

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
推進委員会運営・各種調査・人材育成等業務**

委託業務報告書

2026年1月30日

JTBF・沖縄JTB共同企業体

本編

はじめに：本業務の目的・全体像	7
（1）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会」の運営	8
（2）今後の推進体制の検討	11
（3）エリア内観光関係事業者等のプレーヤー調査	14
（4）観光関連人材の研修	24
1）観光ガイド育成研修の実施	24
2）ホスピタリティ人材研修の実施	33
（5）地域、関係者間における機運醸成及び観光地経営の理解促進に資する取り組み	37
（6）観光庁への報告、会議、指示事項等への対応、エリア関係者会議の開催	42
まとめ：本業務の成果	45

目次

別紙一覧

- (1)-①-1-1 第1回推進委員会 会議資料
- (1)-①-1-2 第1回推進委員会 議事要旨
- (1)-①-1-3 第1回推進委員会 議事録
- (1)-①-2-1 第2回推進委員会 会議資料
- (1)-①-2-2 第2回推進委員会 議事要旨
- (1)-①-2-3 第2回推進委員会 議事録

- (1)-②-1-1 改訂版 沖縄・奄美エリア マスタープラン
- (1)-②-1-2 改訂版 沖縄・奄美エリア マスタープラン 概要版

- (4)-1-1-1 沖縄・奄美エリア 高付加価値観光対応 観光ガイド研修ガイドライン
- (4)-1-1-2 ガイドライン対応表
- (4)-1-1-3 観光ガイド研修 参加者名簿

- (4)-1-2-1 座学研修 講師資料 曾我様_高付加価値旅行者対応の接遇とトラベルプランニング
- (4)-1-2-2 座学研修 講師資料 後藤様_旅行会社が求めるガイドの役割・要件
- (4)-1-2-3 座学研修 沖縄エントリーレベル参加者リスト
- (4)-1-2-4 座学研修 奄美エントリーレベル参加者リスト
- (4)-1-2-5 座学研修 参加者全アンケート
- (4)-1-2-6 座学研修 まとめ 考察

- (4)-1-3 観光ガイド育成研修 実地研修まとめ 考察

- (4)-1-4-1 実地研修 エントリーレベル（徳之島）募集チラシ
- (4)-1-4-2 実地研修 エントリーレベル（徳之島）旅のしおり
- (4)-1-4-3 実地研修 エントリーレベル（徳之島）参加者アンケート①②③
- (4)-1-4-4 実地研修 エントリーレベル（徳之島）評価シート_古株講師

目次

別紙一覧（続き）

- (4)-1-5-1 実地研修 エントリーレベル（沖縄本島）募集チラシ
- (4)-1-5-2 実地研修 エントリーレベル（沖縄本島）旅のしおり
- (4)-1-5-3 実地研修 エントリーレベル（沖縄本島）参加者アンケート①②③④⑤
- (4)-1-5-4 実地研修 エントリーレベル（沖縄本島）評価シート_國場講師

- (4)-1-6-1 実地研修 プロレベル（沖縄本島）旅のしおり
- (4)-1-6-2 実地研修 プロレベル（沖縄本島）参加者アンケート①②③④
- (4)-1-6-3 実地研修 プロレベル（沖縄本島）評価シート_曾我講師

- (4)-1-7-1 実地研修 プロレベル（奄美群島）旅のしおり
- (4)-1-7-2 実地研修 プロレベル（奄美群島）参加者アンケート①②
- (4)-1-7-3 実地研修 プロレベル（奄美群島）評価シート_後藤講師

- (4)-2-1-1 ホスピタリティ研修ガイドライン（最終）

- (4)-2-2-1 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募集チラシ
- (4)-2-2-2 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次第
- (4)-2-2-3 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参加申込者リスト
- (4)-2-2-4 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講義スライド
- (4)-2-2-5 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ディスカッション（質疑応答）まとめ
- (4)-2-2-6 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アンケート結果

- (4)-2-3-1 ホスピタリティ研修（基礎コース 前期・後期）カリキュラム（関係者用・ガイドライン連携解説付）
- (4)-2-3-2 ホスピタリティ研修（基礎コース 前期・後期）参加申込者リスト
- (4)-2-3-3 ホスピタリティ前期研修（基礎コース） 次第
- (4)-2-3-4 ホスピタリティ前期研修（基礎コース） 参加者名簿
- (4)-2-3-5 ホスピタリティ前期研修（基礎コース） 講義・進行スライド
- (4)-2-3-6 ホスピタリティ前期研修（基礎コース） 行動計画書フォーム
- (4)-2-3-7 ホスピタリティ前期研修（基礎コース） アンケート結果

目次

別紙一覧（続き）

- (4)-2-4-1 ホスピタリティ後期研修（基礎コース）および特別セミナー＆交流会 カリキュラム（参加者・関係者用）
- (4)-2-4-2 ホスピタリティ後期研修（基礎コース）次第
- (4)-2-4-3 ホスピタリティ後期研修（基礎コース）参加者名簿
- (4)-2-4-4 ホスピタリティ後期研修（基礎コース）講義・進行スライド
- (4)-2-4-5 ホスピタリティ後期研修（基礎コース）各グループごとの発表内容まとめ および講師フォローアップ・総評
- (4)-2-4-6 ホスピタリティ後期研修（基礎コース）アンケート結果

- (4)-2-5-1 ホスピタリティ特別セミナー＆交流会 次第
- (4)-2-5-2 ホスピタリティ特別セミナー＆交流会 参加者名簿
- (4)-2-5-3 ホスピタリティ特別セミナー＆交流会 講師資料・進行スライド
- (4)-2-5-4 ホスピタリティ特別セミナー＆交流会 アンケート結果

- (4)-2-6-1 ホスピタリティ研修 行動計画書（参加者回答・講師フィードバック付）
- (4)-2-6-2 ホスピタリティ研修 実践状況・成果と今後の課題フォーム（参加者回答）

目次

別紙一覧（続き）

- (5)-①-1 インナーブランディングツール 制作スケジュール
- (5)-①-2 インナーブランディングツール マスタープラン_コンセプト突合せ検討資料
- (5)-①-3 インナーブランディングツール 日本語原稿検討資料
- (5)-①-4 インナーブランディングツール 原稿（入稿）

- (5)-②-1-1 観光地経営セミナー(沖縄開催)募集チラシ
- (5)-②-1-2 観光地経営セミナー(沖縄開催)次第
- (5)-②-1-3 観光地経営セミナー(沖縄開催)参加申込者リスト
- (5)-②-1-4 観光地経営セミナー(沖縄開催)講演資料
- (5)-②-1-5 観光地経営セミナー(沖縄開催)発言録
- (5)-②-1-6 観光地経営セミナー(沖縄開催)アンケート結果

- (5)-②-2-1 観光地経営セミナー(奄美開催)募集チラシ
- (5)-②-2-2 観光地経営セミナー(奄美開催)次第
- (5)-②-2-3 観光地経営セミナー(奄美開催)参加申込者リスト
- (5)-②-2-4 観光地経営セミナー(奄美開催)講演資料
- (5)-②-2-5 観光地経営セミナー(奄美開催)発言録
- (5)-②-2-6 観光地経営セミナー(奄美開催)アンケート結果

