ヒト）**

- 本モデルプラン達成に携わったスルーガイドが全行程同行し、ガイディングを実施。テーマやストーリーを自分事として理解したガイディングの提供が可能。
- 大島紬村・黒糖焼酎工場では従業員による説明を実施（スルーガイドが選択）。参加者の細かい質問への対応が可能となることにより、理解度や満足度を上げることができる。
- 鶏飯づくり体験を行う集落は、スルーガイドの滞在が住む集落。地元住民と参加者との距離感を小さくすることで、より親近感を醸成することができる。

**宿泊（例）：奄美市名瀬地区 ホテルサンデイズ奄美（17F） ※3連泊**  
奄美大島の中心・名瀬地区にある2022年12月オープンしたシティホテル。モダンな設備が整った高層階ある客室に加え、無料ランドリーコーナーや温泉大浴場も備える。3連泊して頂くことで、荷物/カギのストレスを軽減し、行程終了後にゆとりある時間を提供する。

**奄美エリア モデルプラン暫定版4泊5日 「黒潮がもたらす奄美大島の数々の恵みとその恵みを活かした人の暮らしを感じる旅」** 17

**3日目 奄美大島の自然と人の暮らしを体験する1日**

**早朝(7時頃) ホテル出発**

**朝の mangrove カヤック体験と船上での朝食**  
ホテルから車で30分、奄美市住用町の mangrove パークへ。黒潮の流れに乗って生育した mangrove のトンネルをカヤックでゆっくりと楽しんでもらう。途中、船上でBOX朝食とコーヒーを提供。団体無人数の mangrove パークで、特別感のある2時間を過ごしてもらう。

**宇検村へのドライブ**  
着替え等を済ませた後、専用車で宇検村までのドライブ。途中、奄美群島最高峰の黒島岳が展望できる赤土山展望台や黒島岳水源のアラガ子池に立ち寄り、翌日のメインアクティビティである黒島岳とバイクツアーへの期待感を醸成する。朝食は宇検村中心部にある、古民家カフェで洋食メニューを提供。

**大和村・名産黒糖シマ芋と大島紬の工程（染め）体験**  
黒島岳の麓にある名産「なおん」集落を訪問。急峻な山とサンゴ礁広がる島の間にあり、入り組んだ道や、神様が祀られているテラ、カミチ、ふくなど奄美らしい雰囲気を残している集落を区長である地元ガイドがご案内。その後、集落内にあるカンムラ染色で大島紬の重要な工程である「染め」体験を実施。参加者に使い古したTシャツや小物などを持参して頂き、奄美大島でしかできない「染め」体験やフク子での染め体験で、この想い1つしかないオリジナルのものとしてリニューアルしてもらうことで、旅の思い出を形として残すことができる。

**ホテル帰郷**

**夕食はフリー ※参加者のリクエストに応じ、夕食手配等のサポートを実施**

**モデルプランのポイント（高付加価値旅行者に訴求する点）**

- ツアー全体の達成感をより醸成させるために徐々にアクティビティの強度を上げていく行程。この日はカヤックや集落歩きなどのアクティビティを入れながら、翌日のメインアクティビティへの伏線や前日に見た大島紬の製造工程の理解促進につながる体験を提供し、ツアー全体のつながりを解してもらう1日。
- 奄美大島で人気のアクティビティである mangrove カヤックを、人がほいほいなくつ風も穏やかな早朝に実施することで、参加者に開放感や特別感を提供する。
- 染める集落の「持ち込み」に拘る。集落内にある小さな工房での染め体験を実施することで、SOG's や大島紬と地元住民との距離の近さを感じてもらう。
- 参加者のプライベートな時間を確保するため、夕食はフリーとする。宿泊先を奄美大島の中心・名瀬地区にしていることで、参加者のリクエストに応じた様々なタイプの夕食レストランの紹介が可能。

**高付加価値旅行者のニーズに対応する移動手段の提供（アソ）**

- 移動は専用車（大型車もしくはハイヤーまたはジンボタクシー）を使用。

**滞在価値を高めるガイドやアテンドの提供（ヒト）**

- 本モデルプラン達成に携わったスルーガイドが全行程同行し、ガイディングを実施。テーマやストーリーを自分事として理解したガイディングの提供が可能。
- 名産黒糖シマ芋歩きは集落に住む地元ガイドが案内（スルーガイドが選択）。集落の区長も同席しており、集落についてのきめ細かな説明や住民との円滑なコミュニケーションの提供が可能。

**宿泊（例）：奄美市名瀬地区 ホテルサンデイズ奄美（17F） ※3連泊**  
奄美大島の中心・名瀬地区にある2022年12月オープンしたシティホテル。モダンな設備が整った高層階ある客室に加え、無料ランドリーコーナーや温泉大浴場も備える。3連泊して頂くことで、荷物/カギのストレスを軽減し、行程終了後にゆとりある時間を提供する。

**奄美エリア モデルプラン暫定版4泊5日 「黒潮がもたらす奄美大島の数々の恵みとその恵みを活かした人の暮らしを感じる旅」** 18

**4日目** 世界自然遺産・瀧崎岳eバイクサイクリング

**ホテルチェックアウト・出発**

**世界自然遺産・瀧崎岳eバイクサイクリングツアー**  
 ホテルから車で60分、宇味村へ移動。Eバイク等の調製を済ませ、まずは海抜0mから標高600mの瀧崎岳9合目までの約13kmのアップヒルサイクリングへ。途中、ヒカゲヘゴやシマオウゴンワリ、シロクニイビといった黒潮の恵みがもたらした動植物をスルーガイドの説明とともに観察。  
 その後、奄美群島最高峰瀧崎岳の山頂展望台まで、奄美固有の植物の説明を聞きながら軽快に登山ハイキング。  
 奄美大島の食料をふんだんに使ったお弁当の昼食の後は、大和村側の海岸までの約15kmの海を切る心強いダウンヒルサイクリング。途中、黒潮がもたらす瀧崎岳への豊富な雨を水源としたマデラヤの塩の貝や海辺の集落を一望できる展望スポットへご案内。サイクリングのゴール地点には地元の住民が、自らの農園で収穫したフルーツなどでお出迎え。  
 世界自然遺産登録の理由である、奄美大島の生物多様性を実感するとともに、強度の高いアクティビティをやり遂げたという達成感を醸成する。

**ホテルチェックイン・休憩**

**ホテルにて夕食とツアークロージング**  
 最後の夕食は、ホテルメインダイニングにてガストロノミー事業で開発したメニューの一部再現した夕食をご提供。田中一村の絵画にインスピレーションを得た色彩表現を、奄美の果実や野草といった食材で表現した料理は、奄美大島の美しい自然や大島焼などの伝統文化を想起させ、ツアーの締めくくりにふさわしい、食事をしながら、スルーガイドを中心にこれまでの旅を振り返り、ツアーのストーリーを参加者の心に刻むクロージングを行う。

**モデルプランのポイント（高付加価値旅行者に訴求する点）**

1. ツアー全体の達成感をより醸成させるために徐々にアクティビティの強度を上げていく行程。この日はメインアクティビティである瀧崎岳eバイクサイクリングを1日かけて実施し、世界自然遺産登録の理由である、奄美大島の生物多様性とその理由である黒潮の恵みを実感してもらう。
2. これまでの旅を想起させるような創作料理の夕食とともに、スルーガイドによるツアークロージングを実施し、ツアーのストーリーを参加者の心に深く刻む。
3. 最終日の宿泊は、奄美大島の伝統とオーシャンビューを体感する海沿いのリゾートホテルを提供し、贅沢な空間の中でツアーをゆっくりと振り返ってもらう時間を創出する。

**高付加価値旅行者のニーズに対応する移動手段の提供（アソ）**

1. 移動は専用車（大島車ベルファイヤまたはジロボクシー）を使用。サイクリング中も併走することで、参加者に安心感を提供する。
2. メインアクティビティは環境負荷の少ないeバイクを提供。約4kgのCO2削減が見込める。

**滞在価値を高めるガイドやアタンドの提供（ヒト）**

1. 本モデルプラン作成に携わったスルーガイドが全行程同行し、ガイドングを実施。テーマやストーリーを自分事として理解したガイドングの提供が可能。
2. サイクリングのゴール地点には地元の住民が、自らの農園で収穫したフルーツなどでお出迎え。アクティビティの達成感を高めるとともに、住民との活発なコミュニケーションを図ることも可能。
3. 夕食の料理の説明をホテルスタッフが実施し、料理の特別感を創出する。

**宿泊：奄美市立利地区 奄美リゾートホテルティグムーン（ヤド）**  
 大島焼のメーカーだった企業が経営する、奄美大島の伝統とオーシャンビューを体感する海沿いのリゾートホテル。最終日の宿泊として、贅沢な時間を提供するとともに、ホテル内にある大島焼美術館でツアーの印象付けを行うことができる。

**奄美エリア モデルプラン暫定版4泊5日 「黒潮がもたらす奄美大島の数々の恵みとその恵みを活かした人の暮らしを感じる旅」** 19

**5日目** リゾートホテルでゆっくりと旅の振り返り

**大島焼の織子さんが作る、発酵長寿の朝食**  
 ホテルでの朝食は、地元食材をふんだんに使った特別な朝食。自家製の豆腐や、12層目の貝材が入った高血入りの豚汁など、長寿の秘訣である発酵食品や植物性食品を提供する。

**出発までフリータイム**  
 朝食後は、思い思いの時間を参加者に過ごして頂く。お部屋やプールサイド、目の前に広がるプライベートビーチでのんびりと旅を振り返ったり、ホテル2階にある大島焼美術館で繊細な表現がなされた実物をホテルスタッフの説明とともに見学したり、大島焼の書付け体験を実施したり、参加者のニーズに応じた様々な過ごし方をご提供することができる。

**ホテルチェックアウト**

**奄美空港**

**モデルプランのポイント（高付加価値旅行者に訴求する点）**

1. 最終日はこの旅の思い出を振り返り、できる限り参加者にプライベートな時間を提供する。一方で、参加者のニーズに応じた様々なオプションを準備しておく。

**高付加価値旅行者のニーズに対応する移動手段の提供（アソ）**

1. ホテルと連携し、送迎車両としてホテルが準備した車両を利用。

**滞在価値を高めるガイドやアタンドの提供（ヒト）**

1. ホテルスタッフによるフリータイムの過ごし方の提案を行い、きめ細かなサービスの提供を行う。
2. スルーガイドが奄美空港でお見送りを実施し、参加者の満足度を高める。

## (7) モデルプランの報告

## ＜参考価格＞

沖縄4泊5日	商品名「Okinawa Blue Zone Odyssey」				
	想定販売価格帯	490,000	～	(6名利用・1人当たり)	
	<内訳> 単位 (円)				
	移動費用	300,000	1	300,000	専用車 (10名乗りバン) 5日間
	宿泊費用	135,000	6	810,000	客室定員利用 (大宜味村2連泊、東村1泊、那覇1泊)
	ガイド費用	700,000	1	700,000	5日間 (スルーガイド同行) + 首里城専門ガイド (スポットガイド)
	食事代	52,000	6	312,000	(昼3回/夜3回)
アクティビティ・体験・入場費用・保険等	138,000	6	828,000		
		計	2,950,000	6	491,667

## 沖縄1DAY (日帰り)

大宜味エリア	想定販売価格帯	46,000	～	(6名利用・1人当たり)	
	<内訳> 単位 (円)				
	移動費用	48,000	1	48,000	専用車 (10名乗りバン) 1日間
	ガイド費用	63,000	1	63,000	1日間 (スルーガイド同行)
	食事代	3,600	6	21,600	(昼1回)
		24,600	6	147,600	集落散策、ネイチャーウォーク、保険
			計	280,200	6

東村エリア	想定販売価格帯	60,000	～	(6名利用・1人当たり)	
	<内訳> 単位 (円)				
	移動費用	60,000	1	60,000	専用車 (10名乗りバン) 1日間
	ガイド	63,000	1	63,000	1日間 (スルーガイド同行)
	食事代	3,600	6	21,600	(昼1回)
	アクティビティ・体験・入場費用・保険等	36,600	6	219,600	シャワートレッキング、AKISAMIYO、保険
			計	364,200	6

