

令和7年度

高付加価値なインバウンド観光地づくり事業
沖縄・奄美エリア販路形成・受入環境改善事業

【報告書】

令和8年1月

令和7年度高付加価値なインバウンド観光地づくり事業共同企業体

目 次

I 実施事業概要

1. 事業の概要	1
1-1 業務目的、期間	1
1-2 実施内容	1
1-3 本事業に求められる解決すべき課題	9
1-4 本事業によって期待される効果	10

2. 事業実施スケジュール	12
---------------------	----

II 実施事業の内容

1. 統括及び受入チームの組成・管理・運営	15
2. 地域説明会の実施	30
3. 実踏調査の実施	38
4. ファムツアーの実施	44
4-1 目的及び実施概要	44
4-2 有識者からのアドバイス	45
4-3 ファムツアーの実施	47
4-3 被招聘者による送客実績、見込み等	74
4-4 経費の内訳	75
5. 商談会の実施・参加	78
5-1 エリア内事業者との商談会の企画・実施	78
5-2 富裕層向け国内外商談会等への参加	85
6. 現地研修の実施	90
7. 全体報告会の開催	98
8. 新規造成コンテンツ	103
9. 観光庁への報告、会議等への対応	106
9-1 エリア会議	106

9-2	観光庁会議への対応	124
9-3	推進員会への対応.....	124
10	全体の総括	126
10-1	沖縄のストロングポイントとしてのブルーゾーン	126
10-2	高付加価値化の可能性	128
10-3	ウリ、ヤド、ヒト、アシ、コネの現状と課題	129
10-4	事業効果の測定方法と数値目標について	132
III 事業実施結果概要		
1.	統括チーム会議の運営	137
2.	ファムツアーの実施	137
3.	エリア内事業者との商談会の企画・実施	138
4.	富裕層向け国内外商談会等への参加	139
5.	現地研修の実施.....	140
6.	全体報告会の開催	140

I 実施事業概要

1. 事業の概要

1-1 業務目的、期間

(1) 業務の目的

観光庁では、「地方における高付加価値なインバウンド観光地づくりに向けたアクションプラン」を令和4年5月に策定し、同アクションプランに基づき、高付加価値旅行者の誘客に向けて集中的な支援を行うモデル観光地として、沖縄・奄美エリアを含む14地域を選定したところである。

令和6年度は、沖縄・奄美エリア内（以下、「エリア内」という。）の高付加価値なアドベンチャーツーリズム、ガストロノミーツーリズムの実証に取り組み、優良事例の創出や運営課題の把握を行ったところである。

令和7年度は、沖縄・奄美エリアマスタープラン（以下、「マスタープラン」という。）にあるコアゾーンやコアバリューを訴求するファムツアー（招聘旅行）の実施や商談会等を通じて、旅行会社・DMCとのネットワーク構築に取り組みとともに、エリア内の受入環境の課題を抽出し、受入環境の改善・整備を図る等、エリア内の販路形成及び受入環境の改善を目的とする。

また、マスタープランで示されるコアバリュー等の訴求に際し、コンテンツの充実が必要なものについては、オーダーメイド前提で常時提供可能なものとなるようコンテンツの磨き上げや新規造成の取組を実施した。

(2) 実施期間

令和7年5月27日から令和8年1月30日

1-2 実施内容

(1) 統括及び受入チームの組成・管理・運営

① 統括チームの組成

ターゲットとなる欧米豪ラグジュアリー層受入のためのファムツアーを効果的に行うため、基本となるテーマ及び各コアゾーンを組み合わせた3コース程度のコースを設計し、受入チームに対する指導・助言等を行う統括チームを組成した。

統括チームは、沖縄県・鹿児島県・OCVB・奄美群島観光物産協会及び高付加価値旅行者向けのツアー造成に関する有識者3名程度（アドベンチャー、ラグジュアリー、ホスピタリティ）で構成し、受託者において管理・運営を行った。なお、有識者については、受託後に実施主体と調整の上選定した。

② 受入チームの組成

ファミツアー及び商談会参加等に向け、受入チームを3チーム構成した。

受入チームの組成にあたっては、マスタープランのコアゾーンやコアバリューを意識して設定したテーマを3つほど提案し、統括チームと協議の上、高付加価値旅行のオーダーメイドを前提とした商品化が可能な事業者を中心に複数の県内事業者（旅行会社、DMC等）を選定し、テーマごとに組成した。

受入チームには別記業務を実施させ、本事業を通して、コンテンツの商品化やエリア内の販売実績に繋がるようにした。

③ 業務管理・事業運営

受入チームの業務遂行状況等を把握するとともに、ファミツアーの実施や商談会、磨き上げ研修等について必要な指導・助言を実施し、実施主体に対して定期的な状況報告を行うなど、適切な進捗管理・事業運営を実施した。

④ ファムツアーの分析及び改善策提案

マスタープランで定めるターゲットの精査とコンテンツの具現化について分析するため、ファミツアーの結果を踏まえ、想定ターゲットに対するウリ・ヒト・ヤド・アシ等の改善策、エリア内全体として不足する部分や投資が必要な事項の分析について提案した。

【実施方法】

- 会議の設定、日程調整（全7回想定）
- 会議資料の作成、準備
- 会議当日の資料説明、会議の進行、質疑対応
- 会議録の作成
- 意見、アドバスを事業運営（地域説明会、実踏、ファミツアー、商談会）に反映

（2）地域説明会の実施

ファミツアーを実施する予定の地域において、事前の事業説明と理解協力を求めるための説明会、意見交換会を開催した。

特に、意見交換会は、地域からの注意点の指摘に加えて、ファミツアーを実施する場合の地域からのコンテンツ等のアイデアの吸い上げという目的をもって実施した。

【実施方法】

- ファミツアー実施予定地域の関係者（自治体、観光協会他観光関係者）への呼びかけ
- 説明会、意見交換会の開催調整

-
- 資料作成
 - 会議の運営及び議事録作成
 - 実施日：令和7年8月～10月

(3) 実踏調査の実施（仕様書における「エリア内磨き上げ研修」からの変更）

ファミツアーの実施に先駆けて、統括チーム有識者による現地実踏調査を実施した。実踏調査では、想定する招聘者を念頭に、提供するコンテンツや宿泊、食事などの品質やホスピタリティ等に加えて、安全対策や荒天時の対応なども含め、有識者からのアドバイスを受け、その結果をファミツアー造成に活かした。

【実施方法】

- 有識者による現地実踏調査の実施
- 有識者からのアドバイスの集約

- 各受入チーム幹事企業へのフィードバック
- ファミツアーの実施に向けた準備段階での準備への反映

(4) ファミツアーの実施

① 想定ターゲット

欧米豪ラグジュアリー層。詳細はマスタープランを参考にした。

② 想定ターゲットを取り扱っている旅行会社を招請したファミツアーの企画・実施

過年度取組やマスタープランを参考に、エリア内が有する観光資源のうち、想定ターゲットに訴求できるコアバリューを抽出し、高付加価値旅行者に対して商品化及び販路拡大を目指すことができるモデルコースを提案し、後記の点に留意してファミツアーを企画及び催行した。

また、招請した旅行会社が円滑に商品造成及び販売促進が行えるようアフターフォローを行った。

【実施方法】

○実施期間、回数

実施期間：令和7年11月7日～13日

回数：3コース（コアゾーン6か所を網羅するもの）×2グループ
（具体的には実施主体と協議の上で決定した。）

○招請する旅行会社

グループ1：海外旅行会社等。欧米豪から招聘。

グループ2：国内DMC等。ゴールデンルートから地域への流入ルートを主に取り扱っていることを条件とした。

招請する旅行会社は実施主体との協議の上で決定したが、協議の際は各旅行会社の特徴を把握し、選定理由とともに提案した。

○ファミツアーの実施

A) 行程内容

- ・沖縄県及び奄美群島において、宿泊を伴う5泊6日程度のツアーを設定されたテーマに沿って3コース造成し、ファミツアーを実施。
- ・なお、コース詳細は、過年度取組やマスタープランにおけるウリ・ヤド・ヒト・アシ、委員会等事業のプレーヤー調査等を踏まえて造成し、高付加価値旅行者向けにブラッシュアップを行った。
- ・テーマやコース詳細については実施主体と協議の上、決定した。

B) 宿泊、飲食等

- ・1室1名で利用することを基本とした。
- ・食事は1日3回分（朝、昼、夕の3食）を提供し、昼、夕食については、飲物代も含め、食事の時以外にも毎日水分補給用の飲物を提供。
- ・被招聘者に対して、食事に関する制限等の留意すべき事項に配慮。

C) スルーガイド、スポットガイド

- ・スルーガイド（英語の通訳案内士等）を1名以上手配。
- ・スルーガイドは、沖縄県及び奄美群島に精通した者を手配し、特段の理由がない限り全行程を通して同一人物とし、また、必要に応じてスポットガイドを配置し、事前打合せの上、連携させた。
- ・委員会等事業の人材育成との連携を行った。

D) 安全確保・緊急事態等への対応

- ・安全の確保等に関する万全の措置（事故等の未然防止、万一の事態の発生時に取り得る対応等を含む）を具体的かつ詳細に整理の上共有。
- ・視察時の緊急事態に備えて、トラブルが発生した場合の問題に対処するための手順及び体制を構築。

○実施記録

- ・招聘に係る全旅程の実施記録（写真画像含む）を行った。
- ・旅程中に撮影した写真等は、本事業内及び実施主体のその他活動（報告会、商談会、プロモーション等）に活用することとし、写真等の利用のため、被招聘者及び視察先への許可を得るよう必要な手続きを行った。

○意見収集・分析

- ・ツアー後、会議の場を持ち、被招聘者から本ツアーを通しての意見や、富裕層・投資家・ビジネスリーダーに対し世界にアピールできる魅力づくりとして有効な手法（ショーケース等）、海外市場への展開の可能性等を収集し、課題

等について要因・改善の分析を行った。また、受入事業者に対しても別途ヒアリングを行った。

- ・分析等をふまえ、チーム内にて改善案を検討し、磨き上げのポイントを整理の上、ブラッシュアップしたコース・取組を提案。また、ブラッシュアップに伴う単価の見直しも併せて行った。

○アフターフォロー（商品造成・販売促進）

- ・ツアー後、被招請者による商品造成を円滑に進めるため、情報提供等の支援を実施。

（５）商談会の実施・参加

① エリア内事業者との商談会の企画・実施

ファミツアー後に、被招請者とエリア内事業者を交えた商談会を企画及び実施した。

【実施方法】

- ファミツアーの離日前日の午後に沖縄県内で実施し、必要な手配や運営を行った。
- 商談 1 回あたりの時間は 10 分とし、被招請者 1 社当たり商談数を 12 設定。商談会の時間は概ね 3 時間設定。
- 被招請者が着席し、エリア内事業者が個別にテーブルを回る形式とした。
- 商談会参加者に対して留意事項の事前周知を行い、当日もスムーズな進行のための情報掲示及び人員を配置するなどして、円滑な運営に留意した。
- 実施日：令和 7 年 11 月 14 日

② 富裕層向け国内外商談会等への参加

VJTM 及び ILTM への参加を実施し、各々商談を行った。

【VJTM への参加：実施方法】

- 「VISIT JAPAN トラベル & MICE マート 2025」への出展
- 受入チーム（BOJ、東武トップツアーズ）から参加
- 3 日間の商談を実施（必要資料の作成）
- 実施日：令和 7 年 9 月 25 日～9 月 27 日

【ILTM への参加：実施方法】

- 「International Luxury Travel Market Cannes 2025」への出展
- 受入チーム（BOJ）から参加
- 4 日間の商談を実施
- 実施日：令和 7 年 12 月 1 日～12 月 4 日

(6) 現地研修の実施

ファムツアーの成果（バイヤーからの評価・改善点）をもとに、委員会委員による現地研修を実施し、ファムツアーの内容を再評価するとともに、高付加価値化の可能性を含め、沖縄の観光振興に関する意見を集約した。

【実施方法】

- やんばると首里を選定し、研修ポイントを抽出
 - ・バイヤーの評価、改善点が明確なコンテンツ等で構成
- それぞれのエリアでガイドアテンドによる説明を実施
- 参加者による研修結果のフィードバック（意見交換会）を実施
- 実施日：令和8年1月7日～8日

(7) 全体報告会の開催

本事業の取組を発表する場として全体報告会を開催し、委員会等事業のプレーヤー調査等を踏まえた関連事業者や、投資家、高付加価値旅行者の誘客や受入等に関する有識者等を広く集め、意見交換やネットワーキングの場を設けた。

【実施方法】

- 参加者は、県内の観光関連事業者、観光協会・DMO、行政観光担当者等
- 事務局からの事業内容報告を実施
- ファムツアーの対象となった地域側の事業者からの報告を実施
- 統括チーム有識者からの事業評価、フィードバックを実施
- 実施日：令和8年1月20日

(8) 新規造成コンテンツ

マスタープランにあるコアバリューの訴求に際し、不足するコンテンツについて、オーダーメイド前提で常時提供可能なものとなるよう、今年度の取組を参考に、新規造成コンテンツを検討、提案した。

【実施方法】

- 新規テーマの検討
- 関係組織体へのヒアリング
- 関係組織体からの意見集約と反映
- 新規提案としてとりまとめ

(9) 観光庁への報告、会議等への対応

① 観光庁への週報、月例会議等への対応

地方における高付加価値なインバウンド観光地づくり事業運営事務局からの指示により必要な情報を提供したほか、月例会議の資料を準備し、観光庁会議（オンライン）に適宜対応。

② 観光庁主催中間報告会、年次報告会への準備

観光庁が主催する中間報告会、年次報告会に向けて、事業の進捗状況を関係者から取りまとめ発表用資料を準備。

③ 地方における高付加価値なインバウンド観光地づくり事業運営事務局からの指示事項への対応

指示に基づき、適宜対応。

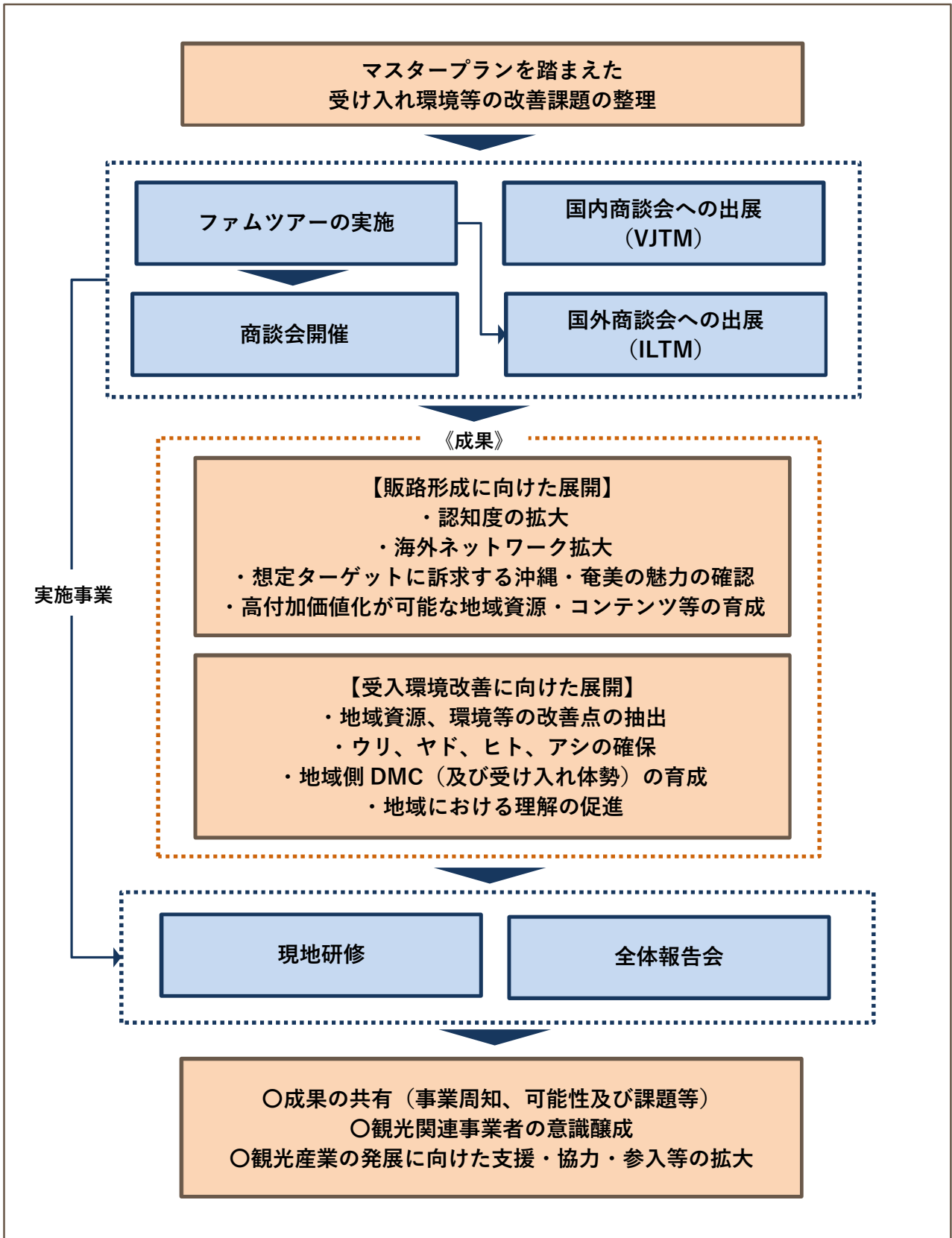
④ エリア関係者の月例会議の対応

沖縄・奄美エリアの事業実施関係者の月例会議に必要な資料を準備し、エリア会議（オンライン）に出席の上、資料説明および質疑対応を行った。

⑤ 沖縄・奄美エリア推進委員会への準備

指示に基づき、委員会等事業の推進委員会に使用する資料を作成した。

■事業概念図



1-3 本事業に求められる解決すべき課題

本事業に取り組む過程を振りかえると、令和2年のアドベンチャーツーリズムの推進に端を発し、令和4年のモデル観光地の選定を起点として、令和5年「沖縄・奄美エリアマスタープラン」の策定により順次進められて来た経緯がある。特に、令和6年に実施したAT及びガストロノミーの実践を経て、下記に示す課題が把握された。

令和2年～

- 内閣府、観光庁事業を通じたアドベンチャーツーリズム(AT)推進

※コンテンツ開発、担い手育成からスタート

令和4年

- 観光庁「地方における高付加価値なインバウンド観光地づくりに向けたアクションプラン」策定
- 沖縄・奄美エリアをモデル観光地に選定

※高付加価値ターゲットを意識したブランディングのコアバリュー、エリアの設定
※誘致に向けた取組課題の整理

令和5年

- 「沖縄・奄美エリアマスタープラン」策定

※コンテンツ提供と受け皿となる主体、人材の育成

令和6年

- AT/ガストロノミーのモデルプラン作成・実証・海外セールスの実践

※商品造成、販売・受入をワンストップで行う体制構築の重要性

《課題点》

⇒商品として営業・販売・受入を束ねる仕組み、体制が整っていない

①担い手を束ね、商品造成、受入調整を行う地域体制の構築が必要

⇒ラグジュアリー層にマッチする質、サービスが十分でない

②ラグジュアリー層に応える受入体制の充実が必要

③ラグジュアリー層に応えるヤド、ウリ、アシ、ヒト、コネの強化が必要

⇒訪問・滞在価値として十分に理解されていない

④エリア全体が一定水準で価値・物語を伝えられる言語化と可視化が必要

⑤ターゲット層、海外AGTと当エリアをつなぐ強い販売パイプが必要

1-4 本事業によって期待される効果

(1) 課題解決につながる効果

先に整理した課題の解決に向けて、ファムツアーの実践を通じた地域の受入・運営体制の構築・充実や高付加価値化につながるコンテンツの開発、国内 DMC との連携、海外顧客への販売ネットワークの構築などを進めていく。また、その商談会開催、国内外商談会への参加等を通して期待される効果について下記のように整理する。

本業務にあたっての課題認識	本業務での取組と予想される効果
①担い手を束ね、商品造成、受入調整を行う地域体制の構築が必要	<ul style="list-style-type: none"> ● テーマ、エリアを束ねるコーディネーター役（観光協会・DMO、宿泊・拠点施設など中核的な役割を担う主体）や地域 DMC を担うことが可能な組織体等を想定しながらファムツアーを通して意識醸成が行われる。
②欧米豪ラグジュアリー層に応える質的向上、人材、受入体制の充実が必要	<ul style="list-style-type: none"> ● ファムツアーにおいて、各テーマ、エリアにおいて「ラグジュアリー層」の解像度を高め、「何が刺さるのか」の実証を行い、その結果を今後の改善に反映する。 ● ファムツアーや商談会で、ヤド、ウリ、アシ、ヒト、コネを想定した改善・強化点を明らかにし、理想とするエリアマネジメント体制の構築の基盤を見出す。
③欧米豪ラグジュアリー層に応えるヤド、ウリ、アシ、ヒト、コネの強化が必要	<ul style="list-style-type: none"> ● マスタープランに沿って、全エリアのつながりを表現するブランド統一的なビジュアル、キーワードを整理、可視化（ストーリーブック）を踏まえて、実施するファムごとのストーリー構築と可視化を行う。これにより提供するエリアごとの訴求点が明確となり、より具体的なイメージの共有化を図ることができる。 <p>※商談会、海外商談で海外 AGT 等に提供</p>
④エリア全体が一定水準で価値・物語を伝えられる言語化と可視化が必要	
⑤ターゲット層、海外 AGT と各エリアをつなぐ強い販売パイプが必要	<ul style="list-style-type: none"> ● ファムツアーにおいては、欧米豪の海外エージェント及び国内のゴールデンルートを通して沖縄への送客が期待できる国内 DMC を招聘し今後の販売パイプ構築を図るとともに、商談を開催し、確実なルートづくりを行っていく。 ● また、県内にも拠点を置く海外富裕層ターゲットの事業者をファムツアーのコーディネーター担当の一つとし、地域 DMC 的な立場と、海外市場での強い顧客基盤を活かした海外市場での認知・販路の拡大につなげる。

(2) 期待される経済波及効果

高付加価値なインバウンド観光地づくりを進めていくことによってもたらされる経済波及効果は、「人を増やす観光」からの転換であり、つまり、「人数を増やさずに、地域に落ちるお金と価値を最大化する」と言うことができる。

これに対して、直接的な効果としては、「高単価な宿泊・食・体験」の提供を通して、宿泊・飲食・体験の単価上昇、1人あたり消費額の上昇などを指標として設定することができる。

また、間接的な効果としては、農林水産業・伝統工芸等への需要拡大、さらには観光に関わる専門職・高付加価値雇用の創出なども期待される。

中長期的な視点で見ると、観光収益の地域定着化により、ブランド価値の向上や高付加価値を支える地域の環境や文化等の保全のための財源確保なども期待することができる。

《本事業による高付加価値な経済効果を期待することができる成果》

○地域の高付加価値化に見合った商品構成と価格帯の設定

※ファムツアー後の招聘バイヤーの評価を通じた新規提案による

2. 事業実施スケジュール

本事業は下記のスケジュールで実施した。



Ⅱ 実施事業の内容

1. 統括及び受入チームの組成・管理・運営

(1) 目的及び概要

【統括チームの目的・構成】

- 欧米豪ラグジュアリー層受入のためのファミツアー等を効果的に行うため、ファミツアーを実行する受入チームに対して指導・助言等を行う。
- 高付加価値旅行者向けのツアー造成に関する、アドベンチャー、ラグジュアリー、ホスピタリティ、各分野の有識者3名を含む、沖縄県及び鹿児島県担当者、観光関係者で構成。

【統括チームからの主な助言】

- ファミツアー実施に向けて、3コースのコンセプト、ターゲット、コンテンツへの助言
- ファミツアー内容の現地における点検（実踏）を踏まえての実践的助言
- ファミツアー後の商談会の開催に向けての助言
- 成果報告会、新規コンテンツ造成への助言

(2) 参加者

■統括チーム

氏名	所属	役職
小橋川 健康	沖縄県文化観光スポーツ部観光振興課	副参事
大城 陽子	沖縄県文化観光スポーツ部観光振興課	班長
比嘉 久枝	沖縄県文化観光スポーツ部観光振興課	主査
備瀬 由佳梨	沖縄県文化観光スポーツ部観光振興課	主査
加野 毅一郎	沖縄県文化観光スポーツ部観光振興課	主査
照屋 美奈子	一般社団法人沖縄観光コンベンションビューロ	課長
宮田 幸男	鹿児島県観光・文化スポーツ部 PR 観光課	課長補佐
久保 友紀恵	鹿児島県観光・文化スポーツ部 PR 観光課	主幹兼海外誘致係
矢羽田 彩乃	鹿児島県観光・文化スポーツ部 PR 観光課	主事
山下 久美子	奄美群島観光物産協会	統括リーダー

■アドバイザー

氏名	所属	役職
國谷 裕紀	株式会社 Adventure Area Consulting	代表取締役
選定理由	アドベンチャーツーリズムの普及・戦略構築分野で活動する専門家として、沖縄県内においても各地域での実践的支援実績が豊富	
下地 めぐみ	MEGUMI SHIMOJI GPC	代表
選定理由	DFS 沖縄の顧客サービス経験から、インバウンドへの対応（ホスピタリティ）に関する専門的知見が豊富	
野口 貴裕	BOJ 株式会社	代表取締役 CEO
選定理由	沖縄県内に支店を持ち、沖縄県の観光状況を把握しているとともに、海外富裕層の沖縄県への送客に実績を有し、海外の富裕層市場の知見が豊富	

■運営事務局

氏名	所属
奥野 俊志	株式会社アール・ピー・アイ
岩崎 尚子	株式会社アール・ピー・アイ
五味 希	株式会社アール・ピー・アイ
加賀 武史	沖縄セルラー電話株式会社
三島 省吾	沖縄セルラー電話株式会社
鈴木 愛子	沖縄セルラー電話株式会社
新屋 景子	沖縄セルラー電話株式会社
松田 一志	沖縄セルラー電話株式会社

(3) 開催記録

回数	開催日
第1回	令和7年6月18日（水）
第2回	令和7年7月11日（金）
第3回	令和7年8月19日（火）
第4回	令和7年9月2日（火）
第5回	令和7年10月9日（木）
第6回	令和7年11月4日（火）
第7回	令和7年12月19日（金）

(4) 統括チームからの指摘、アドバイス内容

※第1回は事業内容等の確認のみのため非掲載

■第2回統括チーム会議

①商談会の開催手法について

- 受入チームに無理をさせるのは厳しいが、商談会の日が近いのでまとめて実施できるならメリットもある。離島で実施した場合、セラーのチームが揃えられるのかは心配。
- 名刺交換だけでなく、サプライヤーと話ができるとアイデアも沸いてくる。意識が沖縄に集中している中で応えてくれる可能性が高い。Cチームの那覇の移動日を合わせられると良いのではないかな。

②宿泊先の重複について

- 別事業調査でリストアップしているものの反映も視野に入れる。
- ファムは様々な地域を学ぶためのものなので、色々見た方が良い。ただし、無理やりランクを下げて泊まらせると悪い印象になるので、エリアによって柔軟に対応した方が良い。
- ただし、予算、日程面で難しい場合は、インスペクションだけで済ますという調整もあってよいのではないかな。