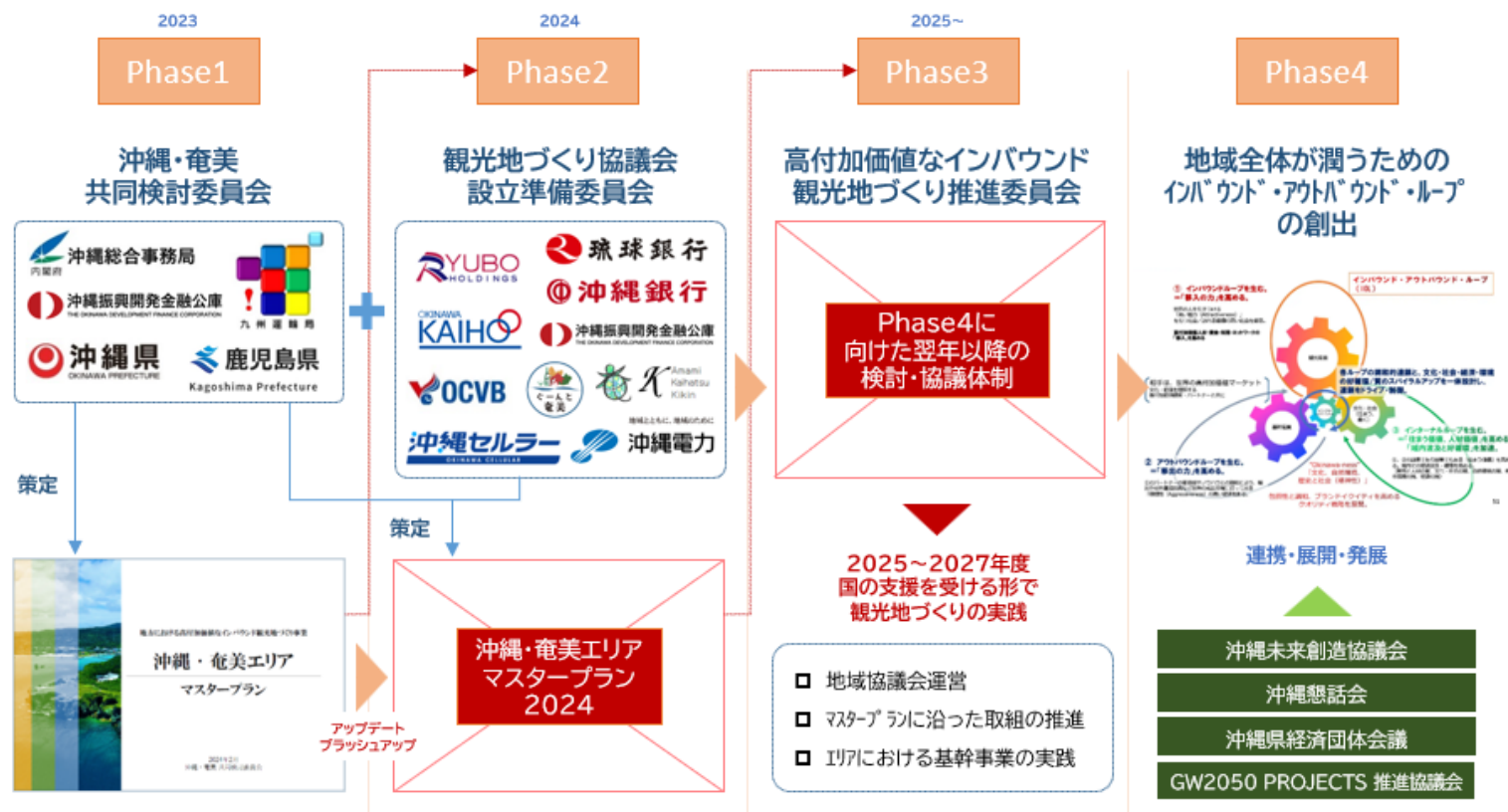
目次

別紙一覧（続き）

- (6)-①-1-1 第1回(5月)エリア会議資料
- (6)-①-1-2 第1回(5月)エリア会議議事録
- (6)-①-2-1 第2回(6月)エリア会議資料
- (6)-①-2-2 第2回(6月)エリア会議議事録
- (6)-①-3-1 第3回(7月)エリア会議資料
- (6)-①-3-2 第3回(7月)エリア会議議事録
- (6)-①-4-1 第4回(8月)エリア会議資料
- (6)-①-4-2 第4回(8月)エリア会議議事録
- (6)-①-5-1 第5回(9月)エリア会議資料
- (6)-①-5-2 第5回(9月)エリア会議議事録
- (6)-①-6-1 第6回(10月)エリア会議資料
- (6)-①-6-2 第6回(10月)エリア会議議事録
- (6)-①-7-1 第7回(11月)エリア会議資料
- (6)-①-7-2 第7回(11月)エリア会議議事録
- (6)-①-8-1 第8回(12月)エリア会議資料
- (6)-①-8-2 第8回(12月)エリア会議議事録
- (6)-①-9-1 第9回(1月)エリア会議資料
- (6)-①-9-2 第9回(1月)エリア会議議事録

はじめに：本業務の目的・全体像

- 本業務は、高付加価値な外国人旅行者の取り込みを強化し、旺盛な旅行消費や知的好奇心を満足させることを通して、地域経済の活性化と潜在価値の向上を実現し、多彩で質の高い観光を推進することを目的としており、令和6年度に改訂した「沖縄・奄美エリア マスタープラン改訂版」に基づき、各種事業を実施し、事業推進状況の確認や連絡調整の場となる沖縄・奄美エリア関係者で構成される「高付加価値なインバウンド観光地づくり推進委員会」の運営をはじめ、各種調査及び人材育成等を実施する。
- 沖縄・奄美エリアでは、高付加価値インバウンドを起点に地域への波及効果を最大化させるための「インバウンド・アウトバウンド・ループ」の創出を目指している。事業3年目となる今年度は、それに向けた体制づくりのPhase3にあたり、「高付加価値なインバウンド観光地づくり推進委員会」の運営と、Phase4を見据え、本事業終了後も自走するための体制構築を進めることが求められる。また、マスタープランに基づく人材育成、機運醸成等の取組やプレイヤー調査を実施することで、本事業による成果を着実に積み上げることが求められる。



(1) 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会」の運営

①委員会開催業務

会議資料（参加者一覧含む）・議事録等は別紙(1)-①-1-1～(1)-①-1-3参照

1) 第1回推進委員会開催概要

- 今年度は推進委員会を2回実施した。第1回委員会では、新たなメンバーとしてGW2050と奄美大島DMOの参画が承認されたほか、GW2050を中心とした体制検討についての報告と、それに対するアウトバウンド創出や推進体制について意見が出された。

日時	令和7年7月10日 13:30-15:00
場所	沖縄県教職員共済会館 八汐荘
議事 (目的)	(1) 委員長・副委員長の選出 (2) 設置要綱の改定 (3) 今年度事業の全体像 (4) 次年度に向けた推進体制の検討



	主なご意見
アウトバウンド	<ul style="list-style-type: none">機能の中で、特に「アウトバウンド」が重要だと考えている。資金調達支援など、ここでは行政の役割、例えば投資を呼び込むための制度設計や税制の整備が不可欠である。今回は「アウトバウンド」がとても重要なコンセプト。その中では、例えば大交易会など、既存の取り組みとの連携が重要になる。県での他部署や総合事務局においては経済産業部との連携も必要だと考える。奄美では、例えば伝統工芸である「大島紬」や、「黒糖焼酎」の試飲体験などは、将来的にアウトバウンドにもつながる可能性がある。富裕層の来訪が資源の消費に繋がるだけではないかという懸念があったため、今回のアウトバウンド・ループという考え方は良い展開である。
推進体制	<ul style="list-style-type: none">アウトバウンドまでを視野に入れるのであれば、これまでとは異なる事業の展開と委員会のメンバーの構成について検討していく必要がある。必要なことは、本委員会のメンバーも、事業計画の段階から実施検証に至るまで主体的に関わることであると思う。開催頻度を上げる、実務者グループを作る等により、本委員会が事業に主体的に関われるようにすべき。今後、鹿児島・奄美エリアにおける本事業の推進体制づくりを、関係者と連携しながら進めていきたい。資料の5ページの機能のうち、特にマーケティング、コーディネート・ランドオペレーションの部分などについて、今年度の事業を進めながら具体的に詰めていきたい。奄美大島DMOさんを中心に、関係者が集まり、奄美としての受け入れ体制をしっかりと作ることが大事。民間の金融機関の意見も伺いながら奄美群島の体制強化に努めてまいりたい。

(1) 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会」の運営

①委員会開催業務

会議資料（参加者一覧含む）・議事録等は別紙(1)-①-2-1～(1)-①-2-3参照

2) 第2回推進委員会開催概要

- 第2回委員会では、設置要綱の改訂による委員会構成団体の変更、次年度以降の推進体制と役割分担、マスタープランの改訂、次年度事業計画の案について報告があり、いずれも承認された。

日時	令和8年1月20日 13:30-14:45
場所	沖縄県市町村自治会館
議事 (目的)	<報告事項> (1)今年度事業の報告 <協議事項> (1)設置要綱の改訂、次年度以降の推進体制と役割分担 (2)マスタープランの改訂 (3)次年度事業計画



	主なご意見
報告事項(1) 今年度事業の報告	<ul style="list-style-type: none">今後は人材育成が特に重要になる。これを持続可能な取組みにつなげていくための方法については、どのように考えているか。人材育成について、ガイドのネットワーク構築の必要性とあるが、これは個人でやっている方のスキルアップが目的となるのか。今後、この事業の成果を商品として売っていくにあたり、ガイドをどの程度確保する必要があるのか。具体的な数字があれば伺いたい。
議事(1) 設置要綱の改訂、 次年度以降の推進 体制と役割分担	<ul style="list-style-type: none">「資金調達機能」について、融資は金融機関が行うもので、GW2050は資金調達支援機能となる。ヤドの開発機能について、宿泊施設の確保そのものはそれぞれの民間事業者が取組むものと理解している。資料では経済界の役割となっているため、経済界の各団体が直接取り組むようにも見える。今後、移出・輸出まで拡大する想定であれば、それにつながるよう、輸出関係の機関とも連携・協力する可能性はあるのか。
議事(2) マスタープランの改 訂	<ul style="list-style-type: none">成果目標について、県として、もしくは地域としての、総生産ベースでの目標も検討してはどうか。観光客数は大きく増えてきているが、総生産は大きく変わっていない状況にある。沖縄・奄美の人材やリソースを活用して売り上げは増えているが、利益ベースで増えていないことが、ザル経済の大きな課題。それに対して、まさに付加価値を高める視点で、この取組みがあると考えている。
議事(3) 次年度事 業計画	<ul style="list-style-type: none">人材育成における課題として、ガイドのネットワークの必要性が挙げられたが、高付加価値旅行者に対応できる人材の基準や、そうした人材を増やすための仕組みについて、見えてきているものはあるか。

(1) 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会」の運営

② マスタープランの見直し・改訂

改訂版マスタープランは別紙(1)-②-1-1参照
改訂に係る議事録は前頁(第2回委員会)参照

1) 見直し・改訂箇所

- マスタープランは、(2)今後の推進体制の検討結果やプレーヤー調査結果の一部反映、目標値の更新とより上位の目標値（観光収入）の明示、沖縄・奄美エリアで目標として掲げている「インバウンドを起点としたアウトバウンド（輸出・移出）の創出」を目指すための取組の追加などについて、改訂を行った。