金武町エリア	想定販売価格帯	53,000	～	(6名利用・1人当たり)	
	<内訳> 単位 (円)				
	移動費用	48,000	1	48,000	専用車 (10名乗りバン) 1日間
	ガイド	63,000	1	63,000	1日間 (スルーガイド同行)
	食事代	3,600	6	21,600	(昼1回)
	アクティビティ・体験・入場費用・保険等	31,200	6	187,200	地元家庭訪問、鍾乳洞、バードウォッチング体験、保険
			計	319,800	6

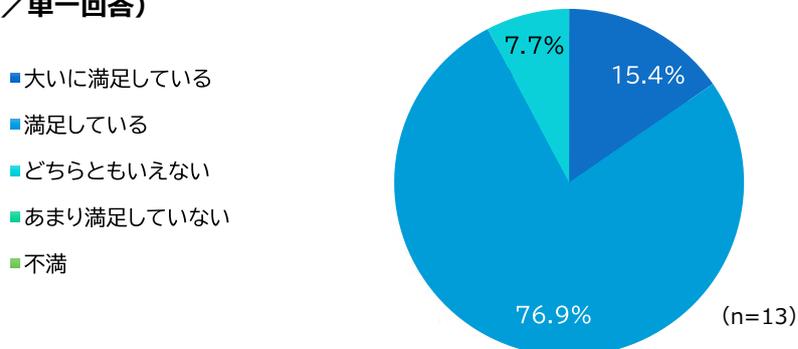
那覇エリア	想定販売価格帯	28,000	～	(6名利用・1人当たり)	
	<内訳> 単位 (円)				
	移動費用	36,000	1	36,000	専用車 (10名乗りバン) 1日間
	ガイド	51,000	1	51,000	1日間 (スルーガイド同行)
	食事代	3,600	6	21,600	(昼1回)
	アクティビティ・体験・入場費用・保険等	10,680	6	64,080	首里城、空手体験、保険
			計	172,680	6

糸満エリア	想定販売価格帯	37,000	～	(6名利用・1人当たり)	
	<内訳> 単位 (円)				
	移動費用	36,000	1	36,000	専用車 (10名乗りバン) 1日間
	ガイド	—	—	—	体験に含まれる
	食事代	6,000	6	36,000	(朝1回) 海ぶどう掬い体験含む
	アクティビティ・体験・入場費用・保険等	153,600	1	153,600	市場早朝セリ、サバニ体験、保険
			計	225,600	6

奄美4泊5日	黒潮がもたらす奄美大島の数々の恵みとその恵みを活かした人の暮らしを感じる旅				
	想定販売価格帯	450,000	～	(4名利用・1人当たり)	
	<内訳> 単位 (円)				
	移動費用	396,000	1	396,000	専用車 (10名乗りバン) 5日間
	宿泊費用	81,000	4	324,000	客室定員利用 (名瀬地区3連泊、笠利地区1泊)
	ガイド費用	383,000	1	383,000	
	食事代	58,000	4	232,000	(昼3回/夜2回)
アクティビティ・体験・入場費用・保険等	119,000	4	476,000		
		計	1,811,000	4	452,750

### 参加者アンケート結果

#### Q1. 本日の報告会の内容は、全体の満足度としていかがでしたか？ (全体満足度/単一回答)



#### 回答理由 (自由回答)

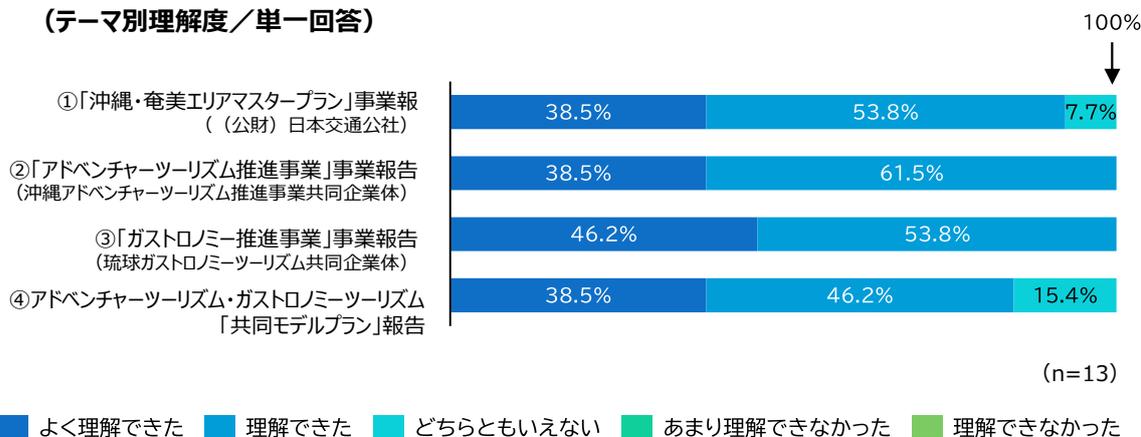
- 自分が参加していないツアー内容も勉強になりました。
- 満遍なく事業の内容が把握できた。
- ATのモデルコースやATとGTの実証事例が学べたこと。
- 沖縄の取り組みを知ることができた
- 報告された皆様の資料は細かくまとめられていてポイントが見え良かったと思う。発表に関してはもう少し、成果と課題を簡潔に説明頂いた上で、個々の熱量の様なものをもっと感じられると良かった。
- ATとGTと合同報告会だったため単体よりも学ぶところが多く、普段お会いできない方にもお目にかかれてとても有意義でした。
- 事業に実際に関わった事業者の方々のお見や取組を聞くことができたため。

※青字：今後改善・検討が必要と思われる事項

- ✓ アンケート回答者のうち約77%が「満足している」を回答。回答理由には沖縄県への取組の理解や、参画していない他事業の内容が理解できたことに一定の評価があったと示唆。
- ✓ 実施内容及び成果の「伝え方」「見せ方」については情報量が多く、参加者の更なる理解促進には精査が必要。

#### Q2. 各報告内容はどの程度理解できましたか？

(テーマ別理解度/単一回答)



- ✓ アンケート回答者のうち、全てのセッションで半数以上が「よく理解できた」、「理解できた」を回答。
- ✓ 「沖縄・奄美エリアマスタープラン」及び「共同モデルプラン」は「どちらともいえない」に一定の回答率があった。

※青字：今後改善・検討が必要と思われる事項

### Q3. 全体を通じてご意見等ございましたらご自由に記述してください。

(全体所感/自由回答)

- オンラインでの画面の解像度が低すぎ、資料を読むことがかなり難しかった。後日資料があればと思ったが、それも無いとのことで、その点はかなり不満を感じている。
- 持続可能な観光を行うことに、賛成ですが観光庁にはJSTS-Dがあり、環境省には自然体験コンテンツガイドライン等があり、SDGsの目標に関連していることは、理解しつつも国として統一できないものかと思います。現場のコンテンツ事業者は、クリアすることにわずらわしさを感じています。
- とても参考になりました
- AT、GT共にmodern luxuryをターゲットとし特別な体験、特別な事、物を求められる事。課題も多くハードルは高いけれど、沖縄、奄美地域に興味を持って頂ける観光客はじめ、招致して下さる各国の観光客の方あっての事と改めて喜ばしい事と実感致しました。皆様の熱い想いを、私も微力ながら商品化に向けて協力していければと思います。
- 新しい観光客に可能性を感じられました。より高付加価値のサービスを提供していくことで沖縄の素晴らしい文化を守っていく人々が国内外に増えることを期待しています。
- 食の重要性をひしひしと感じました
- 全体を通して、「報告だけ」だった印象を受けました。たとえ報告会であっても、現地やオンラインで参加されている方と双方向でコミュニケーションをとることができる工夫があると、参加されている方にもよりこの事業に興味を持っていただけることと思います。

### Q4. 人材育成について、今後どのような人材を対象に、どのような取組が必要だと思いますか。

(人材育成/自由回答)

- 単年度で完結する場当たりのガイド育成事業ではなく、継続的に実践を含めた高度なガイド人材の育成プログラムと認定制度が必要ではないか。
- インタープリター育成でATで言うスルーガイド育成が高付加価値な旅行商品にするスタートではないでしょうか。
- 全般において語学人材の底上げ
- それぞれのポジションのスキルアップと全体をまとめる人が必要かと思います。
- ガイド不足、英語力を補う為にも学校教育の中でこの活動の理解を深めてもらい、興味、関心のある人材に参加してもらう。  
将来の職業として選択肢の一つになれば良いと思う。  
また、現役スタッフに向けては、AT・GT両方に一貫したスペシャリストの育成の勉強会や体験が必要。先生と生徒と言う関係の場ではなく、一緒に体験する事で意見交換や学びを確認し合うコミュニティが必要と感じる。年4回くらいの定期開催など、。
- 若くやる気のある人材が沖縄の観光業を選んでくれるように、学校教育に沖縄の歴史文化の素晴らしさを広められるような、学校教育との連携による人材育成を拡大することが必要だと思います。
- 研修などに関して情報が広く周知されていないと思います。限られた人だけで研修をするのではなく、ガイド研修などは沖縄通訳案内士会などの組織を通して全体に情報共有をしていただければ幸いです。
- テロワールの提案とそれをプレゼンテーションできるサービススタッフの育成が必要と感じました
- ①オペレートできる人材：観光協会や地域の旅行会社のスタッフを対象に、人と人、地域と旅行者、沖縄と奄美等、様々な人のつながりを創出し、そのつながりをもって、オペレートできる人材が必要。すでにこのような人材がいて取り組まれている他地域に行き（または他地域から呼び）、知識とスキルを身につける⇒行動計画を作る⇒実践する⇒検証する⇒計画を再度作る⇒行動するといった実践的なプログラムの研修があれば良いと思います。
- ②シェフ：ガストロノミー観光客に興味を持つシェフを対象に、地域内で自発的かつ持続的にガストロノミー観光客に取り組み意欲あるシェフの育成。今年度のように地域の食材×新しい料理法やメニューを外部のシェフが提案するのではなく、地域内のシェフ自身が新しい料理法やメニューを開発し、その開発を外部のシェフが支援する取組が必要だと思います。

**Q5. コンテンツの磨き上げについて、今後どのようなコンテンツに対して、どのような取組が必要だと思いますか。(コンテンツの磨き上げ/自由回答)**

- 例えばヤンバルに関して、**自然+歴史文化の融合ツアー**は今後開発できると考えている。  
**明確な差別化を意識しすぎないことが重要ではないか。**
- 環境省の**自然体験コンテンツガイドラインの徹底**やDMOに頼らず**GSTCの研修を各地で行うこと**でしょう。
- **オークションツアーや工芸品**など
- **トライアルアンドエラーからの改善が必要**なのでとにかく**経験を積むことが必要**だと思います。
- **ガストロノミーのコンテンツ**について、**地域内のシェフ自身が新しい料理法やメニューを開発する取組**が必要。

**Q6. 販路の拡大について。高付加価値なインバウンドを対象に販路を拡大するため、どのような取組が必要だと思いますか。(販路拡大/自由回答)**

- 奄美群島は、**インバウンドに対しては、路線の関係で感心が低く**、年間10数回のクルーズ船対応で**受け入れ体制がまだまだ**です。
- **DMCとの連携**
- **FAMトリップ**だけではなく、**FAMに参加した旅行会社を活用し、一般客を対象としたモニターツアーの取組も必要**だと思います。