③富裕層をターゲットとする場合の留意点について

- コンテンツは自信をもって案内できるものだと思うが、ハードのブラッシュアップよりも、ゲストのパーソナリティに目を向け、会話で出てくる志向などを細かく共有することで、ゲストが自分のことを大切にしていると思ってもらえるような心配りが大切。スケジュールはあると思うが、ドライバーやスルーガイドと一緒に、マインドセットを一段上げて共有できると満足度が上がってくると感じた。
- その日ごとにゲストの情報を共有する時間やツールを使い、次の日の満足度につながられると良い。お客さんの情報を共有する場を作ることが大切。
- お迎えやお送りするときに、踏み込んだホスピタリティがあるとよい。お水やおしぼりはオリジナルのボトルやメッセージを入れたりするなど、オリジナルティをプラスする。また、帰った後に撮った写真をムービーにして送るなど。ウェルカムを感じてもらえるようなひと手間をかけるとよい。宣伝にもなるので、その視点もあると良い。
- 記憶にも残るようなオリジナルの何かがあると良い。

- 旅行会社はわかっていると思うが、ゲストは待つのが嫌いだったりするので、駐車場に車がないということが無いように、サポートスタッフも入れてスムーズな行程にできるとよい。
- アテンドについて、1日中歴史や文化を説明されても頭に入ってこなくなるので、エンタメ性のある楽しい思い出が作れるよう、楽しい旅行にできると良い。ガイドさんのエンタメ力も必要。最近どこへ旅行へ行ったのかなど、雑談も取り入れながらできると良い。
- 分かっているようで分かっていないことの整理はしておいた方が良い。(プラスチックのおしぼり、ペットボトルで水を渡すなど)
- スルーガイドまかせにして、ロジ支援が疎かになることもある。行間で見えないものは、3コースで横ぐしを差しておいた方が良いと感じる。こんなケースがあるということは事前に共有しておいてもよいのではないか。

④移動方法(手段)、悪天候への対処について

- プランBを用意しておけば問題ない。(3氏)

■各受入チームについて

○チームA(やんばるコース)について

- ・すでに検討されていると思うが、豊年祭の体験などあると良いと思う。
- ・アドベンチャーウィークの際、アクティビティの強度が弱いと言われたことはあるが、今回はまたテーマが違うので十分だと思う。
- ・ウェルネスプログラムの位置づけはどんなものか。

○チームB(沖縄本島中南部・宮古島コース)について

- ・ローズウッズの宿泊について
→宿泊させた方が良い。(3氏)
→ローズウッズがデスティネーションになっているので、バイヤーも泊まりたいと思っている。
- ・事業費を前提に、視察や食事だけとか現実的な対応も必要。
- ・ラグジュアリー感、キングダム感が感じられない。琉球の歴史についても話を聞いて、それをラグジュアリー感ある形で見せるならどうしたらよいかと行程を考えなおした方が良いと感じるがどうか。
- ・一般の人たちが体験できないこと、ググれないことを体験できるコンテンツを作り出す必要があると感じる。

○チームC(八重山・奄美大島・徳之島コース)について

- ・レンタル品に対する抵抗はないのではないか。あまりにもみすぼらしい場合は、安心感のあるものに更新してもらえるよう声掛けはしても良いと思う。
- ・旅行者は各地域でレンタルしているので、クレームはあまり聞いたことはない。

- ・闘牛に関するコンテンツを入れて問題ないか。伝統文化や精神性の観点から闘牛を付加価値化できないかと考えている。
- ・オプションにできるとよいのでは。事前の行程表で文化的背景は説明しておく。
- ・伝統文化を胸を張って見せるのは良いと思う。ただし、オーストラリアなどは厳しいところもあると思うのでやめた方がよいかもしれない。オプションにしておいて、思い入れの強い人については、旅行会社が提案をするときに事前に聞き取れると良い。
- ・うるま市の闘牛をプロモーションにするときに、生活に根付いているところを出していった。同様にできると良いのでは。

■上記の他の指摘事項

○今後のスケジュールについて

- ・統括チームとして商談会の日程については早めに案を出して打診したほうがよい。
- ・11月初旬頃には商談会に出る人から内容について発表し合う場を設定し、10月上旬頃には、3コースの内容を発表できる場を設け、8月下旬～9月上旬には実踏できているとよい。
- ・10月のインスペクションはいつやるのか、各コース何日でやるのか早急に決めて欲しい。最低でも1か月前に実施し、ブラッシュアップを戻す必要がある。いつまでに案をもらえるのか確認したい。
- ・商談会は14日として決めてもらい、受入れチームには確認する。

○商談会について

- ・商談会のやり方を改めて教えて欲しい。
- ・商談会と言うのはリアルしかないのか。ハイブリッド式もありえるのか。

○FAMの実施に向けて

- ・FAMに対する予算の方針が事務局から来ていない状態で詰めていくのは難しい。商談会についても候補日を示したうえで、見積精度を上げてもらえるよう伝えた方がよい。
- ・ある程度の予算枠を示してFAMの内容を構築しないと進まないで、県も含めその調整をやっていく必要がある。

■ 第3回統括チーム会議

①FAM コース行程案について

- 各コースの行程は良くなったと感じている。
- 今年作ったツアーが今後売りやすいか、販売体制がどうなるかという視点も必要だと感じる。オリコム伊藤氏より、地域の良いものとして売っていただけるものかどうか意識してほしいという指摘もあったので意識できると良い。
- ガストロ関係の体験プログラムも入っているので、招聘者の食事制限は確認する必要がある。
- サイクリング等については体力的なところも考慮して、短縮したコースなども提案できると良いのではないか。
- 外のアクティビティについては雨が降った場合のプランBも考えておく必要がある。
- これまでの経験から、招聘者は地域の方との触れ合いを求めているので、体験できる機会を盛り込むと評価が高いと思う。3コースとも現地の方との触れ合いがあるので希望に沿ったものだと感じる。
- 富裕層の方は夜は何時ごろまで拘束してよいのか知りたい。11/7 夜に、奄美パークか一村美術館を貸し切って、奄美のレセプションができないか確認したい。
- 11/8 の黒糖焼酎はどこかの酒造会社なのか、夕食会場での見学とは何を想定しているのか確認したい。

②実踏調査について

- 画像やストーリーを編集して、どんなアウトプットにつなげられるかイメージを持っておけると良い。
- 実踏の目的は全体をレビューしてFAM前に修正することだと思う。ターゲットの高付加価値の旅行者は知的好奇心があるので、ソフト面できちんと沖縄の魅力をアピールできるかがポイント。JTBの視察先はハードばかりなのでアドバイスができない。実踏では、体験をどのように付加価値化するのか、例えば宮古で伝統的な漁を体験するなど、そういったことをレビューしないと意味がない。富裕層目線で改善点を伝える実踏調査という理解だったので、ハードをめぐるだけでは意義がないと感じるがどうか。
- 集落の人との触れ合いなども見せてもらえると良い。ブラッシュアップできる場所があればと思うので、中まで見させてもらいたい。
- 奄美コースについては意見はないが、ホテルだけというのは意味がないと感じた。

③商談会について

- 商談時間をどうするか、商談数をどうするかについて検討する必要がある。また、バイヤー・セラーの情報も整理し、共有する必要がある。
- 欧米・DMCの方ともお疲れだと思うので、バイヤー側は固定席で、セラー事業者が回っていくような流れがよいのではないか。事業者側も通訳を介されると思うので10-15分は必要。バイヤー側にはほぼ全社と商談する時間を設けられると良い。組み合わせについては調整が必要。
- 奄美から行けるメンバーがいるかは不安に思っている。
- OCVBでの商談会の経験から、セラー側として、交通事業者、アクティビティ、ランドオペレーターへの希望が多いので考慮いただければありがたい。

■第4回統括チーム会議

①実踏調査について

【実踏調査に臨む視点等】

- どれだけ準備してもイレギュラーは出てくると思うので、臨機応変に対応することも大切。
- 旅行会社として、売れそうか売れなさそうかという視点は重要視していきたい。
- 高付加価値旅行者が旅行に何を望むかは、利他的価値・利己的価値に分かれる。利他的価値として、レスポンスフルツーリズムや、自分が環境に貢献できるかという点があり、利己的観点としては、自分自身がリラックスできるか、インスピレーションを得られるか等になるが、ウェルネスという視点からも見ていきたいと思っている。
- 地域説明会の事業者の意見は非常に参考になった。事業者が用意するアクティビティが、招聘者にとって興味がないものである場合、途中で脱落するパターンもある。海外の方は途中で抜けることもあるので、提供者側と参加側の擦り合わせは事前にあったほうが良いと感じた。

【事務的な面から】

- 内容について意見はないが、早めに宿泊場所やフライトを共有してほしい。徳之島は宿が埋まってきているので早めに連絡してほしい。
- 実施要領を受入れチームへ速やかに共有してほしい。
- 実施要領はポイントを押さえられてると思うので、受入れチームに周知してほしい。

②商談会について

【商談の設定】

- 商談時間 15-20分は長いように思う。FAMに参加した時点でインプットはある程度できているので、移動2分、商談10分でもよいと感じた。12分であれば3時間以内で収まるのでは。
- 10分の商談時間で十分と思う。商談の間は2分入れられると良い。休憩は5分くらいでも十分ではないか。

【通訳の配置】

- 通訳はバイヤー側のテーブルに一人付けておくとよい。
- 海外へ販売する上で言語対応は必須なので通訳は付けなくても良いはずである。ただ、不得意な事業者もあると思うので、何名かは通訳を置いておく必要はあると考える。

【運営・流れ】

- 商談会の中で、参加していないFAMの様子を伝える場面があっても良いかもしれない。

-
- 冒頭のあいさつの際に、海外6社の説明をやっていただけると、バイヤーは自社の説明が不要になるので、セラーからの説明にすぐ入ることができる。(
 - 受入チームは同行している4社とは商談はしないということか。(國谷氏)
 - BOJの場合、やんばる以外(他のコース)のFAM参加者との商談を優先したい。
 - 奄美からの参加については地域側と協議したい。
 - 商談会後の懇親会を設定しても良いのでは。

③その他

【FAM 招聘者】

- 東武トップツアーズの候補者のWalker氏は昨年度実証事業に参加されているので、可能であれば別の方をお願いしたい。
- ANA、JALについてはすでに県内ともつながりがあるので、これまで取扱いは少なくとも、沖縄に今後送客しそうな方を優先して選定をお願いしたい。

【全体報告会】

- 全体報告会の日程は決めてしまった方が良いのでは。

■第5回統括チーム会議

①実踏調査について【奄美・徳之島】

- ストーリー整理、実務オペレーションのあり方等に関して具体的な対応策が見えた。
- 大島紬や黒糖焼酎などのものづくりの背景、琉球王朝と薩摩藩との歴史など、文化がコアにあり、すべての行程がよかった。
- 徳之島は、沖縄、奄美と比べて手つかずの自然、歴史文化があり、それをアクティビティに落とし込んだ秘境ビーチでの海人のアクティビティなどがハイライトだったと感じた。
- 行程は素晴らしい、これからはガイドなどのソフトを磨いていくところがポイント。
- 奄美はスケジュールがタイト。時間にゆとりを持たせることで、充実感が増す。
- 旅全体の概要をインプットし、アクティビティに進んでいくと、お客様にも楽しんでもらえるのでは。食事は温かいもの、冷たいものが一緒に出てきてしまった。事業者が心配りができない部分もあると思うので、マニュアルを準備する必要があると感じた。

②実踏調査について【やんばる】

- 精神性や文化は人の情緒にも左右するので、日本と沖縄の文化を並行してプラス面の歴史背景をお伝えできると良い。
- ガイドはたくさん伝えたい気持ちはあるが、本当に伝えたいことが何か精査する必要があると感じた。ゆとりをもつ配慮はした方がよい。
- ブルーゾーンの9つの要素があるので、その要素をお客様にも理解してもらい、どの要素がどの体験とリンクしているのか、沖縄ではどの要素なのか説明があったほうが良かった。
- サイクリングの途中、雨が降って道が滑りやすいことなども確認できてよかった。
- 誰をどの部屋にするか、席順をどうするかなども検討できてよかった。年齢やフィットネスレベルにもよるが、御嶽ツアーは3時間程度歩くこともあるので、リタイアする場合どうするかという点も確認することができて良かった。

③商談会について

- 商談の10分間は、カウントダウンの時間表示をしても良いかもしれない。
- 同時通訳としているが、逐次通訳になる。
- 終了後の懇親は、ライトなものとして考えてよい。

○参加者のキャラクターにもよるがオリオンビールなど置いておいても良いかもしれない。

④成果報告会

- 日程は沖縄県内部で調整のうえ、改めて相談させていただく。
- JNTO の方も紹介可能である。

⑤VJTM

- 東武・BOJ 以外に県の間合せ先はないのか。OCVB 側へ連絡が来た場合は共有する。

⑥ILTM

- 事業者のタリフは不要。バイヤーは日本の DMC へ連絡を取る。体験の単価を見せて欲しくない。
- テーマ別のサンプル行程を持っておくと良い。アクティブ向け、ブルーゾーン向け等いくつかあると良い。その場で見せるのではなく、フォローアップメールで送るもので今回の FAM 行程のものでも問題ない。
- サンプルコースは FAM とは別でショートなものも用意した方がよいか。
→FAM 行程でも問題なく、ショートにできると補足すればよい。鹿児島と沖縄は分けて紹介した方が良い。
- PSA 登録は誰が選んでくれているかサーチすることができる。沖縄を PSA 登録してくれている人を見ることができるので、それを踏まえてターゲットを選んだ方が良い。
- すぐの受注にはつながらないものなので、事業の KPI を全体で再確認できると良い
- 年度内に送客は難しいと思うので、そこは共通認識をもてれば良い。
- 問合せは来年、再来年のものとなると思う。メールだけでなく中長期目線でやる必要がある。ニュースレターやウェビナーなど思い出してもらうために継続した情報提供は必要。
- OCVB の商談後、ウェビナーやニュースレターは出しているのか
→これまでの商談会時にはやっていない。直接ではないが、沖縄県 LEP がウェビナー後にセールスコールやニュースレター配信、プレスリリース等をしている。

■第6回統括チーム会議

①FAM ツアーについて

- 実踏の指摘は落とし込んでもらえている印象。
- 事業者間の情報共有、役割分担が伝わっていれば問題ない。
- 反映できているか一緒に確認していきたい。
- 鹿児島県からの意見は反映されていたので問題ない。

②商談会について

- FAM総括から開会までの時間が凝縮されていると感じる。FAMの行程の中でバイヤーが感じた点を整理する位置づけと認識している。商談会に向けた空気作りも大切なので、時間通りに終え、休憩したうえで、臨んで欲しい。皆さんで共通認識を持てると良い。

③VJTM について

- 商談後はOCVBからもバイヤーへ資料共有をしている。
- 差し戻し後の経過も報告すること。

④ILTM について

- ILTMの事務局とのメール対応などやり取りを進めて欲しい。

⑤全体報告会について

- 事業の全体説明をしたうえで成果報告をしてほしい。事例については、南溟森室の自社の取組みを説明していただきたい。
- 今回のFAMで何が見えたかという整理が求められるように感じる。ヒト・ヤド・アシ・ウリなどそれぞれにどのような課題が見えて、今年の実践の中で何が課題なのかの整理があり、有識者より課題に対するコメントができると、聞いている方の為にもなる。
- 有識者の強みの分野でそれぞれコメントが出せると良い。
- 自分の視点から見えた点をコメントしたい。
- 話の流れの打ち合わせ、整理したうえで進めたい。

⑥新規造成について

- 本日の提案内容は、エリアの価値・テーマの整理をされている認識。興味のある方へ案内できるよう、役立つものになるのではないかと。
- 泡盛は知名度が低いので、クースを勧めることはハードルが高いかもしれない。お酒であれば沖縄のジンをお勧めすると良い。沖縄由来の素材を使っている商品もあるので、ここでしか飲めないものをアピールできる。ジンは世界中

で飲まれているので理解していただき易い。飲みやすさもあるかもしれない。文化体験の部分は踊るだけでなく、見たり知ったりすることも良いかもしれない。

○クラフトや工芸は世界的に有名な若い方がいる。今世界が認めている若い方はいるので、そういう方からスポットを当てられるとよい。視点を変えて、新しい価値を探して掘り起こせると良い。

○プログラム検討案としては良いと思う。奄美徳之島はどこと連携するのか、コーディネーターを教えてください。

→情報を鹿児島県からも提供していただきたい。

○コーディネーターが重要となると思うので、統括チームからもどこが軸になるかという情報があれば提供いただきたい。

■第7回統括チーム会議

①FAM ツアー・商談会実施結果について

- 計画やFAMの条件などは手探りだったと思うが、次年度は早めに条件設定できると各社スムーズに動けるのではないかと。奄美八重山コースを見て、ガイドも素晴らしかったと思う。人材育成のプログラムなどは、横串がさせるとストーリーの深みが出るのではないかと。概ね好評だったと思うが、出てきた課題は事前に対応できたこともあったのではないかと。事業者の皆さまは150%の力だったと思うが、ストーリーの伝え方、話しすぎてしまう点などは指摘が入って残念と感じた。
- 気を付けた方が良いと感じていた点について指摘が入っているように感じた。もう少し丁寧に伝えられていれば改善に繋がったかもしれない。
- FAMは詰め込むことは前提なので、適切なインフォメーションができていれば指摘はなかったのではないかと。
- FAMでは多くのコンテンツを見てもらうのが当たり前で、その中から実際に販売するものを選ぶものである。旅行会社は知識を得るために来ているので、このままでよいと思っている。行程の後半はリラックス要素も入っていたので、そこまで大きく捉えなくてよい。
- 食事の量が多いというコメントについて。体が大きくても食べない人も多いので、昼食と夕食でバランスを取ったりしている。そのあたりのバランスは重要だと感じている。日本人は食事のもてなしを重視する傾向があるので、その点は海外とは異なる。
- 地域ならではのことを学びたいというコメントが多かった。ガイドの説明も、旅行会社視点だったり、一般人向けだったり、やりにくいところもあったと思う。もう少し沖縄らしさの魅力を伝えるべきだったと感じている。
- ビューローでは富裕層向け以外の事業を受託して進めているが、日々のプロモーションや問合せは一緒に受けている。特に本島北部エリアのブルーゾーンについては今後のプロモーションの参考にしたいと思っている。情報提供のあり方とデータベース化についてのリストはあるが、カテゴライズしたデータベースがあるわけではない。そういうところがしっかりと作られることで、より良いプロモーション戦略につながっていくと感じた。
- アクセスの悪さが特別な体験につながるという点は、鹿児島県の課題とと思っていたので新しい発見だった。いいものでも売れなければ意味がないので、次年度以降考えていかなければならないと感じた。
- やんばる、宮古島でも同じような指摘があるという点については、奄美の関係者にも伝えたいと思っている。アクセスの悪さが特別な体験につながる点はヒントになる。天候については、予め提案をしておくことが大切と改めて感じた。今回の指摘を参考にしたい。

○いろんなエリア、主体に関わってもらった事業なので、今年度の課題を次年度に繋げていきたい。

②ILTM 参加結果について

○半分以上が「ブルーゾーン」の話題を出しており、関心度の高さがうかがえた。関心度が低い会社についても、しっかり話を聞いていただけたので、今後の商談につながるのではないかと考えている。奄美・徳之島のFAMトリップにぜひ行きたい会社も数社あった。次年度FAMをする場合、紹介することも可能である。

○ローズウッドの認知は高かったが、宮古島に何があるかは知らない。ブルーゾーンは興味関心が高いが、ブルーゾーンで何をしたいかという点はわかっていない。アジアで唯一なので、大きなアドバンテージである。皆さん沖縄の歴史を知らず、文化・食・言語などが全然違うということも知られていないので、海外向けに何かしらプロモーションをやったほうが良いのではないかと。

③成果報告会について

○この事業で、どういう準備をしてどんな結果が出たのか、どんな磨き上げがあったのか前段で話してもらえると良い。課題と方向性が項目ごとにあると話しやすい。商品造成、人材育成に向けた提案などができる。また、事業報告の内容を事前にももらえると話しやすい。

○おもてなしについては幅が広いので、概要を確認してお話ししていきたい。

○有識者のコメントの内容はもう少し深掘したほうが良いと思っている。國谷氏はATに精通しているので、現場視点からのコメントをいただけると良い。天候への対応、熱中症対策のオプション等リスク管理の部分、ガイディングで話す場合はイヤフォンガイドなのか、どういったストーリーが好まれるのか、実践的な内容のシェアが有難い。現場のガイドが細かい点をきちっとやっていかないといけないのでそういった点をお話しいただきたい。下地氏には対面サービスで気を付けるべき点、距離感、メニュー、言語対応、気遣い、柔軟性などを話していただいた方が良い。こちらからは、旅行会社としてのアドバイスにコミットしていきたい。

○大まかな内容は良い。ガイドや事業者が当たり前だから飛ばしてしまうこと、慣れていないとわからない点などが分かるような話が有識者からあると良い。

④現地研修について

○県内企業（インフラ・金融機関等）へ見ていただくことで、今後投資に繋がれるように、地域の課題について研修・意見交換の場として作っていききたいと考えている。

2. 地域説明会の実施

ファムツアーの実施に向けて、関係する地域の行政及び観光関連組織体、観光関連事業者等の理解と協力を得ることと、今後の商品化や販売を見据えた地域コンテンツ等の磨き上げ、ファムツアーへの取り込みなど、各地域からの意見を聴取することを目的として地域説明会を開催した。

(1) 地域説明会・意見交換会の実施内容

《プログラム構成》

- ①「高付加価値なインバウンド観光地づくり沖縄・奄美エリア販路形成・受入環境改善事業」事業趣旨および実施内容の説明
- ②各地域のFAM ツアーコンセプト・ターゲットおよびコース案の説明
- ③意見交換：
 - 地域における高付加価値インバウンドへの取組
 - 本事業に盛り込みたいコンテンツ、素材等
 - 今後、対象ターゲットに向けて商品化・販売したいコンテンツ等
 - FAM ツアーの実施に向けた留意点、対応事項 など
- ④ その他：
 - 今後の推進スケジュール
 - 商談会の実施予定 など

(2) 各地域における開催結果

対象地域	開催日時	会場
八重山地域	令和7年8月25日	八重山合同庁舎会議室
宮古島地域	令和7年8月26日	宮古島観光協会会議室
やんばる地域	令和7年8月29日	名護産業支援センター会議室

※奄美・徳之島地域は別途開催（8月4日に鹿児島県、奄美支庁会議と同時開催）

※本島中南部の南城市は、10月8日に南城市役所にて、南城市、南城市観光協会を対象に個別説明を実施

(3) 開催結果

■八重山地域

日時	令和7年8月25日(月) 15:00~16:50
場所	沖縄県八重山合同庁舎会議室
参加者 (敬称略)	《現地受入関係者》 竹富町自然観光課 一般社団法人石垣市観光交流協会 一般社団法人竹富町観光協会 沖縄県八重山事務所 Blue Moon 一般社団法人八重山ビジターズビューロー 《県・受入れチーム幹事・事務局》 沖縄県：小橋川、加野 受入チーム：東武トップツアーズ熊谷 事務局：RPI:奥野

【地域からの提案、アドバイス等】

●星空ツアーについて

- ・西表島、石垣島は星空保護区に認定され、星空ツアーを実施している。また、ニュージーランドのテカポでガイドをやっていた方がいて、現在も石垣島で活動している。今回の宿泊先であるサンシャインホテルでは屋上で三線を取り入れた観察会を開催している。西表の星のやも含めて、今回のFAMツアーに是非取り入れて欲しい、複数カ所で実施可能なため、雨天対策にもなるのではないかな。

●提供コンテンツについて

- ・これまでの経験から、インバウンドはハード面もさることながら、より人との触れ合いを求めていると感じている。このため、そのような体験を含むコンテンツを推奨したいと思っている。
- ・11月12日は、トレッキングなどのアクティビティの後に、野生動物保護センターに行くように設定しているが、まずはじめにセンターでレクチャーを受けてからアクティビティの方が良いのではないかな。
- ・ただし、ターゲット層が20~30歳代とすれば、現地を見てからセンターに行くというのもあるかもしれない。

- ・また、地元の食事、食材はなるべく提供して体験してもらおうとよい。例えばヤシガニは大変珍しいので面白いのではないか。
- ・アジア以外で実際に来ているのが、アメリカ、イギリス、フランスなどであるので、招聘先についてはこの辺を想定してはどうか。

●高付加価値化について

- ・アドベンチャーツーリズムというレッドオーシャンに入っていくとすると、どのような付加価値があるのか、そこが重要になるが、以前、海洋冒険家の八幡暁氏に専門アテンドを依頼し、シーカヤッククルージングを行ったことがあるが、このように、特化したアクティビティを組むのもアイデアである。
- ・FAM ツアーとして色々な評価を得ることも必要だが、世界遺産というベースの中で展開するとした場合、エリアのコンセプトもあるので、絞り込んでいくことが必要。

●現在の課題について

- ・一番の課題は二次交通である。石垣空港からの足が弱く、タクシーかバスになり、インバウンドの方が市街地まで出るのも苦労しているのが現状。さらには、離島に行くとした場合は船の問題が出てくる。欠航することもあり、その場合の代替えがないことや、複数の選択肢があっても実際に利用するための情報もなく厳しいのが現状。
- ・次に、ガイドの問題もある。特に世界遺産関連はNGな行為が多く、事前に説明し理解していただかないと正しく伝わらないので、外国語で対応できるガイドは必須となる。
- ・通訳ガイドに求められるのは、添乗+ガイドの両方ができる人材であり、日本では分業されていて、それを全部できるのが通訳案内士と言われている方になる。法改正で資格がなくてもできるようになったがこれができる人材がいない。
- ・できればインフラがしっかりしていることと、そのうえで人材がいることが理想だが、これは日本全国共通の課題と思う。

■宮古島地域

日時	令和7年8月26日(火) 15:00~16:30
場所	宮古島観光協会会議室
参加者 (敬称略) ※オンライン参加者	<p>《現地受入関係者》</p> <p>一般社団法人宮古島観光協会 ローズウッド宮古島 宮古島来間リゾート シーウッドホテル 株式会社プラネット・フォー 一般社団法人 YUU 下地島エアポートマネジメント株式会社 三菱地所株式会社 兼 下地島エアポートマネジメント株式会社 三菱地所株式会社</p> <p>《県・受入れチーム幹事・事務局》</p> <p>沖縄県：大城、備瀬 受入チーム：沖縄 JTB 江藤、ルド 事務局：OCT 鈴木、RPI 奥野、五味※</p>

【地域からの提案、アドバイス等】

<p>●宮古上布について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・首里城と宮古上布の関係性を考えると、人頭税は欠かせない話となり、マイナスの歴史の面も見えてくる。そこは正直に紹介するのか、それとも宮古上布の工芸としてのすばらしさだけに触れるのか？ ・宮古島の人としては、やはりデリケートな部分。一方で、宮古島のお母さんたちには、「宮古上布があったから、子供を学校に行かせることができた」という人もいる。上里氏の監修もあらわれるので意見を聞いてほしい。 ・今回のツアーの意図の一つとして、ただ現地で楽しんでもらうだけでなく購買に繋げる機会も創出できればと思っている。だが宮古上布をどう見せるのかが難しい。 ・宮古に関しては水をキーワードにしては。宮古島の地質とかを話す場面はあるのか？入口から水の話をしていく方がいいのではないか。宮古島には何のテーマを求めているのか？ ・水の確保が困難な地域だからこそ、宮古上布がある。農業の話も出てくる。地質の話も出てくる。宮古上布を作るために作り手の方がどれだけ人生の時間を費やしてきたかを紹介していきたい。

・総合事務局と会話した際、スイスの方はスイスのプロダクト（高級な時計等）を買うという話を聞いた。それを宮古でと置き換えると、宮古上布ではと思った。高付加価値な方で毎年来てくれるお客様はあまりいない。お持ちかえりいただき、また宮古島に想いを馳せていただくものがある良い。宮古で出会った上質なものとして宮古上布はいいと思う。