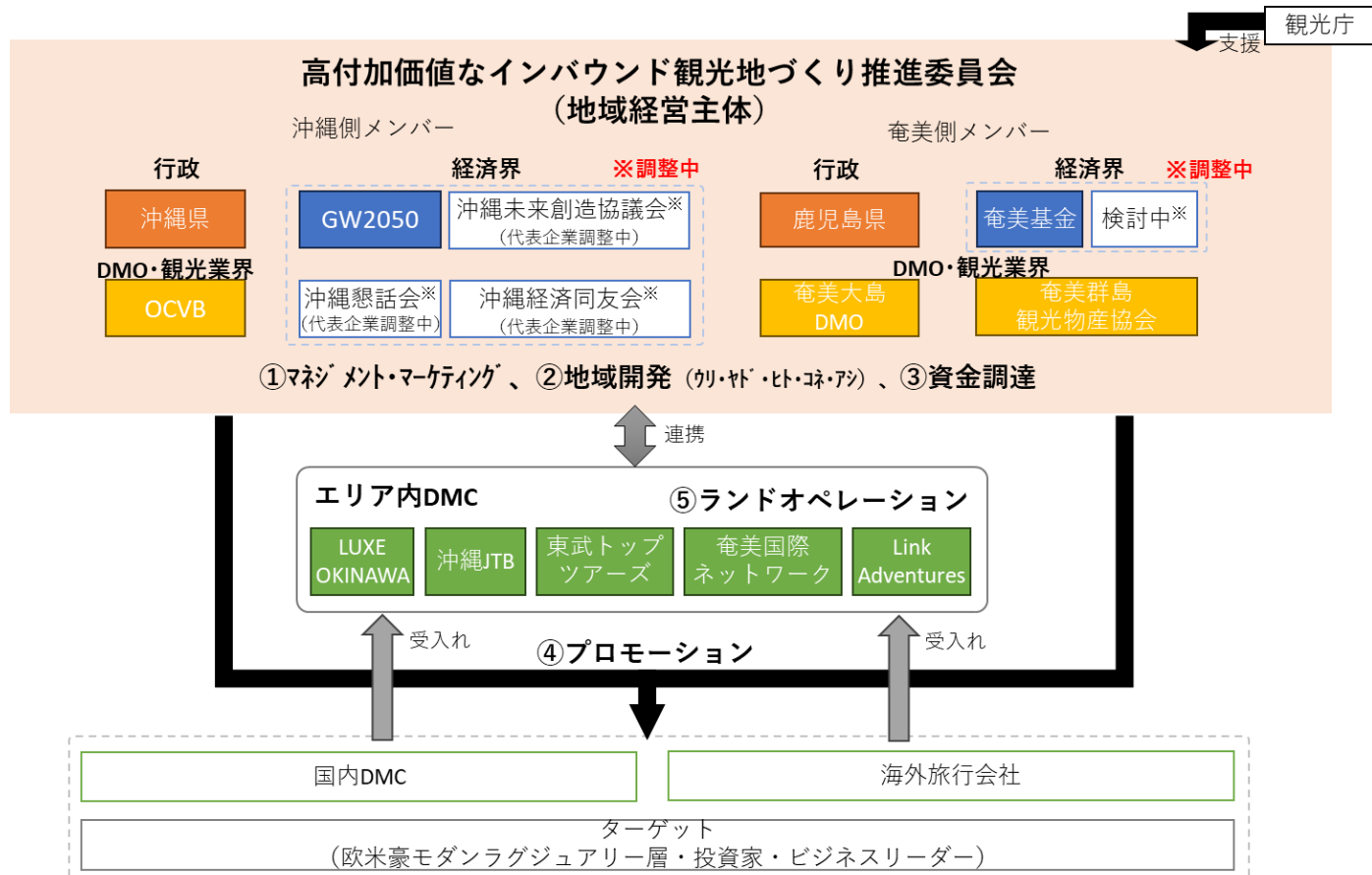
頁	改訂内容
p.3	R8年度以降の推進委員会の委員構成を更新
p.5	最終的な成果目標として、観光収入の目標値と、関連指標の実績値を追加
P.6	成果目標の実績値を更新しグラフ化。
p.7	成果目標の実績値を更新
p.22	高付加価値インバウンドを起点としたアウトバウンド（輸出・移出）の創出を目指すための取組として、「（1）ウリ」における取組のなかに「イ. 地域産品の高付加価値化と接点の構築」を追加。
P.23,24	プレーヤー調査の結果から客室の供給状況を追加し、「ヤド」の課題を改めて整理。
p.41	将来的に地域全体が潤うためのインバウンド・アウトバウンド・ループの創出を目指すことと、そのための推進体制において、本事業を行うことを明記。
p.42	高付加価値旅行者の誘客・受入を行うために、推進体制に必要な機能について、沖縄・奄美エリアにおいては、インバウンド・アウトバウンド・ループを創出するための機能と取組への注力を行うことを明記。
p.44	R8年度以降の委員会の委員構成を更新。
p.45	次年度以降の「ウリ」の取組として「イ. 地域産品の高付加価値化と接点の構築」をロードマップに反映。

(2) 今後の推進体制の検討

改訂版マスタープランは別紙(1)-②-1-1参照
改訂に係る議事録は前頁(第2回委員会)参照

1) 次年度推進体制の概要

- 次年度以降は、本事業終了後も民間主体で自走する推進体制の構築と、沖縄・奄美エリアで目指している「インバウンド・アウトバウンド・ループ」の将来的な創出を見据えて、下図の体制へと移行する。
- 本事業の推進主体である推進委員会では、行政、DMO・観光業、経済界の代表者を構成メンバーとし、「インバウンド・アウトバウンド・ループ」の創出に求められる機能について、委員会の構成メンバーとエリア内DMCとが分担をしながら取組を推進する（経済界各団体の代表企業については調整中）。
- 次年度は、DMC・観光業の代表であるOCVBと奄美大島DMOが取組の中心となりつつ、沖縄県・鹿児島県が引き続きサポートを行いながら事業を推進する。また、経済界においては、「移出・輸出創出機能」を持つ新たな組織の立ち上げを検討しているGW2050を中心に、特に「インバウンド・アウトバウンド・ループ」の創出に向けて必要となる機能（ウリ・ヤドの取組や資金調達支援など）に関連する取組を進める。



(2) 今後の推進体制の検討

2) 推進体制の検討過程

- ・ 沖縄側では、GW2050より発表されたグランドデザインの中で、富裕層・投資家・ビジネスリーダーの誘客やそのための新組織（アウトバウンド創出型DMO）設立の構想が示されたため、今後本事業の推進体制における中心的な役割を担うことが期待されることから、GW2050と協議を開始。

沖縄県・GW・沖縄局打合せ (6/3) 、沖縄県・GW打合せ (6/17)

- ・ GW 2050のグランドデザインで構想している新組織（アウトバウンド創出型DMO）の方向性、想定している機能についての整理・確認

沖縄県・GW・OCVB・沖縄局打合せ (7/2)

- ・ GW2050の構想や、新組織の機能に関するOCVB側への説明・意見聴取

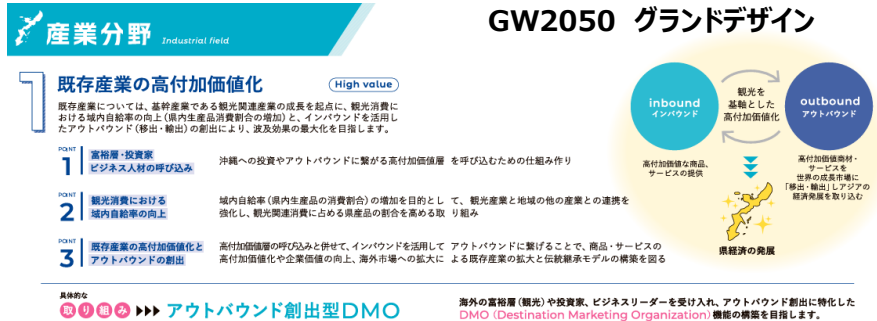
第1回推進委員会 (7/10) ・ 推進委員会の新たなメンバーとしてGW2050と奄美大島DMOが参画

沖縄県・GW・打合せ (7/24・7/31)

- ・ GW2050の新組織についての認識合わせ
 - 新組織はアウトバウンド創出機能を主としながら一部でDMC 機能を持つが、対象とする範囲は限定される可能性

奄美側会議 (8/4) ※鹿児島県開催

- ・ 今後の進め方等について協議



推進体制における機能の整理 (議論用資料)

現行

	インバウンド (誘客・受入)		アウトバウンド (輸出)		
高付加価値インバウンド (富裕層全体)	クリ・ド・ア提供機能 観光事業者	DMC(旅行会社)機能 旅行会社	マーケティングセールス機能 OCVB(DMO)	商社機能 商社	商品・サービス提供機能 非観光事業者
投資家 ビジネスパーソン など					

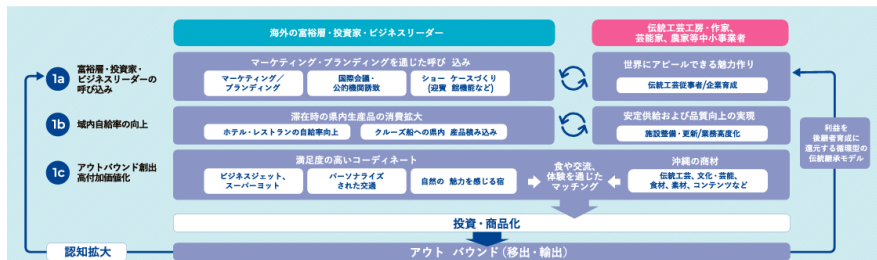
ターゲット

将来

	インバウンド (誘客・受入)		アウトバウンド (輸出)		
高付加価値インバウンド (富裕層全体)	クリ・ド・ア提供機能 観光事業者	DMC(旅行会社)機能 旅行会社	マーケティングセールス機能 OCVB(DMO)	商社機能 商社	商品・サービス提供機能 非観光事業者
投資家 ビジネスパーソン など		インバウンド・アウトバウンド推進組織(仮)	インバウンド・アウトバウンド推進組織(仮)	インバウンド・アウトバウンド推進組織(仮)	

ターゲット

GW2050側にて検討中



(2) 今後の推進体制の検討

2) 推進体制の検討過程

- GW2050側で、海外視察等を通じて新組織の機能について詳細に検討。その結果を踏まえて、次年度推進体制について協議を行った。最終的に、行政、DMO・観光業、GW2050を含む経済界の代表者を構成メンバーとする新たな体制案が、第2回委員会にて承認された。

沖縄県・GW・打合せ (10/10)

- GW2050側で検討した新組織イメージについての認識合わせ
 - 新組織はアウトバウンド創出機能に特化するが、本事業と重なる部分の役割を担う。
 - 次年度の推進体制として行政・DMO、民間(GW2050 新組織)、県内DMCグループからなる協議会設立を見据えて調整する

沖縄県・GW・打合せ (12/8)

- 次年度推進体制と役割分担に関する協議
 - GW2050の役割としては富裕層・投資家・ビジネスリーダー等を受入れるうえで投資促進等が必要な取組等への資金調達支援が対象になりうる。
 - 推進体制には、経済界の各団体から代表企業をメンバーに加える

奄美側会議 (12/12) ※鹿児島県開催

- 次年度の奄美側の推進体制イメージの共有

沖縄県・OCVB・沖総局打合せ (1/6、1/9)

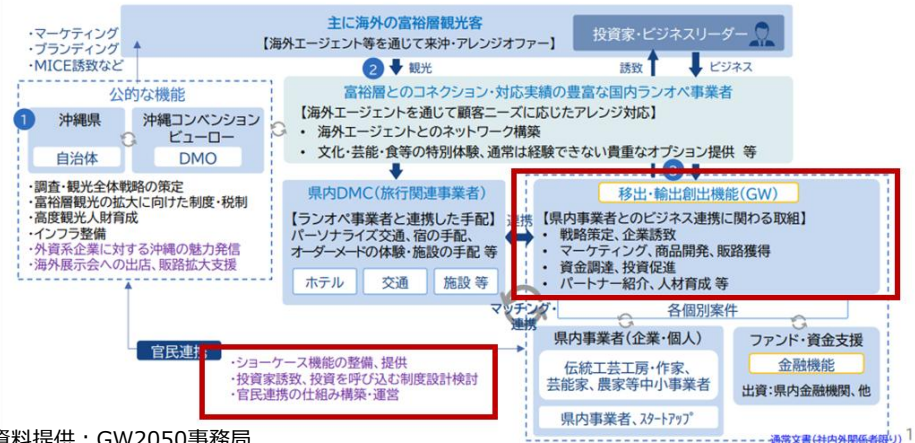
- 次年度のOCVBの役割についての協議

第2回推進委員会 (1/20) ・ 次年度推進体制案について承認

GW2050側の検討結果

観光を軸とした移出・輸出創出機能のイメージ(初期段階)