以上

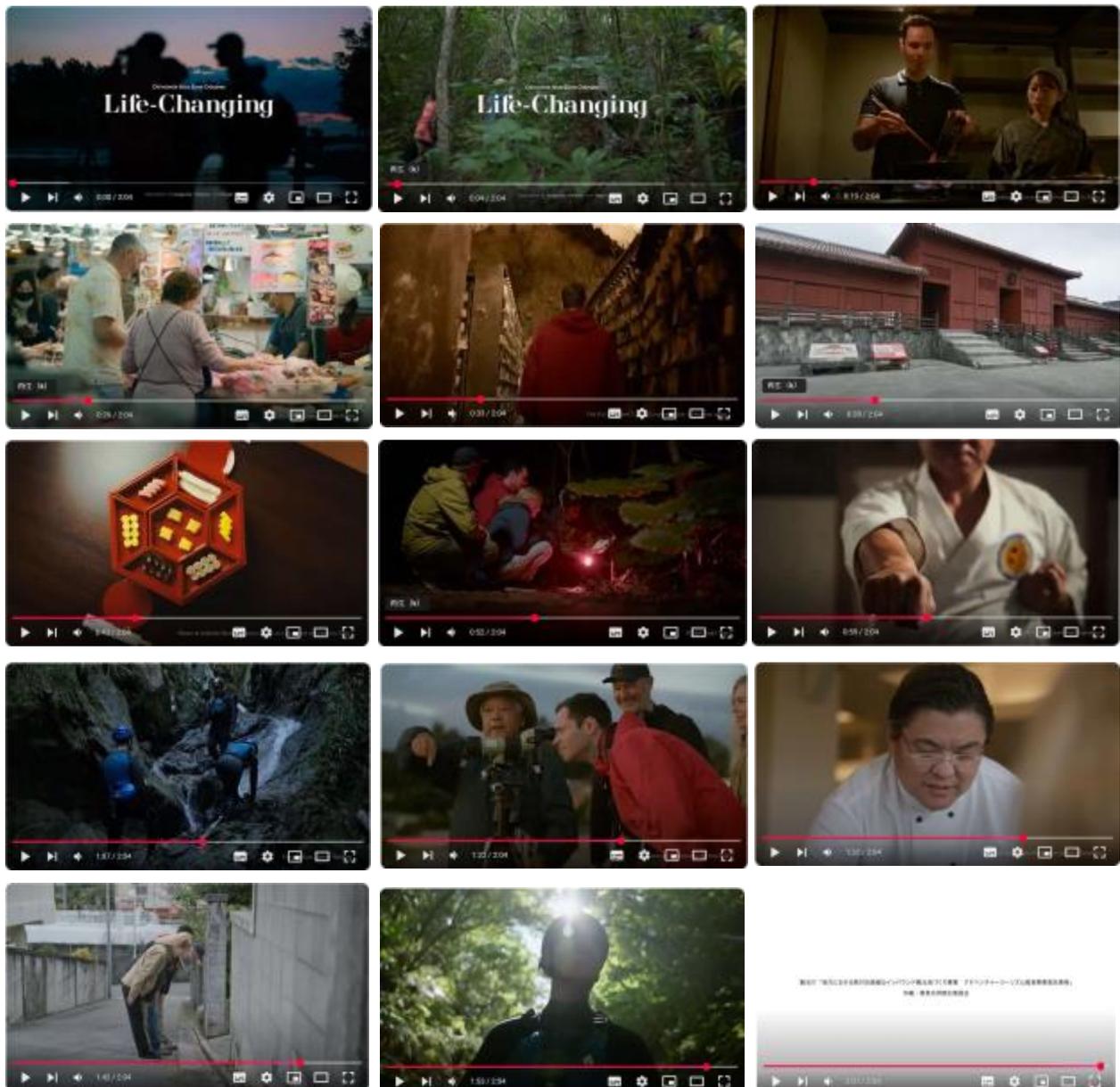
## ② 動画制作

本事業におけるPR動画制作にあたり、Be.Okinawa等沖縄観光ブランドの映像制作実績を多数持つ制作チームにて下記仕様にてATモデルプランを映像化した。

仕様		動画種別
動画サイズ	1920x1080	① 沖縄4泊5日コースロング動画/120秒 ② 奄美4泊5日コースロング動画/120秒 ③ 沖縄日帰り大宜味コース/30秒 ④ 沖縄日帰り東村コース/30秒 ⑤ 沖縄日帰り金武町コース/30秒 ⑥ 沖縄日帰り那覇コース/30秒 ⑦ 沖縄日帰り糸満コース/30秒
ファイルフォーマット	MP4	
フレームレート	24fps	
圧縮及びコーデック	H.264	
アスペクト比	16:9	
仕様楽曲	ロイヤリティフリーの楽曲	
字幕	英語	

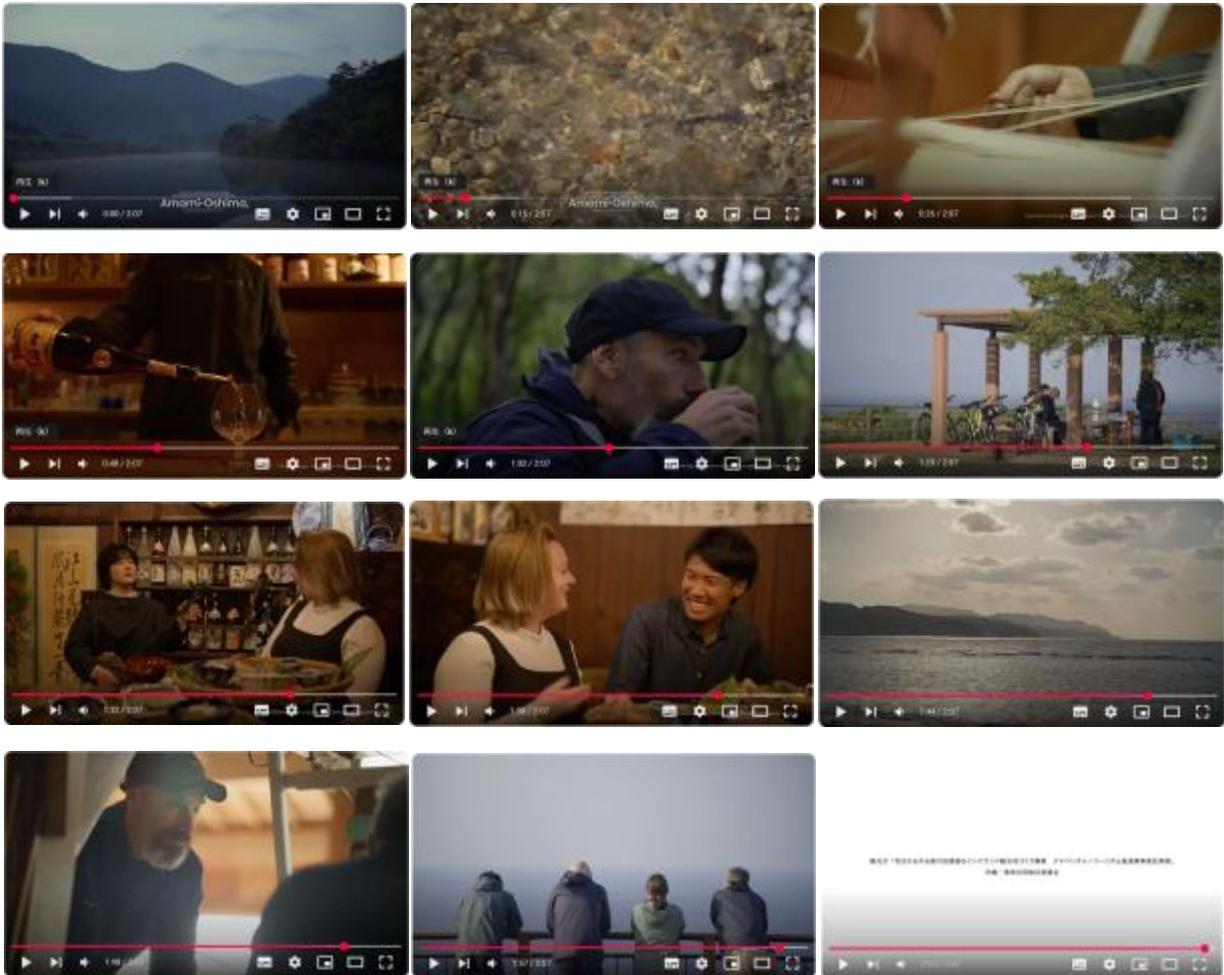
### 動画キャプチャー

#### ① 沖縄4泊5日コースロング動画/120秒



動画キャプチャー

② 奄美4泊5日コースロング動画/120秒



動画キャプチャー／各種日帰りコース（ショート動画）

③ 沖縄日帰り大宜味コース/30秒



④ 沖縄日帰り東村コース/30秒



動画キャプチャー／各種日帰りコース（ショート動画）

⑤ 沖縄日帰り金武町コース/30秒



⑥ 沖縄日帰り那覇コース/30秒



動画キャプチャー／各種日帰りコース（ショート動画）

⑦ 沖縄日帰り糸満コース/30秒



**(参考) 打合せ内容**

日 時：毎月かつ適宜開催

場 所：沖縄県庁、およびTeams,ZOOMなど適宜オンライン設定

項番	日時	打ち合わせ内容（進捗・成果・課題・報告）
1	7/3(水)	<ul style="list-style-type: none"> <li>●商品造成・プロモーション活動関連 <ul style="list-style-type: none"> <li>・奄美との関わり方：琉球テキスタイルなどコンテンツ基軸</li> <li>・新コース造成（琉球テキスタイル・ブルーゾーン）の方向</li> </ul> </li> <li>●推進体制等構築支援</li> <li>●積算書摺合せ</li> </ul>
2	7/16(火)	<ul style="list-style-type: none"> <li>●セミナー・研修・フィールドワークなど実施事項確認</li> <li>●協議会検討</li> <li>●専門家検証の行程案検討</li> </ul>
3	7/25(木)	<ul style="list-style-type: none"> <li>●鹿児島県庁 実施計画書提出 <ul style="list-style-type: none"> <li>・セミナー、研修について</li> <li>・奄美コンテンツ造成</li> </ul> </li> </ul>
4	7/31(水)	<ul style="list-style-type: none"> <li>●九州観光機構および奄美事業者との打ち合わせ <ul style="list-style-type: none"> <li>・奄美コンテンツ造成、スケジュールについて</li> </ul> </li> </ul>
5	8/2(金)	<ul style="list-style-type: none"> <li>●鹿児島県庁との顔合わせ（リアル会議）</li> <li>●積算見積書の業務委託費・外注・役務の整理</li> <li>●旅費</li> <li>●専門家検証・FAM・ガイド研修会などの各経費の計上について</li> </ul>
6	8/6(火)	<ul style="list-style-type: none"> <li>●キックオフミーティング開催 <ul style="list-style-type: none"> <li>・沖縄県、鹿児島県、事務局 挨拶</li> <li>・当事業の概要説明</li> <li>・質疑応答</li> </ul> </li> </ul>
7	8/14(水)	<ul style="list-style-type: none"> <li>●鹿児島県とoutdoorJapan取材についての意見交換</li> <li>●ATWSをアジアセールスに変更</li> <li>●10/3 研修会 講師・内容打合せ</li> </ul>
8	8/27(火)	<ul style="list-style-type: none"> <li>●outdoorJapan最終確認</li> <li>●奄美での取材詳細確認</li> <li>●離島でのネットワーク構築の可能性</li> </ul>
9	9/3(火)	<ul style="list-style-type: none"> <li>●11/7-8 スルーガイド研修会 実施内容（案）の進捗確認 <ul style="list-style-type: none"> <li>・奄美でのガイド選出基準</li> </ul> </li> <li>●9/18-19 現地確認について</li> </ul>
10	9/12(木)	<ul style="list-style-type: none"> <li>●10/3 第1回研修会 登壇者変更</li> <li>●FAMに招聘するエージェントの選出について</li> <li>●VJTMでの商談先リスト共有、商談内容の報告</li> </ul>