●アウトバウンド（購買促進）について

- ・本事業は県内のものをアウトバウンドすることに繋がりたいという意思がある。是非それについてもご意見いただきたい。
- ・ビンテージの上布をリメイクした商品もある。
- ・富裕層が欲しいのは、語りではないか。想いや宮古島の空気感とか、何かを感じることで別の価値として、対価を支払っていただけたらと思う。
- ・物が欲しいのではなく、背景、繋がりを大切にしている。帰った後、家族や友達に話せるストーリーがあって持って帰りたい。
- ・生産側も商品開発も重要な課題と捉えている。国からは、例えばデザイン性を高めるといった商品開発が課題と言われている。他の地域の織物と何が違うかといった差別化。そもそも宮古上布は担い手も減少し生産数も少ない状況。そこで現状の課題も話し、お客様と一緒に作業工程の一部に入ってもらうことで、「貴方が来てくれたから、この作業が進んだ」とお声がけをするような体験も行っている。お客様と一緒に参加いただき、課題を考えていただく形もいいのではないか。
- ・砧うちの工程も体験できる。最終工程であり、担当されている職人の方も様々な作り手の反物の端切れを持っている。それを見るのも1つのミュージアムのようなものである。
- ・伝統芸能を披露して、その際に宮古上布を着用するイベントを開催した。琉球コレクション叶が出展し、高付加価値な宮古上布は羽織る等体験し、販売では手の届きやすいストール等を販売した。組合としては、宮古の織物の頂点を宮古上布としつつ、宮古織、宮古麻織、草木染などを販売するような戦略をとっている。

●水を象徴する場所について

- ・2日目に漁にも出る。においの無い海を体験いただく際、宮古島には川がないことなど、地形も海から見てもらえればと思う。
- ・来間ガーは良いかもしれない。一番ガーは飲み水、2番ガーは洗い場、3番目は汚いものを洗う水と私生活に根付いていた。首里との繋がりとしては、大和井（やまとがー）も良い。

●プライベートジェットについて

- ・プライベートジェットは機体が小さいことから、滞在先で給油を繰り返しながら旅をしている。給油対応できるようにオイルを揃える必要があるがコストがかかる。また、入国手配できる人材も手配しなければならない。これらのすべ

て揃えて初めて提供できるサービス。空港としては、C I Qのスタッフが常駐し、何かあったら対応できるように待機している。離島であることから、ラグジュアリーのお客様を迎えるにスタッフの確保が難しい。地元の人では対応が難しく、島外から対応できる人を確保できるためには住居等も手配が必要。オイルも含め、受入れ態勢を整えるコストが非常に高いことから、今後継続性に課題がある。これについては補助などが必要だと感じている。

- ・月2, 3本ジェットのお客様がいらっしゃる、需要はある。強みである一方、下地島空港で受け入れられることが知られていないと感じる。宮古島に空港が2つあり、プライベートジェットについては下地島空港が受け入れられると、認知を拡大する必要がある。
- ・ドタキャンもある。受け手側も急なキャンセルでの損失が生じてしまう。お金はいくらでも払うので、快適な時間と空間を求める方。その方を満足させるためには、それなりのプラットフォームを作らないと対応できない。

●その他

- ・やり漁、スピアフィッシングとはなにか？

→モリ突き漁のこと。お客様はシュノーケルで海の中を覗いていただき、漁師さんが漁をする様子を観察いただく。夜だと見えない為、昼間での実施を想定している。今、ローズウッドでもこの体験を造成中。先日トライアルも実施した。海外の方が知らない魚が採れることもあり、とても新鮮に感じていただき好評だった。

■やんばる地域

日時	令和7年8月29日(金) 14:00~15:30
場所	名護産業支援センター会議室
参加者 (敬称略) ※オンライン参加者	<p>《現地受入関係者》</p> <p>北部広域市町村圏事務組合</p> <p>ザ・テラスホテルズ株式会社、</p> <p>南溟森室</p> <p>琉球ハイヤー</p> <p>ツアーデザイナー</p> <p>サイクリング ツアーデザイナー</p> <p>Bon cote</p> <p>《県・受入れチーム幹事・事務局》</p> <p>沖縄県：小橋川、大城、備瀬</p> <p>受入チーム：BOJ 野口、曾根</p> <p>事務局：OCT 鈴木、新屋</p>

【地域からの提案、アドバイス等】

<p>●事前の情報共有について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・FAM ツアー中の食事内容及び招聘者のアレルギー食材について、情報共有いただきたい。沖縄の食材などトータルでシェフから招聘者へ説明できればと考える。 <p>→ツアー1日ごとに、参加者の特性など他の事業者の情報共有する方法を検討</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ザ・テラスクラブ ウェルネスタラソ アット プセナの海水タラソセラピーは、非常に水圧が強いため、水着と併せてラッシュガードの持参をお願いしたい。 ・これまで多くのFAM ツアーに組み込んでもらっているが、事前にコンセプトを説明いただけるFAMがなかなかないため、このような機会は大変助かる。 ・FAM ツアーはどうしても過密スケジュールになりがちのため、お客様の疲れがあることが大いにある。ヨーロッパからの参加者がいる場合、時差ぼけなどによって計画がずれることも多いので配慮いただきたい。 ・食事制限(豚肉、グルテンフリーなど)の要望があると、こちら準備してきたプランが十分に出しきれず、本来見せたい沖縄からずれてしまう状況があると困るので、事前の情報共有があれば助かる。 <p>●今後の商品造成について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・旅行商品の販売はいつ頃を目指しているのか。
--

→沖縄に特化したDMCとして、VJTM・ILTM以外でも独自に海外に販売している。知らないコンテンツなど今後もアドバイス頂戴し、各種商談会で紹介し、販路広げていきたい。

●その他

- ・国頭で星空コンテンツは多数あるが、欧米豪の旅行者にどう伝わるのか。受けはいいのか。
- マス層には受ける。富裕層は年に2～3回海外旅行に行き、北欧、北極・南極などでオーロラを見る機会などもあるため、きれいな星空を観る機会が多い。
- ・北部広域市町村圏事務組合のDMO事業の現状説明（データマネジメントプラットフォーム、観光周遊計画、人材育成事業）、今後ぜひ皆様と協力、連携していきたい。

3. 実踏調査の実施

ファミツアーのターゲット及びストーリーコンセプトで構成されたコース設定、移動手段、宿泊施設、食事、体験コンテンツやおもてなし等について、統括チーム有識者による実踏調査を実施し、有識者からの助言等を踏まえ、ツアー内容の改善・調整を行った。

実踏調査を実施するにあたっては、「実踏調査実施要領」を作成し、点検を担当する有識者間で、調査の視点や内容について相違が無いように配慮した。

(※次ページ参照)

■実踏調査の実施概要

対象コース	担当有識者	実施日
奄美・徳之島	國谷、下地	9月19日(金)～9月22日(月)
やんばる	野口、下地	9月29日(月)～10月1日(水)
八重山	國谷、下地	10月14日(火)～10月16日(木)
宮古島・本島	野口、下地	10月24日(金)～10月25日(土)

■ 実踏調査実施要領

令和7年度高付加価値なインバウンド観光地づくり事業
沖縄・奄美エリア販路形成・受入環境改善事業委託業務

実踏調査実施要領

FAM ツアーを実施するにあたり、統括チーム有識者による実踏調査を実施し、ツアーのターゲット及びストーリーコンセプトで構成されたコース設定、移動手段、宿泊施設、食事、体験コンテンツやおもてなし等について、受入チームへの指導・助言等を行う。受入チームは、統括チーム有識者からの助言等を踏まえ、ツアー内容の改善・調整を行うものとする。

1. 実踏調査の視点

- 想定ターゲットに適した構成、内容となっているか
- コンセプトに掲げたストーリーを体験できる構成となっているか
- 各観光コンテンツにおける高付加価値のポイント
- 高付加価値インバウンドを受け入れる環境が整っているか

2. 実踏調査における点検ポイント

下記の項目等に沿って、FAM ツアーコースの確認・点検を行う。

①ストーリーにもとづく特別な体験価値

- ・地域の自然、歴史文化を活かした本物、非一般向け、唯一無二、稀少かつ特別なもの
- ・出逢いや洞察につながる解説、ストーリー説明

②環境、移動

- ・快適性、プライバシーの確保
- ・一般との棲み分け、シームレスな移動

③食・宿泊

- ・好奇心を満たす体験、地域の食材、食文化、気候風土とのつながり
- ・食嗜好、体調などに応じた選択肢、変更対応の柔軟性

④人材・おもてなし

- ・個々のお客様の興味関心、体調、リクエスト等に応じたガイド、対応
- ・行動サポート、時間管理
- ・ホスピタリティの視点

⑤地域との関係

- ・環境、地域文化等のサステナビリティに対する配慮
- ・地域コミュニティからの理解、地域コミュニティへの配慮

(1) 奄美・徳之島エリア

■実踏の内容

実施日程	9月19日(金)～22日(月)	
旅程	3泊4日	
参加者	【有識者】：下地/國谷	
	【鹿児島県】：矢羽田、梅木	
	【運営事務局】：岩崎	
	【受入地チーム】：熊谷、山下、林	
	【その他参加】：古株、常 (ガイド)	
訪問先・実施内容 (※FAM行程から選定)	・奄美：サイクリング・Thida Moon・泥染め	(視察確認)
	・奄美：海体験・昼食・Thida Moon夕食・	(体験)
	・奄美：黒糖焼酎工場見学・島料理夕食	(説明)
	・徳之島：伝泊	(視察確認)
	・徳之島：世界自然遺産センター・阿権集落・天城岳登山またはトレッキング・闘牛お世話体験	(体験)
	・徳之島：伝泊夕食ケータリング	(説明)
宿泊先	・1泊目：ホテルカレッタ奄美	
	・2泊目：ホテルウエストコート奄美など	
	・3泊目：伝泊近隣ホテル	
意見交換会場	東部集落カフェ	

◎全体設計に関する留意ポイント

<ul style="list-style-type: none"> ・冒頭に3島の概要・差異の理解を促す説明：地理的・地政学的・歴史的背景の違い等 ・それをふまえて、各島で推すコンテンツを再構成する ・お客様が何を知りたいか等を引き出す時間が必要 ・各島のハイライトを詰め込むと過密行程となる、招聘者の疲労、負担感に配慮が必要 ・とくに食は1食のボリューム感が大きい、メニュー重複があり、緩急やバランスが必要
--

(2) やんばるエリア

■実踏の内容

実施日程	9月29日(月)～10月1日(水)	
旅程	2泊3日	
参加者	【有識者】：下地 / 野口	
	【県】：加野、備瀬	
	【運営事務局】：新屋、松田	
	【受入地チーム】：曾根	
	【その他参加者】：宗像(ガイド)	
訪問先・実施内容 (※FAM 行程から 選定)	・ツリーフルハウス リバートレッキング	(視察確認・体験)
	・Bon cote 角谷シェフ監修ブルーゾ ンランチ	(飲食)
	・南瞑森室 集落案内、アスミイ御嶽ツアー、郷土料 理体験	(視察確認 ・説明・体験)
	・サイクリング 株式会社イーチャリティー、ツアーコデ ィネーター篠田、さゆり	(体験)
	・The Terrace hotel グループ テラスクラブ、ブセナテラス	(体験・飲食)
	・今帰仁観光協会 琉球料理伝承人による料理体験	(体験・飲食)
宿泊先	・1泊目：ちちぬうーじ(国頭)	
	・2泊目：ブセナテラス	
意見交換会場	那覇 OPA 02 OKINAWA OFFICE 会議室	

◎全体設計に関する留意ポイント

<ul style="list-style-type: none"> ・自然系のアクティビティ苦手な方への配慮が必要 ・トレッキングなどハードなコースもあるため、事前にリタイア可能の旨お伝えすべき ・車内にクーラーボックスを設置、おしぼり、タオル、冷水、黒糖など準備配慮が必要 ・サイクリングコースは国道で危険なため、安全性を重視したコースに変更 ・全体的に1食のボリュームが多い。食事内容の説明は丁寧に行う ・ツリーフルハウスでの夕食(BBQ)について。セルフでさせないように配慮が必要。

(3) 八重山エリア

■実踏の内容

実施日程	10月14日(火)～16日(木)	
旅程	2泊3日	
参加者	【有識者】：下地、國谷	
	【県】：備瀬	
	【運営事務局】：奥野	
	【受入地チーム】：熊谷	
	【その他参加者】：前田(ガイド)	
訪問先・実施内容 (※FAM行程から選定)	・石垣島： ホテルみやひら・バナナ展望台・ミンサー工芸館	(視察確認)
	・石垣島： 街歩き(池原酒造/桃林寺)・昼食・夕食	(体験)
	・西表島： 星野リゾート西表ホテル・野生生物保護センター	(視察確認)
	・西表島： 滝トレッキング・マングローブカヤック・昼食・夕食	(体験)
宿泊先	・1泊目： ホテルサンシャイン石垣島	
	・2泊目： 西表島ホテル(西表)	
意見交換会場	石垣空港会議室	

◎全体設計に関する留意ポイント

- ・奄美と八重山について、「相違」と「相似」という観点でストーリーを構築し伝えることができるとよい。
- ・食事については、アレルギーはもとより、豚肉、生魚、アルコールなどの適否について事前に確認しておく必要がある。
- ・また、詰め込みすぎずに余白も必要。

(4) 宮古島・本島中南部エリア

■実踏の内容

実施日程	10月24日(金)～25日(土)	
旅程	1泊2日(宮古→本島)	
参加者	【有識者】：下地 / 野口	
	【県】：大城、備瀬	
	【運営事務局】：鈴木	
	【受入地チーム】：江藤、ルド	
	【その他参加者】：國場(ガイド)	
訪問先・実施内容 (※FAM行程から選定)	・ローズウッド	(視察確認)
	・シーウッド	(視察確認)
	・ノホテル(宿泊)	(視察確認・飲食)
	・Okinawan Cuisine 傳饗	(飲食)
	・首里城	(説明)
	・角萬漆器	(説明)
	・育陶園	(説明)
宿泊先	・1泊目：ノホテル(スタンダードツイン1泊朝食付)	
意見交換会場	傳饗(2日目昼食会場)	

◎全体設計に関する留意ポイント

<ul style="list-style-type: none"> ・ストーリーは少しわかりづらかったのもう少し聞けるとよかったかなと感じた。 ・お客様と接する皆様間で情報共有・連携が取れるのかが心配であった。 ・誰もが歴史に興味があるわけではない為、皆さんの趣味、顔をうかがいながら長さは調整した方が良い。 ・体験の中で、見せるもの、プロが説明をするもののメリハリが必要な中、だれがどんな説明をするのかはとても重要。 ・立ってる時間が長くなったり、暑い、寒いという状況を見て、状況に合わせた配慮が必要。長い移動の後は座る場面を用意、暑ければその際に冷たいものを用意する等。 ・ノホテルの夕食については要改善。(サービスのクオリティ、情報共有等) ・シーウッドでの夕食(すき焼き)について。セルフでさせないよう配慮が必要。

4. ファムツアーの実施

4-1 目的及び実施概要

コアゾーンやコアバリューを意識して設定した受入チームごとにファムツアーを実施した。ファムツアーの構成については、統括チームの指示のもとに構築し、コンテンツの商品化やエリア内の販売実績に繋がることを念頭に置き、また地域のDMC、スルーガイド等の育成も視野に実施。基本的に5泊6日程度の行程にて、海外旅行会社及び国内DMCから参加者を招聘のうえ実施。招聘者は、欧米豪の富裕層対応旅行会社、国内では沖縄に送客展開することが可能なDMCから選定。

ファムツアーの実施に先立ち、関係する地域において事業内容の説明及び意見交換会（ファムツアーコースへの意見や盛り込むべきコンテンツ等の情報の提供）を開催した。また、統括チーム会議有識者による実踏を実施し、ファムコースの磨き上げを行った。

■ 3 コース概要

	幹事事業者	対象エリア	テーマ
受入チーム A	株式会社 BOJ	やんばる	Real Blue Zone
受入チーム C	沖縄 JTB 株式会社	宮古・本島中南部	Ryukyu Kingdom : A Millennium of History, A Century of Life
受入チーム B	東武トップツアー株式会社	奄美徳之島・八重山	世界有数の自然の中に息づく島の暮らし

■ 招聘者

	社名
やんばる	<ul style="list-style-type: none">● クリルプリヴェ (日本)● ペアラックス (日本)● Remotelands (アメリカ)● Embarkbeyond (アメリカ)
宮古・本島中南部	<ul style="list-style-type: none">● Oku Japan (日本)● Windows to Japan (日本)● Little Emperors (アメリカ)● TOURS DIRECT (ニュージーランド)
奄美徳之島・	<ul style="list-style-type: none">● Kodo Travel (日本)● KEN 株式会社 (日本)● All World Travel (アメリカ)● Nomade Aventure (フランス)

4-2 有識者からのアドバイス

有識者からは、各コース設計における細かなアドバイスを得るとともに、ファミツアー実施に向けてのチェックリストの作成に関して指導を頂いた。

このチェックリストにより、3つのコースにおける基本的な水準の確保を行うことができた。

《FAM ツアー実施における共通チェックリスト》

○全体行程

- 行程と行程の間の余白が確保されているか。(ゆとりを持たせ、充実感が増す工夫ができていないか。)
- スケジュールの流れを適宜説明できているか。(トイレや給水、シャワー、着替え等のタイミングの安心感の確保)
- インプットが過剰になっていないか。(無になる・何もしない時間があると良い)
- ツアーの始めに、ツアー全体の概要に関するインプットができていないか。また、体験前に伝えたい内容をリマインドできているか。(テーマ、地理的、地政学的、歴史的背景等)
- 湿気や暑さに慣れていないゲストへの配慮があるか。(長い移動の後は座る場面を用意、移動中やホテルでの水の用意、暑い場合は車内でのおしぼりや飴等の用意)

○アクティビティ

- 外のアクティビティが続く場合、お客様の体調に問題がないか、ガイドだけでなく、各事業所とも共有し、ホスピタリティを持って受け入れられるようにする。
- 体験時間を明示できているか。(超過する場合は、一旦中締めをし、残りの体験については説明等に納める)
- ガイドと距離が離れやすい場合、イヤホンガイドなどの手配が可能であれば用意する。
- 歴史的な説明をする際は、西暦を伝えながら説明できると良い。
- 散策等はペース配分が適切か。(ガイドが早すぎる場合あり)
- 一つの体験の中でも、ガイドが説明をする時間と、フリーでゆっくり過ごす時間のメリハリが持てているか。
- ガイドは本当に伝えたいことを精査できているか。(伝えたいことを話しすぎではないか。)
- 体を動かすアクティビティは、リタイアする場合の流れを事前に伝えられているか。

伝統工芸の独自性（世界と比べて、「ホンモノ」「唯一無二」であること等）が適切にインプットできているか。

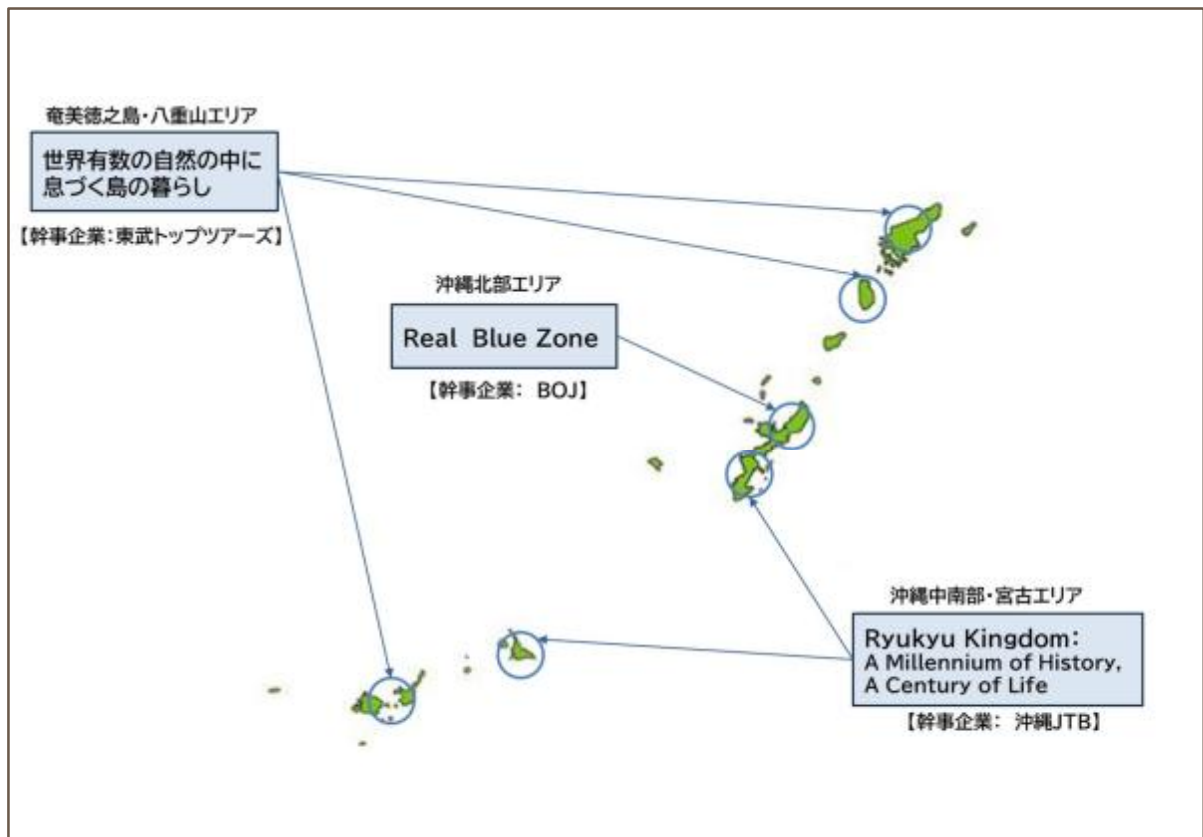
○食事

- 食事ごとに、ボリューム・時間のメリハリを付けられているか。（ランチはライトに、ディナーは強調するなどの変化があるか。）
- ツアー全体を通して、メニューのバランスが取れているか（郷土料理が続いていないか等）
- 食事は温かいもの、冷たいものを分けて提供するよう、事業者と連携できているか。
- お酒が想定される場面において（酒造見学等）ノンアルの方への配慮ができているか。（地元のジュースなどの提供があるとよい）
- アレルギー、宗教などを事前に確認し、提供ができないものを確認できているか。

4-3 ファムツアーの実施

ファミツアーは、有識者のアドバイス、地域からの意見、実踏調査の結果を踏まえ、下記の3エリア（3コース）において実施した。

■実施エリア



(1) やんばるエリア

■受入チーム幹事

B0J 株式会社

■ターゲット

《モダンラグジュアリー》

- ・ ウェルネス志向の旅行者
- ・ 経営者・アーティスト・クリエイター
- ・ サステナブルで文化的価値ある旅を求める層

■テーマ・コンセプト

本物の魅力、OKINAWA Blue zone

やんばるの自然と文化を育んだライフスタイルを体感しながら、「Blue zone」の覚醒を起点とした心身のウェルビーイングツアー。

■招聘者

会社名	参加者（敬称略）	国
クリル・プリヴェ	高野 雅臣	日本
ベアラックス	宮武 宏征	日本
Remote Lands	Sawang Kruangram	アメリカ
embarkbeyond	Laura Shepard	アメリカ

Blue Zone

Northern Okinawa Main Island Area
Theme: Blue Zone

Discover meaningful experiences that highlight the essence of "living healthily and abundantly"—a wisdom often overlooked in modern society. Through Okinawa's traditional lifestyle, rich food culture, and deep human connections, this region offers insights into the secrets of longevity and well-being.