- 富裕層観光客全体に向けたマーケティング、ブランディングは、DMO機能であるOCVBと県で実施①
- 現地では、既存の富裕層向けランオペ事業者②が、ニーズに合わせたエクスクルーシブな現地体験のアレンジを担い、県内旅行事業者(DMC)と連携し、移動、宿泊、体験・施設等の手配およびアテンドを行う。
- 沖縄への投資や企業誘致に繋がる投資家・ビジネスリーダーへは、移出・輸出創出機能となる組織③が直接アプローチし来沖を誘致。交通や滞在、アテンドなどはランオペ事業者やDMCと連携し、現地視察や沖縄商材とのマッチング(職人交流、芸能鑑賞、飲食、自然等)は輸出・移出創出機能で担う。
- 当該機能が傘となって、一体的なブランディングや目利き機能、ニーズに合わせた商品開発、事業化支援と持続可能な経営支援、人材育成などを行い、既存産業のグローバル市場展開を支援。



(3) エリア内観光関係事業者等のプレーヤー調査

1) 調査概要

- 沖縄・奄美エリアにおける高付加価値インバウンド向けサービスの供給実態や課題等について把握するため、下記の流れで調査1～3を実施。

調査対象：①宿泊施設、②飲食店、③ガイド・観光コンテンツ提供事業者、④DMC、⑤交通サービス（タクシー・リカー・ヘリコプター）

調査1 デスクリサーチ

- 高付加価値インバウンドに対応できる可能性のあるエリア内の事業者一覧を作成したうえで、各事業者について下記項目を調査。

①宿泊施設	客室グレード、客室数、価格帯、格付け、メディア掲載、評価等
②飲食店	価格帯、対応言語、コンセプト、メディア掲載、認証等
③ガイド・コンテンツ	コンテンツ、対応言語、AT要素、費用等
④DMC	サービス概要等
⑤交通サービス	リカー車種、対応言語、サービス等

調査2 意向調査

- 今後の高付加価値インバウンドの受入意向について把握するため、各事業者に対する簡易的なアンケート調査を実施。

調査項目	高付加価値インバウンドについて <ul style="list-style-type: none"> 現在の受入状況 受入実績のある国籍・地域 今後の受入意向 今後の商談会への参加／商談会での紹介に対する意向 等
------	--

調査3 個別ヒアリング

- 下記目的のため、事業者に対する個別ヒアリング調査を実施。

調査目的①

沖縄-奄美群島間のアクセス拡充に向けた検討、ビジネスジェットの状態把握

→ ヒアリング実施件数
航空、船舶、空港運営会社：6件

調査目的②

個別事業者の現状や課題把握

→ ヒアリング実施件数
宿泊施設：6件
旅行会社・DMC：5件

(3) エリア内観光関係事業者等のプレーヤー調査

2) 調査1 デスクリサーチ

- 事業者リストを整理したうえで、各事業者の調査項目について、文献・Web等から把握・整理。
- 事業者リストは、OTAサイト、口コミサイト、業界団体名簿、過年度の資料等からリストアップし、デスクリサーチによって得られた価格帯、サービス水準、格付けや認証の有無等から作成。

調査目的	高付加価値サービス提供事業者リストを作成するための情報整理
調査対象	エリア：沖縄・奄美エリア全域 業種：宿泊施設、飲食店、ガイド・観光コンテンツ提供事業者、旅行会社・DMC、交通サービス
調査方法	事業者リストを整理したうえで、各事業者の調査項目について、文献・Web等から把握・整理

調査項目 宿泊施設

評価指標	具体的な調査項目
客室	<ul style="list-style-type: none">• 客室数• 스위트ルーム、ヴィラタイプの有無• 客室面積（スイートルーム、ヴィラタイプ）
価格帯	<ul style="list-style-type: none">• 7月中旬における2名1室1名あたりの最大料金
格付け	<ul style="list-style-type: none">• 国際的な格付けの有無 (Forbes Travel Guide、ミシュランキー、World Luxury Hotel Awards、ゴ・エ・ミヨ、Condé Nast Traveler Readers choice awards)
メディア掲載	<ul style="list-style-type: none">• 国内外の高級旅行雑誌、高所得者層向けライフスタイル誌等への記事の掲載有無 (Condé Nast Traveler、Travel + Leisure、CREA Traveller、Richesse、GOETHE)
レビューサイトでの評価	<ul style="list-style-type: none">• TripAdvisor, Google Mapでの点数

(3) エリア内観光関係事業者等のプレーヤー調査

2) 調査1 デスクリサーチ

調査項目 飲食店

評価指標	具体的な調査項目
価格帯	<ul style="list-style-type: none">夕食の一般的な価格帯
対応言語	-
プライバシー	<ul style="list-style-type: none">個室／半個室の有無
コンセプト テーマ性	<ul style="list-style-type: none">地産地消、伝統琉球料理の再解釈、イノベティブフュージョンなど、明確なコンセプトの有無、希少な地元食材の活用有無等
空間の質	<ul style="list-style-type: none">絶景が望めるロケーション、伝統的古民家のリノベーションなどユニークな空間があるか、デザイン性の高い内装が確認できるか等
シェフの経歴・評価	<ul style="list-style-type: none">シェフの国内外での修行経験の有無シェフの受賞歴の有無
メディア掲載	<ul style="list-style-type: none">国内外の高級旅行雑誌、高所得者層向けライフスタイル誌等への記事の掲載有無 (Condé Nast Traveler、Travel + Leisure、CREA Traveller、Richesse、GOETHE、ゴ・エ・ミヨ)
認証等	<ul style="list-style-type: none">「琉球料理が味わえる店」認証有無「おきなわ食材の店」認証有無
レビューサイトでの評価	<ul style="list-style-type: none">TripAdvisor, Google Mapでの点数

調査項目 DMC・旅行会社

評価指標	具体的な調査項目
旅行業登録	-
サービス概要	<ul style="list-style-type: none">エリア内の旅行関連の事業・サービス・取組み

(3) エリア内観光関係事業者等のプレーヤー調査

2) 調査1 デスクリサーチ

調査項目 ガイド・コンテンツ提供事業者

評価指標	具体的な調査項目
コンテンツ概要	・ コンテンツの種類、コンテンツ名
外国語対応	-
AT要素：自然、異文化、アクティビティ ※	・ コンテンツに含まれる自然・文化・アクティビティ要素の強さ
AT要素：体験のユニークさ、新しさ ※	・ オンリーワンもしくはナンバーワンの体験が可能か
費用	・ 1人当り参加料金
認証の有無	・ 保全利用協定締結有無

※R6年度 AT推進業務での評価項目

調査項目 交通サービス（ハイヤー）

評価指標	具体的な調査項目
車種	-
対応エリア	-
対応言語	-

調査項目 交通サービス（その他交通：航空会社、ヘリコプター運航会社、定期船運航会社、クルーズ関連事業者）

評価指標	具体的な調査項目
提供サービス	・ 就航している路線・便、提供サービス等

(3) エリア内観光関係事業者等のプレーヤー調査

3) 調査2 意向調査

- 調査1デスクリサーチの調査対象者に対して、今後の高付加価値インバウンドの受入意向について把握するための簡易的なアンケート調査を実施。

調査概要

調査目的	高付加価値インバウンドの受入状況、受入意向、本事業への協力意向の把握
調査対象	エリア : 沖縄・奄美エリア全域 業種 : 宿泊施設、飲食店、ガイド・観光コンテンツ提供事業者、旅行会社・DMC、ハイヤー、ヘリコプター運航会社
調査方法	<ul style="list-style-type: none">メール送信（又は問い合わせフォームからの送信）により案内（メールアドレス不明の場合は、SNSのダイレクトメッセージより案内）Webフォーム経由で回答
調査項目	<ul style="list-style-type: none">現在の、ラグジュアリー層の受入状況これまでに受け入れた海外からのラグジュアリー層の国籍・地域今後の、ラグジュアリー層の受入意向、商談会等への参加意向、商談会での紹介意向
スケジュール	<ul style="list-style-type: none">8/6(水)～ メール送信8/20(水) リマインド送信8/22(金) 回答締切 ※一部は9月以降にも実施

回答結果

	送信件数	回答件数	回答率
宿泊施設	194	56	28.9%
飲食店	111	14	12.6%
ガイド・コンテンツ提供事業者	95	31	32.6%
旅行会社・DMC	35	8	22.9%
ハイヤー事業者	44	4	9.1%
ヘリコプター運航会社	4	2	50.0%