**(参考) 打合せ内容**

日 時：毎月かつ適宜開催

場 所：沖縄県庁、およびTeams,ZOOMなど適宜オンライン設定

項番	日時	打ち合わせ内容（進捗・成果・課題・報告）
11	10/8(火)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 10/3 第1回研修会 動画配信</li> <li>● 10/30 現地確認について</li> <li>● スルーガイド研修・エージェントFAM 進捗報告・確認</li> <li>● AT専用ランディングページ 進捗報告</li> <li>● 11/5 研修会 内容確認</li> </ul>
12	10/11(金)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 11/7-8 スルーガイド研修 10/11(金)締切 登録状況について</li> <li>・奄美対象者想定人数確認</li> <li>● 海外商談会派遣について意見交換</li> <li>● FAM 行程確認</li> </ul>
13	10/17(木)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● スルーガイド研修 ガイド選出者報告</li> <li>・奄美からの参加人員調整</li> <li>● 11/5 第2回研修会 内容確認</li> <li>● 10/30 現地確認スケジュール打合せ</li> </ul>
14	10/22(火)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 観光庁 事業の手引き確認</li> <li>● 全体ミーティングについて</li> <li>● 11/5 第2回研修会 事後アンケートについて</li> <li>● スルーガイド研修</li> <li>・奄美群島参加者 航空機・前後泊手配について</li> <li>● 11/16 FAM 参加者・コース手配・航空券手配など進捗報告</li> </ul>
15	10/28(月)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● スルーガイド研修 配布資料、MICの最終確認</li> <li>● 12/5 第3回研修会 打合せ</li> </ul>
16	11/1(金)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 11/7-8 スルーガイド研修関係者打合せ</li> <li>・シャノン氏、宗像氏、ルド、各事業者 紹介</li> <li>・参加者情報共有（奄美参加者の情報提供）</li> <li>・行程詳細確認</li> </ul>
17	11/12(火)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ガストロミー連携についての確認</li> <li>● 11/16 FAM初日ブリーフィング内容確認</li> <li>● 11/5 第2回研修会の配信内容確認</li> </ul>
18	11/13(水)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 11/16-20 沖縄FAM関係者打合せ</li> <li>・國場氏、ルド、各事業者 紹介</li> <li>・参加者情報共有</li> <li>・行程詳細確認</li> </ul>
19	11/18(月)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 11/20-24 奄美FAM最終打合せ</li> <li>・JTB鹿児島支店より行程説明</li> <li>・参加者情報共有</li> </ul>
20	11/19(火)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 11/20-24奄美FAM最終打合せ</li> <li>・JTB鹿児島支店より各事業者へ情報共有</li> <li>・参加者情報共有</li> <li>・行程詳細確認</li> </ul>

項番	日時	打ち合わせ内容（進捗・成果・課題・報告）
21	12/6(金)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 動画・画像制作 打合せ</li> <li>● 全体ミーティング、最終検証会の方向性と概要打ち合わせ</li> <li>● 10/30 現地確認時の支払い確認</li> <li>● 事業内変更に関する協議</li> </ul>
22	12/20(金)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 合同報告会について <ul style="list-style-type: none"> <li>・ガストロ受託者との内容確認</li> <li>・鹿児島県への確認、調整</li> </ul> </li> <li>● 報告内容、共同モデルプランの発表内容打合せ</li> </ul>
23	12/23(月)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 合同報告会について <ul style="list-style-type: none"> <li>・参加対象、集客、報告内容、共同モデルプランについて確認</li> <li>・スケジュール調整</li> </ul> </li> <li>● 鹿児島県、ガストロ受託者への確認、調整</li> </ul>
24	1/8(水)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 合同報告会について</li> <li>● 磨き上げワークショップの内容すり合わせ</li> </ul>
25	1/15(水)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 共同モデルプランについて <ul style="list-style-type: none"> <li>・内容の修正・確認打合</li> </ul> </li> <li>● 鹿児島県、ガストロ受託者への確認、調整</li> </ul>
26	1/29(水)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 共同モデルプラン <ul style="list-style-type: none"> <li>・最終すり合わせ</li> <li>・イメージの共有</li> </ul> </li> <li>● 鹿児島県、ガストロ受託者への確認、調整</li> </ul>

## 3. 総括

**(1) 事業効果の測定方法と数値目標**

本事業では、以下の3つの項目を主要な事業効果測定指標として設定した。各指標の測定方法及び実績については、以下の通りである。

①商品造成数	目標	沖縄・奄美地域の共通コンセプトを設定し新規に3コース造成
	測定方法	新規に造成されたツアーコースの数をカウント
	実績	ツアー造成合計 8本 <内訳> ● 5日間のコース：沖縄で1本、奄美で1本 ● ATとGTの共同コース：1本 ● 日帰りツアー：5本 (大宜味村、東村、金武町、那覇市、糸満市)
②商談数	目標	● 日本国内及び海外開催に参加するエージェント30社との商談 ● アンケート調査の実施、3000社へのメールマガジン配信
	測定方法	新規に造成されたツアーコースの数をカウント
	実績	商談数：合計87社／メールマガジン配信数：3000社 <内訳> ● Visit Japan トラベル&MICE マート2024で34社 ● Adventure Week 2024沖縄で12社 ● TTG Travel Experience 2024で10社 ● World Travel Marketで12社 ● 2024 USTOA Annual Conference & Marketplaceで19社
③検証実施	目標	沖縄・奄美エリアにおける実踏・実証・検証 3本
	測定方法	実踏・実証・検証におけるアンケート実施
	実績	検証実施：4本 <内訳> ● outdoorJapan編集長 糸満・奄美 ● スルーガイド研修 沖縄・奄美のスルーガイド13名 ● アメリカ・ドイツ・香港のエージェント招聘による沖縄4泊5日FAM ● アメリカ・ドイツ・シンガポールのエージェント招聘による奄美4泊5日FAM
④研修延べ参加人数	目標	延べ参加者数150名
	測定方法	リアル参加、オンライン参加、アーカイブ視聴者の合計をカウント
	実績	延べ参加認数：183名 <内訳> ● 第1回研修会：合計69名 (リアル参加30名、アーカイブ視聴39名) ● 第2回研修会：合計60名 (オンライン参加38名、アーカイブ視聴22名) ● 第3回研修会：合計140名(オンライン参加59名、アーカイブ視聴81名) ● スルーガイド研修：沖縄5名、奄美8名

## (2) 解決策実施の結果、詳細状況、要因

### ① 沖縄・奄美エリアのAT推進にむけて現状認識

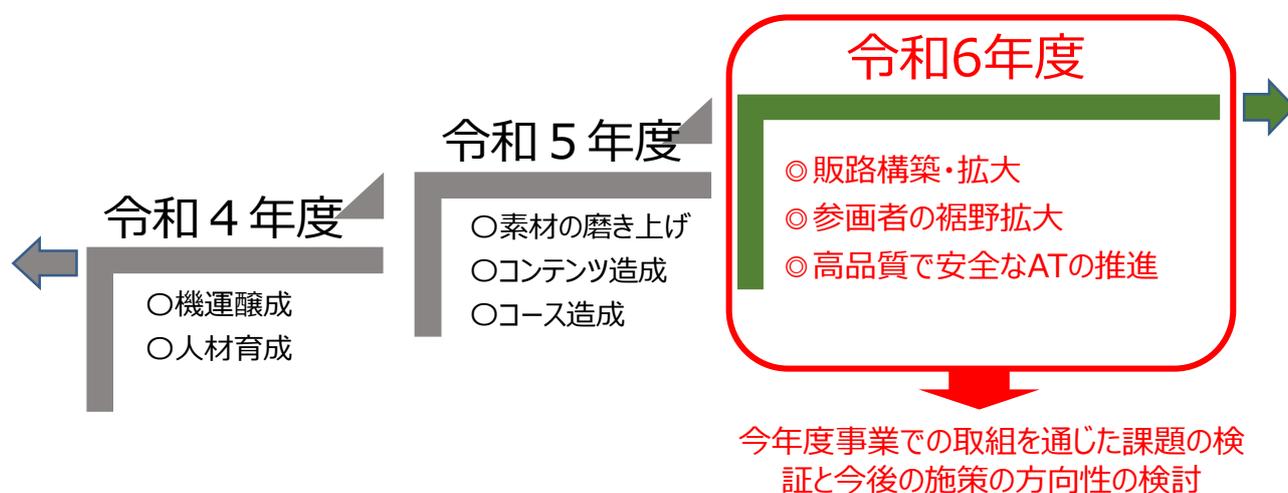
- ・ 沖縄・奄美エリアでのATは、これまで数年間実施してきた各種事業を通じて、コンテンツと素材の磨き上げ・機運醸成の段階から、「売れる商品の造成・販路拡大」のステップに進んでいる。
- ・ 日本国内での旅行販売には、旅行業法と旅行約款の遵守が必須です。企画旅行では、企画・催行会社によるツアーの品質保証、安全保障、旅程保証、特別補償も必須である。これにより、安全で信頼性の高い旅行体験が確保され、旅行者の満足度向上が図られます。また海外旅行会社からの地上手配を行うランドオペレーターとしての手配業務に関しては、旅行サービス手配業が必定となる。
- ・ 沖縄や奄美の魅力を最大限に活かし、高品質で安全なATを提供するためには、各関係者が一丸となって取り組むことが求められる。特に、ツアーの品質と安全性を維持するためには、資格保有状況の確認やリスクマネジメント、対応マニュアルの整備が不可欠である。また、天候による影響を考慮した代替プランの準備も必要である。
- ・ これらの取り組みにより、地域の観光資源を最大限に活用し、持続可能な観光地としての成長が期待できる。

#### これまでのAT関連事業の取り組み

- i. R2-3年度にかけ、内閣府によるATのモデルルート、人材育成事業を通じ、ATの取組がスタートした。
- ii. R5年度 観光庁「観光再始動事業」において沖縄県として採択され、北海道と連携した商品 造成・販売の取組を開始、ATWS2023 北海道に沖縄県として参加、ATマーケットへの発信を開始した。
- iii. R5年度沖縄総局にて、ATを始めとした「サステイナブルツーリズム推進に向けたガイド認証制度構築事業」が実施された。

#### AT推進の継続的な実施にむけた課題

- ① 取組の戦略的道筋が明確でない。
- ② 関わる事業者、地域がまだ少数で、全県的な広がりには欠ける。
- ③ 県全体へのATの認知度が低い。
- ④ 中長期的な人材育成サポートが必要だが、仕組・制度がない。
- ⑤ 商品やサービスの品質を担保する仕組や制度がない。(認証制度等)
- ⑥ 国内外のツアーオペレーター等に対応するワンストップ窓口機能がない。



## ② 問題意識における実施事項と課題解決の方向性

## 問題認識 1

取組の戦略的道筋が明確でない。

<p>問題認識における 実施事項</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆AT推進の位置付けを明確化           <ul style="list-style-type: none"> <li>・高付加価値旅行者の誘致を目的としたランドデザインを策定し、ATの推進を観光施策の中に正式に位置付けた。</li> <li>・AT推進の方向性を整理し、本事業を通じて関係機関の連携体制を強化を図った。</li> </ul> </li> <li>◆ターゲット市場の特定と戦略立案           <ul style="list-style-type: none"> <li>・国内外の市場調査を活用し、欧米豪市場を主要ターゲットとして設定。</li> <li>・沖縄・奄美エリアの特性を活かした観光資源の整理とプロモーション戦略を策定。</li> </ul> </li> <li>◆関係者の合意形成と体制整備           <ul style="list-style-type: none"> <li>・県庁、DMO、観光協会、事業者が参加する研修会を3回実施し、AT推進の方向性を共有した。</li> <li>・沖縄県および奄美地域においてワークショップ実施し両地域のツアーに関係するガイドや事業者とツアーコンセプトを共有し受入体制についての方向性を共有。</li> </ul> </li> </ul>
<p>課題解決の方向性</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆マスタープランと連動するAT推進戦略の策定           <ul style="list-style-type: none"> <li>・2025年度に向け、沖縄・奄美エリアのAT推進方針を明文化し、短期（1年）、中期（3年）、長期（5年）のアクションプランを検討する。</li> </ul> </li> <li>◆関係者間の連携強化           <ul style="list-style-type: none"> <li>・定期的な戦略会議を開催し、関係機関間の情報共有と合意形成を強化する。</li> <li>・AT推進に関するデータ共有プラットフォームの整備を進め、事業者が市場動向をリアルタイムで把握できる環境を構築する。</li> </ul> </li> <li>◆AT推進協議会の正式設立           <ul style="list-style-type: none"> <li>・早期に沖縄・奄美の各エリアにAT推進協議会を設立し、戦略推進の実働組織として機能させる。</li> <li>・持続可能な運営モデルを構築し、長期的なATの発展を支援する。</li> </ul> </li> </ul>