■コース内容



■実施状況



写真：左からツリーフルハウス、南溟森室、リッツカールトン



写真：左から Bon Cote、かっかーの店、琉球料理伝承人の料理教室

■参加者による評価（改善含む）

1. 商品造成・販売意欲

会社名	評価	理由
A社	非常に高まった	より多くの本物の体験活動を提供し、ゲストに地域社会について深く学んだ。
B社	やや高まった	沖縄は豊かな文化と非常にユニークな体験ができる素晴らしい旅行先だと思う。最高評価をつけなかった唯一の理由は、より豪華な宿泊施設が必要だと感じたから。
C社	非常に高まった	この目的地は、ラグジュアリー市場に真に訴求し得る強力な物語性、本物の文脈、そして独自の特性を備えている。

2. ガイディング体験の評価

会社名	評価	理由
A社	非常に魅力が高い	素晴らしいサービスと、私たち全員のケアに優れている。私たちを説明するための深い知識も備えている。
B社	やや魅力が高い	全体的に多くのことを学び、ツアーもとても興味深かったが、時にはもう少し詳しく知りたいと思うこともあった。
C社	非常に魅力が高い	大雨のため、不確実な状況が生じることもあり、現地の体験提供者の中には代替案の準備が不十分だったケースも見られた。雨の中、次の行動が明確でないまま待機を強いられる場面もあった。しかし、Luxe Okinawa / BOJによる全体の調整と運営は、プログラムを通じて一貫して円滑に行われていた。

3. ツアーのホスピタリティ

会社名	評価	理由
A社	非常に良かった	すべてがスムーズで楽しいものであった。
B社	非常に良かった	みんなとても温かく迎えてくれた。
C社	非常に良かった	FAM全体を通じたおもてなしは極めて組織的に行われ、各段階での連携は完璧だった。主催者側は円滑な移行、明確なコミュニケーション、そして私たちの快適さへの細やかな配慮を確実に実現していた。

■参加者の個別的な意見及び改善提案

参加者による指摘	改善提案
テーマ・コンセプト	
インバウンド富裕層は、食事や「生きがい」というテーマへの関心は高いが、参加者は「なぜ長寿なのか」「その要素をどう自身の生活に取り入れるか」という更に深い学びを求めている。（ブルーゾーンへの評価を背景に）	コンセプトの明確性は重要であり、各地域での展開では、特に注意が必要
エリアの説明では、沖縄全体を漠然と打ち出すのではなく、北部（やんばる）などの特定地域に特化し、説得力のあるデスティネーションとしてブランディングすると効果的である。	FAM としては説明を行っているが、指摘点は実際の誘客の際に再度点検する必要はありと理解。
サービスレベル・運営・移動など	
「調理はセルフで」というスタイルは富裕層には不向き。追加料金を設定してでもフルサービスを提供するオプションが必要。	どのようにサーブするかは細かな配慮が必要と認識。負担感は低評価になる。
朝食のパンの量が多すぎる（1人4枚など）点は、サステナビリティの観点からも悪印象を持たれる。	個々の食事への配慮、旅程全体でのバランスも含め、食については特に留意が必要。個人個人のニーズも異なると想定されるため、その辺も考慮が必要。
ローカル感が良いが、運営の「素人感」は払拭し、細部への配慮が必要。	地域の生活感のコンテンツ化と捉えると、バランスや提供方法は十分な検討が必要。
ハイエース等の車両はラグジュアリー層には不向き。清潔で快適な高級車（セダン・リムジンクラス）、スーツ着用のドライバー、車内 Wi-Fi の完備が求められる。	FAM ツアーという前提での交通手段選択であったが、配慮事項として受け止める。
ツアー行程とアクティビティ	
地元のおばあちゃんとの料理体験や、アート・工房訪問などの「オーセンティック（本物）」な体験は、文化に深く触れられるため非常に評価が高かった。	どこに共感し、どのように提供すると良いか、学ぶべき点と理解。
実際の富裕層向け（特に高齢者）には過密であるとの指摘。 (1日のアクティビティを1~2つに絞り、リラックスする休息時間を設けることが望ましい)	FAM という性質上、多くのコンテンツの体験は必須であり、評価を求めることが目的ではあるが、実際の商品化では配慮すべき重要な指摘と理解。
集落散策などは単に歩くだけでなく、職人訪問や人との交流を組み合わせる工夫が必要	地域との関係性は難しい点もあるが、一步踏み込んでいける要素は必要と理解。

宿泊施設	
<p>宿泊は設備が整った高級ホテル（リッツ・カールトン、ブセナテラス等）を利用し、ユニークな施設はアクティビティとして日帰りで訪れる「組み合わせ」が推奨される</p>	<p>「組み合わせ」というキーワードは、サービス全体の中でも重要な指摘。高級感での均一性は必ずしも評価されない可能性がある。</p>
<p>ツリーハウスやユニークな施設は魅力的だが、虫対策やアメニティ、舗装などの面で、一般的なラグジュアリー層が求める快適性とは乖離がある。</p>	<p>ありのままの体験は重要であるが、最善の配慮をバックボーンに持っていないと評価されない。</p>
<p>それでもユニークな施設に宿泊する場合は、不便さを含めた詳細な事前説明と期待値調整が必須。</p>	<p>なぜそこに泊まるのか、全体のストーリーの中での位置づけを明確にし、説明する必要がある。</p>

■ ファムツアーで使用した資料

2025 High Value-Added Inbound Tourism Destination Development Project (S)

Theme	Blue Zone (Northern Area)	Company Name	BOJ Co., Ltd. LUXE OKINAWA
目的地	Kemotokando - Mt. Sawang Kuangram (Tan) do not eat meat or beef and cannot eat sushi (or raw fish) Tan: it would be fine for me that both is made with meat but we would be preferred if without meat.	Date	November 10-15
	Embark/Keynote: Laura Shepard (No dietary restrictions)	Emergency Contact Information	
	ORL MANAGEMENT & Co. Masami Kono (No dietary restrictions)	BOJ: Kumiko Sone (LUXE OKINAWA) * Contact information: +81 75 9043 1226	
	Bear Luxe Corporation: Hirayuki Miyatake (No dietary restrictions)	English Interpreter Guide: Ai Munkata * Contact information: +81 80 1099 1552	



Start Date	Day of Week	Schedule	Start Time	End Time	Guide, Transportation, Fixed Cost, Individual, Notes and Details	Guide	Transportation	Notes and Details
November 9, 2025	Sun				Naha Airport to Hotel by Taxi		Arrange 2 taxis Airport-Hotel collective	Taxi Arrangement Details ① Name: Laura Shepard 1 person November 9: JL519 (arrives 13:25) From Naha Airport to Hotel Collective ② Name: Sawang Kuangram 1 person November 9: FD240 (arrives 14:55) From Naha Airport to Hotel Collective
		Day0			Pre-stay 2 overseas agents, 2 rooms Hotel collective with breakfast („Japanese/Western buffet“)			
November 10, 2025	Mon	Day1	11:00		Meet in Naha Airport Arrival Lobby: Self-introductions, etc. (Approx. 5 min)	Ai Munkata	Private Transportation (taxi)	9:00: Pick up rental car (Sone) 10:00: Pick up 2 overseas agents at their hotel and head to Naha Airport
					Travel (H4Ave)	Ai Munkata	Private Transportation (taxi)	* Explain necessary details and this Fam's theme during the drive Rear seats: Inlets, Guide Front passenger seat: Jelly
			12:00	14:00	Welcome lunch at Sun cafe (Okinawan cuisine with local herbs and ingredients, modernized)	Ai Munkata	Private Transportation (taxi)	* If weather permits, champagne welcome toast on the beach behind the restaurant * As river trekking follows, alcohol limited to toast; lunch served with herbal tea
			14:00	15:00	Travel (H4Ave)	Ai Munkata	Private Transportation (taxi)	
			15:00		Treeful Treehouse Sustainable Resort Room Assignments: Bamboo Tree Full Tree House: Mt. Miyatake Aero House 1: Ms. Laura Shepard Aero House 2: Mr. Sawang Kuangram (Tan) Aero House 3: Mr. Takami / Munkata. Beware of the wedding guests changing with headbutts	Ai Munkata Hotel staff	Private Transportation (taxi)	Beware of the wedding guests changing with headbutts
			15:00	16:15	River Trekking 15:00-15:30 Welcome Drink, Check in, Change Time 15:30-16:15 River Trekking* Munkata 16:15-16:30 River Trekking Tour	Ai Munkata Hotel staff	Private Transportation (taxi)	* Shoes are available for rent, but wear comfortable clothing suitable for movement, and that can get wet (bring your usual insect repellent if you have it).
			16:15	17:00	Facility information	Ai Munkata Hotel staff		
			17:00	18:00	Break	Ai Munkata		
			18:00	20:00	Around 18:00 Dinner 20:00 Staff service ends	Ai Munkata Hotel staff		
November 11, 2025	Tue	Day2	8:00		Breakfast at the Treeful Treehouse Sustainable Resort			
			9:00		Depart from hotel accommodation	Ai Munkata	Private Transportation (taxi)	* Guides and staff will arrive at Treeful Treehouse at 8:30 AM
			9:00	9:30	Travel (H4Ave)	Ai Munkata	Private Transportation (taxi)	Rear seats: Inlets, Guide Front passenger seat: Jelly
			9:30	10:00	Restroom break at Naha (in Castle Ruins parking lot) Drive to Naha Train entrance	Ai Munkata Takizawa	Private Transportation (taxi)	
			10:00	12:00	Walk from Naha Train to Naha (in Castle Ruins)	Ai Munkata Takizawa	Private Transportation (taxi)	* Derived from „Naha,“ meaning „off“ or „taken away“ in the Okinawan language, this tour follows historic paths along cliffs and mountain ridges to visit sacred sites and revered sites.
			12:10	12:30	Travel (H4Ave)	Ai Munkata	Private Transportation (taxi)	Rear seats: Inlets, Guide Front passenger seat: Jelly
			12:30	14:30	Cooking experience with Ryukyuan cuisine instructor Integrated tour learning food history and making traditional „shimuki“ cookies	Ai Munkata Munkata	Private Transportation (taxi)	4 people for sweets making, 6 people for royal court cuisine (4 people + Ryukyuan cuisine tradition beamer's assistants (Sone, Jelly)
			15:30		Nametsuhitsu Bedroom 2 nights/3 days Nanbaru Hotel Nanmet Forest Room - 4 buildings exclusively reserved	Ai Munkata Sherpa	Private Transportation (taxi)	Room assignments: Japan Hiashi (Aom): Miyake Japan Canine (Sue): Laura Nakabonnan (SBC): Tai Nakafukaya: Takami
			15:30	16:00	Nanmet Bedroom: Check in Procedures	Ai Munkata Sherpa		
			16:00	16:30	Explore „Jozebu Village“ recognized as a region associated with longevity and Blue Zones	Ai Munkata Sherpa		
			16:30	18:00	Break	Ai Munkata Sherpa		
			18:00	20:00	Local Ingredients BBQ * Live Dance Performance by the Village Youth Association in the	Ai Munkata Sherpa		
November 12, 2025	Wed	Day3	7:40	8:00	Breakfast cooked in a traditional earthen stove (Kushu)	Sherpa		* While kamado-style rice toast isn't the secret to longevity in Blue Zones, the careful cooking method of kamado-style rice preparation embodies the healthy, simple eating habits practiced by Blue Zone residents.
			9:00	9:30	Travel (Denka)		Private Transportation (Denka)	Meet at Kushiro's room at 8:50 AM (Guide and reception team)
			9:30	12:00	Ascending Sacred Anzumi (Uki) with a Yuta. (Suff. Revised Today) *New Yuta Tours Also Briefly Introduced	Ai Munkata Sherpa	Private Transportation (Denka)	Participants: 4 invited guests, 1 prefectural official, Guide, Jelly, Nogi
			12:00	14:00	Lunch at Kakke no Misa using local herbs	Ai Munkata Sherpa Local Guide	Private Transportation (Denka)	* Vegetarian plate featuring locally harvested herbs Participants: 4 invited guests, Guide, Sherpa, Local guide, Jelly, Nogi * Nearby there is a chocolate shop using local cacao and ingredients
			14:30	15:30	Yanbaru Shuzo Brewery Tour and Tasting Tasting of Original Herb-Infused Awamori by Our Traveling Chef Yachiman Kibu Tour	Ai Munkata Sherpa Sunaga chef	Private Transportation (Denka)	* Nearby there is a chocolate shop using local cacao and ingredients, as well as a pottery studio run by local artisans. If time permits, we can arrange a visit.
					Tour of Local Artist's Yachiman Pottery Kiln		Private Transportation (Denka)	
			15:30	16:00	Travel (Denka)		Private Transportation (Denka)	
			16:00	17:00	Nanmet Bedroom: Rest in your own room	Ai Munkata Sherpa		
			18:00	20:00	Dinner with local grandma featuring regional cuisine (at Kiyoka village) * San-oku performance by 2 professionals during dinner (7:30 PM ~ 8:00 PM)	Ai Munkata Sherpa		Experience the traditional Okinawan instruments, the sanshin and kashahu (bassho) is a hand dance performed at celebrations and other festive occasions in Okinawa.
November 13, 2025	Thu	Day4	7:30		Breakfast: A local cafe sandwich will be delivered to each guest's accommodation by a Sherpa.			*You may select your sandwich type the day before.
			8:40	9:00	Travel (H4Ave)	Ai Munkata	Private Transportation (taxi)	Rear seats: Inlets, Guide Front passenger seat: Jelly

				9:00	10:00	Itinerary: Shioya Village Walking Tour (1.5 hours, cycling) • Starting/Departure: Roadside Station Yamano-no-Mori Visitor Center • Route: Visitor Center → Shioya Bay Area → Shioya Village Walk → Return to Visitor Center • Distance: Approx. 8-9km (one-way) • Luggage: 167cm • Tan Height: 165cm	Ai Munkakata Cycling Guide	(Private Transportation)(Hase)	• Details: 8 e-bikes (4 participants + 2 bike guides + 1 interpreter guide + BOJ) • Storytelling by local guide Maki (from the perspective of her grand/father, a native of Shioya) • Introduction to local culture during the village walk • Introduction to "The Essence of Blue Zones" covering health and longevity, food culture, and family values • Rainy weather alternative program → Generally proceeds even in rain, but may switch to walking village tour instead of cycling depending on rainfall intensity		
				10:30	11:30	Travel (H-Ace)	Ai Munkakata	(Private Transportation)(Hase)	Rear seats: Invites, Guide Front passenger seat: Jety		
				11:30	13:30	The Ritzy-Caffon Okinawa Preview and Lunch Okinawa soba with Wagyu beef (3 people, Arthur soba: 1 person, Regular soba: 4 people)	Ai Munkakata (Hotel Staff)	(Private Transportation)(Hase)	Participants: 4 invited guests, guide, 3 BOJ members, 1 Ritzy-Caffon representative		
				13:30	13:35	Travel (H-Ace)	Ai Munkakata	(Private Transportation)(Hase)	Rear seats: Invites, Guide Front passenger seat: Jety		
				13:35	14:00	The Terrace Club Wellness Thalasso at Busena G1	Hotel staff				
				14:00	15:30	Thalasso Spa Tour (2 1/2 hours) Gradually activates metabolism through Thalasso Pool, Hammam, and Aromal Napping, then calms the body, stimulating both sympathetic and parasympathetic nerves. A basic tour program to enjoy relaxation & refreshment.	Hotel staff				
				15:30	17:00	Final meal at the Terrace Club Lounge for Terrace Club guests. "Hawai at Terrace Club Lobby" Final toast while watching the sunset at Busena Bar (2nd floor) Wellness Cuisine Course for 8 guests	Hotel staff				
				17:10	18:00	Sunset toast on the final day at Busena Bar (2nd floor)	Ai Munkakata				
				18:10	20:30	Wellness Cuisine Course for 8 guests	Ai Munkakata		A wellness-focused dinner with calorie-controlled meals		
November 14, 2023	Hi	Day1		9:00		Departure from The Terrace Club Wellness Thalasso at Busena	Ai Munkakata	(Private Transportation)(Hase)			
				9:00	10:00	Travel (H-Ace)	Ai Munkakata	(Private Transportation)(Hase)	Rear seats: Invites, Guide Front passenger seat: Jety		
				10:00	11:00	Tour of Uta Terrace & Our Farm Inspection	Ai Munkakata	(Private Transportation)(Hase)			
				11:00	12:00	Travel (H-Ace)	Ai Munkakata	(Private Transportation)(Hase)	Rear seats: Invites, Guide Front passenger seat: Jety		
				12:00	13:00	Farm Feedback Meeting over Meal at Hotel Collective	Ai Munkakata	(Private Transportation)(Hase)			
				13:00		Joint Business Meeting Venue: Hotel Collective, Medium Banquet Hall (2-9-7 Mahala, Naha City, Okinawa Prefecture) • Business Meeting Content Note) Number of participating businesses to tentatives ①IHAM Tour invites (12 companies, overseas & domestic); Buyers ②Companies primarily targeting the Europe, America, and Australia markets, with proven track records handling high-value-added travel products highly compatible with the Okinawa/Amami area, and expressing intent to send customers to the Okinawa/Amami area in the future (5 companies based in Europe, America, and Australia); ③Domestic DMCs expressing intent to send customers from the Golden-Route to the Okinawa/Amami area in the future (6 companies) ④Local Tour Content Providers (12 companies); Sellers ⑤Regional businesses (12 companies) providing accommodation, meals, experience programs, etc., at various locations for this IHAM Tour (2 companies) ⑥Business meetings with overseas buyers will be conducted directly by participating businesses themselves (in English) ⑦Please prepare detailed materials for the business meetings • Program: - 13:00- Doors open/ briefing - 1:30 PM- Business meetings begin - Around 4:00 PM Business meetings end - Around 4:30 PM Closing					
				17:00		Transfer to the airport (H-Ace arranged by the secretariat)			* Those returning the same day: BOJ (Jety), 1 domestic DMC The host learn representative will also accompany them to the airport.		
						2 overseas agents, 1 domestic DMC, Mr. Naguchi Naha Terrace Deluxe Twin Rooms: 2 rooms, 1 night with breakfast included					
November 15, 2023	Sun	Day2				Naha Airport Transfer (Taxi)			• Taxi Arrangement Details ①Name Laura Shepard: 1 person November 15: JL902 (departs 10:20) from The Naha Terrace (departure 8:00) to Naha Airport ②Name Sawang Ruangsriam: 1 person November 15: NHT62 (departs 11:00) from The Naha Terrace (departure 9:20) to Naha Airport		

(2) 本島中南部・宮古島エリア

■受入チーム幹事

沖縄 JTB 株式会社

■ターゲット

《ハイエンド～アッパーミドル：文化・歴史に高い関心を持つ知的好奇心》

- ・ 50 代後半～70 代前半（ハイエンド～アッパーミドル層）
- ・ 文化・歴史に高い関心を持つ知的好奇心旺盛な層
- ・ 経済的に余裕があり、質の高い体験を求める
- ・ リタイア後や長期休暇を利用して旅行する層

■テーマ・コンセプト

Ryukyu Kingdom

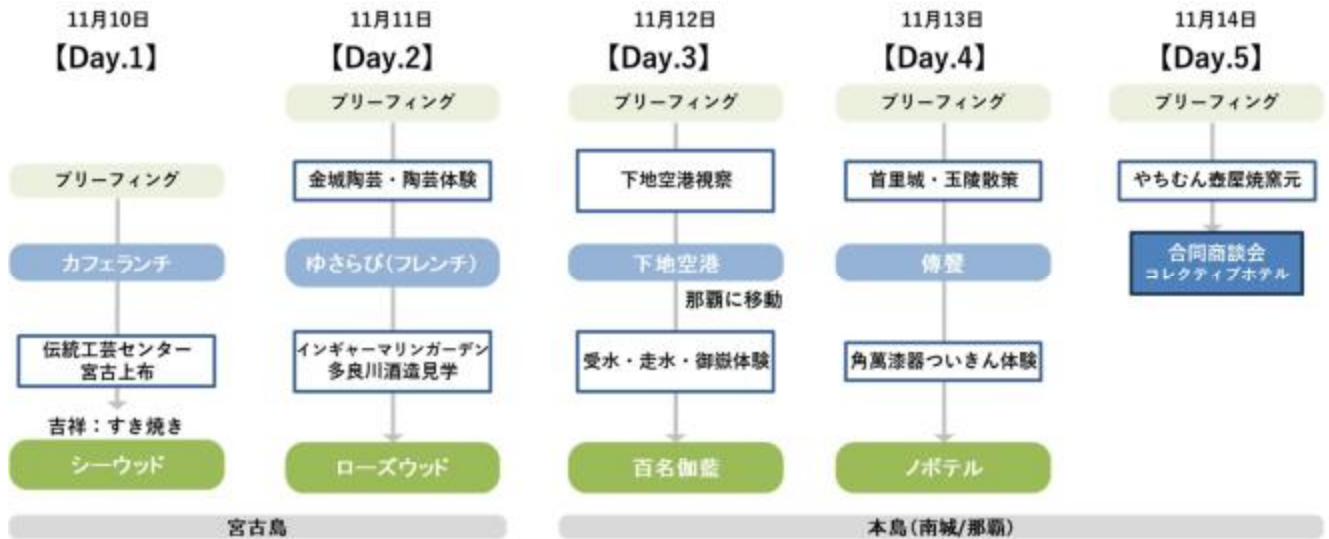
碧い海から琉球王国へ、究極の沖縄紀行琉球王国の千年の歴史と文化を巡り、現代沖縄の知恵に触れる旅。

■招聘者

会社名	参加者（敬称略）	国
Oku Japan	Hiroyuki kawaguchi	日本
Windows to Japan	Ryoko Nishio	日本
Little Emperors	Milly Watkins	イギリス
TOURS DIRECT	ANDOREA AMGOIRE	ニュージーランド



■コース内容



■実施状況



写真：左から百名伽藍、ローズウッドホテル宮古島、シーウッドホテル



写真：左から角萬漆器×上江田シェフ「琉球 Afternoon Tea」、ノホテル

■参加者による評価（改善含む）

1. 商品造成・販売意欲

会社名	評価	理由
A社	やや高まった	歴史と文化に彩られたこの場所（首里城、漆器）は、ニッチながらも非常に魅力的。
B社	非常に高まった	新しいアクティビティや繋がりを見つけることができた。
C社	非常に高まった	文化と伝統についてたくさんの学びがあった。
D社	非常に高まった	島を見て体験できたので、販売がスムーズになりました。

2. ガイディング体験の評価

会社名	評価	理由
A社	非常に魅力が高い	ガイドのスキルだけでなく、お二人ともこの地域に対してとても情熱的であることが分かった。
B社	非常に魅力が高い	本当に素晴らしい。ぜひ連絡します！プロフェッショナルでありながらフレンドリー。素晴らしい。
C社	非常に魅力が高い	二人のガイドは、ともに素晴らしい。
D社	非常に魅力が高い	二人のガイドは、どちらも素晴らしく、フレンドリーで、魅力的で、非常に知識が豊富だった。

3. ツアーのホスピタリティ

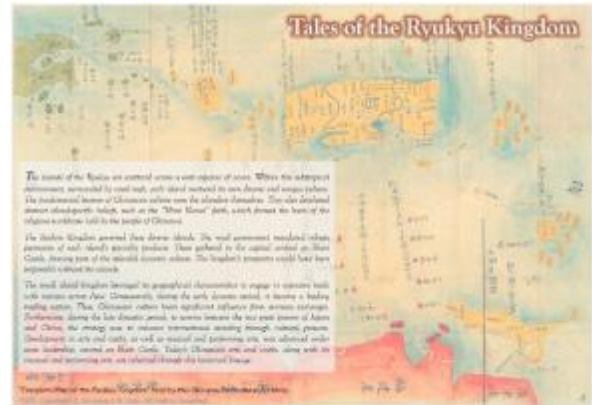
会社名	評価	理由
A社	まあまあ良かった	とてもきちんとしていて、細やかな気配りがある。
B社	非常に良かった	日本最高のおもてなし。
C社	非常に良かった	皆さんとても歓迎してくれた。
D社	非常に良かった	私たちが接したすべての人のおもてなしは、フレンドリーで歓迎的で、文句のつけようがない。

■参加者の個別的な意見及び改善提案

参加者による指摘	改善提案
日本国内における沖縄の距離	
<p>ニュージーランドから日本に来るまでも長距離なので、ゴールデンルートからの距離は気にならない。むしろそれだけの価値のある地域なので問題ない。ヨーロッパ内の移動に比べたらそんなに大きな距離ではない。</p>	<p>ゴールデンルートからの誘客の可能性に対してのコメント、前向きに受け止めたい。</p>
体験コンテンツ	
<p>自ら手を動かす場面が良かった。特に作り手との対話ができただことは、自身のクリエイティビティを發揮しつつ学べる特別感があった。</p>	<p>伝統工芸の本質に触れるような体験はその環境をつくることの困難さはあるが、非常に訴求するコンテンツであることが確認できた。高付加価値化の可能性が大きいコンテンツである。</p>
<p>金城陶芸は良かった。ただ体験ではなく、その後ろのストーリーがあり、そのストーリーがしっかり伝わってきた。</p>	
<p>陶芸は特に素晴らしかった。</p>	
<p>泡盛の酒蔵見学も、現地ならではの作り方であり、沖縄ならではの物なので体験できてよかった。</p>	<p>地域で育んできた本物の体験は高評価に繋がる。</p>
<p>泡盛の酒蔵自体は素晴らしかった。ただプライベート体験にして欲しい。特にウルトラハイエンドは他の方と一緒に嫌がる。</p>	<p>FAMによる制約があったが、そのような配慮は必要と理解。</p>
<p>ノホテルのプライベートパフォーマンス（琉球舞踊、民謡）は最高だった。プライベートな空間で、あのような近くで体験できるのはなかなかなく、京都の芸子体験にも匹敵する。また、見るだけではなく、参加する（カチャーシー）ことも大きな魅力と感じた。</p>	<p>誇るべき文化を分かり易く伝え、さらには自らも参加することで、その価値の理解が深まることを確認。</p>
食の提供	
<p>フルコースのランチとディナーが続いて、量が多かった。残すのは失礼と感じてしまう。</p>	<p>個々の食事への配慮、旅程全体でのバランスも含め、食については特に留意が必要。個人個人のニーズも異なると想定されるため、その辺も考慮が必要。</p>
<p>今回の趣旨を理解はしているが、行程を通しての食は、1つ大きくしたら他を軽くする等もう少しバランスは取れたらよかった。</p>	

<p>どれを食べるか選べることで自分で調整できると良い。今回は FAM ツアーだから見せるためというのはわかっているので、実際に受け入れる際は配慮してほしいと思う。</p>	<p>どのようにサーブするかは細かな配慮が必要と認識。個人ニーズを理解しておくことが重要と認識。</p>
<p>海外のお客様にとって、日本は食べにくい食材が多いと感じている。例えば、白子や山羊、イラブーなど、実際に食べることを敬遠する方が多い。ただ、食文化として紹介することは重要。</p>	<p>食文化の違いがあることは十分理化して対応する必要があり、文化というように整理するなら紹介方法自体をコンテンツ化することも必要。</p>
<p>その他</p>	
<p>宿泊施設については全体的に素晴らしかったが、ホテル内の体験ももう少し体験してみたかった。</p>	<p>FAM の役割として対応すべき点と理解。</p>
<p>ハイエンドとはいえ、プライベートな空間だけでなく、普通の空間も楽しみたい。</p>	<p>FAM は、多くのコンテンツを紹介することが目的ではあるが、実際の行程を想定して、全体バランスには配慮が必要。</p>

■ ファムツアーで使用した資料



DAY 5
14 NOV
Thu

Building partnerships for the future
Yachinza poetry workshop visit and business meetings with Okinawa-based companies

Breakfast at the hotel

9:30
Yachinza Poetry Studio Visit
Visit the workshop of Yachinza, one of the representative poets of Okinawa. We will enjoy the workshop of Yachinza.

12:00
JTB Tour Breakfast Meeting at Hotel Collective

11:00-11:15
Business Meeting with Tourism-Related Companies

17:15
Arrive at Naha Airport

Departure to various destinations

14

Myokina Karima Resort Seawood Hotel
A tropical resort situated in a beautiful bay, offering the finest of luxury over the sea.

Rosewood Miyakojima
The Okinawa premier resort features lush hotel villas offering unparalleled luxury and service in an exclusive island location.

Accommodations

Myokina Ocean
A prime 5-star resort where the day unfolds over panoramic views of perfect beaches.

Novotel Okinawa Naha
A luxury international hotel in the heart of Naha, offering modern accommodations and exceptional dining in an exceptional urban location.

15

LEONIE TOUTOU
00/FRENCH Language:   

Tour Guides

SAKI ROKUBA
00/JAPANESE Language:  

12

Tour Coordinator

YUKI ITO
Manager
Okinawa Tourism Customer Center
Okinawa JTB Corp.

MIRI TOKITA
Okinawa Tourism Customer Center
Okinawa JTB Corp.

Participants (Only customer names listed)

- Little Emperors & Co., Ltd. London/United Kingdom
- Oku Japan Co., Ltd. Kyoto/Japan
- Tours Direct Ltd. Auckland/New Zealand
- Windows to Japan Co., Ltd. Kyoto/Japan

Observer

This FPAI tour is conducted as part of the Japan Economic Agency's "2024 Visit-Via-Add-Innovate Business Development Development Project". Therefore, please be advised that for certain parts of the itinerary, officers from the Okinawa Prefectural Government and related organizations may accompany us for the time for the purpose of project inspection.

13

Emergency Contact

Yachinza ETC/ETC(Tour Guide)
+81-80-9853-1794

Yoko ETC(Tour Coordinator)
+81-80-9853-1781

Okinawa Tourism Customer Center, Okinawa JTB
+81-98-860-2566
(Weekday 9:30-17:30JST)

qt_oki@okw.jtb.jp

JTB
Perfect moments every day

16

(3) 奄美・徳之島・八重山エリア

■受入チーム幹事

東武トップツアーズ株式会社

■ターゲット

《モダンラグジュアリー》

- ・ ソフトアドベンチャー30～50代中心
- ・ 自然との一体感・身体的達成感を求める層
- ・ 地元食文化や人との交流も重視

■テーマ・コンセプト

Biodiversity and Peoples lives in the Four Islands in Okinawa & Amami

世界遺産の生物多様性の自然とそこに暮らす人々の営みを体感する。

■招聘者

会社名	参加者（敬称略）	国
KODO Travel	Shannon Walker	日本
KEN(株)	田中 貴章	日本
All World Travel	Garrett Snowbeck	アメリカ
Nomade aventure	Zoe MAZOUZI	フランス



FAM TRIP TO OKINAWA & AMAMI

7th – 14th November, 2025

Last updated 2025/10/31

Showcase Tour of Biodiversity and People's lives in the Four Islands in Okinawa & Amami

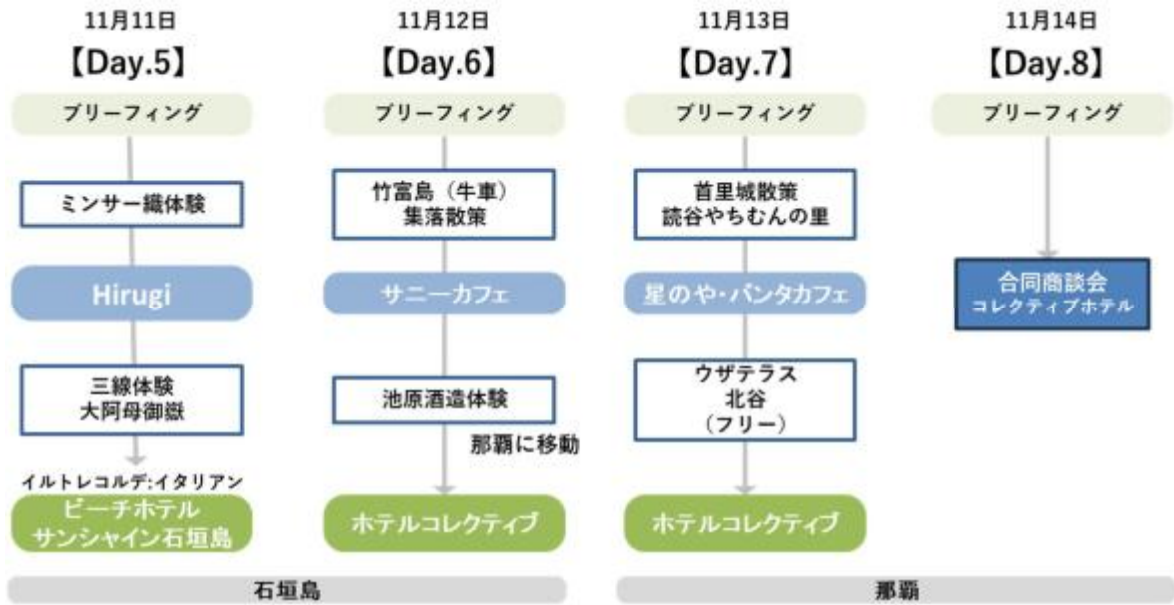
This program showcases the most captivating features of various regions designated as UNESCO World Heritage sites. The Islands of Destination are Amami Oshima, Tokushima, Ishigaki, and Iriomote. These beautiful islands comprise Nansai Island, stretching from southwestern Kyushu to northern Taiwan. Blessed with a subtropical climate, these islands, each with its unique geography and historical journey, have fostered their own rich and diverse cultures.