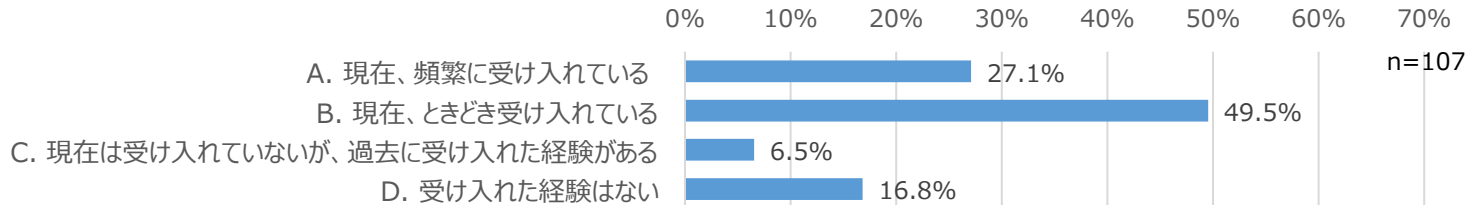
(3) エリア内観光関係事業者等のプレーヤー調査

3) 調査2 意向調査

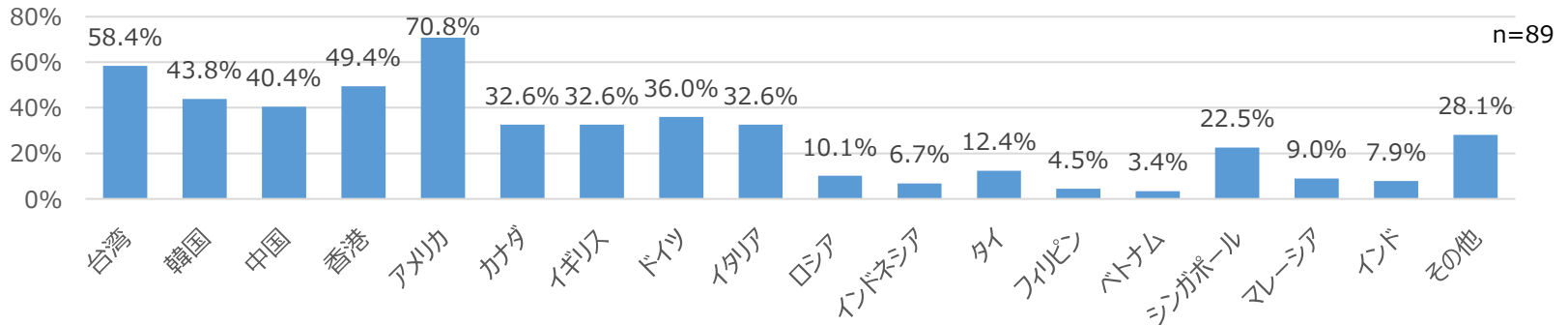
- 回答事業者の8~9割がラグジュアリー層を「受け入れたい」と回答。

結果概要

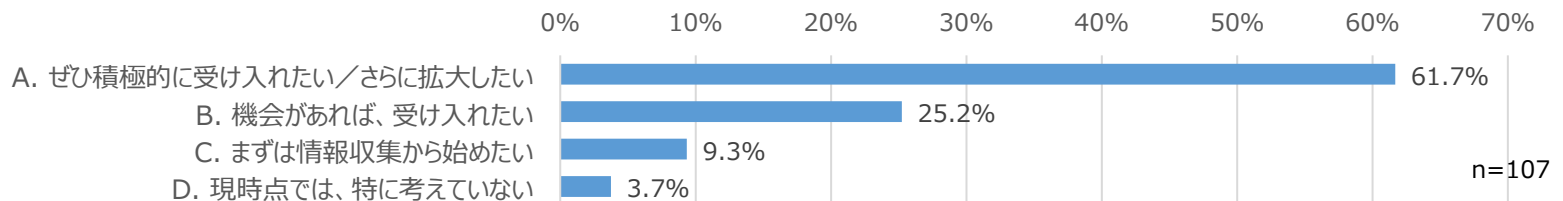
海外からのラグジュアリー層の、現在の受け入れ状況について、最も近いものをお選びください。



これまでに受け入れた海外からのラグジュアリー層について、国籍・地域をお選びください。



今後の、海外からのラグジュアリー層の受け入れに関するお考えについて、最も近いものをお選びください。



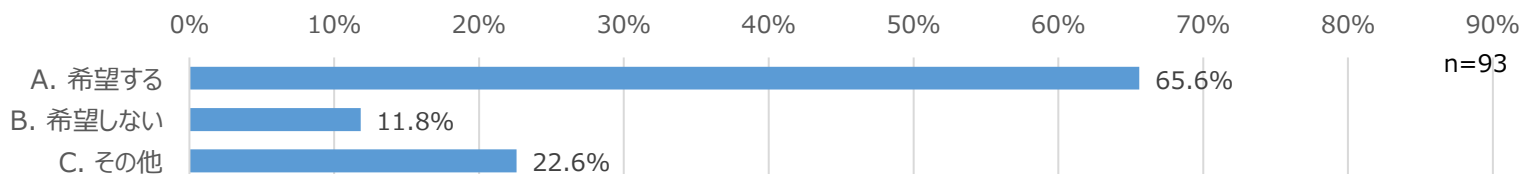
(3) エリア内観光関係事業者等のプレーヤー調査

3) 調査2 意向調査

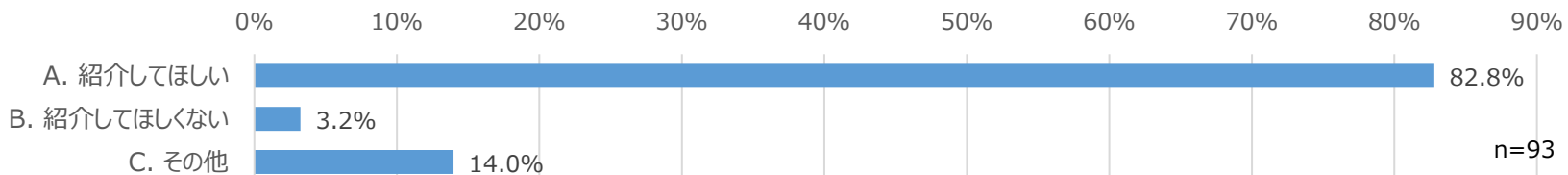
- 回答事業者の6割以上が商談会への参加を希望。8割以上が商談会での紹介を希望。

結果概要

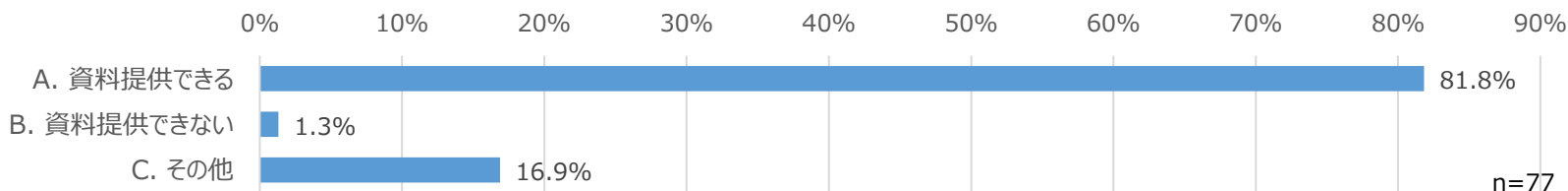
今後、沖縄県/鹿児島県が主催する商談会への参加を希望されますか。



今後、沖縄県/鹿児島県が参加する商談会にて、貴社・貴店舗についてご紹介することを希望されますか。



商談会にて、貴社・貴店舗をご紹介するための資料の提供に、ご協力いただくことは可能でしょうか。
ご提供いただく資料は、A4サイズの1/3程度のものを想定しています。



(3) エリア内観光関係事業者等のプレーヤー調査

4) ヒアリング調査

- 下記目的で、沖縄・奄美エリアの宿泊施設、旅行会社・DMC、交通サービス事業者計17件に個別ヒアリングを実施した。

調査目的	① 沖縄-奄美群島間の空路・航路アクセス拡充に向けた検討、ビジネスジェットの状態把握 ② 個別事業者の現状や課題把握
調査対象	エリア：沖縄・奄美エリア全域 業種：宿泊施設、旅行会社・DMC、交通サービス事業者

調査対象事業者と調査実施日

調査目的①

区分	事業者	実施日
沖縄-奄美空路	日本エアコミューター	10/28
沖縄-奄美航路	マルエーフェリー	10/23
ヘリコプター	エクセル航空 那覇支社	10/8
ビジネスジェット (空港運営会社)	那覇空港ビルディング	10/9
	下地島エアポートマネジメント	10/30
	奄美空港ターミナルビル、奄美航空	10/17 (TELのみ)

調査目的②

エリア	区分	施設タイプ・規模	事業者	実施日
沖縄本島	宿泊施設	ヴィラ	Hanalee Villa Kouri	12/23
	旅行会社・DMC	-	沖縄ツアーリスト	11/25
			ツアーデザイナーズ	10/10
			WithBlue DMC	10/22
宮古	宿泊施設	ホテル58室	イラフ SUI ラグジュアリーコレクションホテル 沖縄宮古	10/20
		ヴィラ7棟	アヤナ宮古島	10/14
八重山	宿泊施設	ホテル148室	はいむるぶし	12/5
		ヴィラ5棟	JUSANDI	11/13
	旅行会社・DMC	-	平田観光	11/5
奄美	宿泊施設	ヴィラ2棟	isola villa amami isola villa tebiro	12/5 (TELのみ)
	旅行会社・DMC	-	奄美国際ネットワーク	10/28

(3) エリア内観光関係事業者等のプレーヤー調査

4) ヒアリング調査

調査項目・結果概要

航空・船舶・ヘリコプター運航会社（沖縄-奄美）

1. 沖縄-奄美路線について、現在の便数・ダイヤ・機材となっている理由

- 定期便については貨物輸送の利便性（夜間航行）や、離島空港の滑走路制約（小型機限定）、効率的な機材繰りを優先してダイヤが組まれており、観光需要よりも島民の生活・物流インフラとしての機能が定着している。

2. 沖縄-奄美路線における客層の状況

（訪日外国人旅行者の有無、国籍、移動目的、旅行形態、季節性等）

- 利用者の大半（7～9割）は離島住民の生活利用やビジネス利用であり、観光客の比率は路線により1～3割程度に留まる。訪日外国人は全体のごく一部（数%）だが、欧米系の長期周遊者（バックパッカー等）や、一部路線ではアジア系観光客も見られる。

3. 今後の沖縄-奄美路線の需要の見通し・増便や新規路線開設の可能性

- 市場全体の動向：人口減少により生活需要（島民利用）は減少または横ばい傾向にあり、継続的な成長は見通しにくい。
- 増便・拡充の可能性：一部の高需要路線には需要の伸びが見られるものの、全体としての新規開設や大幅な増便の可能性は低く、既存サービスの維持・質的向上が焦点となっている。

4. 増便や新規就航にあたっての課題、必要な措置等

（貴社における課題/事業者間で連携すべき課題/両県全体で対応すべき課題等）

- 事業構造と収益性：離島路線の維持には、単価・利益率の低い観光需要だけでなく、ビジネス需要や高付加価値旅行者など、高単価な優良顧客の確保が不可欠である。
- 機材・設備の更新難：機材価格が高騰しており、老朽化に伴う更新や、サービス向上（船舶の客室の個室化など）のための投資が困難な状況にある。
- 供給体制の脆弱性：特にヘリコプターの遊覧飛行においては、機材数や専門職（操縦士・整備士等）の不足がボトルネックとなり、安定的な商品供給体制が構築できていない。

ビジネスジェット（空港運営会社）

1. 近年のビジネスジェット受入実績・客層の傾向

- 受入状況：高級ホテル開業等の影響で受入が増加している空港がある一方、実績がほぼ無い空港もある。
- 客層：9割が外国人であり、アジア圏の富裕層・ファミリー・企業経営者が中心。欧米系は比較的少数である。
- 利用形態：主に観光目的での利用。空港ラウンジはCIQ（税関・出入国管理・検疫）手続き等のために短時間利用されるケースが大半。

2. ビジネスジェット受入れにあたって必要な条件、課題

- 人的リソース不足：保安検査員、ハンドリングスタッフ等の不足が深刻化しており、定期便対応が優先されるため、ビジネスジェットの受入を断るケースが発生している。
- 制度・運用の制約：事前申請期限や空港運用時間、給油制限といったルールや物理的制約が、受入の機会損失に直結している。