## 問題認識 2

関わる事業者、地域がまだ少数で、全県的な広がり欠ける。

<p>問題認識における 実施事項</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆全県的な広がりを意識した研修会の開催           <ul style="list-style-type: none"> <li>・沖縄県内および奄美地域で、できる限り多くの事業者・関係者に参加してもらうことを目的とした研修会を実施。</li> <li>・ATの基礎理解、商品造成、安全対策危機管理に関する研修会を通じて、未参画の事業者の関与を促進。</li> </ul> </li> <li>◆奄美地域でのAT推進の足掛かりの構築           <ul style="list-style-type: none"> <li>・奄美地域において、事業者がATに関与するための機会を創出。</li> <li>・地域の自然・文化資源を活かしたツアー造成を検討するワークショップを開催。</li> </ul> </li> <li>◆沖縄県内の既存事業者の裾野拡大           <ul style="list-style-type: none"> <li>・既存のAT事業者に加え、宿泊・飲食等の事業者との連携を強化。</li> <li>・事業者間のネットワークを構築し、共同でのプロモーションやツアー造成の可能性を模索。</li> </ul> </li> </ul>
<p>課題解決の方向性</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆AT参画事業者の継続的な拡大           <ul style="list-style-type: none"> <li>・今年度の取り組みだけでは全県的な広がりを十分に生み出すには至らなかったため、2025年度以降も研修会等を継続実施。</li> <li>・AT事業の可能性をより多くの事業者に伝え、関与する主体を拡大。</li> </ul> </li> <li>◆奄美地域でのAT基盤の確立           <ul style="list-style-type: none"> <li>・今年度の取組を足掛かりに、奄美地域におけるAT推進組織を立ち上げ、地元事業者の主体的な関与を促進。</li> <li>・奄美独自の自然・文化資源を活かしたAT商品の造成を支援。</li> </ul> </li> <li>◆県内ATネットワークの強化           <ul style="list-style-type: none"> <li>・沖縄県・奄美群島全体で、ガイド、事業者、市町村、観光協会などが連携できるスキームを構築。</li> <li>・共同マーケティングやB2Bマッチングの場を提供し、事業者間の連携を促進。</li> </ul> </li> </ul>

## 問題認識3

## 県全体へのATの認知度が低い

<p>問題認識における実施事項</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ATに関する認知向上を目的とした研修会の開催 <ul style="list-style-type: none"> <li>・これまでATの取り組みに関与してこなかったガイドや事業者を対象に、ATの基礎理解を深める研修会を実施。</li> <li>・AT市場の成長やターゲット層、商品造成のポイントを伝え、事業者の参画を促進。</li> </ul> </li> <li>◆エリア独自のツアーコンセプトの設定 <ul style="list-style-type: none"> <li>・世界的に注目度が高まっている沖縄の「ブルーゾーン」や奄美地域と共通する「長寿文化」に着目し、ATのツアーコンセプトとして設定。</li> <li>・これにより、ATに関与したことのなかった関係者が関与するきっかけを提供。</li> </ul> </li> <li>◆海外市場向けの情報発信と地域内フィードバック <ul style="list-style-type: none"> <li>・ATの認知度向上を目的に、海外市場向けにOutdoor JapanやINFOCUS、沖縄トラベラーなどの訪日旅行メディアと連携し情報発信を実施。</li> <li>・その内容を地域内にフィードバックし、ATの取り組みの意義を関係者に伝える活動を展開。</li> </ul> </li> </ul>
<p>課題解決の方向性</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ATの認知度向上を目的とした広報活動の強化 <ul style="list-style-type: none"> <li>・AT関連イベントの定期開催：研修会や体験ツアーの機会を増やし、事業者の関与を促進。</li> <li>・メディアとの連携強化：国内外のAT関連メディアとの連携を拡大し、AT市場での沖縄・奄美エリアの認知度を向上。</li> <li>・観光事業者への説明会の拡充：旅行会社や宿泊施設、飲食事業者向けにATのビジネスチャンス伝える説明会を増やす。</li> </ul> </li> <li>◆国内外の市場への発信力強化 <ul style="list-style-type: none"> <li>・海外市場向けの情報発信の強化：SNS・ウェブ広告の展開を拡大し、海外市場での認知度向上を図り、エリア内の関係者にAT推進の意義の理解促進を図る。</li> <li>・OTAとの連携強化：大手OTAと連携し、AT商品の登録・販売を促進し、販売実績を重ねることによるAT推進の理解促進につなげる。</li> </ul> </li> </ul>

## 問題認識4

## 中長期的な人材育成サポートが必要だが、仕組・制度がない

<p>問題認識における実施事項</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆AT事業者の再整理と選定 <ul style="list-style-type: none"> <li>・沖縄県および奄美地域におけるAT関連事業者を改めて整理し、ツアーコンセプトとして設定した「Ikigai Tourism」に適合する事業者の選定を実施。</li> <li>・各事業者の活動内容や強みを整理し、今後の育成方針の検討に資する情報を収集。</li> </ul> </li> <li>◆オンライン研修の実施と評価 <ul style="list-style-type: none"> <li>・今後の継続的な人材育成のためのプロトタイプとして、オンライン形式による研修を試験的に実施。</li> <li>・研修内容として、ATガイドの基本スキルやツアーコンセプトに基づくホスピタリティの提供方法などを取り上げ、参加者の理解を促進。</li> <li>・研修を通じて、オンラインを活用した教育プログラムの有効性を確認し、今後の展開に向けた課題を整理。</li> </ul> </li> </ul>
<p>課題解決の方向性</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆AT人材育成のための基盤整備 <ul style="list-style-type: none"> <li>・ATを推進する組織の設立検討：沖縄県および奄美地域において、ATの人材育成を担う主体の確立に向けた検討を進める。</li> <li>・ガイド・事業者のデータベース構築：両エリア内のATガイドや事業者の情報を収集・整理し、育成対象となる人材の可視化を図る。</li> </ul> </li> <li>◆継続的な人材育成プログラムの構築 <ul style="list-style-type: none"> <li>・オンライン研修の本格運用：今年度のオンライン研修の成果を踏まえ、継続的な人材育成プログラムの構築を進める。</li> <li>・地域特性を反映した研修カリキュラムの策定：「Ikigai Tourism」のコンセプトに基づき、沖縄・奄美の特性を活かしたガイド研修を開発。</li> </ul> </li> </ul>

## 問題認識5

## 商品やサービスの品質を担保する仕組みや制度がない

<p>問題認識における実施事項</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ <b>ツアーコンセプトに基づいた商品開発と品質確認</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 各種調査結果をもとに、新たに設定した「Ikigai Tourism」のツアーコンセプトに基づき、商品開発を実施。</li> <li>・ AT市場でツアー手配を行うDMC関係者を招聘し、ツアーの品質確認を行った。</li> </ul> </li> <li>◆ <b>安全管理の研修と催行判断基準の設定</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 研修会では、安全危機管理の専門家による講習を実施し、催行判断基準の設定について検討。</li> <li>・ 研修を受けたガイドや事業者が、安全面の基準を踏まえたツアー運営を行うための知識を習得。</li> </ul> </li> <li>◆ <b>品質保証の仕組みへの課題整理</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 実際のツアーの品質を担保するための認定制度などの仕組みづくりには未着手。</li> <li>・ 研修会を通じ、天候不順や自然環境の変化に対応した安全管理マニュアルの事業者ごとの整備の重要性を認識させるとともに、事故の場合の裁判事例などについても広く周知。</li> </ul> </li> </ul>
<p>課題解決の方向性</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ <b>ツアー品質の認定制度の構築</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ <b>Adventure Travel Guide Standard (ATGS) の理解の徹底</b>: ATGSの基準をもとに、ツアー品質の評価基準を設定し、認定制度の導入を検討。</li> <li>・ <b>品質基準の明確化とガイドラインの策定</b>: ATの商品品質の統一基準を確立し、各事業者が適用できるようにする。</li> </ul> </li> <li>◆ <b>安全対策・危機管理体制の整備</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ <b>安全管理マニュアルの策定</b>: 天候不順や自然災害に対応するためのリスク管理マニュアルを整備。</li> <li>・ <b>WMA野外災害救急法講習の継続的な実施</b>: ガイドやアクティビティ事業者向けに、リスクマネジメント力向上のための講習を定期開催。</li> </ul> </li> <li>◆ <b>品質管理の継続的な改善</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ <b>定期的な品質評価の実施</b>: DMCや旅行会社による定期的な評価を受け、ツアー品質の向上を図る。</li> <li>・ <b>事業者向けのフィードバック制度の確立</b>: 旅行者やエージェントのフィードバックを収集し、品質改善につなげる仕組みを導入</li> </ul> </li> </ul>

## 問題認識6

## 国内外のツアーオペレーター等に対応するワンストップ窓口機能がない

<p>問題認識における実施事項</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ <b>ローカルDMCの役割検証と販売チャネルの拡充</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 沖縄JTBをローカルDMCとして想定し、「Ikigai Tourism」コンセプトに基づくツアーを開発し、国内商談会でのセールス活動を実施。</li> <li>・ FAMトリップを実施し、ツアー品質の評価とともに、今後のワンストップ機能の可能性を検証。</li> </ul> </li> <li>◆ <b>海外市場向けの販路開拓と情報発信</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ JTB GMT社と連携し、海外の商談会でセールスアプローチを実施し、グローバル市場でのワンストップ機能のあり方について検証。</li> </ul> </li> <li>◆ <b>エリアのDMC機能の課題整理</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 奄美地域ではDMCが確立されておらず、今後の整備が必要であることを確認。</li> <li>・ ワンストップ窓口機能を果たすためには、沖縄・奄美の地域間連携が必要であり、今年度はその構築には至らなかった。</li> </ul> </li> </ul>
<p>課題解決の方向性</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ <b>DMC機能の強化と拡充</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ <b>沖縄JTBを中心としたDMCの機能強化</b>: 国内外の旅行会社と連携し、より強固なDMCネットワークの構築を進める。</li> <li>・ <b>奄美地域のDMC組織形成の検討</b>: 奄美地域でもDMC機能を担う組織を整備し、ワンストップ窓口の役割を果たせる体制を構築する。</li> </ul> </li> <li>◆ <b>海外市場向けの販売促進</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ <b>オールジャパンで対応できるDMCとの連携強化</b>: さらなる海外市場開拓を進め、商談会の機会を増やす。</li> <li>・ <b>BtoC向けOTA販売スキームの確立</b>: オンライン販売の仕組みを構築し、海外OTAへの販路開拓を本格化。</li> </ul> </li> <li>◆ <b>沖縄・奄美の一体的なブランディングとワンストップ体制の確立</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ <b>両地域を統合したdestinationマーケティングの推進</b>: 沖縄・奄美を一体的なdestinationとしてブランディングし、ツアーやアクティビティを統合的に提供する体制を構築する。</li> </ul> </li> </ul>