This is one of the FAM trip series conducted as part of the Project for Developing High-Value Inbound Tourism Destinations implemented by Okinawa Prefecture.

■コース内容（前半）



■コース内容（後半）



■実施状況



写真：左からティダムーン、伝泊



写真：左から FISH、カフェ前里

■参加者による評価（改善含む）

1. 商品造成・販売意欲

会社名	評価	理由
A社	非常に高まった	地域のガイドやオペレーターと知り合い、関係を築く絶好の機会。この地域をクライアントに広める自信が持てた。
B社	非常に高まった	素晴らしい行程で、各地域、各観光箇所で非常に特別感のある体験、プランをご紹介頂いた。台風で予定していた行程が実施できなかったが、天候に左右されつつも、臨機応変にご対応頂き、地域の素晴らしい見所を数々ご紹介頂いた。
C社	非常に高まった	今回参加させて頂いたコースは、日本人でもなかなか訪問する事が難しく、かなり特別感のある内容であり、弊社のゲストのご希望に沿える可能性を感じた。
D社	非常に高まった	沖縄と奄美に焦点を当てた今回の視察は、お客様の旅程に組み込むために直接体験できた。

2. ガイディング体験の評価

会社名	評価	理由
A社	やや魅力が高い	すべてのガイドは素晴らしかったが、今後ゲストの案内経験を積むことで、より自然な語り口が身につくはずだ。台本通りの講義形式の案内ではなくなるだろう。
B社	非常に魅力が高い	「わざわざその地域に訪問して、体験する」という特別感を出していたと思う。
C社	非常に魅力が高い	プランは地元の方々との信頼関係を築いたコーディネーター、ガイドの方がいないとなかなか実現は難しい内容だ。
D社	非常に魅力が高い	各ガイドは非常に知識が豊富で人柄も素晴らしかった。また、それぞれのガイドが故郷の島々に対して非常に情熱的で、知識や歴史を共有することに熱心だった。

3. ツアーのホスピタリティ


会社名	評価	理由
A社	非常に良かった	全体にホスピタリティと温かさで歓迎されます。
B社	非常に良かった	各地でお会いした方々、ガイドさん、コーディネーターさん皆様の厚いおもてなしが大変印象に残っている。
C社	非常に良かった	私たちのために尽力し、台風も回避してくれた。これはお客様の旅行中に課題が発生する中で重要な点である。
D社	非常に良かった	どこに行っても皆が本当に魅力的で温かく迎えてくれた。旅行のあらゆる瞬間を満喫できるよう、人々とサービスが徹底して配慮されていた。

■参加者の個別的な意見及び改善提案

参加者による指摘	改善提案
FAM の内容全体	
<p>一つのマーケットに焦点を当てるのではなく、幅広い体験、宿泊施設、食事処を提供してくれました。これは、異なるライフスタイルやオファーを持つ様々な層の訪問者の体験に対応できる内容であるため、良かった。</p>	<p>縄の新しい魅力を掘り起こすきっかけになるFAMを実施できたことは次につながるものと理解。</p>
<p>我々日本人でも普段あまり訪れる機会のない各島嶼地域を巡ることができ、今まで知らなかったところを知れたのは非常にプラスになった。</p>	
<p>悪天候の中でもアジャストできる内容があるということを知れて良かった。</p>	<p>今回は悪天候にて離島プランを中止したが、代替プランによりフォローできた。一方で、代替プランではなく、同等の品質の準備が重要と理解。</p>
<p>悪天候の場合のセカンドプランをあらかじめ提案していくことが、特にアクティビティ系は天候に左右されやすいため、販売には不可欠。</p>	
商品造成、商品としての成立	
<p>ナショナル DMC（海外のエージェントと繋がっているところ）と地元のローカル DMC がきちんと繋がり、商品造成・販売までできるような道ができれば良いと感じた。</p>	<p>今回の FAM では地域側の DMC が弱く、今後の課題と理解。</p>
<p>良いものでも売れないと意味がないので、いくらで販売し、いくらで利益を残すのかが課題になる。</p>	<p>上記に関連しつつ、地域側でもコーディネートから原価の理解、価格設定のプロセスのノウハウ構築が必要。</p>
<p>業者のリストを載せるのではなく、「この方はこれが一番良い」「安全性の面ではこの方が一番良い」といった、詳細で的確な情報が必要。</p>	<p>バイヤーへの情報提供のあり方としての指摘は参考になる。</p>
体験コンテンツ	
<p>アクセスの悪さが、かなりの特別な体験（特別感）につながっていると感じた。</p>	<p>コンテンツの魅力化の考え方として理解、沖縄では特に重要。</p>
<p>お客様を島に呼び込むためには、まず海、マリーアクティビティ、フィッシング、ダイビングといった要素があり、そこに来てもらって、さらに深い文化を見てもらうという流れが必要。</p>	<p>既に浸透してるイメージや価値との差別化ではなく、それらを通しての新しい魅力の見せ方という発想が重要と理解。</p>

<p>アメリカでは今、ハネムーンでアジアに来る傾向があり、日本のゴールデンルートに続き、国内でビーチでのリラックスを提供できることが求められる。バリ島に行く代わりに、それを日本で全て解決できる形で提案できると良い。</p>	<p>マーケティングの視点として、今後の参考になる。</p>
<p>スルーガイドの在り方</p>	
<p>歴史的・文化的な背景があり、重みのある内容ですが、ガイドがしっかりとニュアンスを失わずに説明できないと、その価値（バリュー）が薄れてしまうため、そこが今後の課題。</p>	<p>今後の課題の一つとして、スルーガイドの育成があるが、今回の FAM からその重要性や役割、スキルなどについての指摘があり、重要性を再認識。 なぜそこに泊まるのか、全体のストーリーの中での位置づけを明確にし、説明する必要がある。</p>
<p>英語だけではなく、フランス語、ドイツ語、スペイン語といった多言語対応が必要。</p>	
<p>検索して出てくる情報だけでなく、それを案内できるガイドがいないとそこに辿り着けない、というようなものが特別感のあるものだと考えられる。</p>	
<p>その他</p>	
<p>各島に対して、ビジュアルアイデンティティやテーマを設定することが重要。</p>	<p>沖縄の離島のブランディング、個性化という点で参考になる指摘。</p>

■ ファムツアーで使用した資料



FAM TRIP TO OKINAWA & AMAMI

7th – 14th November, 2025
Last updated 2025/10/31

Showcase Tour of Biodiversity and People's lives in the Four Islands in Okinawa & Amami

This program showcases the most captivating features of various regions designated as UNESCO world heritage sites. The islands of Okinawa are Amami Oshima, Taketomi, Ishigaki, and Iriomote. These beautiful islands comprise Nansei Islands, stretching from south-western Kyushu to northern Taiwan. Blessed with a subtropical climate, these islands, each with its unique geography and historical journey, have fostered their own rich and diverse cultures.

This is one of the FAM trip series conducted as part of the Project for Developing High-Value Islanded Tourism Destinations, implemented by Okinawa Prefecture.

General Information



Transfers during the tour

- Within each island: Private transportation (van, car)
 - ✦ The transfer between the port and the hotel in Iriomote, we might have other passengers. (Depending on the situation.)
- Between the islands: Flights via JAL (group ticket has been arranged)

Climate in the Nansei Islands in November

- Average daytime temperatures are around 24-26°C (75-79°F) and cooler evenings.
- Humidity drops from summer levels, and a refreshing northern breeze.
- There may be occasional rain; most days are sunny or partly cloudy.
- The sea remains warm enough for snorkeling or beach walks.

Wi-Fi and mobile connectivity

- While it is generally easy to stay connected in populated areas, please note that mobile and Wi-Fi services are limited to remote mountainous areas.
- Especially in Iriomote Island, the coverage area is very small compared to the other islands.
- Wi-Fi is available at every accommodation during this tour, but wifi access in Iriomotejima hotel is minimal.

Electricity & Power Supply

- Electricity supply is not an issue on any of the islands included in this tour.
- Japan's standard voltage is 100V with the plug type A.

1

Packing list

Clothing

- Comfortable clothing suitable for outdoor activities
- Lightweight, breathable long-sleeve shirt and pants
- Water-repellent windbreaker or light jacket
- Hat or cap for sun protection
- Comfortable walking shoes
- Flip-flops for beach walk

Accessories

- Sunglasses
- Towel or hand towel.
- Reusable water bottle
- Small backpack or daypack
- Rainwear
- Seasickness pill (if you need)
- Mobile power charger (optional)
- Pocket Wi-Fi (optional)



FY: Image for concealing activity

2

Participants & Staffs

Participants

(Domestic Travel Company)
Mr. Shannon Joel Walker, Kedo Travel
Mr. Takashi Tanaka, KEN travel

(Overseas Travel Company)
Mr. Garrett Snowbeck, All World Travel
Ms. Zoe Massul, Nomade Adventure

Staffs

TC (Tobu Top Tours Okinawa)
Ms. Aoiho Oshino (Attending Amami & Taketomishima) 070-3262-6889
Mr. Kazuki Komagai (Attending Ishigaki & Iriomote) 080-2292-2021

Amami

Mr. Selya Kokubo (Guide)
Ms. Kumiho Yamashita (Coordinator)

Taketomishima

Ms. Kanako Tsune (Guide)
Ms. Fumi Akimaru (Interpreter)

Ishigaki & Iriomote

Ms. Yuka Maeda (Guide & Coordinator)

Please join the WhatsApp Group for this FAM Trip.



3

Monday, 10th November

Morning

- Breakfast is pre-set in each lodge's refrigerator.
- Check out and pick up at **8:30** from Iain-cho lodges.
- Check out and pick up at **9:30** from the Amagi-cho lodge.
- **Culted nature walks** in the Matsubara Hiking Trail
 - About 2 km in total, three waterfalls can be seen along the route.

Afternoon

- **Flight** from Tokunoshima (TKN) to Ishigaki (ISH)
 - 12:00-12:25 Tokunoshima to Okinawa (JAL371)
 - 12:55-13:45 Okinawa to Naha, Okinawa (JAL376)
 - 14:05-15:55 Naha to Ishigaki (QTA007)



8

**Locations of the visiting spots:
ISHIGAKI**



Monday, 10th November

Late afternoon - Evening

- Arriving at Ishigaki Airport at **15:55**
- Visit **Banna Park** on the way from the airport to the hotel, for introduction to Ishigaki & Iriomote islands.
- **Dinner** at local teppan yaki steak restaurant for Ishigaki Beef from **19:30**

Tuesday, 11th November

Morning

- Breakfast at the hotel (venue opens at 6:30)
- Check out and departure from the hotel at **9:00**
- Visit **Minsa Kogei-san**, textile workshop center and experience weaving the textile.
- Lunch at a local restaurant, Hirugi - local dishes

9

**Locations of the visiting spots:
IRIOMOTE**



Tuesday, 11th November

Afternoon - Evening

- Take the ferry from Ishigaki to **Uehara** at **15:30**
 - Depending on the weather conditions, we will take to the ferry to **Oshara** port (departing at 14:40)
- Enjoy the sunset from the local sacred beach, Todumari-Hama, just behind the hotel. (depending on weather conditions)
- **Dinner** at local restaurant, Risbania Tera Iriomote from **18:00**

Wednesday, 12th November

- Breakfast at the hotel (venue opens at 6:45), please come to the lobby by 8:30.
- Pick up by the activity operator at **8:30**
 - **Canoeing in the mangrove river**
 - Clothing changing time is secured after the canoeing.
 - Lunch at a local restaurant
 - Visit the **Iriomote Wildlife Conservation Center**
 - **Subtropical rain forest trekking**
 - Shoes for canoeing and forest trekking will be prepared.

10

- Return to the hotel at/around 16:30, with a 2-hour break.
- **Dinner** at the hotel restaurant from **18:30** (buffet dinner)

Thursday, 12th November

Morning - Afternoon

- Breakfast at the hotel (venue opens at 6:45 - L.O. at 9:30)
- Check out and departure from the hotel at **10:00**
- Transfer to **Oshara** port to take **ferry** departing at **11:30**
 - Depending on the weather conditions, we will take the ferry from Uehara port (departing at 11:40)

[ISHIGAKI island]

- Lunch at a local pizza restaurant, Pizzeria il Tre corde
- Visit the **Awamori Factory**, Nahaara Distillery before transferring to Ishigaki Airport.
- **Flight** from Ishigaki (ISH) to Naha (OKA) Flight (ANAT780) 17:50 - 18:45

11

Locations of the visiting spots:
NAHA, Okinawa



Thursday, 13th November
Evening

- Arriving at **Naha Airport at 18:45**
- Check in to Hotel Collective
- **Dinner on your own.**
- The hotel is located on **Kokusai Street**, Naha's main street, filled with restaurants and cafes where you can enjoy Naha's atmosphere.

Friday, 14th November
Afternoon

- Breakfast at the hotel (venue opens at 6:30 - L.O. at 9:30)
- Check out by 11:00 (for Ms. Mazouz, Mr. Walker, Mr. Tanaka)
- **Luncheon Meeting** at the hotel restaurant.
 - **Feedback review of the tour** with TCs and Project staff
- **Business Matching Session** with the local suppliers.
 - From 13:00-16:30 at Hotel Collective (venue: banquet room)
 - Buyers: Participants of the Three Farm trip groups.
 - Sellers: Hotel, Land Operators, Tour companies.

12

- Airport transfer for Ms. Mazouz, Mr. Walker, Mr. Tanaka at 17:30
- Flight: JAL 918 (19:00-21:10)

<Mr. Snowbeck>

Saturday, 15th November
Afternoon

- Breakfast at the hotel (venue opens at 6:30 - L.O. at 9:30)
- Check out by 11:00
- Airport transfer from the hotel at 10:30
- Flight from Naha to Haneda via 4N2464, 1219 14:30.

This concludes the itinerary.

*Thank you for your participation!
We look forward to welcoming you and your guests here in
Okinawa and Amami.*

13

Emergency Contacts

Asako Oshiro: 070-1052-6969
Kaori Kumagai: 080-2795-2020

<TOUR INFORMATION>

Showcase Tour of Biodiversity and People's Lives in the Four Islands in Okinawa & Amami

Friday, November 7th - Friday, November 14th, 2025

Arranged by Toku Top Tours, Okinawa office

P.S.C. Kaori Kumagai <kaori_kumagai@tokutoptours.co.jp>

4-3 被招聘者による送客実績、見込み等

1 月末までにおける実績について下記に整理する。

■BOJ 株式会社

会社名	状況	内容
Remote lands	成約見込	時期：2026 年 5 月 泊数：3 日間。 地域：宮古島 内容：シュノーケリング中心 宿泊先：ローズウッド 旅行者国籍：アメリカ ※詳細調整中

■株式会社沖縄 JTB

会社名	状況	内容
Little Emperor	成約	時期：2026 年 5 月 泊数：5 日間 地域：宮古島 宿泊先：ローズウッド 旅行者国籍：イギリス、ファミリー
奥 Japan	成約	※募集型（沖縄発着） 時期：2027 年春 泊数：8 日間 人数：13 名 地域：沖縄本島内 内容：海だけではなく沖縄の文化体験

■東武トップツアー株式会社

・実績なし

4-4 経費の内訳

今回実施したファムツアーを踏まえて、実際の販売を想定した場合の経費（販売価格構成）については下記の設定を行っている。

■やんばるエリア「OKINAWA Blue zone」



■販売価格設定：お一人様 2,500,000円～

《条件等》

※2名1室ご利用時のお一人様あたりの料金

※お一人部屋をご希望の場合は、別途追加料金が発生

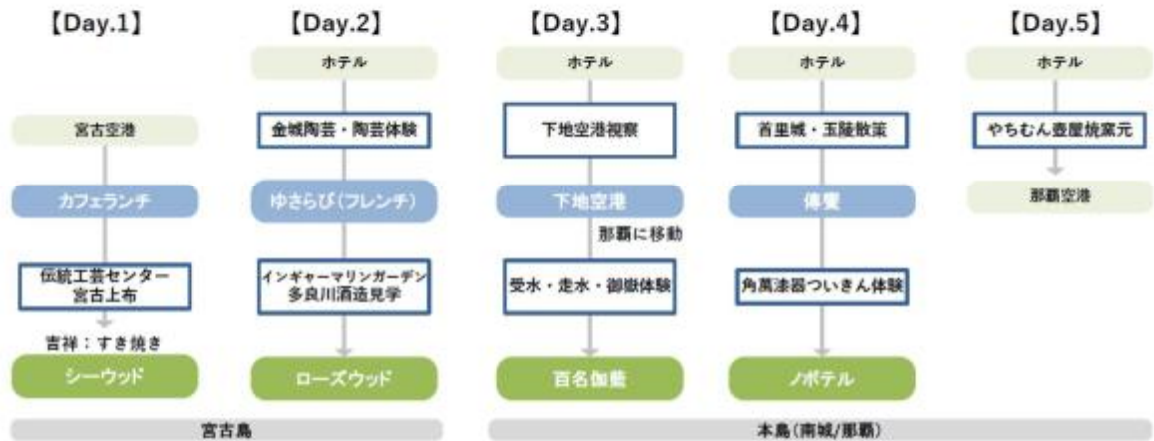
【ご留意事項】

●催行人員2名～4名様

●移動：アルファードクラス

■本島中南部・宮古島エリア「Ryukyu Kingdom」

行程内容



■販売価格設定：お一人様 2,000,000 円～

《条件等》

※2名1室ご利用時のお一人様あたりの料金

※お一人部屋をご希望の場合は、別途追加料金が発生

【ご留意事項】

- 最少催行人員2名様
- 移動：アルファードクラス

■奄美・徳之島/八重山エリア

「Biodiversity and Peoples lives in the Four Islands in Okinawa & Amami」

行程内容(前半)



行程内容(後半)



■販売価格設定：お一人様 1,600,000円～

《条件等》

※2名1室ご利用時のお一人様あたりの料金

※お一人部屋をご希望の場合は、別途追加料金が発生

【ご留意事項】

●催行人員2名～

●移動：アルファードクラス

5. 商談会の実施・参加

5-1 エリア内事業者との商談会の企画・実施

(1) 目的及び概要

コンテンツ造成を行ったエリア内事業者とファムツアー被招請者を交えた商談会を企画及び実施。ファムツアーに合わせてリアルでの商談を実施することで、購買欲を高め成約率向上を図る。

○ファムツアー商談会概要

- 開催日時：2025年11月14日(金) 13:00～16:15
- 場所：ホテルコレクティブ 2階 中宴会場
- 参加者：ファムツアー招聘バイヤー12社、エリア内事業者12社 合計24社

(2) 商談会参加者

○バイヤー 12社

コース	招聘バイヤー社名
やんばる	● クリルブリヴェ (日本) ● ペアラックス (日本) ● Remotelands (アメリカ) ● Embarkbeyond (アメリカ)
中南部・宮古島	● Oku Japan (日本) ● Windows to Japan (日本) ● Little Emperors (アメリカ) ● TOURS DIRECT (ニュージーランド)
奄美徳之島・八重山	● Kodo Travel (日本) ● KEN株式会社 (日本) ● All World Travel (アメリカ) ● Nomade Aventure (フランス)

○サプライヤー 12社

コース	サプライヤー名
やんばる	● BOJ株式会社 沖縄支店 Luxe Okinawa ● やんばる 南浜森室 ● ザ・テラスホテルズ株式会社 ● 今帰仁観光協会、ツアーデザイナーズ
中南部・宮古島	● 沖縄JTB株式会社 ● 下地島エアポートマネジメント株式会社 ● 宮古島来間リゾートシーウッドホテル ● 株式会社ジェイシーシー (百名伽藍)
奄美徳之島・八重山	● Blue Moon、八重山ピジターズピューロー ● 株式会社奄美国際ネットワーク ● Thida Moon、サンシャイン石垣島 ● 東武トップツアーズ株式会社 沖縄支店

<コメント抜粋>

○ホテルや地元のDMCとの会話がとても意味があり、対面で交流し、各目的地の多層を学ぶことができた。
○サプライヤーとの面会は有益だったが、FAMツアーの直後にこのような会議を行うのは負担が大きい。
○本島で開催されるイベントではアクセスできないホテル経営者やサプライヤーに会うことができた。
○話すには少し時間が足りない。
○サプライヤーの方々と会えて良かったが、全員が必要かどうかは分からない。
○ビジネスに合う素晴らしいサプライヤーもいれば、合わないサプライヤーもいた。
○今回参加したFAM以外の行程にある地域の事業者の方々とお会いでき、新たな有益な情報を頂く事ができた。
○様々なベンダーや物件と直接お会いできて大変有意義だった。今後の提携の可能性について質問し、理解を深める絶好の機会となった。
○ビジネスで非常に興味深いサプライヤーと会う機会を得た。

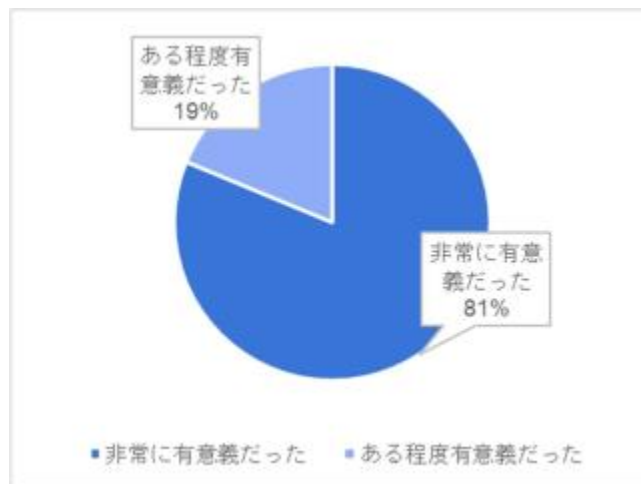
<商談結果>

	成約した/成約する見込み	成約する可能性があり、継続的に話をしていく見込み	具体的ではないが、継続してコミュニケーションをしていく見込み	継続してコミュニケーションする見込みは薄い	商談不成立
A社	0	5	4	3	0
B社	0	2	9	1	0
C社	4	4	4	0	0
D社	0	4	8	0	0
E社	1	0	11	0	0
F社	1	11	0	0	0
G社	0	0	8	4	0
H社	0	12	0	0	0
I社	0	5	1	5	1
J社	0	4	8	0	0
K社	0	5	6	1	0
	5%	39%	45%	11%	1%

■サプライヤーアンケート結果

<商談満足度>

回答	件数
非常に有意義だった	13
ある程度有意義だった	3
どちらとも言えない	0
あまり有意義ではなかった	0
全く有意義ではなかった	0
合計	16



<コメント抜粋>

- 具体的に問い合わせに繋がっていないが、興味を持っているバイヤーと会うことができた。
- 有意義な時間だった。すごくフィットするバイヤーさん達にも出会え、とても良い経験値となった。
- まずは、知っていただくこと、機会をいただけて良かった。
- 海外向けの商談会は初参加ですので、PR 含め大変有意義だった。
- 具体的なツアーに結び付きそうな種まきができた。
- 欧米豪のエージェントと繋がりができた。
- 直接、海外のエージェントと商談をする機会は少ない事と、富裕層を対象としているエージェントとの事で、多くの意見も頂く事ができた。
- FAM ツアーとその商談会に参加でき、弊社商品のブラッシュアップにつながった。
- 他の FAM の参加者とも話せた。
- 具体的な地域へのニーズを知ることができた。(エリアとしての全体的な課題もあり)
- 奄美沖縄の様々な地域の印象も含めたヒアリングができた。
- 今回 FAM ツアーに参加した方々から当ホテルの良いところ、改善したらいい点等が直接聞けた。今後の販売施策へのポイントとして取り入れたい。

< 商談結果 >

	成約した/成約する見込み	成約する可能性があり、連絡を継続する見込み	具体的ではないが、継続してコミュニケーションする見込み	継続してコミュニケーションする見込みは薄い	商談不成立
事業者1	1	2	4	5	0
事業者2	4	6	2	0	0
事業者3	0	0	12	0	0
事業者3	0	1	11	0	0
事業者4	0	0	5	7	0
事業者5	4	2	5	1	0
事業者6	1	2	2	3	4
事業者6	0	4	2	3	3
事業者7	0	12	0	0	0
事業者7	0	11	1	0	0
事業者8	0	2	10	0	0
事業者9	0	9	3	0	0
事業者10	0	0	5	7	0
事業者11	0	0	12	0	0
事業者12	0	5	7	0	0
事業者13	0	0	12	0	0
合計	10	56	93	26	7



5-2 富裕層向け国内外商談会等への参加

(1) VJTMへの参加

①目的及び概要

欧米豪のバイヤーに対し、本年度開発中のツアー商品の販売に向けた商談を行う。

○VJTM 概要

日本政府観光局（JNTO）主催の「VISIT JAPAN トラベル & MICE マート 2025」は世界中の訪日旅行取扱旅行会社等（バイヤー）と、日本のインバウンドに携わる団体・事業者（セラー）のマッチングの機会を提供する国内最大のインバウンド商談会。

- ・開催日時：2025年9月25日（木）～9月27日（土）
 - ・開催場所：愛知スカイエクスポ ホール A
 - ・開催方式：対面方式（完全リアル）
 - ・参加者数：海外バイヤー 280社程度
- ※昨年度 VJTM2024 実績：東アジア 27%、東南アジア 33%、
北米・南米 10%、欧州 22%、豪州 6%、中東 2%

②参加者

○出展ブース参加者

- ・受入チーム（BOJ、東武トップツアーズ）
- ・OCVB 海外プロモーション課※共同出展
- ・沖縄県 ・事務局

③商談先

商談実施 23 件、キャンセル 1 件（体調不良により VJTM 欠席）

日程	バイヤー	国
9月25日（木）	Going SRL	イタリア
	Travel Time BV	オランダ
	Diamir Erlebnisreisen	ドイツ
	Experience Japan	オーストラリア
	Japanista	ドイツ
	TRAVEL SHOP TOUR OPERATOR	メキシコ
	Directia Travel / Tuk Tuk Travel SL	スペイン
	Journey to the East Pty Ltd	オーストラリア