3. 今後考えるビジネスジェットの受け入れ体制

（ハンドリング会社を通じた受け入れ体制、もしくは将来的な FBO 誘致・構築の可能性等）

- 現行体制：現在は既存のハンドリング会社やビジネスジェット専門の支援会社が対応を担っている。
- FBO（専用施設・事業者）の可能性：将来的な需要拡大と採算性が見込めれば専門事業者の誘致等も視野に入るが、現時点ではその段階に至っていない。

4. ビジネスジェットに関する誘致・プロモーション活動の現状と今後の方針

- 現状：積極的なプロモーションは未実施で、Webサイトや業界団体への情報提供に留まる。
- 方針：認知度の低さが課題である。誘致の意向はあるものの、具体的な戦略は未定。まずは運航支援会社等への正確な情報提供を優先している。

5. ラグジュアリー層全般についての受入体制や課題、必要な措置等

- サービス充実：ラウンジ内での物販・飲食提供などの高付加価値サービスの導入が検討課題である。
- 地域インフラの課題：空港外の二次交通（ハイヤー等）不足や、観光人材の不足が深刻。省人化等を含む構造的な改革が必要。

(3) エリア内観光関係事業者等のプレーヤー調査

4) ヒアリング調査

調査項目・結果概要

宿泊施設

1. 外国人ラグジュアリー層の受入状況

(受入規模/単価/滞在日数/国籍/エリア/リピート率/旅行形態/予約/手配方法 等)

- ・客層と比率：インバウンド比率は施設により数%～3割程度と幅がある。欧米系（長期滞在傾向）とアジア系（短期滞在傾向）とが混在しているが、近年は欧米系のほうが比較的伸びている傾向にある。
- ・予約経路：OTA（オンライン旅行会社）や公式サイトからの直接予約が多く、富裕層向けリアルエージェント経由は少ない。

2. 外国人ラグジュアリー層の沖縄・奄美エリア内での動向

(訪問先/体験内容/訪日旅行における位置づけ/移動手段/食事箇所/買い物箇所 等)

- ・滞在スタイル：施設から出ずに、客室プールやビーチで読書をするなど、ゆったりと過ごすスタイルが多い。
- ・食事：地域飲食店の言語対応や予約のハードルが高いため、ホテル内で食事をとるケースが多い。
- ・移動手段：レンタカー利用が多いが、タクシー利用も見られる。

3. 外国人ラグジュアリー層のニーズ・嗜好

(旅行目的/興味・関心・嗜好性/使用する情報媒体/多言語対応のニーズ/満足要因/不満足要因 等)

- ・プライバシーと自然：豪華さよりも「プライベート感」「手つかずの自然」「静寂」を重視する傾向が強い。
- ・体験の質：海が見える客室へのこだわりや、施設内でのパーソナルなサービスへの満足度が高い。
- ・ギャップ：一部では虫の存在や利便性不足に対するミスマッチも生じている。

4. 外国人ラグジュアリー層の受入にあたっての課題

(貴組織における課題/事業者間で連携すべき課題/両県全体で対応すべき課題 等)

- ・人材確保：英語対応可能なスタッフや、地域の自然・文化を案内できるガイドが不足している。特に離島での人材定着が困難。外国語ができなくても翻訳アプリ等で意思疎通は可能だが、顧客の文化的背景や潜在ニーズを汲み取るような深い会話・雑談が難しく、ホスピタリティの質に課題。
- ・二次交通の不足：タクシーやハイヤーが不足しており、それにより宿泊者の行動が制限されている。
- ・地域連携と販路：ラグジュアリー層に強いエージェントとのコネクション不足や、地域の飲食店・事業者の多言語対応・受入体制の未整備が課題。

旅行会社/DMC

1. 外国人ラグジュアリー層の受入状況

(受入規模/単価/滞在日数/国籍/エリア/リピート率/旅行形態/予約/手配方法 等)

- ・客層：欧米を中心とした富裕層（経営者、医師等）によるFIT（個人旅行）が増加。多くはないが、アジアの富裕層の団体や、インセンティブ旅行の受入も一部で見られる。
- ・手配形態：海外エージェントやDMCからの依頼によるツアーが主流。

2. 外国人ラグジュアリー層の沖縄・奄美エリア内での動向

(訪問先/体験内容/訪日旅行における位置づけ/移動手段/食事箇所/買い物箇所 等)

- ・位置づけ：ゴールデンルートを巡った後の「旅の締めくくり」としての癒やしや、特定の目的（自然・文化）を持った訪問が多い。
- ・訪問先・体験：高級リゾートを拠点としつつ、やんばる、離島、伝統集落などでの「本物」の文化体験やアドベンチャーを好む。

3. 外国人ラグジュアリー層のニーズ・嗜好

(旅行目的/興味・関心・嗜好性/使用する情報媒体/多言語対応のニーズ/満足要因/不満足要因 等)

- ・共通する志向：単なる豪華さではなく、地域住民との交流やローカルな食体験など、「オーセンティック（本物）」かつ「エクスクルーシブ（特別）」な体験を求めている。
- ・関心の対象：「変革的な旅（トランスフォーマティブ・トラベル）」や、手つかずの自然、洗練された独自文化への知的好奇心が強い。

4. 外国人ラグジュアリー層の受入にあたっての課題

(貴組織における課題/事業者間で連携すべき課題/両県全体で対応すべき課題 等)

- ・ウリ：富裕層を満足させる高品質な食事場所や、特別な体験（高品質なクルーズ船等）の選択肢が限られている。
- ・ヤド：地域にお金が落ちる「地元資本のホテル」や「小規模なヴィラ」のニーズも増加している。
- ・ヒト：語学力に加え、富裕層のニーズや文化的背景を理解し、深い解説ができる専門ガイドが少ない。
- ・アシ：アルファードクラス以上の高級車両と、ホスピタリティを備えたドライバーが不足している。
- ・体制：得意分野を持つ事業者間の連携ネットワーク構築が必要。

(4) 観光関連人材の研修

1) 観光ガイド育成研修の実施

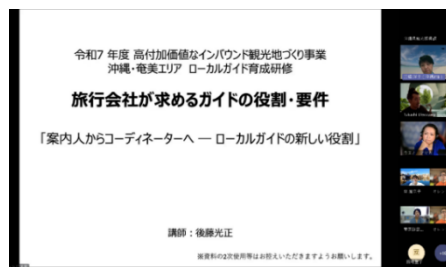
参加者情報は別紙(4)-1-2-3~5
講演資料・講演内容は別紙(4)-1-2-1~2参照

1. 座学研修

【概要】

実施場所	実施日	研修生	目的	実施内容	講師
オンライン	9/11(木) 10:00 -12:30	エントリー8名 プロ6名 計14名	高付加価値旅行者対応に必要な専門知識や最新動向を学び、質の高いサービス提供に向けた基礎力を習得する	高付加価値旅行者の接遇とトラベルプランニング	曾我 悠氏 Behind the Scenery 全国通訳案内士
				<ul style="list-style-type: none"> 柔軟な計画力と瞬発力で旅をデザイン お客様の好みを察し最適な提案を行う 内外面を磨き信頼される接遇を実践 	
				旅行会社が求めるガイドの役割・要件 <ul style="list-style-type: none"> 案内役から旅全体を調整する存在へ 地域と旅行者を結ぶハブとして機能 安心できる受入体制を地域で構築 	後藤 光正 氏 アトラク東北株式会社 代表取締役

【実施の様子】



【参加者の感想・アンケート結果まとめ】

- ・地域の自然・文化・歴史が持つ本質的価値を改めて理解し、それをどのように高付加価値の体験へ転換するかについて多くの気づきを得た。地域の未来を見据えた視点が持てたとの声が多い。
- ・ホスピタリティを「相手の期待を超える仕組み」と捉える考え方に強い共感が寄せられた。地域全体で“面”としてお客様を迎える姿勢の重要性が印象深かったという意見が多くみられた。
- ・学びを現場で活かし、地域の魅力向上に貢献したいとの声が多かった。

【結果（成果・総評等）】

- ・地域の本質的価値を深く理解し、それをホスピタリティとストーリーによって高い体験価値へ昇華する重要性を参加者に再認識させる、非常に有意義な機会となった。
- ・参加者自身の課題も明確になり、実践力向上への意欲が高まるなど、学びと意識改革の両面で大きな成果が得られた。

(4) 観光関連人材の研修

1) 観光ガイド育成研修の実施

日程は別紙(4)-1-4-3、
参加者情報・総括は別紙(4)-1-3参照

② 徳之島 1泊2日 エントリーレベル実地研修

【概要】

開催時期	研修生	目的	実施概要	講師
9/16(火) ～17(水) 1泊2日	3名	地域の魅力を自らの言葉で語る基礎力を養い、高付加価値旅行者に質の高い体験を提供できるガイドとしての第一歩を支援し、専門性と実践力の向上を図る	徳之島の観光地・集落・世界自然遺産エリアを巡り、地域資源の理解を深めつつ、ガイド技法やインバウンド対応のコミュニケーション力、現場対応を実践的に学ぶ研修を行う	古株聖也氏 株式会社リンクアドベンチャーズ 代表取締役

【実施の様子】



【参加者の感想・アンケート結果まとめ】

- ・3名はいずれもフィールドワークを通じて地域資源の魅力を多角的に捉える視点と、ガイドとしての伝え方の重要性を実感。
- ・英語案内、情報整理、興味を引く話し方などに課題を感じつつも、講師の明確で実践的な指導により、新たな気づきが多かったと回答。
- ・生物多様性や集落文化の理解が深まり、インバウンド対応への自信も向上。今後のキャリア像がより具体化し、スキル向上への意欲が高まった。

【結果（成果・総評等）】

- ・参加者は地域理解とガイディング基礎力を大きく向上させ、講師からも地元愛や高いホスピタリティ精神、学習意欲が高く評価された。
- ・課題として語学力や文化的配慮への対応が明確となり、今後の成長の方向性が具体化。地域の魅力を自分の言葉で伝える力の基盤が着実に形成された研修となった。