### (3) 本事業を通じて見えてきた課題及び課題解決の方向性

本事業の各種調査を通じて見えてきた課題を以下の4つに整理し、課題解決の方向性について考察する。

#### 課題1

#### “IKIGAI TOURISM” をコンセプトとしたツアーの品質向上

<p><b>現状と課題</b></p>	<p>「IKIGAI TOURISM」のコンセプトが現状ではツアーに関わる関係者全体に統一されておらず、ツアー参加者や関係者の理解にばらつきがある。特に、各地域でのプログラムのストーリー性、ツアー全体の流れ、オペレーションの統一が不十分な点が課題となっている。また、食事や快適性の向上、オーバーツーリズムへの対応も求められている。</p>
<p><b>課題解決の方向性</b></p>	<p><b>①コンセプトの統一とツアーのストーリー性強化</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 「IKIGAI TOURISM」の根底に「生命（いのち）」を置き、すべてのプログラムをこのテーマに紐づける。</li> <li>● 日本語の「生きがい」とインバウンドが求める「IKIGAI」を意識し、外国人にも理解しやすいよう、ストーリーテリングを工夫する。</li> <li>● ツアーの流れを「導入→自然との共生→祈り・精神世界→生命の尊さ→平和」へと再構築し、一貫したストーリーを持たせる。</li> <li>● ツアー関係者（ガイド、事業者、旅行会社）がコンセプトを深く理解できる研修を実施。</li> </ul> <p><b>②ツアー品質の向上とオペレーションの統一</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 各地域の体験プログラムを精査し、より深い体験を提供できる内容にブラッシュアップ。</li> <li>● ツアーの受入れ体制を標準化し、移動・食事・宿泊の品質管理を徹底する。</li> <li>● 旅行会社やDMCとの連携を強化し、スムーズなオペレーションを確立。</li> </ul> <p><b>③食事・インフラの改善とオーバーツーリズム対策</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 食事の選択肢を増やし、アレルギー対応や宗教的配慮対応可否の情報収集や対応の強化。</li> <li>● 欧米市場向けにパーソナルスペースへの意識や椅子の用意、シャワー整備等を進め、快適性を向上。</li> <li>● 沖縄本島北部に集中しないよう、ツアーエリアを中部、八重山、宮古、奄美群島へ拡大し、観光客の分散を図る。</li> </ul>

#### 課題2

#### スルーガイド、DMCなどエリア内の人材育成

<p><b>現状と課題</b></p>	<p>ツアーの質を担保するためには、経験豊富なスルーガイドや地域を理解したDMCの存在が不可欠である。しかし、現状では英語対応が可能で、なおかつストーリーテリングができるガイドが不足している。また、スルーガイドとローカルガイドの役割分担が明確でなく、ツアーの品質にばらつきがある。</p>
<p><b>課題解決の方向性</b></p>	<p><b>①ガイド・DMCの育成強化</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● スルーガイドとローカルガイドの役割を明確にし、それぞれの専門性を高める研修を実施。</li> <li>● スルーガイドには英語力・ストーリーテリング力・安全管理の研修を行い、ツアー全体の品質を統一。</li> <li>● 地域ガイドには、地域文化・伝統・歴史の伝え方に関する専門トレーニングを提供</li> </ul> <p><b>②エリア内の人材発掘と育成</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ ツアー受け入れに関心のある観光事業者を発掘し、育成の機会を提供。</li> <li>・ 地域の旅行業界以外のプレイヤー（伝統工芸職人、農業者、漁業者など）もツアーに巻き込み、体験コンテンツを充実させる</li> </ul> <p><b>③人材交流と研修の実施</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 沖縄・奄美間での人材交流を促進し、ガイド同士の学び合いの機会を設ける</li> <li>・ FAMツアーやモニターツアーを通じて、実践的な研修を継続的に実施。</li> </ul>

## 課題3

## “IKIGAI TOURISM”のツアーコンセプト認知度

現状と課題	「IKIGAI TOURISM」というブランドはまだ市場で十分に認知されておらず、特に海外の高付加価値旅行者への認知向上が必要である。また、沖縄・奄美地域全体のブランド戦略が不十分であり、世界市場に向けた発信の強化が求められる。
課題解決の方向性	<p>①ターゲット市場向けのプロモーション強化</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● ウェブメディア、SNS、動画配信を活用し、「IKIGAI TOURISM」の魅力を発信。</li> <li>● 体験者のストーリーを活用し、感動や共感を生むコンテンツを制作。</li> <li>● 欧米市場向けに、ターゲット層に刺さるメッセージを明確化し、効果的な広告展開を行う。</li> </ul> <p>②国内外でのセールス活動の強化</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 国内外の商談会に積極的に参加し、旅行会社やエージェントとの関係を構築。</li> <li>● 富裕層顧客を持つ海外エージェントとの継続的・日常的なかかわり。</li> <li>● 海外エージェント向けのFAMツアーを継続実施し、商品理解を深める機会を提供。</li> <li>● BtoB営業を強化し、高付加価値旅行者向けの販売ルートを確立。</li> </ul> <p>③沖縄・奄美地域の海外ブランディングの強化</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 沖縄・奄美を「IKIGAI TOURISM」の発信地として、統一ブランドを確立。</li> <li>● 世界的なウェルネス・アドベンチャートラベル市場でのブランド認知向上を狙い、海外市場での広報活動を強化。</li> <li>● グローバル市場向けのブランドサイトやパンフレットを作成し、沖縄・奄美の特性を明確に打ち出す。</li> </ul>

## 課題4

## 沖縄・奄美地域の広域連携体制の構築

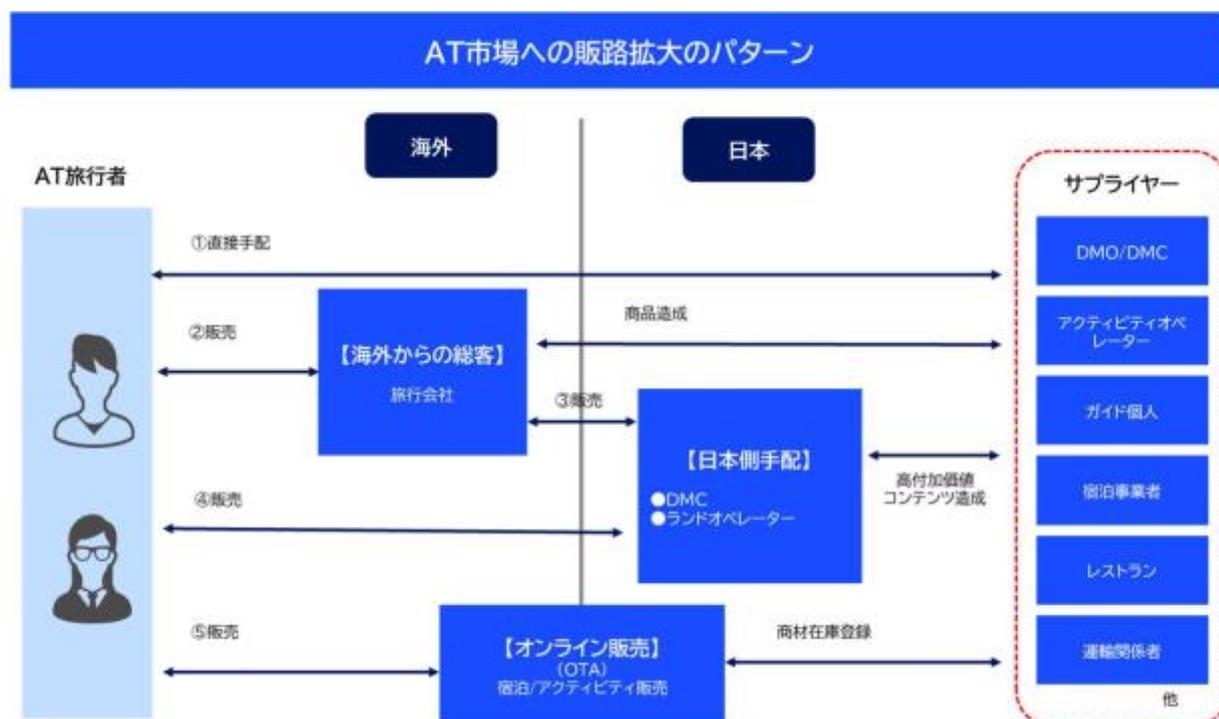
現状と課題	沖縄本島と奄美地域の連携を十分に取った、一体的な観光ルート的设计が求められる。また、エリア間の移動手段の確保も課題である。両地域が連携することで、観光資源を相互補完し、より魅力的なツアーを提供することが可能となる。
課題解決の方向性	<p>①ガイド・DMC間の連携強化</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 沖縄と奄美のガイド・DMCが協力し、統一されたツアー品質を確保。</li> <li>● 共同研修やツアー造成ワークショップを開催し、広域的な連携を強化。</li> <li>● アクティビティ事業者間連携による地域連携コンテンツ開発の促進。</li> <li>● ゲストがストレスなくスムーズにエリアを移動できるよう、日頃から両エリアのスルーガイドの密な連携を図る</li> </ul> <p>②広域ツアー商品の造成</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 同じ観光素材を提供する事業者間で情報交換し、互いにブラッシュアップできるような意見交換の場を設定。</li> <li>● 沖縄と奄美をつなぐ統一型ツアーを開発し、相互送客を促進。</li> <li>● 両地域の異なる特性を活かしつつ、コンセプトの統一が図られている、連携した商品ラインナップを展開。</li> </ul> <p>③共同プロモーションの実施</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 沖縄・奄美が協力し、海外市場向けのプロモーションを展開。</li> <li>● 一体的なブランドメッセージを発信し、認知度向上を図る。</li> </ul>

## (3) 本事業を通じて見えてきた課題及び課題解決の方向性

## 【参考】AT商品形態の考え方

ATの商品形態は、ターゲット顧客に応じて「BtoB（企業間取引）」と「BtoC（消費者向け）」に大別される。BtoB向け商品形態では、旅行代理店や企業向けのパッケージツアーやインセンティブツアーが主流で、団体旅行や特別な体験を提供する形態が多く見られる。一方、BtoC向け商品形態では、個人旅行者や少人数グループが利用しやすいガイド付きツアーやセルフガイドツアー、テーマ別体験ツアーなど、自由度や個別ニーズに応じた商品が展開されている。この分類により、各商品形態の特徴と適したターゲットが明確化され、効果的なマーケティングと商品提供が可能になる。

分類	商品形態	概要	特徴	主な対象
BtoB	カスタマイズ可能なパッケージツアー	旅行代理店や企業の顧客に合わせて内容をカスタマイズ	代理店が顧客ニーズに合わせて柔軟に利用できる	旅行代理店、ツアーオペレーター
	団体向けアクティビティパッケージ	企業研修や社員旅行、教育旅行など団体向けのツアー	団体でのチームビルディングに適し、企業や教育機関の要望に応じたプログラムが可能	企業、教育機関
	インセンティブツアー	企業の報奨旅行としてのアドベンチャーツアー	高付加価値な体験で、従業員のモチベーション向上や取引先との関係強化に役立つ	企業
BtoC	ガイド付きツアー	プロのガイドが同行し、自然や文化の解説を行うツアー	初心者でも安心して参加でき、学びのある体験が可能	個人旅行者、小グループ
	セルフガイドツアー	旅行者が自分でツアーを進める形式	中上級者向けで自由度が高く、個人旅行者に人気	個人旅行者
	デイトア／ショートツアー	日や数時間で完結する短時間のツアー	時間が限られた観光客に最適で、当日予約や現地申込が可能	短時間で観光したい個人旅行者 タッチポイントを経由の滞在中の個人旅行者
	テーマ別体験型ツアー	食文化や自然体験など特定のテーマに沿ったツアー	特定の趣味や関心を持つ旅行者向け、SNSや広告を通じて集客	趣味や関心が明確な旅行者
	ミックスアクティビティツアー	複数のアクティビティを組み合わせたツアー	複数体験ができ、家族や初心者にも適している。オンラインでの予約が多い	初心者、家族旅行



## (3) 本事業を通じて見えてきた課題及び課題解決の方向性

## 【参考】AT推進にむけた主なプロモーション、マーケティング活動展開イメージ

沖縄・奄美地域がATデスティネーションとして国際市場での競争力を高めるためには、効果的なマーケティング活動が不可欠である。本地域の自然・文化・歴史を活かした高付加価値な体験を提供し、国内外の旅行者に“IKIGAI TOURISM”の魅力を伝えるため、以下のようなプロモーション・マーケティング施策の展開が考えられる。