○商談会用ツール：沖縄・奄美ストーリーブック



⑤商談結果

○受入チーム商談後アンケート結果

評価	回答数	割合
有望な連携先である	10	43.5%
連携先となりうるが懸念あり	13	56.5%
本事業のターゲット層（欧米豪富裕層）の誘客は期待できない	0	0.0%



(2) ILTM への参加

①概要

- 開催日時：2025年12月1日（月）～12月4日（木）
- 開催場所：フランス・カンヌ：「Palais des Festivals et des Congres de Cannes」
- 開催方式：事前予約性対面方式（完全リアル）
- 参加者数：海外バイヤー約2,000人
- 主催：Reed Exhibitions Limited

【ジャパンパビリオンブースイメージ】



②商談会用ツール

■商談会用ツール

やんばる(BOJ)



■商談会用ツール（沖縄・奄美ストーリーブック）



奄美・徳之島(東武トップツアーズ)



宮古・沖縄本島(JTB)



③商談対応者

B0J 株式会社 訪日ツアー事業部 トラベルデザイナー 森ジェリー

④商談結果

関心度非常に高い・13社(37.1%)

関心度高い・14社(40.0%)

関心度低い・8社(22.9%)

・51.4%のバイヤーはブルーゾーンに興味あり。(35社中18社)、宮古島は25.7%、(9社)、沖縄本島は11.4%(4社)

・本事業のターゲットである欧米豪のバイヤーからは過半数以上の興味を示してもらった。また、ブルーゾーンへの関心が高いことから、今後も訴求しやすいコンテンツであることが伺える。

【各社との商談結果】

No.	商談したバイヤーの情報					商談結果		
	国・地域	会社名	担当者	商談会以前の 貴団体との コンタクト	訪日送客実績	訪日や貴団体サー ビスへの関心度	貴団体から当該バ イヤーへの今後の セールス意向	興味を持ったコンテンツ
1	イギリス	Thomas Ashley	Thomas Ashley	なし	実績あり(数年に1度)	非常に高い	非常に高い	宮古島
2	イタリア	Travel Design	Massimiliano Loyola	あり	実績あり(ほぼ毎年)	非常に高い	非常に高い	ダイビング
3	フランス	MON PROCHAIN VOYAGE	FARIS SONIA	あり	実績あり(ほぼ毎年)	非常に高い	非常に高い	特になし
4	スペイン	Xavi Fernández Viajes	Lourdes Espinós	あり	実績あり(数年に1度)	非常に高い	非常に高い	ブルーゾーン(未知)
5	ベルギー	Atlas Reizen	Sophie De Creane	なし	実績あり(数年に1度)	非常に高い	非常に高い	ブルーゾーン、奄美大島、FAMトリップ
6	リトアニア	Boutique Travel	Tatsiana Lukyanenka	あり	実績あり(ほぼ毎年)	非常に高い	非常に高い	宮古島・ブルーゾーン
7	カナダ	WanderLux	Annie Bao	あり	実績あり(ほぼ毎年)	非常に高い	非常に高い	ブルーゾーン
8	カナダ	Wells Luxury Travel	Sandra Lee	なし	実績なし	非常に高い	非常に高い	宮古島・FAMトリップ
9	カナダ	Travel Masters	Mark Greenwood	なし	実績あり(数年に1度)	非常に高い	非常に高い	沖縄本島、ブルーゾーン
10	メキシコ	NUBA	Gabriela Galvez	あり	実績あり(ほぼ毎年)	非常に高い	非常に高い	ブルーゾーン、琉球王国
11	ブラジル	Haus22 Viagens	Ana Roberta Perri	あり	実績あり(ほぼ毎年)	非常に高い	非常に高い	宮古島・FAMトリップ、ブルーゾーン
12	タイ	Travel Technology Services Co Ltd	Ramida Khonkhong	なし	実績あり(数年に1度)	非常に高い	非常に高い	宮古島・ブルーゾーン
13	アゼルバイジャン	Prime Travel Group / PASHA Travel.	Nigyar Kerimova	なし	実績あり(数年に1度)	非常に高い	非常に高い	全国ツアー
14	イギリス	Suite DNA	Celine Saffray	あり	実績あり(ほぼ毎年)	高い	高い	宮古島
15	イギリス	Smartluxtravel	Anastasiia Ignatieva	なし	実績あり(数年に1度)	高い	高い	徳之島 Bull Fight
16	イギリス	Venturion Concierge	Anna Kokryatskaya	なし	実績あり(数年に1度)	高い	高い	ブルーゾーン、沖縄本島
17	イギリス	Collection-consulting Ltd	Elena Moore	なし	実績なし	高い	高い	ブルーゾーン
18	ベルギー	The Travel Distillery	Johan Peeters	なし	実績あり(数年に1度)	高い	高い	特になし
19	ベルギー	Travel Experts	Yves Van Keilegom	なし	実績あり(ほぼ毎年)	高い	高い	ブルーゾーン、FAMトリップ
20	スペイン	BONTUR S.L.	Marta Goiri	なし	実績あり(数年に1度)	高い	高い	沖縄本島
21	チェコ	J&t Concierge	Eva Klejmová	なし	実績あり(数年に1度)	高い	高い	ブルーゾーン
22	オーストラリア	Traveloso (Independent Affiliate of Frontier Travel)	Jessica Munday	なし	実績あり(数年に1度)	高い	高い	ブルーゾーン(未知)、ツリーハウス
23	シンガポール	Gourmet On Tour Ltd	Judith von Prockl	あり	実績あり(ほぼ毎年)	高い	高い	ブルーゾーン、琉球料理体験
24	シンガポール	Fourwinds	Catherine Ng	あり	実績あり(数年に1度)	高い	高い	沖縄本島、ツリーハウス
25	ブラジル	L'Espace Tours	Vera Gattaz	あり	実績あり(数年に1度)	高い	高い	ブルーゾーン
26	ベトナム	Alchemist Travel	Marie-Anne Palces	あり	実績あり(数年に1度)	高い	高い	宮古島
27	インド	NAGSRI ... Creating Special Memories	Nagsri Prasad	なし	実績なし	高い	高い	琉球・やんばる
28	イギリス	Almont Travel	Petra Pobozna	なし	実績なし	低い	低い	ブルーゾーン(未知)
29	フランス	Allees Venues	Cyndel Gerin	なし	実績あり(数年に1度)	低い	低い	沖縄・奄美はホテル名だと勘違いしていた。
30	フランス	COURANTS d'AIR MAG	Philippe Guersan	なし	実績なし	低い	低い	雑誌記載
31	ベルギー	EXCLUSIEF REIZEN	GRIET BREYNE	なし	実績なし	低い	低い	ブルーゾーン
32	デンマーク	Abundance Travel	Bo Frilund	なし	実績あり(数年に1度)	低い	低い	宮古島
33	ラトビア	Your Run	Baiba Kocina	なし	実績あり(数年に1度)	低い	低い	特になし
34	オーストラリア	Travel Associates TURRAMURRA	Alison Lord	あり	実績あり(ほぼ毎年)	低い	低い	宮古島
35	オーストラリア	Zeppelin Travel	Andi Von Zeppelin	なし	実績あり(数年に1度)	低い	低い	ブルーゾーン、乗継

6. 現地研修の実施

(1) 目的

11月に実施したFAMツアー等を踏まえ、海外富裕層を想定した場合の沖縄のポテンシャルを確認するとともに、可能性を阻害する要因についても確認し、その結果をビジネスチャンスとして捉えることができるよう、有効な情報提供を行う。

(2) 概要

開催日： 2026年1月7日、1月8日

開催場所： 沖縄県北部（やんばる）地域、沖縄県南部首里地域

○工程

1日目／1月7日

工程	始	終	所要時間	備考	場所
出発/移動	9:00	10:10	1:10	県庁前より出発	那覇市
内覧	10:10	10:40	0:30	ザ・リッツ・カールトン 沖縄 視察	名護市
移動	10:40	10:55	0:15	移動	
昼食	10:55	12:30	1:35	boncote ブルーゾーンランチ	恩納村
移動	12:30	13:40	1:10	移動	
内覧	13:40	14:10	0:30	南溟森室:内覧	国頭村
体験	14:10	14:40	0:30	南溟森室:謝敷集落散策	国頭村
移動	14:40	14:55	0:15	移動	
体験	14:55	15:55	1:00	やんばる酒造見学と試飲会	大宜味村
移動	15:55	16:10	0:15	移動	
意見交換	16:10	17:10	1:00	意見交換:道の駅おおざみ会議室	大宜味村
移動/解散	17:10	19:10	2:00	移動/県庁前にて解散	那覇市

2日目／1月8日

工程	始	終	所要時間	備考	場所
集合	9:50	10:00	0:10	首里城B1総合受付・屋内にて集合	那覇市
体験	10:00	11:30	1:30	首里城散策(歴史上里氏によるご案内)	
移動	11:30	12:00	0:30	移動・徒歩	
体験	12:00	12:30	0:30	角萬漆器工房見学	
昼食	12:30	14:30	2:00	琉球漆器×傳饗 ”Ryukyu Afternoontea”	
移動	14:30	14:45	0:15	移動・タクシー	
意見交換	14:45	15:45	1:00	suikara :意見交換	
解散	15:45	15:45		現地解散	

(3) 参加者

《1月7日：参加者》

- 沖縄振興開発金融公庫 調査部 部長 大西公一郎氏
- GW2050 PROJECTS 推進協議会 事務局シニアエキスパート 神田はづき氏
- 株式会社リウボウインダストリー 経営戦略室 室長 長岡良介氏
- 沖縄県文化観光スポーツ部 観光政策統括監 大城清剛氏

《1月8日：参加者》

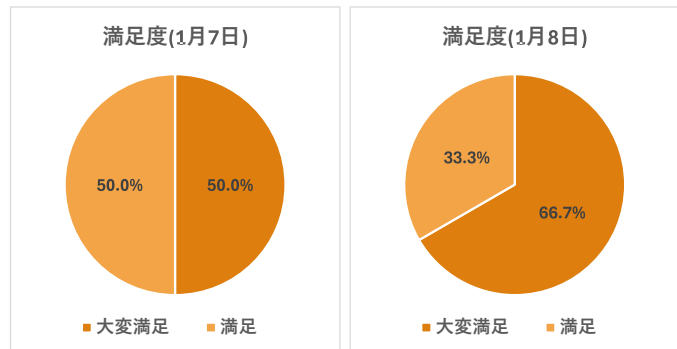
- 沖縄振興開発金融公庫 調査部 部長 大西公一郎氏
- GW2050 PROJECTS 推進協議会 事務局シニアエキスパート 神田はづき氏
- 株式会社リウボウインダストリー 経営戦略室 室長 長岡良介氏
- 沖縄海邦銀行 執行役員 総合企画部長 高良彦行氏
- 琉球銀行 法人営業部 次長 新里 竜二氏
- 沖縄県文化観光スポーツ部 観光政策統括監 大城清剛氏

(4) 実施結果

○参加者アンケート結果

■研修満足度

満足度	1月7日	1月8日
大変満足	2	4
満足	2	2
どちらでもない	0	0
少し不満	0	0
不満	0	0



■研修で評価された点

- ・ストーリーに基く特別な体験価値…本物・非一般向け解説、作家との触れ合い。食、宿…体調などに応じた選択肢、変更対応。
- ・高付加価値に取り組む事業者と現場を実際に見ることで、漠然としたイメージを具体的なものとして認識を深められました。特に取り組む人の魅力の重要性を実感しました。
- ・やんばる BlueZone というテーマの一貫性を感じた。
- ・健康、精神的意意思につながる体験が提供されており、他のブルーゾーン地域と差別化の図れるコンテンツと感じました。
- ・歴史や精神世界の解説が加わることで、理解や満足度がとても高まることを実感しました。
- ・出会いや洞察に繋がる解説、ストーリー説明、ガイドからの詳しい説明。(首里城)
- ・歴史や豊かな時間軸を感じられる1日で琉球の独自性や精神性を感じた。
- ・沖縄が他県と違う点をポイントに説明されることで、他のゴールデンルートとの違いが際立って大きな満足に繋がると思料します。
- ・高付加価値を感じることができる研修であった。上手く伝えることができれば、価値は5倍10倍になると感じた。

■欧米豪ラグジュアリー層の受け入れを想定した場合、可能性と阻害要因

《可能性》

- ・ブルーゾーンの切り口は他のリゾート地と比較して強みになると思います。
- ・沖縄らしさを保ちながら、インバウンドに求められる受け入れ易い形で提供する事業者の存在が心強い。
- ・豊富なコンテンツ
- ・ブルーゾーンエリアのうち、アジアは唯一であること。日本＝安全、沖縄＝「平和」という特性。また「平和」という点が、受入れのキーワードの一つになる可能性。島であることを強みとして、ありのままに戻れる場所としての一連の滞在。
- ・琉球そのものの歴史、伝統の厚みが強さ。
- ・コンテンツ…自然だけでなく歴史に基くコンテンツが多くあること。
- ・” Ryukyu Kingdam” の偉大さを伝えることで、コンテンツとして昇華できるのでは。
- ・スピリチュアルな御嶽、自然
- ・変化に対応してきた歴史、変わることの美徳。

《疎外要因》

- ・二次交通、言語対応
- ・北部への移動を負担に感じさせない工夫が欲しい。へりは面白いが高価なので、ガイドの話・解説や文化紹介の時間として活用できないか。
- ・話者の熱意をどう伝えるか言語対応が必要だと思いました。
- ・北部では移動距離の長さから、道中のスルーガイドは必要と感じた。渋滞や移動が煩雑であると、選択肢から外れる。一般県民と同じ導線が課題。ラグジュアリー専用導線の確保。
- ・コーディネーター、ガイド、目利きの重要性。
- ・二次交通、悪天候時の対応。
- ・ラグジュアリー層をターゲットとした時に、首里城の開園前入場など（他の客と一緒にになるので）スペシャル感をどう組み立てるかも検討してもいいのでは。
- ・言語（質・量ともにハードルは高い）
- ・海外エージェントにいかに伝えるか。



■現地研修の案内

令和7年12月12日

高付加価値なインバウンド観光地づくり推進委員会
各位

沖縄県文化観光スポーツ部
観光振興課長 親富祖 英二

令和7年度沖縄・奄美エリア販路形成・受入環境改善事業現地研修の開催

平素より沖縄観光への格別なご高配を賜り厚く御礼申し上げます。

販路形成・受入環境改善事業では、欧米豪ラグジュアリー層受入に向けて、沖縄・奄美エリアマスタープランにあるコアゾーンやコアバリューを訴求するFAMツアー[®]を11月に実施いたしました。この度、FAMツアー等を踏まえ、エリア内の受入環境の課題を抽出し、本事業の取組やコアバリュー等の現状を確認いただくため、現地研修を実施いたしますのでご案内申し上げます。

本研修は、欧米豪ラグジュアリー層受入を想定した場合の沖縄・奄美エリアの可能性を確認するとともに、受入を阻害する要因についても確認し、今後の取組改善に向け実施するものです。現地研修においては、下記視点を踏まえながら進めてまいります。ご多用のところ大変恐縮でございますが、ぜひご参加賜りますようお願い申し上げます。

《現地研修における確認事項（視点）》

- ストーリーにもとづく特別な体験価値
 - ・地域の自然、歴史文化を活かした本物、非一般向け、唯一無二、稀少かつ特別なもの
 - ・出逢いや洞察につながる解説、ストーリー説明
 - ・作家との触れ合い、ブランド化の可能性
- 環境、移動
 - ・快適性、プライバシーの確保
 - ・一般との棲み分け、シームレスな移動
- 食・宿泊
 - ・好奇心を満たす体験、地域の食材、食文化、気候風土とのつながり
 - ・食嗜好、体調などに応じた選択肢、変更対応の柔軟性
 - ・インターナショナルとローカルの対比（それぞれの魅力と役割）
- 地域との関係
 - ・環境、地域文化等のサステナビリティに対する配慮
 - ・地域コミュニティからの理解、地域コミュニティへの配慮

※FAM ツアー

令和7年度沖縄・奄美エリア販路形成・受入環境改善事業にて、沖縄・奄美エリアマスタープランに基づき、欧米豪ラグジュアリー層をターゲットとした3つのコースを設定。海外から12名、国内DMCから12名招聘し、11月7日～11月14日の間で実施。

《3つのFAMコース・テーマ》

- 本島北部（やんばる）：ブルーゾーン
- 宮古島・本島中南部：ラグジュアリー、琉球王国
- 奄美大島・徳之島・八重山：世界自然遺産

■現地研修の開催概要

現地研修は、先に実施した3つのFAMコースの中から、沖縄本島北部及び中南部におけるコンテンツで、前述の「視点」に沿ったものを選定し、下記の行程にて実施します。

現地研修では、表中の「確認の視点」を踏まえて、確認及び評価をお願いします。

○日時：令和8年1月7日、1月8日（詳細は別途ご連絡いたします）

○視察行程（案）

【1日目】

	行程	場所	確認の視点（評価点・課題点）
出発/移動	集合9時 那覇市内より出発		・シームレスな移動
内覧	ザ・リッツ・カールトン 沖縄 視察	名護市	・インターナショナルホテルの役割
	《移動》		
昼食	boncote ブルーゾーンランチ	恩納村	・地域の食材、食文化、気候風土とのつながり
	《移動》		
体験	ヘリポート視察	大宜味村	・シームレスな移動
	《移動》		
体験	やんばる酒造見学と試飲会	大宜味村	・地域の食材、食文化、気候風土とのつながり
	《移動》		
内覧	南浜森室：内覧	国頭村	・ローカルホテルの役割
体験	南浜森室：集落散策		・好奇心を満たす体験、地域の食材、食文化、気候風土とのつながり
意見交換	南浜森室：意見交換		・環境、地域文化等のサステナビリティに対する配慮
移動/解散	《移動》 那覇市内解散 19時予定		・地域コミュニティからの理解、地域コミュニティへの配慮

【2日目】

	行程	場所	確認の視点（評価点・課題点）
集合	集合 10 時 首里城 B1 総合受付	那覇市	
体験	首里城散策（歴史家上里氏によるご案内）		・地域の自然、歴史文化を活かした本物、非一般向け、唯一無二、稀少かつ特別なもの ・出逢いを洞察につながる解説、ストーリー説明
体験	角萬漆器工房見学		・地域の自然、歴史文化を活かした本物、非一般向け、唯一無二、稀少かつ特別なもの ・作家との触れ合い、ブランド化の可能性 ・好奇心を満たす体験、地域の食材、食文化、気候風土とのつながり
昼食	琉球漆器×博覧 “Ryukyu Afternoontea”		
意見交換	角萬漆器：意見交換		
解散	角萬漆器にて解散 15時半予定		

■ご参加の確認

誠に恐れ入りますが、下記参加確認フォームより【令和7年12月22日（月）迄】にご参加の有無についてご返答をお願いいたします。

◎ご参加確認フォーム

<https://forms.office.com/r/iMhA6rrZpw>

※ご欠席の場合も恐れ入りますが、ご入力をお願いいたします。

※参加は無料です。ただし、集合場所までの移動交通費は自己負担にてお願いいたします。

※ご参加は委員の方ご本人に限ります。

代理の方のご参加はいただけませんのでご了承ください。

■お問い合わせ

本件に関するお問い合わせは下記運営事務局までご連絡ください。

【運営受託事業者】

令和7年度沖縄・奄美エリア販路形成・受入環境改善事業運営事務局
 沖縄セルラー電話株式会社 担当：鈴木・新屋・松田
 E-mail: okiama-inbound@rpi.co.jp

7. 全体報告会の開催

(1) 目的

沖縄・奄美エリアにおける高付加価値なインバウンド観光地づくり事業の成果を広く共有し、関係者間での意見交換やネットワーキングを通じて、今後の取り組みがさらに促進されるよう、実施事業の成果を報告・共有・意見交換を行うことを目的に開催した。

(2) 開催概要

開催日時：2026年1月20日（火）15:00～17:00

開催場所：沖縄県市町村自治会館2階ホール

開催方法：会場およびオンライン視聴によるハイブリッド

参加者：県内の、観光関連事業者、観光協会・DMO、行政観光担当者等

(3) 開催プログラム

時間	プログラム	担当
15:00	1. 開会：挨拶	鹿児島県
15:00～15:20	2. 事業報告	運営事務局
15:20～15:50	3. 事例から学ぶ	株式会社 Endemic Garden H 代表取締役 仲本いつ美氏
15:50～16:00	《休憩》	
16:00～16:50	4. 有識者による 事業成果講評	株式会社 Adventure Area Consulting 代表取締役 國谷裕紀氏 MEGUMI SHIMOJI GPC 代表 下地めぐみ氏 BOJ 株式会社代表取締役 CEO 野口貴裕氏
16:50～17:00	5. 質疑応答	※有識者、運営事務局
17:00	6. 閉会：挨拶	沖縄県

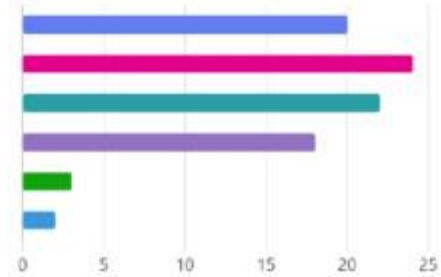
(4) 参加者数

現地参加数：47名 オンライン参加数：86名 合計133名

(5) 参加者アンケート結果

1. 本日の来場理由を教えてください。(複数回答可)

● 沖縄県、鹿児島県の富裕層インバウンドの現状を知りたい	20
● 富裕層インバウンドの市場動向やニーズを知りたい	24
● 自社事業に活かしたいので、先進事例（やんばるホテル南浜森室など）の具体的な取組を知りたい	22
● 沖縄県、鹿児島県の観光施策等についての情報を知りたい	18
● 他事業者と情報交換をしたい	3
● その他	2



2. 報告会全体のプログラム内容はいかがでしたか？

● 大変参考になった	23
● 参考になった	22
● どちらでもない	1
● あまり参考にならなかった	0



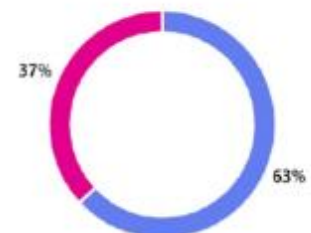
4. 事務局による事業報告の内容はいかがでしたか？

● 大変参考になった	20
● 参考になった	24
● どちらでもない	2
● あまり参考にならなかった	0



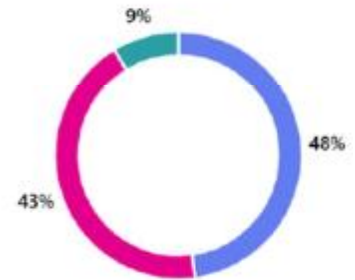
6. やんばるホテル南浜森室 仲本氏の講演内容はいかがでしたか？

● 大変参考になった	29
● 参考になった	17
● どちらでもない	0
● あまり参考にならなかった	0



8. 有識者講評（株式会社Adventure Area Consulting 國谷氏）の内容はいかがでしたか？

● 大変参考になった	22
● 参考になった	20
● どちらでもない	4
● あまり参考にならなかった	0



10. 有識者講評（BOJ株式会社 野口氏）の内容はいかがでしたか？

● 大変参考になった	26
● 参考になった	16
● どちらでもない	3
● あまり参考にならなかった	1



12. 有識者講評（MEGUMI SHIMOJI GPC 下地氏）の内容はいかがでしたか？

● 大変参考になった	15
● 参考になった	24
● どちらでもない	7
● あまり参考にならなかった	0

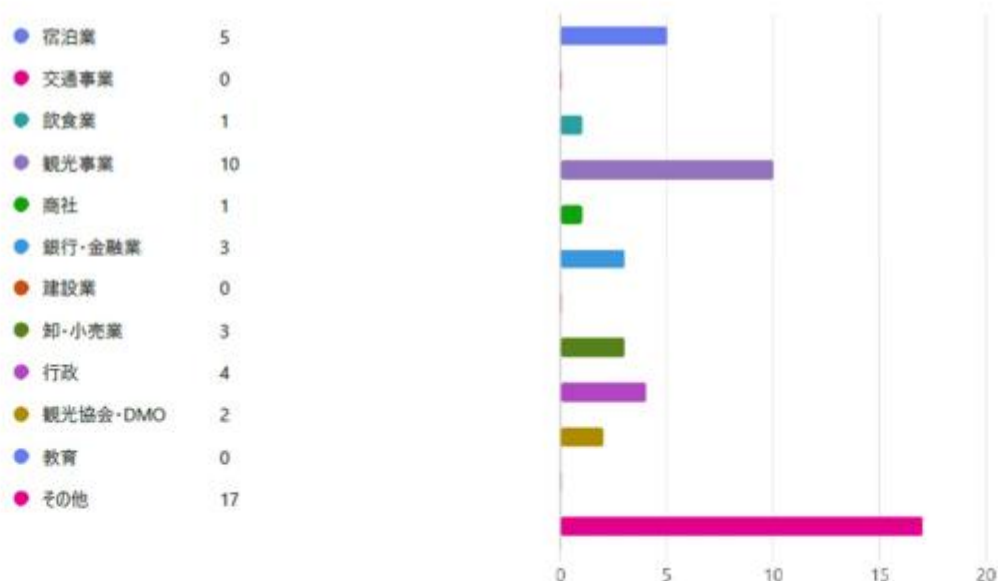


14. 「高付加価値インバウンド観光地づくり」に向けた取組の関心度について教えてください。

● 非常に取り組んでみたい（すでに取り組んでいる）	23
● 興味はあるが、何から始めればよいかわからない	14
● あまり関心がない	0
● 自社の事業領域とは異なる	9



17. ご回答者様について教えてください。自社の該当する業種領域を教えてください。



(6) 報告会の総括

本アンケートから、沖縄・奄美エリアにおける高付加価値インバウンド観光への関心は非常に高く、参加者の多くが富裕層インバウンドの市場動向やニーズ、ならびに先進事例の具体的な取組内容を強く求めていることが明らかとなった。報告会全体の満足度も極めて高く、大半が「参考になった」「大変参考になった」と評価しており、事業コンセプトや方向性については広く支持されている。一方で、「興味はあるが何から始めればよいかわからない」とする声も一定数見られ、具体的な実践ステップや初期導入の手引きに対するニーズが顕在化している。また自由記述からは、ホスピタリティや地域コミュニティとの連携、DMO的な役割への期待が繰り返し言及されており、単なる高単価化ではなく、地域と旅行者双方に価値をもたらす“在り方”が重視されていることがうかがえる。今後は、成功事例の可視化やオペレーション面まで踏み込んだ情報提供を行うことで、関心層を実行層へと転換していくことが重要である。



■告知用チラシ

観光の力で地域を元気に！！

沖縄・奄美エリアの観光の未来を考える
高付加価値インバウンド
観光地づくり 全体報告会

令和7年度沖縄・奄美エリア販路形成・受入環境改善事業

参加費無料
定員195名
(事前申込制)
オンライン視聴可

登壇者

- 

● 事例紹介

仲本 いつ美 氏

株式会社Endemic Garden H
代表取締役
やんばるホテル南浜森室
- 

● 有識者

國谷 裕紀 氏

株式会社Adventure Area
Consulting
代表取締役
- 

下地 めぐみ 氏

MEGUMI SHIMOJI
GPC 代表
- 

野口 貴裕 氏

BOJ株式会社
代表取締役 CEO

全体報告会の内容

沖縄・奄美エリアで進めてきた高付加価値なインバウンド観光地づくりの最新事例や成果をご紹介します。観光業界の第一線で活躍するスピーカーによるリアルな体験談や、今後の地域観光の可能性についてお話ししていただく予定です。観光に関わる方はもちろん地域活性化や新しいビジネスチャンスに興味のある方もぜひご参加ください。