(4) 観光関連人材の研修
1) 観光ガイド育成研修の実施

参加者情報・日程は別紙(4)-1-3・4参照

② 徳之島 1泊2日 エントリーレベル実地研修

【行程表】

日次	日付	時間	内容
1	9/16 (火)	5:50	名瀬新港→亀徳新港 フェリーあけぼの/マルエーフェリー
		9:30	亀徳新港待合所 集合 専用車へ
		10:00	①剥岳林道着～ガイド実践【山・森フィールド】…徳之島ガイドA
		12:30	奄美大島とも趣のことなる徳之島の郷土料理を学ぶ
		14:15	(秋利神溪谷経由) 当部集落で集落の方を交えたツアー【人のくらしと生き物のくらし】
		16:00	本日の振り返りと意見交換会(あがりまた)
		17:30	ホテルチェックイン(レクストン)
		18:00	季節に応じた徳之島の食材で本格的な島料理について学ぶ(講師・研修生でのディスカッション)
2	9/17 (水)	8:40	各自朝食後、ホテル出発
		8:45	亀徳新港待合所 集合 専用車へ
		9:30	②徳之島世界自然遺産センター内ガイド実践【島の成り立ち&施設でのガイド】…奄美ガイドC
		11:30	③金見崎・ソテツトンネル【人のくらし】…徳之島ガイドB
		12:15	④ムシロ瀬【島の成り立ちのユニークさ】: フォトスポット…徳之島ガイドA
		13:00	地元からも愛される大自然にたたく手作りログハウスで島時間で生きる暮らし方を学ぶ
		14:15	⑤犬の門蓋またはウンキ【島の成り立ちのユニークさ】…徳之島ガイドB
		15:45	亀徳新港待合所 ※乗船手続き16:30締切 ①Formsアンケートへの入力 15分 ②当研修で学んだことを各自5分程度で発表、それに対し、古株さん・江藤でコメント 15分 ③質疑応答 15分
		17:00	亀徳新港→名瀬新港 フェリーあけぼの/マルエーフェリー

(4) 観光関連人材の研修

1) 観光ガイド育成研修の実施

日程は別紙(4)-1-5-2、
参加者情報・総括は別紙(4)-1-3参照

③ 沖縄本島 1泊2日 エントリーレベル実地研修

【概要】

開催時期	研修生	目的	実施概要	講師
9/22(月) ~23(火/祝)	5名	地域の魅力を自らの言葉で語る基礎力を養い、高付加価値旅行者に質の高い体験を提供できるガイドとしての第一歩を支援し、専門性と実践力の向上を図る	全国通訳案内士でもある先輩ガイドからインタープリテーションについて学び、英語によるロールプレイを実践、高付加価値旅行を学びガイド力の向上に繋げる	國場聖子氏 全国英語通訳案内士 沖縄通訳案内士会副会長

【実施の様子】



【参加者の感想・アンケート結果まとめ】

- ・5名とも、沖縄の自然・歴史・生活文化が持つ深い価値に気づき、地域住民との共生や文化的背景への配慮の重要性を強く実感。
- ・ガイドングでは英語案内、情報整理、話の構成、立ち位置や所作などに難しさを感じつつも、講師の具体的な指導により、自らのスタイルを見直す大きな契機となったとの声が多い。特に「お客様視点」「テーマ設定」「生活文化をどう伝えるか」への理解が深まり、ガイドとしての進むべき方向性が明確になったと回答。

【結果（成果・総評等）】

- ・参加者は実地体験を通じて沖縄の自然・文化への理解を深め、ガイドング技術・ホスピタリティともに向上が見られた。
- ・話の構成力やストーリーテリングに成長が顕著で、講師からも高い学習意欲と今後の伸びしろが評価された。エントリーレベルとして十分な基礎が築かれ、次の段階への発展が期待される。

(4) 観光関連人材の研修

1) 観光ガイド育成研修の実施

参加者情報・日程は別紙(4)-1-3・4参照

③ 沖縄本島 1泊2日 エントリーレベル実地研修

【行程表】

日次	日付	到着	内容
1	9/22 (月)	9:00	首里城 総合案内所 (B1) 集合 自己紹介
		9:10	國場講師によるインタープリテーション (ガイディングの組み立て方等、ガイディングの基礎について)
		10:00	首里城専任ガイドによる首里城を深く知る「首里城60分 ぐるっと貸切ツアー」
		11:15	参加者全員でテーマ決めを行い、ツアーの構成を考える。
		12:00	団体で予約可能なレストラン首里杜でクルーズやMICEでも提供されるメニューを学ぶ
		13:00	ガイドポイントを手分けし、研修生でガイディングを行う
		14:30	講師・研修生より模擬ツアーフィードバック
		15:00	専用車にて東村へ
		16:45	チェックイン (ヌガニク)
		17:00	日本一の生産量を誇る大宜味の海で育ったスギについて学ぶ
		18:00	ツアーブリーフィング
		18:30	保全体験型ツアー : AKISAMIYO
		20:30	ツアーデブリーフィング
21:00	ヌガニク帰着後、部屋へ		
2	9/23 (火/ 祝)	8:00	晴れていればお部屋のデッキで自然をお楽しみください。
		9:00	専用車にて謝敷へ
		9:30	謝敷集落散策&南溟森室インスペクション
		12:30	海外エージェント招聘事業で利用されるBonCotelにて「ぬちぐすい」の精神を学ぶ
		14:30	ウザテラス インスペクション
		17:00	講師からのフィードバック@沖縄JTB会議室 ①Formsアンケートへの入力 15分 ②当研修で学んだことを各自5分程度で発表、それに対し、國場さん・江藤でコメント 30分 ③質疑応答 15分
		18:00	終了

(4) 観光関連人材の研修

1) 観光ガイド育成研修の実施

日程は別紙(4)-1-6-1、
参加者情報・総括は別紙(4)-1-3参照

④ 沖縄本島 1泊2日 プロレベル実地研修

【概要】

開催時期	研修生	目的	実施概要	講師
10/3(金) ~4(土)	4名	国際的な視点で地域の価値を再評価し、高付加価値旅行者に対応できる高度なガイドング力とストーリーテリング力を習得し、持続可能で魅力的な観光体験を創出できる人材を育成する	受講生の未経験コンテンツを優先し、建築探訪やナイトカヤック、琉球料理体験を通じ、国際水準のサービス力と個別対応力を高める実践的行程で実施	曾我 悠氏 Behind the Scenery 全国通訳案内士

【実施の様子】



【参加者の感想・アンケート結果まとめ】

- ・4名とも、高付加価値旅行者のニーズ理解が深まり、建築・自然・食・生活文化など多面的な視点から地域資源を再評価したと回答。
- ・「人に会いに行く旅」「見える→背景→内部」の三段階解説など、ストーリーテリングの重要性を強く実感している。
- ・語学力、柔軟な行程設計、文化的配慮、関係構築力など今後の課題も明確化され、より高度なガイドング技術習得への意欲が高まっている。

【結果（成果・総評等）】

- ・参加者はいずれも高付加価値旅行への深い理解を示し、観察力・学習姿勢・専門性すべてで高く評価された。
- ・実地体験を通じ、ストーリーテリングや地域資源の本質を捉える力が向上し、国際水準のガイドとしての基盤が強化された。今後の発展が大いに期待される研修成果となった。

(4) 観光関連人材の研修

1) 観光ガイド育成研修の実施

参加者情報・日程は別紙(4)-1-3・4参照

④ 沖縄本島 1泊2日 プロレベル実地研修

【行程表】

日次	日付	時間	内容
1	10/3 (金)	8:50	沖縄県庁前 集合 ※貴重品以外はお預かりします
		9:00	那覇市庁舎 建物探訪 ※建築会社の国健様にご案内いただきます
		10:00	専用車にて浦添へ移動
		10:30	国立劇場おきなわ 建物探訪 建設記録のDVD視聴(約20分)後、場内見学(約40分)
		11:45	専用車にて恩納村へ移動
		13:00	お客様から支持される「ゆらぎ月」にて琉球・沖縄料理と日本料理が融合した和琉料理について学ぶ
		14:00	ムーンビーチホテル 建物探訪 ※ホテルのご担当者様によりご案内
		15:00	専用車にて東村へ移動
		16:30	チェックイン(ヌンガニク)、休憩・カヤック用に着替え
		17:00	専用車にて移動
		17:05	日本一の生産量を誇る大宜味の海で育ったスギについて学ぶ
		18:00	ナイトダムカヤック(かねやん食堂～ヌンガニクまでエコガイドによる送迎)※月夜のため森の観察
		20:15	ヌンガニク到着後、部屋へ
2	10/4 (土)	7:40	晴れていればお部屋のデッキで自然をお楽しみください。
		9:00	専用車にて今帰仁へ
		10:00	今帰仁/料理教室サンダンカにて宮廷料理を学ぶ
		12:30	専用車にて名護へ移動
		13:00	津嘉山酒造 工場見学
		14:00	専用車にて移動
		15:45	育陶園 ※新しい拠点「壺屋のいりぐち」から高江洲様にて壺屋をぐるりとご案内いただきます
		16:45	専用車にて移動
		17:15	講師からのフィードバック@沖縄JTB会議室 ①アンケート記載 15分 ②当研修で学んだことをそれぞれ発表、曾我様総括 合計30分
		18:00	終了、解散

(4) 観光関連人材の研修

1) 観光ガイド育成研修の実施

日程は別紙(4)-1-7-1、
参加者情報・総括は別紙(4)-1-3参照

⑤ 奄美大島 1泊2日 プロレベル実地研修

【概要】

開催時期	研修生	目的	実施概要	講師
10/16(木) ～17(金)	2名	国際的な視点で地域の価値を再評価し、高付加価値旅行者に対応できる高度なガイドング力とストーリーテリング力を習得し、持続可能で魅力的な観光体験を創出できる人材を育成する	高付加価値旅行の理解を深め、柔軟な行程設計やストーリーテリング技術を重視。地域資源活用と顧客対応力向上の獲得を重視した内容で実施	後藤 光正 氏 アトラク東北株式会社 代表取締役

【実施の様子】



【参加者の感想・アンケート結果まとめ】

- ・両名とも、高付加価値旅行者のニーズ理解が深まり、個々の興味に合わせたストーリーテリングや、柔軟な行程設計、文化背景を踏まえたガイド技術の重要性を実感したと回答。
- ・奄美ならではの自然・集落文化・e-bike サイクリングの可能性への気づきも大きく、地域に根差した体験価値の高いツアー造成への意欲が高まっている。
- ・今後のネットワーク構築、特別アクセス先の開拓、語学・安全対応などスキル向上にも意欲的であった。

【結果（成果・総評等）】

- ・参加者は自然・文化への深い理解と地域住民との良好な関係性を基盤に、高付加価値旅行に求められる観察力・探求心・対話型ガイドングを高いレベルで発揮した。
- ・地域に配慮した持続可能な旅づくりの姿勢も評価され、今後は旅全体をデザインできるガイドとしての成長が期待される。