以下は、ブランディングの強化、ターゲット市場への直接アプローチ、デジタルマーケティングの活用、販売促進活動、イベント開催の5つの主要な軸に基づき、多様な手法を組み合わせた施策の展開イメージである。プレスツアーやファムトリップを通じてメディアや旅行業界関係者に沖縄・奄美の魅力を直接体験してもらったり、国際旅行博やオンラインマーケティングを活用し、ターゲット市場への認知拡大と販売促進を図っていく。さらに、公式ウェブサイトの構築や多岐にわたるコンテンツ開発を進めることで、旅行者が求める情報を適切に提供し、予約や購入につなげる環境を整備していく。また、ガイド・アクティビティ情報の集約管理や、定期的なイベントの実施を通じて、持続可能なデスティネーションマネジメントの推進につなげる継続的な活動をイメージしている。

これらのマーケティング戦略を実行することで、沖縄・奄美地域が世界に誇るATの拠点として確立し、持続可能な観光振興を実現することにつながる。

主なプロモーション、マーケティング活動	概要
①ブランディング	ATデスティネーションとしてのイメージを高めるために他の地域との差別化を明確にした情報発信等の継続的なマーケティング活動。
②プレスツアー	旅行系雑誌等の各種メディア関係者、影響力のあるトラベルライター等を対象とした取材ツアー。
③ファムトリップ	AT旅行商品を販売している海外旅行会社の企画担当者を対象とした視察ツアー。
④ATTA公式イベントでの商談	ATWS等のATTAが主催するイベント内で実施されている商談会でのATTAメンバー旅行会社との商談。
⑤国際旅行博への出展・商談、セールスコール活動	ILTM等の海外で開催される国際旅行博での海外旅行会社との商談会参加や各社へのアプローチなど個別のセールスコール活動。
⑥国内ツアオペレーターとの商談会参加、セールスコール活動	国内で開催される旅行博やJNTO主催の商談会などへの参加や各社へのアプローチなど個別のセールスコール活動。
⑦オンラインマーケティング	動画やSNSを活用したプロモーションやオンライン上における旅行者のニーズの把握や分析による効果的なマーケティングの実施。
⑧ウェブサイトのアップグレード	地域の自然・文化などのストーリー、季節ごとに楽しめるアクティビティ、各種旅行情報等、動画コンテンツやコラム・記事などを定期的に更新。
⑨コンテンツ開発	アクティビティや文化体験、交流など、ゲストからのあらゆるご要望に対応できる多種多様なコンテンツ開発。
⑩ガイド・アクティビティ情報収集管理	地域内で活動するガイドやアクティビティ情報を収集、定期的なアップデートを行う。
⑪月/週毎、年間のイベント実施	季節性のあるイベントを通じた地域の新たな魅力を発信し、旅行需要の平準化を図る。

## (4) 他主体へ展開する場合の方法、考えられる課題

今後、IKIGAI TOURISMをテーマとしてATのツアー開発・販売促進に持続的に取り組んでいくためには、以下の5つの点において現状の課題が想定される。課題解決に向けた将来的な対応策も検討した。

### 課題1

#### 旅行業法への理解

今後IKIGAI TOURISMの取り組みの拡大に伴い、ガイド、アクティビティ事業者、宿泊施設などが自社の手配だけでなく、様々な手配を行う機会が増えることが想定される。旅行業法の理解が不十分なままツアーを販売・運営することは、法令違反や人命にかかわる事故のリスクを伴うことから旅行業法への理解は重要である。

課題	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 旅行業法の適用範囲を正しく理解しないまま、手配業務（宿泊・交通の手配など）を行うケースがある。</li> <li>● ツアーを実施・販売する場合、旅行業登録が必要であるが、適切な資格保有や手続きを踏まずに実施されるリスクがある。</li> <li>● インバウンド向けにランドオペレーターとして活動する場合、旅行サービス手配業の登録が求められるが、法的要件を満たしていない事業者が存在する可能性がある。</li> </ul>
対応策	<ol style="list-style-type: none"> <li>① <b>旅行業法に関する研修・ガイドラインの整備</b>：事業者向けに研修を実施し、適法な運営を徹底。</li> <li>② <b>手配業務の適正化と登録支援</b>：旅行業登録が必要な事業者へのサポートを行い、適法な形で手配業務を実施できる体制を構築。</li> <li>③ <b>海外エージェントとの取引ルールの明確化</b>：契約時のリスク管理を強化し、免責事項や取引条件を適正化。</li> </ol>

### 課題2

#### 安全対策・危機管理対応

IKIGAI TOURISMのツアーにおいては、自然環境を活用したアクティビティを含むため、天候や災害リスク、緊急時の対応など、安全対策の徹底が不可欠である。特に、参加者が地域の暮らしに深く関わるツアーでは、リスク管理の意識向上が求められる。

課題	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 天候や環境条件によるツアー催行判断の基準が事業者間で統一されていない。</li> <li>● ガイドやDMCの安全管理スキルに差があり、緊急時の対応レベルが一定ではない。</li> <li>● 地域全体での安全管理ネットワークが整備されておらず、事故発生時の対応が遅れる可能性がある。</li> </ul>
対応策	<ol style="list-style-type: none"> <li>① <b>ツアー催行判断基準の統一</b>：「自然体験コンテンツガイドライン」に基づき、催行可否の基準を明確化。</li> <li>② <b>ガイドの安全対策研修の強化</b>：応急救護、避難ルート確認、異常気象対応のスキルを向上させるプログラムを導入。</li> <li>③ <b>地域全体の危機管理ネットワーク構築</b>：医療機関、自治体、警察・消防と連携し、緊急時の対応フローを策定。</li> </ol>

## (4) 他主体へ展開する場合の方法、考えられる課題

## 課題3

## ツアー価格に見合う価値の提供

IKIGAI TOURISMは、単なる高級ツアーではなく、地域との深い関わりを通じて「生きがい」を見つけることができる特別な体験を提供する。価格競争に巻き込まれず、本物の価値を正しく伝えることが重要である。

課題	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 高価格帯ツアーに対する市場の理解が不十分であり、高付加価値→ラグジュアリー→豪華な体験という誤解がある。</li> <li>● 価格に見合う「本物の価値」をどのように提供するかが明確になっていない。</li> <li>● 文化や伝統の「商業化」によって、本来の価値が損なわれるリスクがある。</li> </ul>
対応策	<ol style="list-style-type: none"> <li>① <b>物の価値を提供するツアー設計</b>：「IKIGAI」を体感できる体験プログラムを充実させ、地元の人々と深く関わる要素を強化。</li> <li>② <b>適正価格の設定と価値の明確化</b>：価格に見合った体験価値を分かりやすく伝えるマーケティングを実施。</li> <li>③ <b>伝統文化の適正な活用と住民参加</b>：地域住民が主体となるプログラムを開発し、単なる「観光商品化」を防ぐ。</li> </ol>

## 課題4

## 年間を通じた安定供給

IKIGAI TOURISMの持続可能な発展には、年間を通じたツアー造成が必要であり、地域の関係者との継続的な関係構築が不可欠である。

課題	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 季節ごとのツアー造成が不十分で、訪問者が特定の時期に偏る傾向がある。</li> <li>● 季節性のあるイベントや行事、植生などの情報収集が不十分で、エリア独自の価値の発掘が進んでいない。</li> <li>● オフシーズンの集客戦略が確立されていない。</li> </ul>
対応策	<ol style="list-style-type: none"> <li>① <b>IKIGAI TOURISMの本質を活かした年間テーマ設定</b>： 【例】春（新たなIKIGAIの発見）、夏（自然との一体感）、秋（地域の食文化との出会い）、冬（内面の探求）など、季節ごとのテーマのツアーを開発。</li> <li>② <b>地域住民・事業者との日常的な関係構築</b>：ワークショップや意見交換会を定期的に開催し、ツアーの共同造成を促進し、広く情報収集する。</li> <li>③ <b>法人向けプログラムの導入</b>：企業研修、ワーケーション、教育旅行（スクールトリップ）などのターゲット層を開拓し、オフシーズンの集客を強化。</li> </ol>

## 課題5

## 自然・文化・地域コミュニティのサステナビリティへの貢献

IKIGAI TOURISMの発展には、地域資源の持続可能性を確保し、環境・文化・コミュニティとの共生を図る取り組みが必要である。

課題	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 観光客の集中による環境負荷の増加や、文化資源の過度な商業化のリスクがある。</li> <li>● 地域住民の生活と観光のバランスを考慮したルール整備が不十分。</li> <li>● 観光収益が一部の事業者に偏り、地域全体への還元が限定的。</li> </ul>
対応策	<ol style="list-style-type: none"> <li>① <b>ローインパクト・ツーリズムの徹底</b>：環境負荷を抑えたツアー運営を行い、自然資源の持続可能な利用を推進。</li> <li>② <b>文化資源の適正活用と地域住民との合意形成</b>：地域の文化が観光によって損なわれないよう、住民と協議しながら運営。</li> <li>③ <b>観光収益の地域還元と共創モデル</b>：ツアー収益の一部を環境保全や文化継承に活用し、観光が地域の発展につながる仕組みを構築。</li> </ol>

## (5) 課題を解決することによる効果及び経済効果

### 効果1

#### 高付加価値旅行者の誘致による消費単価の向上

- 欧米豪市場は、アジア諸国に比べて自然体験や文化体験への期待が高く、ATとの親和性が高い。特に、健康志向が強く、ライフスタイルに合った体験を求める顧客に対し、沖縄・奄美地域の自然と文化を組み合わせた魅力的な商品を提供することで、滞在日数が長く、旅行消費額が高い層の誘致が期待できる。
- 観光庁も高付加価値旅行者の地方への誘客を促進しており、沖縄・奄美エリアがモデル観光地に選定されたことを契機に、外国人富裕層の取り込みを強化することで、地域経済の活性化が見込まれる。
- 高付加価値なAT商品は、特別な体験の提供、教育的要素、少人数での実施、適切な価格設定を伴い、より高い収益をもたらす可能性がある。

#### 専門家・エージェントからの評価

- 専門家、沖縄・奄美の自然や文化を組み合わせた体験型プログラムが高付加価値な旅行者層に非常に魅力的、特に、「IKIGAI」をテーマにした旅行は、異文化への好奇心と結びつき、満足度を高める可能性があるとの評価があった。
- 海外エージェントからは、「富裕層は一昔前とは違う特殊な体験（現地の人との交流や自然・文化体験など）を求めている」というコメントがあり、沖縄・奄美が提供するATが、このニーズに応えられる可能性が示唆されている。
- 「特別な体験の提供、教育的要素、少人数での実施」といった高付加価値なAT商品の特徴は、より高い収益につながる可能性がある。

### 効果2

#### リピーターの増加と長期滞在の促進

- 沖縄・奄美には再訪を希望する旅行者が一定数存在し、より深い体験を求めている傾向がある。今回の取り組みで、地域固有の文化や自然に触れる体験を提供することで、リピーターを増やし、長期滞在を促進することが期待できる。
- 沖縄は東アジア、東南アジアからの直行便が多く就航しており、すでにリピーター化が進んでいる。その一部は特別な体験を求める富裕層で、特に、長寿や健康などへの関心が深い、との報告があった。
- 「IKIGAI」をテーマにした旅行は、異文化の哲学や実践方法への好奇心を刺激し、旅行者の満足度を高め、リピートに繋がりやすい可能性がある。

#### 専門家・エージェントからの評価

- 専門家は、沖縄には再訪を希望する旅行者が一定数存在し、より深い体験を求めている傾向があると指摘している。
- 専門家からは、「手つかずの自然」や「星空観察」「地域住民との交流」といったユニークな体験が、リピーターを惹きつける可能性があるという評価があった。
- 海外エージェントからは、「リピーターも多い」というコメントがあり、ATがリピーター獲得に貢献できる可能性が示唆されている。