プログラム

日 時	1月20日 (火)
時 間	15:00~17:00
受付開始	14:30
15:00	開会・挨拶
15:10	事業報告
15:30	事例紹介
16:00	有識者による講評
16:40	質疑応答
17:00	閉会 (予定)

会場アクセス

沖縄県市町村自治会館 2階ホール
〒900-0029 沖縄県 那覇市 旭町 116-37
モノレール旭橋駅 徒歩約5分

申込フォーム・問い合わせ先

申込はコチラから 問い合わせ先



沖縄・奄美エリア販路形成・
受入環境改善事業事務局
okiama-inbound@rpi.co.jp

8. 新規造成コンテンツ

今回の事業で実施したファムツアーにおいてはブルーゾーン、琉球王朝、世界自然遺産などのテーマでコンテンツを構成し、商品化に向けての実証を行った。ファムツアーの企画段階や地域からの提案では、さらに様々な地域資源やテーマが提案されたが、マスタープランのバリューを含み、さらには高付加価値化が見込めるコンテンツについて検討を行った。

検討の際には、魅力あるコンテンツであることに加えて、実際に地域や関係者とをコーディネートできる組織の存在や連携可能な県内の人材や組織体などが見込めることも条件に、マスタープランの6エリアを網羅できる3つのテーマを提案する。

新規造成（候補①）	主となる対象エリア					
	奄美大島	徳之島	やんばる	本島 中南部	宮古島	八重山
	○	○	○	○	○	○
テーマ・コンセプト						
Luxury Liquor Island 《最上級のお酒とともに、沖縄の夜を》						
【世界観】 <ul style="list-style-type: none"> ・泡盛の中でも特筆すべき大切なお酒である「古酒」は、沖縄の歴史・文化の粋ともいえるものである。 ・また、近年はウイスキー、ラム、ジンなどの上質なりカーが作り出されてきている。 ・一方、奄美大島や徳之島には黒糖焼酎がある。 ・沖縄にしかない尊い存在の「古酒」と、今新しく生まれてきている高品質な上級蒸留酒が奏でる世界を楽しむ。 ・極上のお酒と沖縄の食のマリアージュを楽しみ、限定蔵元を訪れるプレミアムな時間。 						
【コーディネーター】 ○沖縄セルラー電話株式会社						
【連携】（候補） ○沖縄県酒造組合 ○鹿児島県酒造組合 ○（一社）泡盛マイスター協会 ○泡盛倉庫（飲食） ○レストラン・ホテル						
【ガイドング】（候補） ○元泡盛の女王（泡盛マイスター） ○カリスマバーテンダー（未定）						

新規造成（候補②）	主たる対象エリア					
	奄美大島	徳之島	やんばる	本島 中南部	宮古島	八重山
	.	.	○	○	○	○
テーマ・コンセプト						
The spirit of Okinawan traditional arts 《沖縄の心に触れる、極上の時間（とき）》						
【世界観】 <ul style="list-style-type: none"> ・沖縄は古来より、アジア諸国との交易を通して多様な芸術文化を受入れ、そして沖縄の精神的、文化的風土と融合させることで、亜熱帯の美しい島々に独自の世界が広がっている。 ・それは、祭事であり、舞踊であり、音楽であり、また、生活の中に溶け込んだ自然な時の流れの中に潜んでいる。 ・沖縄の心に触れる時間の中に入り込んで、直接体験し、響き合い、感動するひと時。 						
【コーディネーター】 ○（公財）沖縄文化振興会						
【連携】（候補） ○伝統音楽、琉球舞踊、工芸、染色等の県内団体 ○芸術、音楽、芸能、演劇等の県内団体 ※令和7年度は、台湾にてプロモーション活動を実施（旅行会社と連携） ※ホテル、観光施設等への各種団体組織の派遣を実施中 ※令和6年度から「OKINAWA ARTS COUNCIL」事業を行い、令和7年は県内各所にてイベントを開催						
【ガイディング】（候補） ○OKINAWA ARTS COUNCIL アドバイザリーボード登録専門家 ○OKINAWA ARTS COUNCIL プログラムオフィサー（個々の分野で専門性のある人材）						

新規造成（候補③）	対象エリア					
	奄美大島	徳之島	やんばる	本島 中南部	宮古島	八重山
	.	.	○	○	○	○
テーマ・コンセプト						
<p style="text-align: center;">This Is Island Life. 《ここにある暮らし、ここだけの暮らし》</p>						
<p>【世界観】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 時を重ねて受け継がれてきた、島の文化。その静かな誇りに、そっと触れる旅。 ・ 受け継がれる美意識とともに島に滞在し、文化の中で過ごす時間という贅沢。 ・ 世代を超えて受け継がれてきた島の文化。観るものではなく、今も暮らしの中に息づいている美意識にそっと触れる。本物とともに過ごす、静かな時間という贅沢。 ・ 過剰な演出も説明もいない。本物だけが持つ静けさとともに過ごす時間こそが、ここでしか叶わない贅沢です。文化の只中に滞在するという、選ばれた体験がここにある。 						
<p>【コーディネーター】</p> <p>○株式会社おきなわコークリエーション</p>						
<p>【連携】（候補）</p> <ul style="list-style-type: none"> ○TM プランニング（伊江島） ○いぜな島観光協会（伊是名島） ○伊平屋村観光協会（伊平屋島） ○サウスポーグループ（久高島） ○ホームタウンツーリズム（久米島） ○西表アイランドホテル（西表島） ○ビッグビーチ石垣島（石垣島） ○サニーコーラル（渡嘉敷島） 						
<p>【ガイドング】（候補）</p> <p>※上記連携先にて確保</p>						

9. 観光庁への報告、会議等への対応

9-1 エリア会議

(1) 目的及び概要

エリア会議は、①事業推進を目的とした、沖縄・奄美エリア関係者間の意見・情報交換、②「体制・人材育成事業」と「マーケ・販売促進事業」の連携に向けた意見・情報交換、進捗共有、③観光庁報告資料・報告内容の事前共有との内容すり合わせを目的として開催され、本事業も沖縄・奄美エリア関係者として参加した。

(2) 参加者（下記の組織体において適宜担当者が参加し開催された）

- 沖縄県、沖縄総合事務局、鹿児島県、大島支庁、九州運輸局
- あまみ大島観光物産連盟、奄美群島観光物産協会、OCVB、奄美群島広域事務組合、あまみ大島観光物産連盟
- 事務局：オリコム、オリコン
- 受託事業者：
 - ・人材育成等事業（JTBF/沖縄 JTB）
 - ・販路形成事業（沖縄セルラー/RPI）
 - ・オンライン消費動向調査事業（JTB 鹿児島支店）

(3) 開催記録

回数	開催日
第1回	令和7年6月6日（金）
第2回	令和7年6月19日（木）
第3回	令和7年7月16日（水）
第4回	令和7年8月20日（水）
第5回	令和7年9月18日（木）
第6回	令和7年10月15日（水）
第7回	令和7年11月19日（水）
第8回	令和7年12月17日（水）
第9回	令和8年1月21日（水）

(4) エリア会議の開催概要

■第1回エリア会議

《共有事項》

●委託 1

- プレーヤー調査・ヒアリング：
 - ・プレーヤーとして含めてほしい事業者の紹介依頼
- 7/15 ホスピタリティ人材研修&ガイド育成研修合同セミナー：
 - ・販路形成等事業の事業概要発表 依頼。

■第2回エリア会議

《共有事項》

●委託 1

- プレーヤー調査・ヒアリング：
 - ・調査目的、概要、調査の流れ（スケジュール）について共有。
- ホスピタリティ人材研修&観光ガイド育成研修 合同セミナー
 - ・開催概要、セミナー内容、セミナーの重視点、参加状況、発信状況、今後の対応について共有。

●委託 2

- 販路形成および受け入れ環境改善事業
 - ・業務実施体制、ファムコース概要・受入チーム、追加取り組み、全体スケジュール、事業効果と評価に関して共有。

《質疑応答》

●推進委員会について

- 質問(オリコム)：
 - ・推進委員会の調整状況、開催日・アジェンダについて確認
- 回答(沖縄県)：
 - ・日付・時間は決定済み、大まかな次第あり。第1回はGW2050(以降GW)参加をメインに進める予定
- 質問(オリコム)：
 - ・観光庁の意図として、既存組織(OCVB・奄美観光物産協会等)の活用を重視。他地域では観光協会等が予算執行を担当することが多い。
- 回答(OCVB)：
 - ・OCVB組織のあり方について観光政策課と検討中。観光振興課と観光政策課で話し合い、コンセンサスを固めてほしい。統括チームには海外プロモーション

課が参加予定。奄美に関しては他事業でもご一緒している。高付加価値インバウンド受入は今後も重要だと考えており、既存事業とも連携させながら取り組んでいきたい。課題：鹿児島県庁と奄美エリア関係者との温度差、距離的な問題

●プレイヤー調査について

○質問(オリコム)：

- ・意向調査で関心がない事業者への個別ヒアリング実施可否について確認

○回答(JTBF・沖縄県)：

- ・意向調査結果に関係なく、重要な事業者には個別ヒアリングを実施予定。デスクリサーチ用にOCVB商談会データ等の提供協力をお願いしたい。

→(OCVB)特に問題ない。ただ、出展事業者が高付加価値をターゲットにしているかどうかは、そちらで整理して活用するように。

○指摘(OCVB)：

- ・商談会出展について、事前の関係構築・適切な事業者招聘の重要性を指摘。

●販路形成事業について

○質問(オリコム)：

- ・3ルート・3ゾーンでの組み合わせ販売の可能性について確認

○回答(沖縄セルラー)

- ・高付加価値顧客に対しては分割販売も含めて検討、受け入れチームと連携して進める

●沖縄総合事務局からの懸念

- ・観光庁から事業進捗の遅れ・内容の弱さについて指摘される可能性あり。今年度事業終了後、民間に運営を引き継ぐ中で、現在の内容でそこまで到達できるのか懸念もある点お伝えする。
- ・GW2050のDMO等受入母体や、そこで必要な人材などについても更に詰めていく必要があり、私たちも関わっていく。

■第3回エリア会議

《共有事項》

●委託 1

○第一回推進委員会：

- ・委員会では、新たに奄美大島 DMO と GW 2050 プロジェクト推進協議会がメンバーとして承認された点と、委員からの意見として、特に「アウトバンド」に関する意見や、プレイヤーとの関わり方などについて多くの意見が出されたことなどが報告された。また、プレイヤー調査の進捗として、デスクリサーチが完了し、高付加価値事業者リスト案が概ね完成したこと、今後は意向調査を実施していく予定が示された。

○合同セミナーの開催

- ・セミナーには 147 名の申し込みがあり、参加者へのアンケート結果からは概ね高い満足度が得られたこと、セミナーでは、JNTO より高付加価値旅行者に関するデータが提供されたほか、阿部佳氏によるホスピタリティのあり方についての基調講演、ディスカッションが行われ、参加者の具体的なイメージ醸成に繋がったことなどが報告された。

●委託 2

○ファミツアー行程案：

- ・3 チーム (A:やんばる、B:本島中南部・宮古、C:八重山・奄美・徳之島) が造成中のファミトリップ工程案が共有された。有識者からは、富裕層に響くホスピタリティの具体策 (パーソナライズの徹底、チーム内の情報共有など) や、徳之島の闘牛コンテンツの扱い方 (オプション化、文化背景の説明の重要性) など、多岐にわたる助言があったことが報告された。

●委託 3

○進捗状況：

- ・本日までに審査を完了させ受託事業者を決定する。今月中には契約。観光庁の定例会議までには受託事業者は決定している予定だが、資料については検討中。

《質疑応答》

●人材育成について

○質問(沖総局)：

- ・先日の合同セミナーにおけるディスカッションの内容がやや抽象的であった。「富裕層のおもてなしとして、来店までの準備過程をメイキングビデオで見せるのは有効か」といった、参加者が現場で実践するイメージを具体的に掴めるような問いかけや、「海外の有力なコンシェルジュ会社が沖縄に進出する可能性」など、地元企業に良い意味での危機感を促すような視点も必要だったのではないか。

○回答(沖縄県)：

- ・今回のセミナーは、今後の実地研修へ各社の代表者・マネージャー層から部下を派遣してもらうことを目的とした、導入としての位置づけ。そのため、まずは事業の方向性や考え方といった視点での話を中心となった。山口氏が指摘したような具体的なノウハウについては、現在専門家と策定中のガイドラインに基づき、9月以降に実施する実地研修のカリキュラムで詳細に展開していく予定。

●プレイヤー調査の対象の選定について

○意見(沖縄総局)：

- ・より戦略的な視点が必要。例えば OTS と MK タクシーの資本提携や、海外の有力なコンシェルジュ会社が沖縄に進出する可能性などの具体的な企業動向を把握し、成果に直結しそうな事業者を目星をつけてアプローチすべき。
- (沖縄県) 同意する。現在リストアップしている事業者への意向調査と並行し、特に有望な事業者に対しては個別のヒアリングを計画している。具体的な企業の情報やアプローチすべき対象についての提案は、今後も歓迎したい。

●ファミツアーで造成するコンテンツについて

○意見(沖縄総局)：

- ・「ラグジュアリー感」の演出方法について、たとえ高額であっても一般の団体ツアーと同じ場所を巡るだけでは、参加者は特別感を感じられない。例えば「施設の開館前に30分間だけ貸し切る」ような、一般の旅行商品とは明確に異なる「特別体験」をどう組み込むかが重要。
- (沖縄県) 同意する。「どこが特別なのか」という点の明確化が、本事業の最も重要なポイントであると認識。有識者の野口氏からも同様の助言を受けており、現在、各チームが「特別感の演出」を最重視しながら、地域の声を吸い上げて具体的な工程を作成している段階。

■第4回エリア会議

《共有事項》

●委託 1

○プレーヤー調査：

- ・8月前半に400件強にメール送信、先週末時点で30件回答（回答率：宿泊施設約1割）
- ・受け入れ状況：ほとんどが受け入れ経験あり
- ・主要国籍：アメリカが最多、次いで東アジア、欧州・シンガポール各3割弱
- ・今後の受入意向：「受け入れたい」「機会があれば受け入れたい」が大多数
- ・商談会参加・紹介希望：ほとんどの事業者が希望
- ・GW2050との体制検討を並行実施中

○人材育成研修等の進捗報告

- ・7月15日実施 合同セミナー：38名回答、満足度88%
- ・ホスピタリティ研修ガイドライン完成
- ・研修：基礎・応用2段階（1年目・2年目）のプログラム構成
- ・9月9日に基礎前期研修を実施予定、現在14名申込
- ・ガイド研修ガイドライン案も完成
- ・ガイド育成研修：9月11日座学セミナー実施、沖縄：9名中5名選出、奄美：12名中3名選出（1名検討中）。徳之島での実地研修設定（9/16-17）。
- ・インナーブランディングツール（ストーリーブック）：9月中旬完成予定
- ・7月15日実施セミナー：38名回答、満足度88%

●委託 2

○統括チーム会議（7月実施）指摘事項

- ・商談会：合同実施決定（11/16那覇）、奄美・八重山は小規模商談会も設定
- ・富裕層対応：細やかな配慮、待ち時間短縮、参加者意見の反映等が重要
- ・雨天時代替案（プランB）準備必須

○3コース概要

- ・チームA（本島北部・やんばる）：BOJ担当
 - ・コンセプト：「本物の魅力、沖縄ブルーゾーン」
 - ・ターゲット：ウェルネス志向モダンラグジュアリー層
 - ・5日間、北部4泊
- ・チームB（宮古・本島中南部）：沖縄JTB担当
 - ・コンセプト：「青い海から琉球王国へ、究極の沖縄ラグジュアリー体験」
 - ・ターゲット：ハイエンド～アッパーミドル層
 - ・ローズウッド宮古島宿泊、首里ガストロノミー体験
- ・チームC（奄美・八重山）：東武トップツアーズ担当
 - ・コンセプト：「世界有数の自然の中に息づく島の暮らし」

・ターゲット：モダンラグジュアリー層（ソフトアドベンチャー志向）

・8日間、AT軸

○今後の取り組み

・地域説明会・意見交換会：来週から各地域実施

・実地調査：北部 9/29-10/2、宮古・本島 10/24-25、奄美 9/19-22、八重山 10/14-16

・VJTM 出展：30 枠中 19 枠埋まり、全枠埋まる見込み

●委託3

○オンライン消費動向調査

・7月末業務開始

・鹿児島県・奄美大島観光物産連盟と調査項目調整中（第2稿提出済）

・8月下旬に調査項目確定、9月下旬に調査開始予定

・全57問のアンケート実施予定

《質疑応答》

●研修ガイドラインについて

○質問（沖総局）：

・研修ガイドラインの位置づけ（今年度限定か継続活用か）

○回答（沖縄 JTB・沖縄県）：

・今後も継続的に活用。基本的には各事業所で実施すべきものだが、県はその方向性を示す入り口となる研修を実施する、という位置づけにした。

●ホスピタリティ研修について

○質問（沖総局）：

・ホスピタリティ研修参加者の語学力状況について

○回答（沖縄 JTB・沖縄県）：

・ホスピタリティ研修は語学力を必須要件としていない。ガイド研修は語学力も考慮して選考実施した。

○依頼（オリコム）

・奄美からの研修参加者増加に向けた個別アプローチは可能か。

○回答（鹿児島県）：

・JTB 沖縄経由でアプローチ済

●ツアー内容について

○質問（沖総局）：

・プライベート空間確保、祭りの有料観覧席による地域貢献、県内企業電動アシスト自転車活用等について産業振興視点より情報共有・提案

○回答（RPI）：

・プライベート空間については有識者からも意見があった。地域貢献・産業振興視点は今後検討する。

○質問(沖総局)：

- ・観光庁指摘の「食」改善について（ホテル食偏重）

○回答（RPI）：

- ・地域性打ち出し工夫・テーマ設定実施し、今後具体化する。

○情報共有（オリコム）

- ・ローズウッド宮古島周辺環境（ゴミ処理場）：ファムツアー時確認依頼

○回答（RPI）：

- ・承知した。

■第5回エリア会議

《共有事項》

●委託 1

○プレイヤー調査

- ・JTBF からはプレイヤー調査（意向調査）が概ね完了したことが報告された。特に宿泊施設やガイドコンテンツ事業者からの関心が高く、回答率は2割を超えた。今後は個別ヒアリング調査へ移行し、①沖縄・奄美間の空路・航路アクセス拡充やビジネスジェットの状態把握を目的とした交通関係事業者へのヒアリングと、②昨年度調査を補完する形で宮古・八重山エリアの宿泊施設やDMC等を対象とした現状・課題把握、の2点を軸に進める計画。

○人材育成研修

- ・沖縄 JTBF からは、人材育成研修の進捗が報告された。9月9日に実施したホスピタリティ研修では、高価値旅行の特性理解やグローバルコミュニケーション、地域の魅力の伝え方について講義が行われ、参加者から高い満足度が得られた。9月11日には観光ガイド育成研修のオンライン座学セミナーを実施し、旅行会社が求めるガイドの役割や富裕層対応時の接遇について学んだ。また、商談会等で活用する「ストーリーブック」が完成し、9月12日に納品済み。「ブルーゾーン」や「琉球王国」等のテーマ別にエリアの魅力を紹介する内容となっている。

●委託 2

○統括チーム会議（7月実施）指摘事項

- ・RPI からは、販路形成事業についての進捗が報告された。まず、八重山・宮古・ヤンバルで実施した地域説明会では、八重山から星空ツアーの提案や二次交通の課題、宮古からは宮古上布の活用やプライベートジェットの給油問題、ヤンバルからはアレルギー対応食やゆとりのある日程への要望など、具体的な意見が挙がった。これらの意見を踏まえ、9月19日から開始する実地調査の実施要領を策定した。また、商談会については、来週にVJTM（欧州18社、米4社、豪2社が参加）を控え、11月14日には全体の合同商談会を開催する計画である。全体スケジュールは概ね順調に進捗している。

●委託 3

○オンライン消費動向調査

- ・JTBF 鹿児島支店からはオンライン消費動向調査について進捗が報告された。調査票が完成したため、今後は Japan Times 等を通じて情報拡散を行い、回答を収集していく予定。

●その他共有事項（沖総局）

- ・ビジネスジェットの受け入れに関しては沖総局での過去の調査結果があるため参考にされたい。特にFBOの存在が不可欠である。

- ・ローズウッドホテルに長期滞在しながらも敷地外へは一步も出なかった宿泊客の例を聞いた。富裕層を相手にすることについては難しさを感じる。(
- ・全島エイサーにおいて、エイサーに詳しい職員の方が解説していた。人材育成の面では、このように他のエリアや他県との違いを深く掘り下げて説明できる能力が、ガイドにとって重要な要素。

《質疑応答》

●地域説明会の内容について

○質問(沖総局) :

- ・委託2の報告にあった石垣の二次交通の課題については、富裕層向けの車両等が不足しているという問題なのか、それとも二次交通の手段自体が全体的に不十分であるという問題なのか、どちらの観点か。

○回答(RPI) :

- ・富裕層向けの車両や、離島へ乗り継ぐ際の情報提供が不足している点

○質問(沖総局) :

- ・宮古上布の販売方法について、反物だけでは販売が難しいのではないか

○回答(RPI) :

- ・高価な着物だけでなく、アクセサリーのような手に取りやすい商品も含めたピラミッド型の商品展開を現地で検討している。また将来的には海外の販売チャネル活用も視野にある。

●確認事項について

○質問(沖総局) :

- ・来週の観光庁との会議について、沖縄総合事務局から、事業に参加している宿泊事業者リストやロードマップの進捗について説明を求められる可能性があるが、対応の想定はあるか。

○回答(沖縄県、オリコム) :

- ・プレイヤー調査に回答したホテルリストは提示可能であり、主要なところは回答しているため問題ないと考えられる。

■第6回エリア会議

《共有事項》

●委託 1

○プレイヤー調査

- ・JTBF からはプレイヤー調査（意向調査）の追加回答と個別ヒアリングの進捗状況が報告された。個別ヒアリングはヒアリング先が確定し、一部は完了している状況。

○人材育成研修

- ・沖縄 JTBF からは、人材育成研修の進捗が報告された。ホスピタリティ研修は、前期行動計画書へのコメント記入が完了し参加者へ返却、11月25日の後期研修を調整中。ガイド育成研修は、エントリー（徳之島・沖縄本島）、プロ（沖縄）の3本が完了した。エントリー研修では、地域の魅力のストーリー化や首里城での実践、ナイトツアー等を実施。満足度は高かったが、課題として語学力や宗教的配慮が挙げられた。プロ研修はファミツアーガイドも対象に、建築をアート視点で見るツアーなど新たな視点を取り入れた。参加者からはストーリーテリングの重要性や文化的背景の理解を再認識したとの声があった。

●委託 2

○実踏調査・商談会進捗

- ・RPI からは、実踏調査と商談会についての進捗が報告された。実踏調査（奄美徳之島、やんばる）では有識者から高評価を得た一方、「ストーリー整理」と「余白の時間」の必要性が指摘された。八重山、中南部・宮古でも実施し、得られた食事量や安全性等の改善点をファミツアーに活用する。11月14日には那覇で3社合同の現地商談会をバイヤー12社と開催予定である。9月のVJTMでは23商談を実施し、6社から返信を得た。

●委託 3

○オンライン消費動向調査

- ・JTBF 鹿児島支店からはオンライン消費動向調査について進捗が報告された。オンライン消費動向調査の中間報告（9月末時点約61件）では、回答者の約6割が北米で、訪日・訪沖経験者が大半を占めている状況。

《質疑応答》

●プレイヤー調査について

○質問（沖総局・沖縄県）：

- ・プレイヤー調査リストの奄美側に寿司の店がある。沖縄側でも提供可能な店が含まれているか。
- ・プレイヤー調査の意向調査回答者について、委託2のファミツアー等で関わっている事業者の漏れがあるため確認すべき。

○回答(JTBF) :

- ・調査の追加実施・回答依頼をする事業者について整理する。

●ガイド育成について

○質問(沖総局) :

- ・ガイド育成において個人のスキル差にどう対応する方針か。(沖総局)

○回答(沖縄 JTB)

- ・研修はガイドラインとカリキュラムに基づいている。安全面や基礎スキルなど「ここは押さえるべき」という重要点は、研修を通じて講師からしっかり伝えており、その上で個性を尊重している。

●実踏調査について

○質問(オリコム) :

- ・実踏調査での指摘(食事量やコースの安全性等)は実際の造成にどう反映されるか。

○回答(RPI)

- ・いただいた指摘は事業者側に伝え、特に安全性については調整を行う。工程の根幹は変えず、緩急をつける等の微調整を行う。

●消費動向調査について

○質問(沖総局) :

- ・オンライン消費動向調査における高所得者層の消費額平均(約5,800ドル)は、ターゲット層(100万円消費)としては低いのではないか。

○回答(JTB 鹿児島) :

- ・この金額は現地での消費額であり、渡航費等は含まれていないため、妥当な範囲かと思われる。

■第7回エリア会議

《共有事項》

●委託 1

○プレーヤー調査・ヒアリング：

- ・調査および主要事業者への個別ヒアリングを継続中。一部アポイント難航箇所あるが代替候補へ打診中。人材育成：ホスピタリティ後期研修は、特別セミナー・交流会と合わせ実施予定。奄美での観光ガイド育成研修が完了。参加者はプロレベルであり、高付加価値旅行への理解度や満足度は高い結果となった。

●委託 2

○ファミツアー・商談会：

- ・11月7日～14日にかけて3コース(やんばる、宮古・本島、奄美・徳之島・八重山)を実施。天候不良による一部行程変更(西表島等)はあったが、プランB・Cでの対応により無事終了。14日の商談会にはバイヤー14社、サプライヤー12社が参加。今後の予定：ILTM(12月)、全体報告会(1月)、現地研修(1月)に向け準備中。新規造成コンテンツ(酒類、伝統工芸等)の検討も進行中。

●委託 3

○消費動向調査：

- ・アンケート回収数が目標未達のため、実施期間を延長し300件を目標に継続中。中間報告として、高所得者層の傾向(自然・文化への関心が高く、必ずしもラグジュアリーホテルのみを志向しない等)を共有。

《質疑応答》

●推進委員会の出席調整について

○質問(沖縄総合事務局)：

- ・委員会のオンライン参加および代理参加の状況はどうか。

○回答(JTBF)：

- ・鹿児島県がオンライン参加、沖縄海邦銀行が代理出席の予定である。

●ガイド育成のレベル感について

○質問(沖縄総合事務局)：

- ・ガイド研修において、例えば「VIPをあえて一人にする時間を作る」といった、センスや“阿吽の呼吸”のような高度なスキルを教えるのはまだ早い段階か。

○回答(沖縄 JTBF 江藤)：

- ・今回の奄美研修参加者はプロレベルであるため、基礎的な強弱の付け方は習得済みである。今回の研修では、そうした配慮も含め、ガイド自らが主体的に旅

程やサービスを提案できる「ランドオペレーター型ガイド」としての能力開発に重点を置き、認識を新たにさせていただいた。

●商談会の成約・評価分析について

○質問(沖縄総合事務局)：

- ・商談会の結果について、単なる面談数だけでなく、「どのバイヤーがどの商品
を評価し、採用したいと判断したか(あるいはしなかったか)」という具体的な
勝敗・評価の分析を行う予定はあるか。

○回答(RPI)：

- ・予定している。バイヤー・サプライヤー双方から詳細なフィードバックシート
を回収中である。商談の中身や具体的なコメント、各コンテンツへの評価を事
務局で集約・分析し、どの要素が響いたのか等を可視化した上で、全体報告会
等でフィードバックを行う。

■第8回エリア会議

《共有事項》

●委託 1

○プレーヤー調査・ヒアリング：

- ・JTBFからはプレーヤー調査について、意向調査の追加回答と個別ヒアリングの結果が報告された。プレーヤーリストとヒアリングが概ね完了しており、ヒアリングは業種ごとに結果概要を共有した。

○ホスピタリティ研修：

- ・沖縄JTBFからは、ホスピタリティ研修（基礎コース後期）及び特別セミナーについて報告された。参加者からは「伝える力」の不足やネットワーク構築の必要性が課題として挙げられた一方、異業種間での深い議論により自社事業を見直す機会になった等、満足度は高かった。

●委託 2

○ファミツアー・商談会・ILTM進捗

- ・RPIからは、FAMツアーと商談会、ILTMカンヌの結果と、今後予定している現地研修について報告された。FAMツアーは、北部のユタ体験や中南部の首里城での伝統文化体験が高評価を得た一方、悪天候時の代替プランの質的担保の重要性や、ラグジュアリー層が求める快適性と乖離（虫対策等）が課題として確認された。11月の商談会では成約見込み等が44%に達し、12月のILTM（カンヌ）でも沖縄・奄美への関心度は約8割と高く、特にブルーゾーンへの注目が集まった。1月には推進委員向けの現地研修を予定している。

●委託 3

○オンライン消費動向調査

- ・JTBF 鹿児島支店からはオンライン消費動向調査について進捗が報告された。アンケート調査およびインタビュー調査は12月中旬までに全て完了している。

《質疑応答》

●プレーヤー調査について

○質問（沖総局）：

- ・プレーヤー調査結果について「CIQがボトルネック」という表現は避けるべき（柔軟運用が可能とされているため）。昨年度の報告同様、「CIQ等の手続きを代行・段取りするFBO（固定基地オペレーター）が沖縄に不在であること」を課題の軸として記述し、整合性をとってほしい。

○回答（JTBF）：

→ご指摘の方向性で取りまとめを行う。

●人材育成について

○質問（沖総局）：

- ・研修受講生の中で「モノになりそうな人材」を見極め、企業側へ継続参加を働きかけるべきではないか。

○回答（沖縄 JTB・沖縄県）

- ・参加者は既に各分野のリーダー層である。研修は2か年計画（基礎・応用）であり、継続受講を前提としている。

●宿の確保計画について

○質問（沖縄総局）：

- ・観光庁へ提出する「宿の確保計画」の進捗はどうか。

○回答（沖縄県）：

- ・ミシュランやフォーブス掲載クラスの数は足りており、課題は「働く人のホスピタリティ向上」などのソフト面にあると認識している。

●FAM 行程について

○質問（沖縄総局）：

- ・有識者からの評価について「行程が詰め込みすぎ」との指摘があったようだが、視察としては当然ではないか。また、ブルーゾーンにおける「沖縄独自の要素（何を取り入れるか）」の定義が曖昧に感じる。

○回答（RPI）

- ・「詰め込み」の指摘は、そのまま商品化するには過密という意味合いであり、商談の素材としては機能している。ブルーゾーンについては、単なる健康法ではなく、ヌチグスイやユタとの対話など、沖縄の生活文化や精神性、自然との対峙の仕方を「ストーリー」として体験してもらうことが響いていると分析している。

○質問（沖縄総局）：

- ・FAM ツアーに同行したガイドは、委託1の研修とも連携しているか。

○回答（RPI）：

- ・委託1の研修受講生である。

■第9回エリア会議

《共有事項》

●委託 1

○プレーヤー調査・ヒアリング：

- ・第2回推進委員会開催結果を報告。次年度体制、マスタープラン改定（成果目標に「観光収入」追加等）、次年度事業計画などが承認された。来週開催の「観光地経営セミナー（那覇・奄美）」の概要と集客状況（沖縄67名、奄美7名）を共有。

○人材育成研修・セミナー・交流会等：

- ・ご報告済の通り、11月までに全ての人材育成研修・セミナー・交流会等を終了した。現在、ガイドラインの最終見直し中。

●委託 2

○現地研修・報告会等：

- ・1月7日～8日の現地研修（推進委員会 委員対象）および1月20日の報告会実施結果を報告。高付加価値コンテンツの価値は確認できた一方、その価値を言語化し伝えるガイドの人材育成が重要であり課題でもあると報告。

●委託 3

○オンライン消費動向調査

- ・富裕層向けオンライン消費者調査（306サンプル）の結果を報告。沖縄は「ラグジュアリーリゾート・離島滞在」等、奄美は「静けさ・プライベート感・自然」等への関心が高い等の傾向が示された。

《質疑応答》

●推進体制に関する質疑

○質問（沖縄県）：

- ・次年度の体制図において、九州運輸局の立ち位置や鹿児島県との調整状況はどうなっているか。

○回答（JTBF・九州運輸局）：

- ・委員会メンバーからは外れるが、沖縄総合事務局と同様にオブザーバー参加を検討しており、エリア会議や月1回の定例会には出席する形で調整済みである。

●次年度予算に関する質疑

○質問（沖縄県）：

- ・沖縄県側は6,000万～1億円程度の予算を想定しているが、奄美側の想定額はいくらか。

○回答（鹿児島県）：

- ・3,000万円を要求予定である。減額の可能性も考慮し、1,500万～3,000万円の間で考えている。

●セミナー経費に関する確認

○質問(オリコム)：

- ・観光庁への報告資料作成のため確認したいが、セミナー登壇者には謝金と旅費の両方を事業費から支払うのか。

○回答(JTBF)：

- ・その通りである。旅費(航空券)については払い戻しではなく、事務局側で手配済みである。

●セミナー周知に関する質疑

○質問(沖縄県)：

- ・セミナーの集客について、沖縄側の経済団体(経済同友会等)への周知は行ったか。

○回答(JTBF)：

- ・観光関連団体(JTB旅ホ連、JATA等)への周知は行ったが、経済団体への直接の周知は行っていない。

○要望(沖縄県)：

- ・経営者向けのセミナーであるため、経済団体への周知は必須である。共有済みの連絡先へ、今からでも直ちに案内を送ってほしい。

○回答(JTBF)：

- ・本日中に案内を行う。

10. 全体の総括

今回実施したファムツアーは、マスタープランに基づき沖縄・奄美エリアの全体を3コースに分けて設計したものである。それぞれの地域特性を背景に、ツアーコンセプト、ターゲット、提供コンテンツが異なるものとして設計を行い、海外バイヤー及び国内DMCを招聘し、ツアー評価と今後の沖縄への送客可能性を検証したものである。個々のツアーにおける評価点及び改善点については、先に各コース毎に整理したが、ここではその結果を踏まえて、沖縄における今後の欧米豪富裕層インバウンド誘客を支えるストロングポイントと、事業テーマでもある高付加価値化の可能性、ウリ、ヤド、ヒト、アシ、コネの現状と課題について整理する。

10-1 沖縄のストロングポイントとしてのブルーゾーン

Blue Zone(ブルーゾーン)は、「健康で長生きする人が非常に多い世界の特定の地域」を指し、世界で5地域が選定されている。沖縄はアジア唯一の選定地域であり、沖縄独自で発展した文化や歴史が高く評価されている。

ブルーゾーンが注目されてきた背景は、全世界的に蔓延したコロナ禍で、特に日本よりも多くの被害を出した欧米各国において、健康志向の高まりと相まって自身の健康に気を遣う「ウェルネス」を旅のテーマとすることがトレンドの1つとなっていることにある。また、ウェルネスについても、単に健康というだけではなく、生きがい、自然や文化とのつながり、人とのつながり、学びなどの要素も重要視されており、そのような環境を求める傾向が強くなっている。

沖縄は、世界の5つのブルーゾーンの一つであるが、特にやんばるにおけるブルーゾーン要素は非常に高い訴求力を有していることが、今回のファムツアー及び海外商談会(ILTM)において確認され、また、実際に商談成約・交渉レベルのオファーも複数あり、インバウンド誘客に直接繋がる可能性が高いことが明確となった。

今回の事業の中では、実際にどのような要素が欧米豪の富裕層インバウンドに訴求するのかを垣間見ることができたことは大きな成果と言えるが、特に、かつて長寿を支えていた地域の食文化や精神文化、さらには「生きがい」というテーマへの関心が高く、「やんばる」には、そのテーマを支える要素が多数存在していることが高評価に繋がったと言える。

ファムツアーにおける提供要素としては、対象エリアであった大宜味村の皆さんの暮らしの中に潜んでいる、①ぬちぐすい(命の薬)の食文化:「食は命の薬」という考え方があり、食材の持つ効能を活かした料理が食卓に並ぶこと。②適度な運動を続けること:ジムに通うような激しい運動ではなく、畑仕事、ガーデニング、散歩など自然な形での日常的な身体活動。③精神性の高い暮らし方:ユタの存在と先祖や自然を常に大切する暮らし方。④古来より維持されている豊かな自然環境:世界自然遺産の登録があるように、生活を守るように共存してきた森や水、動植物の存在。⑤人生をスローダウンする:のんびりとした島時間の中で、心穏やかに暮らしている姿。など、ブルーゾーン

を構成すると言われている要素のいくつかがやんばるに存在し、それを意識してファムツアーの構成コンテンツとして提供できたことが高評価に繋がったのであると推察される。

【ファムツアーにおけるブルーゾーン構成】※詳細は「ファムツアーの実施」参照

- 謝敷集落とやんばるホテル「南溟森室（なんめいしんしつ）」
 - ・集落散策、郷土芸能、ユタとの触れ合いなど
- ツリーフルハウス（宿泊）
- 琉球料理传承人による料理教室
- 地元食材で構成されるランチ（かっかーの店）

■ブルーゾーンとしてのブランディング

今回は「やんばる」において実施しているが、他の地域への展開も可能性が高く、上記のようなブルーゾーン要素を組み合わせつつ、特定地域に特化した、説得力のあるデスティネーションとしてブランディングすると効果的であると思われる。

ブルーゾーンを訴求していくためには、高い地域の価値を伝えることに加えて、単に説明するのではなく、何故なのかという背景を含め「その要素をどう自身の生活に取り入れるか」という更に深い学びを提供することがより高い付加価値となる。

10-2 高付加価値化の可能性

高付加価値旅行の定義は「単に一旅行当たりの消費額が大きいのみならず、一般的に知的好奇心や探究心が強く、旅行による様々な体験を通じて地域の伝統・文化、自然等に触れることで、自身の知識を深め、インスピレーションを得られることを重視する傾向にある」とされ（JNTO）、値段が高い・豪華である＝高付加価値(富裕層)旅行ではなく、特別感、パーソナライズ、本物を感じるなど、地域にある本質的な魅力を伝えることにある。

沖縄の観光で求められているのは、正に、地域の宝である自然や文化を、持続的により価値の高いものに変えていくことであり、観光客への価値の提供だけでなく、産業としての地域経済への貢献、自然・環境・文化とコミュニティ（地域の生活）を守りながら、商品と地域づくりを行っていくことであると認識できる。高付加価値の本質は、価値の源泉が借り物ではなく、自らが産み出す沖縄らしさという独自性によって形成されるブランド力であり、沖縄らしく、地域らしくありたい姿から逆算して、ほかにはない体験価値をつくり上げることこそが、“沖縄の宝”を真に価値の高いものに変えていくのではないかと考えられる。

今回のファムツアーの中では、そのような観点からいくつかのコンテンツを構成し提供しているが、総じて招聘者の評価が高く今後の可能性を感じることができた。

《やんばるコース》における高付加価値要素

- 集落の暮らし、生活文化の体験
- やんばるにおける食材の魅力（テロワールとしてのガストロノミー）

《本島中南部・宮古島》における高付加価値要素

- 琉球王朝によって形成された料理の文化
- もてなしのために成立した無形文化（古謡、舞踊、三線）
- 琉球王朝時代に確立された織の技術

《奄美徳之島・八重山》における高付加価値要素

- 地域ならではのスピリッツ（蒸留酒）
- 独特の技術構成による織の文化
- 世界自然遺産と触れる AT 体験

10-3 ウリ、ヤド、ヒト、アシ、コネの現状と課題

—ファミツアーにおける提供コンテンツ、サービス等への評価から—

①ウリ：

《評価点》

- 沖縄に賦存する多様性（マリンリゾートやマリンアクティビティだけではない多様なコンテンツ：生活文化体験、工芸体験、郷土料理体験など）を背景としたコンテンツの提供は、異なるライフスタイルやオファーを持つ様々な層の訪問者の体験に対応できる内容であった。
- 日本人でも普段あまり訪れる機会のない各島嶼地域を巡ることができ、今まで知らなかったところを知れたのは非常に興味深い。
- アクセスの悪さは、阻害要因とされがちであるが、それを含んだ形での体験の組み立ては、かなりの特別な体験（特別感）につながっている。
- 自ら手を動かさず場面が良かった。特に作り手との対話ができただことは、自身のクリエイティビティを発揮しつつ学べる特別感があった。
- 工芸体験では、ただ体験ではなく、その後ろにストーリーがあることをしっかり伝えることで、より深く関心を持って体験することができた。
- 泡盛の酒蔵見学は、沖縄にしかない現地ならではの作り方を丁寧に伝えることで、沖縄のオリジンを感じた。
- ノボテルのプライベートパフォーマンス（琉球舞踊、民謡）は非常に興味深かった。プライベートな空間で、あのように近くで体験できることは中々ないものであり、京都の芸子体験にも匹敵する。また、見るだけではなく、参加する（カチャーシー）ことも大きな魅力と感じた。

《改善点》

- 定番の海、マリーアクティビティ、フィッシング、ダイビングといった要素があつて、そこをフックにして、さらに深い文化を見てもらおうという流れを作ることができると良い。
- 体験する場所はプライベート空間にして、一般とは区別しておかないと、特別感が出ない。
- 体験することと、体験の背景や理由、学びなどは丁寧にしておくことが重要で、必要な知識を備えたガイディングは必須。
- 沖縄は特に悪天候のリスクがあるようだが、悪天候の中でもアジャストできる内容があるということを知れて良かった半面、プランBの品質は代替え品ではなく、プランAと同レベルであることが必要。

②ヤド：

《評価点》

- ハイクラスホテルはその存在だけで集客できる力を持っており、今回は宮古島のローズウッドホテルに宿泊できたことは大きい魅力である。
- 滞在期間中を考えると、ハイクラスホテルとローカルホテルを組み合わせることで、全体の品質を保ちつつ、より地域に密着した旅の魅力化が成立する。やんばるでの組み合わせは深い魅力となっていた。

《改善点》

- ローカルホテルには、個性を重視した宿泊コンテンツを担う役割があり、それも大きな魅力となり得るものであるが、一方で、富裕層ターゲットとすれば、落としてはいけないサービスの質や空間や設備の水準があり、しっかりとしたバックボーンを備えておくことは必須である。
- ホテルが単に宿泊機能としてだけでなく、地域と繋がるタッチポイントとしての役割を持ち、コンシェルジュ機能が充実していることが望ましい。

③ヒト：

※今回のファムツアーでは、コース毎に多言語対応可能なスルーガイドを配置

- 八重山のAT系のスルーガイド、アクティビティのガイドは質が高く、また、経験が豊富であり参加者の不安を取り除き、なおかつ楽しむことができる配慮が素晴らしい。
- 沖縄の歴史に造詣が深く、また、その知識を参加者に対して、興味深く、ストーリー化して伝える知識と技術が素晴らしい方（上里先生）の存在は、旅全体の質を高めることができる。
- やんばるの南溟森室（なんめいしんしつ）のスタッフを「シェルパ」と呼び、地域集落に生活する方と来訪者を繋ぐ役割を持たせていることは大変重要。

《改善点》

- AT系のガイドは数が少ないことが最も大きな課題となっている。
- ガイドングでは、歴史的・文化的な背景の知識が必要であり、ガイドがしっかりとニュアンスを失わずに説明できないと、その価値（バリュー）が薄れてしまうため、そのような情報、学びを進めていくことが今後の課題。
- 英語だけではなく、フランス語、ドイツ語、スペイン語といった多言語対応が必要。
- 沖縄の通訳士には沖縄出身者が少なく、本来であれば沖縄出身者が通訳士などのガイドを行うことが良いと思うが、沖縄の学生は琉球の歴史についてあまり教育を受けていないため、ガイド育成もさることながら、そのような教育自体を見直すことも必要。

④アシ：

《評価点》

○下地島空港によりプライベートジェットの利用が可能になったことは大きな魅力となっている。

※一方で、燃料確保、CIQ 対応、マンパワー確保などの課題も顕在化している。

○小さなアシとしての、自転車、EV サイクルなど、エコロジカルな交通手段の利用は今後期待が持てる。

《改善点》

○沖縄は総じて二次交通機能が弱いことが指摘されているが、特に、県北部や離島地域においては、遠距離対応や離島への交通など、改善が求められる。

○離島へのアシは基本的に高速船ないしはフェリーに限定されているが、チャーター船の拡充など富裕層インバウンドへの対応が必要。

○今後、那覇空港と各地を結ぶラグジュアリーヘリコプターの運航など、基幹的な部分での改善は必要である。

⑤コネ：

《評価点》

○今回のファムツアーを通して招聘した国内の DMC からは、沖縄の新しい魅力と可能性について前向きな評価を得ており、このような接点を今後も大切にし、継続的な交流があるとよい。

《改善点》

○例えば、今回評価されているブルーゾーンとして地域のコンセプトをまとめ、コンテンツを作り、市場と繋いでいくことができるローカル DMC の育成が必要であり、そのための人材の確保が重要である。

○ナショナル DMC（海外のエージェントと繋がっている）と地元のローカル DMC がきちんと繋がり、商品造成・販売までできるような道ができれば良い。

10-4 事業効果の測定方法と数値目標について

本事業における数値目標についての考え方としては、下記に示す項目が想定される。

■短期的な送客数ではなく、中長期的な視点での目標設定

富裕層をターゲットとした高付加価値旅行の商談やプロモーションは、すぐの受注にはつながらないという特性がある。統括チーム会議においても「年度内に送客は難しい」「問合せは来年、再来年のものとなる」という共通認識を持つべきだと指摘されている。したがって、単年度の「送客数」などを性急に追うのではなく、中長期的な目線で事業のKPIを設定・再確認することが必要である。

■プロセス評価としての販売パイプ（商談）構築

最終的な観光収入や単価上昇に繋がるまでのプロセスとして、海外エージェントや国内DMCとの「強い販売パイプ構築」が効果として期待される。本事業では、商談会を通してそのような状況の構築を図ったが、結果として下記のような成果を得ることができた。

- 商談会での面談数や、「成約」「継続交渉」に繋がった案件数・割合
- 国内外商談会（VJTMやILTM等）で有望な連携先として評価された件数

上記についての成果は次の通りとなっている。

(1) 商談会の成果

商談結果		
成約	6件	4.5%
成約可能性/継続	52件	39.4%
継続交渉	59件	44.7%
全商談数	132件	

(2) VJTMの成果

商談結果		
有望な連携先	10件	43.5%
連携先となりうるが懸念あり	13件	56.5%
本事業のターゲット層（欧米豪富裕層）の誘客は期待できない	0件	0.0%
全商談数	23件	

(3) ILTMの成果

商談結果		
関心度非常に高い	13件	37.1%
関心度高い	14件	40.0%
関心度低い	8件	22.9%
全商談数	35件	

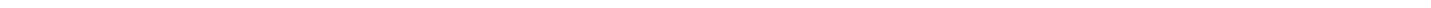
これらの結果から、「関心度が高く、成約を含め交渉レベル」にある商談は、どの商談機会でも約4割を占めているという結果を得られた。

《参考》

○VJTM2024の実績：JNT0ウェブサイトより

・商談数 8,296件、成約に至る可能性がある商談計 1,921件：23%

https://www.jnto.go.jp/projects/regional-support/news/3906.html?utm_source=chatgpt.com



Ⅲ 事業実施結果概要

1. 統括チーム会議の運営

本事業を進めるにあたり、ファムツアーの実施を中心として、商談会の開催、国内外商談会への出展、現地研修の実施、報告会の開催等各局面で、有識者を含む統括会議の指示及び助言により運営を行った。

【構成】

- 高付加価値旅行者向けのツアー造成に関する、アドベンチャー、ラグジュアリー、ホスピタリティ、各分野の有識者3名
- 沖縄県及び鹿児島県担当者、観光関係者

【開催】

- 令和7年6月18日から令和7年12月19日まで、合計7回開催

2. ファムツアーの実施

マスタープランに基づく沖縄・奄美エリア全体を対象に3コースを設定し、各コース毎に受入チーム幹事事業者を置き、コース設計からツアー実施までの一連の業務を行った。また、ファムツアーの実施に向けて、3コースに該当する各地域において事業説明およびファムコースの設計に盛り込むべき地域資源等についての提案を頂くとともに有識者による実地調査を行った。

ファムツアーには、欧米豪の富裕層対応旅行会社、沖縄に送客展開することが可能な国内DMCからそれぞれ2社を招聘した。

■ 3コース概要

	幹事事業者	対象エリア	テーマ
受入チーム A	株式会社 BOJ	やんばる	Real Blue Zone
	令和7年11月10日～13日：4泊5日		
受入チーム B	沖縄 JTB 株式会社	宮古・本島中南部	Ryukyu Kingdom : A Millennium of History, A Century of Life
	令和7年11月10日～13日：4泊5日		
受入チーム C	東武トップツア ーズ株式会社	奄美徳之島・ 八重山	世界有数の自然の中に息づ く島の暮らし
	令和7年11月7日～13日：7泊8日		

【ファムツアーの評価】

■やんばるエリア

会社名	商品造成・販売意欲	ガイドング体験	ツアーのホスピタリティ
A社	非常に高まった	非常に魅力が高い	非常に良かった
B社	やや高まった	やや魅力が高い	非常に良かった
C社	非常に高まった	非常に魅力が高い	非常に良かった

■本島中南部・宮古島エリア

会社名	商品造成・販売意欲	ガイドング体験	ツアーのホスピタリティ
A社	やや高まった	非常に魅力が高い	まあまあ良かった
B社	非常に高まった	非常に魅力が高い	非常に良かった
C社	非常に高まった	非常に魅力が高い	非常に良かった
D社	非常に高まった	非常に魅力が高い	非常に良かった

■奄美・徳之島・八重山エリア

会社名	商品造成・販売意欲	ガイドング体験	ツアーのホスピタリティ
A社	非常に高まった	やや魅力が高い	非常に良かった
B社	非常に高まった	非常に魅力が高い	非常に良かった
C社	非常に高まった	非常に魅力が高い	非常に良かった
D社	非常に高まった	非常に魅力が高い	非常に良かった

3. エリア内事業者との商談会の企画・実施

ファムツアーと連動した3コース合同の商談会を開催した。商談は、ファムツアーに参加した海外及び国内バイヤー12社、ファムツアーにおいて宿泊やコンテンツ等を提供した地域側セラー12社（一部共同参加あり）で実施した。

○商談会開催日：令和7年11月14日（金） 13:00～16:00

○場所：ホテルコレクティブ 宴会場2階

■商談の成果：全132商談中

- 成約6件（4.5%）
- 成約可能性/継続52件（39.4%）
- 継続交渉59件（44.7%）

4. 富裕層向け国内外商談会等への参加

(1) VJTM (VISIT JAPAN トラベル & MICE マート) への出展

- 開催日時：2025年9月25日(木)～9月27日(土)
- 開催場所：愛知スカイエキスポ ホール A
- 開催方式：対面方式(完全リアル)
- 参加者数：海外バイヤー 280社程度
- 主催：日本政府観光局(JNTO)
- 受入チーム(BOJ、東武トップツアーズ)から参加：全23商談を実施

■商談の結果

評価	回答数	割合
有望な連携先である	10	43.5%
連携先となりうるが懸念あり	13	56.5%
本事業のターゲット層(欧米豪富裕層)の誘客は期待できない	0	0.0%

(2) 「International Luxury Travel Market Cannes 2025」への出展

- 開催日時：2025年12月1日(月)～12月4日(木)
- 開催場所：フランス・カンヌ
「Palais des Festivals et des Congres de Cannes」
- 開催方式：事前予約性対面方式(完全リアル)
- 参加者数：海外バイヤー 約2,000人
- 主催：Reed Exhibitions Limited
- 受入チーム(BOJ)から参加：全35商談を実施

■商談の結果

評価	回答数	割合
関心度非常に高い	13	37.1%
関心度高い	14	40.0%
関心度低い	8	22.9%

5. 現地研修の実施

11月に実施したファムツアーを踏まえ、海外富裕層を想定した場合の沖縄のポテンシャルを確認するとともに、可能性を阻害する要因についても確認し、その結果をビジネスチャンスとして捉えることができるよう、有効な情報提供を行うために実施。

○開催日時：2026年1月7日（水）、8日（木）

○開催場所：やんばる、首里

○参加者：沖縄・奄美エリア高付加価値なインバウンド観光地づくり推進委員
（希望者）

※1月7日：4名 1月8日：6名参加

■参加者によるフィードバック

《評価》

- 沖縄のブルーゾーンとしての魅力をより強く打ち出していく
- 日本の中でも沖縄が持つ“違い（歴史・文化）”こそが魅力となる
- 海外富裕層に十分訴求する資源性を再評価
- 新しい魅力を持つ沖縄の伝統をもっと出していくとよい

《課題》

- 観光業界の給与の低さ、人材不足は課題。その解決として高付加価値がある。
- 魅力あるコンテンツをつなげコーディネートできる事業者がいるのか
- 価値をきちんと言語化していかないといけない、
- 多言語ガイドは県外の人材が多い状況。沖縄出身のガイドが増えることが必要

6. 全体報告会の開催

沖縄・奄美エリアにおける高付加価値なインバウンド観光地づくり事業の成果を広く共有し、関係者間での意見交換やネットワーキングを通じて、今後の取り組みがさらに促進されるよう、実施事業の成果を報告・共有・意見交換を行うことを目的に開催した。

○開催日時：2026年1月20日（火） 15:00～17:00

○開催場所：沖縄県市町村自治会館 2階ホール

○開催方法：会場およびオンライン視聴によるハイブリッド

○参加者：県内の、観光関連事業者、観光協会・DMO、行政観光担当者等

※現地参加：47名 オンライン参加：86名 合計133名

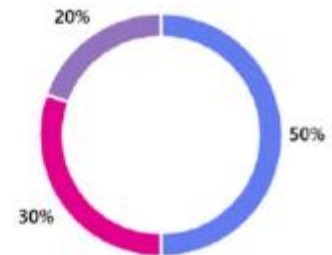
■全体報告会のプログラム内容についての評価

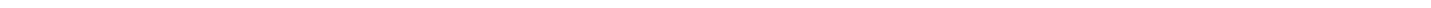
● 大変参考になった	23
● 参考になった	22
● どちらでもない	1
● あまり参考にならなかった	0



■高付加価値インバウンド観光地づくりに向けた関心度

● 非常に取り組んでみたい（すでに取り組んでいる）	23
● 興味はあるが、何から始めればよいかわからない	14
● あまり関心がない	0
● 自社の事業領域とは異なる	9





令和7年度 高付加価値なインバウンド観光地づくり事業
沖縄・奄美エリア販路形成・受入環境改善事業委託業務 報告書

令和8年1月

【発行】

沖縄県文化観光スポーツ部 観光振興課
〒900-8570 沖縄県那覇市泉崎1丁目2番2号沖縄県庁8階
TEL : 098-866-2764 FAX : 098-866-2765

【受託】

令和7年度高付加価値なインバウンド観光地づくり事業共同企業体
「代表幹事」沖縄セルラー電話株式会社
〒900-8540 沖縄県那覇市松山1-2-1
TEL : 098-869-1001 FAX : 098-861-8802