## 効果3

## 地域経済への貢献

- AT旅行者は、サステナビリティや地域との共生を重視するため、環境に配慮したツアーやエコフレンドリーな宿泊施設の利用を促進することが重要。これにより、地域の自然資源や文化資産を保護しながら、持続可能な観光を促進することが可能になる。
- 地元の食材を活かした食事や、伝統工芸体験などを組み込むことで、地域事業者の収益向上に貢献できる。特に、地域の食文化を活用したガストロノミーツーリズムを推進することで、地元の食材の需要を増やし、地域経済を活性化させる効果が期待できる。
- 民宿のような地域密着型の宿泊施設や体験プログラムは、地域住民との交流機会を増やし、地域経済への貢献だけでなく、旅行者にとってより深い文化体験を提供することにつながる。

## 専門家・エージェントからの評価

- 専門家からは、地元の食材を活かした食事や伝統工芸体験などが、地域事業者の収益向上に貢献できるという意見がありました。特に、ガストロノミーツーリズムを推進することで、地元の食材の需要を増やし、地域経済を活性化させる効果が期待できると評価された。
- 専門家は、民宿や集落の中の一棟宿のような地域密着型の宿泊施設や体験プログラムが、地域経済への貢献だけでなく、旅行者にとってより深い文化体験を提供するという意見があり。
- 「地域住民との交流」や「地域文化の尊重」を意識した事業展開が、地域住民と観光客双方にメリットのある観光を実現すると評価された。

## 効果4

## 地域ブランド力の向上を通じた経済効果の最大化と持続的な発展

- 世界自然遺産に登録されたたんばるや奄美などの地域資源を最大限に活用し、質の高いATを提供することは、地域ブランド力を高め、世界的に選ばれる観光地としての地位を確立する上で不可欠。
- 今回の取り組みを通じて、地域独自のストーリーを掘り起こし、旅行者に発信することで、他地域との差別化を図り、ブランド価値を高めつつ、高付加価値なインバウンド観光客を惹きつけ、地域経済への貢献を増大させることが期待できる。
- 地域ブランド力の向上は、地域製品の販売促進にも繋がり、観光客だけでなく地域住民の所得向上にも貢献する可能性を秘めている。
- これらの要素を総合的に捉え、地域ブランド力の向上は、単なる観光客数の増加だけでなく、地域経済全体の持続的な発展と、より大きな経済効果をもたらすための重要な要素であると言える。

## 専門家・エージェントからの評価

- 世界遺産のような地域資源を最大限に活用し、質の高いATを提供することで、地域ブランド力を高めることが重要であると指摘されている。
- 地域独自のストーリーを掘り起こし、旅行者に伝えることで、他地域との差別化を図り、ブランド価値を高めることができるといった意見があった。
- 沖縄・奄美地域の「ブルーゾーン」「長寿文化」としての魅力は、旅行者の関心を惹きつけ、地域ブランド力を向上させる可能性があるという評価されている。

## 全体総括

本事業では、沖縄・奄美地域の「長寿文化」と、世界的に注目を集める「ブルーゾーン」という地域特性に着目し、詳細な調査と分析を経て「IKIGAI TOURISM」というコンセプトを提唱し、そのコンセプトに基づいたモデルプランを造成したことで、極めて有意義な成果を上げることができた。

「IKIGAI TOURISM」というコンセプトにもとづき、沖縄・奄美地域のおおらかで寛容な生き方、結（ゆい）の精神や宗教観、ライフスタイルを紡ぎ、エリア独自の価値を表現するストーリーとしてモデルプランを造成。専門家による現地調査、海外エージェントへのヒアリングを通じて、多くの賛同と期待の声を頂戴し、両地域におけるAT推進のキーコンセプトとして、その有効性を確信するに至った。特に、地域固有の自然、文化、歴史を活かした体験プログラムは、モダンラグジュアリー層、そして高付加価値旅行者層にとって非常に魅力的であり、特別な体験、教育的要素、少人数での実施といった要素も高く評価された。

本事業では、欧米豪市場の高付加価値旅行者をメインターゲットとしているが、経済発展に伴い旅行市場が成熟しつつあり、沖縄へは直行便が複数就航しているアジア市場も、有望なマーケットとして捉えている。特に香港・シンガポールからの旅行者は、ウェルネスや森林浴への関心が高く、リピーターも多い傾向があるため、沖縄・奄美地域でのATへの期待も高いと見込まれる。

今後、本コンセプトのツアー販売を通じて、外国人旅行者の誘致と両地域への経済効果につなげていくことが期待できる。

さらに、本事業のATの取り組みを通じて、両地域が有する貴重な自然・文化資源を保護しながら活用する持続可能な観光を推進することが、重要な目標であると再認識した。特に生活圏内に踏み込む交流コンテンツは地域住民の理解や協力が不可欠であり、将来的には上質な交流そのものが逆に地域住民への「IKIGAI」につながっていく好循環が生まれる可能性も見えてきている。当然ではあるが環境負荷を抑えたローインパクトなツアー運営を行い、自然資源の持続可能な利用を推進することで、観光と環境の調和を目指していきたい。

今回の事業を通じて、様々な課題も明らかになったが、これらの課題を一つ一つ丁寧に解決していくことで、両地域のAT推進、そして持続可能な観光地域づくりに繋げていけると確信している。具体的には、以下の取り組みを推進していく。

- 「IKIGAI TOURISM」を両地域をつなぐコンセプトとして、ツアー全体に一貫したストーリーを持たせる。
- ツアー関係者（ガイド、事業者、旅行会社等）が、コンセプトを深く理解するための研修を実施する。
- ウェブメディア、SNS、動画配信など、様々な媒体を活用し、「IKIGAI TOURISM」の魅力を効果的に発信する。
- 国内外の商談会に積極的かつ継続的に参加し、旅行会社やエージェントとの関係を構築する。
- 沖縄と奄美のガイド・DMCが協力し、統一されたツアー品質を確保する。
- 地域住民の生活を守りながら交流機会を増やし、よりリアルな体験を提供する。
- ガイドの質を向上させるための研修やトレーニングを実施する。
- 食事のメニュー選択肢を増やし、アレルギーや食事制限の対応を可能とする。
- 椅子やパーソナルスペースの確保、快適なシャワー施設など、必要なインフラ整備を検討する。
- 環境負荷を抑えたローインパクトなツアー運営を行う。
- オーバーツーリズムや観光収益の偏りを防ぐため、今年度造成したエリア以外でのコンテンツも造成する。
- 旅行業法を遵守し、安全対策と危機管理を徹底する。

「IKIGAI TOURISM」を沖縄・奄美のブランドとして確立することは、国内外の旅行者を魅了し、外国人旅行者誘致と両地域への経済効果を促進する上で極めて重要である。この取り組みは、持続可能な観光振興に多大な貢献をもたらすと確信している。特に、世界自然遺産に代表される貴重な地域資源を最大限に活用し、質の高いATを提供することで、地域のブランド力を飛躍的に向上させ、世界的に選ばれる観光地としての地位を確立する上で不可欠な要素となる。

さらに、高付加価値旅行者が求める多様な価値観や要望に広く応えるためには、地域のDMOおよびDMCとの緊密な連携が不可欠である。この協力体制のもと、地域の歴史、文化、自然、そして人々の営みを深く掘り下げた多種多様なストーリーテリング商品を作成していくことが肝要である。これにより、旅行者一人ひとりに対して、より深い感動と学びを提供し、地域との真の交流を促進することが可能となる。

このような包括的なアプローチを通じて、沖縄・奄美地域は単なる観光地としてだけでなく、旅行者の人生に深い意味と価値をもたらす「IKIGAI」を発見できる特別な場所として、国際的な認知度と評価を獲得していくことができるだろう。そして、この戦略は地域の持続可能な発展と、グローバルな観光市場における競争力の強化に大きく寄与するものと考えられる。

本事業にご理解ご協力いただきました関係者の皆様に、改めて深く感謝申し上げます。今後も継続的な関係づくりを進めていきたい。

以上

## Appendix

ソーシャルリスニング調査「SHAPING THE FUTURE OF ADVENTURE AND CULTURAL TRAVEL」



## 本調査の目的と研究課題

METRIXLAB  
a telusna company  
P109239 | August '24  
ITB INSPIRE



### 目標

沖縄・奄美地域のアドベンチャーツーリズムの可能性を考察するにあたり、まずは日本全体のAT産業における主なトレンドや潜在的な市場セグメント、また課題は何かを考えるにあたり、様々なSNSプラットフォーム上のソーシャルインサイトにおいて、今後の成長や発展の機会を明らかにしていくことが必要だと考えています。  
本調査では、以下のような点を踏まえて、調査分析・考察を行っていきます。

- ・ 日本のAT産業における現在のトレンドや人気のリブナーマを特定し、分析する。
- ・ ATに関わる観光関係者が、日本全体のAT市場を包括的に理解し、情報に基づいた意思決定や戦略的な計画を行える支援につなげていく。
- ・ 海外において、日本でATを検討している旅行者の嗜好や動機、年齢層などのインサイトに関する情報を収集する。
- ・ 沖縄及び奄美地域に焦点を当て、日本各地のAT目的地の市場ポテンシャルとの比較をしつつ、外国人旅行者の目線からの課題やポテンシャルについて考察する。



3

## 私たちのプロジェクト提供における独自のアプローチ

METRIXLAB  
a telusna company  
P109239 | August '24  
ITB INSPIRE



### リサーチコンセプトと戦略

お客様と共に、正確な調査目的、質問、範囲/設定を定義します。



### マシンベースのデータ収集と分析

調査設定に基づき、トピックに関連する公開されているすべてのユーザー生成コンテンツを収集します。



### 人間による監督下でのデータエンリッチメント

データは、人間の監督下でタグリストを通じてクリーンアップ、分類、コーディングされます。



### 実用的なインサイトとコンサルティング

調査結果は、リサーチマネージャーによるプレゼンテーションを含むPowerPointレポートで提供されます。

4

最初のステップとして、あらゆる種類のソースから、私たち独自のソフトウェアを使用して公開されているコンテンツを取得します。



関連性のためにさらにクリーニングおよび分析するデータ



私たちの検索戦略は反復的なプロセスです。いくつかの検索語句を試し、それが有効かどうかを評価します。このフィードバックに基づき、正しい結果が得られるまでプロセスを繰り返します。



検索語句は広範囲から詳細なものまで含まれており、関連するすべてのデータが確実に含まれるように設計されています。使用する検索語句の数に制限はありません。



自動的なスクレイピング(データ収集)は、人手によって補充され、製品ユーザーから発信されるすべてのコンテンツを収集します。



私たちは、SNSのチャンネルからショッピングやレビューサイト、ブログ、フォーラムに至るまで、あらゆる種類のソースを網羅しています。会話が非公開で行われている場合(例:サインインが必要な場合)でも、これらのプラットフォームを追加する柔軟性があります。

## データを充実させて実用的なインサイトを得る方法

Post

ガイド付きハイキングは本当に楽しかったです。ガイドは有益で、私たちが訪れて見ているものへの文化的な参照を提供します。彼は神道と皇室の血統についての話をしてくれましたが、それは私の子供たちにとって理解しやすいものでした。竹林は特別な御馳走で、ハイキングは静かで良いやすかったです。

<p><b>ジェンダー</b> ・女性</p> <p><b>年齢</b> ・ミレニアル世代 (26-41)</p> <p><b>トークの源</b> ・レビューサイト</p> <p><b>メッセージのタイプ</b> ・体験の共有</p> <p><b>旅行の好み</b> ・家族旅行</p>	<p><b>旅行動機/属性</b> ・自然の美しさ ・文化への没入感 ・象徴的な景色</p> <p><b>旅行地域</b> ・関西地方(京都府)</p> <p><b>旅行シーズン</b> ・春</p> <p><b>アクティビティ</b> ・陸上でのアクティビティ ・ハイキング/トレッキング</p>
---	---

ポジティブ - ニュートラル - ネガティブ