(4) 観光関連人材の研修
1) 観光ガイド育成研修の実施

参加者情報・日程は別紙(4)-1-3・4参照

⑤ 奄美大島 1泊2日 プロレベル実地研修

【行程表】

日次	日付	時間	内容
1	10/16(木)	8:30	ホテルサンライズ奄美 フロント集合
		8:30	専用車にて移動 本研修で学びたい事などの自己紹介
		9:15	奄美群島国立公園ビジターセンター 奄美自然観察の森 観察 ※後藤講師からコンテンツの評価やご紹介方法についてコメントいただく
		10:15	森からe-bikeスタート (今井崎灯台、東シナ海沿いの道、秋名集落で終了)
		12:15	専用車にて移動
		13:00	海外エージェント招聘事業で利用される「ステーキ田」にて、インバウンドに好まれる食事について学ぶ
		14:00	専用車にて移動
		14:25	大島紬村 見学& 泥染め体験(貸切) ※後藤様をゲストに見立てて、研修生がガイドング
		17:15	専用車にて移動
		17:30	ティダムーン着、チェックイン。着替え&休憩
		19:00	テラスでミーティング (1日目の総括・振り返り・意見交換会) お召し物を変えてご参加下さい。
		19:30	奄美大島で生まれ育ったシェフが島の食材の力を最大限に引き出した料理を提供するレストランで創作和食について学ぶ
2	10/17(金)	8:00	朝食
		9:00	専用車にて移動(笠利町大字須野)
		9:30	シマの暮らしや海との共生など、須野崎原で住民の方から磯あるきを通じて学ぶ。 昼食は鶏飯作り体験を通して、地元ご飯を知る
		12:30	専用車にて移動
		13:15	はじめ商事 機織り体験
		14:45	専用車にて移動
		15:00	西平酒造 黒糖焼酎蔵
		16:15	専用車にて移動
		16:30	フィードバックセッション@紬会館①アンケート記載 30分 ②当研修で学んだことをそれぞれ発表、後藤様総括 30分
		17:30	解散

(4) 観光関連人材の研修

2) ホスピタリティ人材研修の実施

募集チラシは別紙 (4)-2-2-1 参照
 次第は別紙 (4)-2-2-2 参照
 参加申込リストは別紙 (4)-2-2-3 参照
 講義スライドは別紙 (4)-2-2-4 参照
 ディスカッションまとめは別紙 (4)-2-2-5 参照
 アンケート結果は別紙 (4)-2-2-6 参照

① 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

【概要】

実施項目	開催場所	開催時期	研修生	目的	実施内容	講師
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	沖縄県市町村自治会館 + オンライン	7/15 (火) 13:00-16:00	参加申込計147人 (内、会場参加: 57人)	本セミナーを通し、観光関連事業の経営者・管理者に、本研修の重要性を認識してもらう。	<目的: 全体ミートアップ> ・日本の観光政策や高付加価値旅行の動向、JNTOの取組等 ・今しなければならぬこと～ホスピタリティが果たす役割～	伊藤 亮 氏 JNTO市場横断プロモーション部 マネージャー 阿部 佳 氏 合同会社ケイプラス代表 明海大学 ホスピタリティ・ツーリズム学部 特任教授

【実施の様子】



【参加者の感想・アンケート結果等 (抜粋・編集)】

- ・伊藤氏 : 数字に基づいた説明が日頃の業務への支えとなった。
- ・阿部氏 : 「地域の自慢と誇り」が持続の源であると深く印象付けられた。ホスピタリティとサービスの違いが明確になり、顧客を感動させるための業務への意識が高まった。
- ・ディスカッション : 「サービスは全て有償」という考え方に共感が集まり、国内業界での有償サービスの文化醸成への意欲が示された。

【結果 (成果・総評等)】

- ・地域に根差したホスピタリティ育成には、地域文化の深い理解と効果的な発信、事業者連携が不可欠だと強調された。
- ・インバウンドニーズの変化に対応する「体験」提供の重要性、サービスの有償・無償の線引きも具体例で示された。
- ・沖縄の魅力発信では、文化をストーリーとして伝え、SNSや口コミを活用しつつ、地域全体で受け入れ体制を整える必要性が確認された。

(4) 観光関連人材の研修

2) ホスピタリティ人材研修の実施

関係者用カリキュラムは別紙 (4)-2-3-1 参照
 参加申込者リストは別紙 (4)-2-3-2 参照
 次第は別紙 (4)-2-3-3 参照
 参加者名簿は別紙 (4)-2-3-4 参照
 講義・進行スライドは別紙 (4)-2-3-5 参照
 行動計画書フォームは別紙 (4)-2-3-6 参照
 アンケート結果は別紙 (4)-2-3-7 参照

② ホスピタリティ前期研修 (基礎コース)

【概要】

実施項目	開催場所	開催時期	研修生	目的	実施内容	講師
ホスピタリティ前期研修 (基礎コース)	沖縄本島	9/9 (火) 9:45-16:30	16名	講師や専門家の講義を通し必要知識を学ぶとともに、グループワークを実施し、地域の魅力をより効果的に伝える力を養う。	・高付加価値旅行の特性と期待の理解 ・グローバル・コミュニケーション ・沖縄・奄美文化の魅力と伝え方 (1) 専門講師による講義 ① 沖縄・奄美エリアの自然環境にかかる特徴・魅力について ② 沖縄・奄美エリアの文化・歴史的特徴・魅力について (2) グループ・ワーク(自身の地域の魅力について発表) ・サービス品質標準化に向けた地域連携とネットワーキングの重要性	阿部 佳 氏 合同会社ケイプラス代表 明海大学 ホスピタリティ・ツーリズム学部 特任教授 専門講師による講義 講義①：山崎 麻里 氏 講義②：上里 隆史 氏

【実施の様子】



【参加者の感想・アンケート結果等 (抜粋・編集)】

- ・高付加価値旅行は「唯一無二の体験」と「期待を超える価値」が鍵であり、料金の高さだけではない点が重要だと学んだ。今後は地域資源を活かし、特別感ある体験提供を意識したい。
- ・沖縄・奄美文化は自然や歴史、精神性を含めて体験として伝えることが大切だと学んだ。高付加価値旅行者には、背景にあるストーリーを加えた発信を心掛けたいと思う。
- ・地域住民を含め「面」として旅行者を受け入れる体制づくりの必要性を再確認した。

【結果 (成果・総評等)】

- ・高付加価値旅行の本質について深く学び「唯一無二の体験 (特別感)」や各顧客に合わせた柔軟な対応・情報提供がいかに重要であるかを参加者が再認識することができた。
- ・文化・魅力発信講義では、各地域の歴史や精神性をストーリーとして伝える大切さを学び、地域全体で連携し、面としてホスピタリティの質向上に努めることが重要であると周知された。

(4) 観光関連人材の研修

2) ホスピタリティ人材研修の実施

カリキュラムは別紙 (4)-2-4-1 参照
 次第は別紙 (4)-2-4-2 参照
 参加者名簿は別紙 (4)-2-4-3 参照
 講義・進行スライドは別紙 (4)-2-4-4 参照
 各グループ発表内容まとめは別紙 (4)-2-4-5 参照
 アンケート結果は別紙 (4)-2-4-6 参照

③ ホスピタリティ後期研修 (基礎コース)

【概要】

実施項目	開催場所	開催時期	研修生	目的	実施内容	講師
ホスピタリティ後期研修 (基礎コース)	沖縄県市町村自治会館	11/25 (火) 13:15-16:00	12名	講師立ち合いのもと、立てた行動計画の実践状況、成果と今後の課題について発表・ディスカッションし、講師からも助言を受ける。	事前課題： 「行動計画」および「実践状況・成果と今後の課題」 フォーム記入 グループ内発表 & ディスカッション・全体共有 講師によるフォローアップ指導	阿部 佳氏 合同会社ケイプラス代表 明海大学 ホスピタリティ・ツーリズム学部 特任教授

【実施の様子】



【参加者の感想・アンケート結果等 (抜粋・編集)】

- ・異業種ならではの視点からいただく各参加者のフィードバックは大変新鮮で「自社の当たり前」を見直す良い機会になった。
- ・自分が何をしなければならぬかと明確な指示をくださるので、わかりやすかった。まだ自分に足りないのは、プロのネットワーク強化だと痛感した。
- ・講師はみんなの報告を元に話をしていただけだったので、より自分ごととして理解しやすかった。

【結果 (成果・総評等)】

- ・多くの参加者にとって、異業種交流を通じてホスピタリティの本質理解を深め、自社の「当たり前」を見直す貴重な機会となった。
- ・講師の的確なフォローアップ指導は、参加者の課題の明確化とプロとしての成長を促した。
- ・今後は、ホスピタリティのビジネス応用、インバウンド対応、トラブル対応など、より実践的な研修へのニーズが高いことが分かった。

(4) 観光関連人材の研修

2) ホスピタリティ人材研修の実施

次第は別紙(4)-2-5-1 参照
 参加者名簿は別紙(4)-2-5-2 参照
 講師資料は別紙(4)-2-5-3 参照
 アンケート結果は別紙(4)-2-5-4 参照

④ ホスピタリティ特別セミナー & 交流会

【概要】

実施項目	開催場所	開催時期	研修生	目的	実施内容	講師
ホスピタリティ特別セミナー & 交流会	沖縄本島	11/25 (火) 16:15-17:15 (セミナー) 17:30-18:30 (交流会)	セミナー 8名 交流会 7名	成功例の共有や、課題解決のための情報交換、講師や参加者間のネットワーク構築・連携促進を目的とする。	兼田氏による講話 兼田氏×阿部氏によるトークセッション 交流会（ネットワーキング）	兼田 真弓 氏 ホテルグランヴィア京都 アシスタントチーフコンシェルジュ ※トークセッション、交流会に阿部 佳氏も参加

【実施の様子】



【参加者の感想・アンケート結果等（抜粋・編集）】

- ・セミナー：現場のホスピタリティ実践者から直接話を聞くことで、そのリアルな価値と顧客からの反応を実感し、大きな励みとなった。お客様に伝わりそのレスポンスを実感されていることは実践していく我々にとって大きな励みになった。
- ・交流会：阿部講師の豊富な経験と現場視点からの意見が、沖縄の現状と未来への期待を深く理解する上で参考となった。また、異業種間の交流は、互いの現状や想いを共有する貴重な機会となり、非常に有意義であった。

【結果（成果・総評等）】

・現場のプロから直接ホスピタリティの真髄を学び、参加者は自身の業務への落とし込みや意識改革に繋がった。特に、兼田氏の事例紹介は、お客様対応の仮想体験となり、日頃の情報収集やネットワーク構築の重要性を再認識する機会となった。交流会では、リラックスした雰囲気の中で、講師や他業種と意見交換を行うことができ、今後の業務への大きな励みとなった。

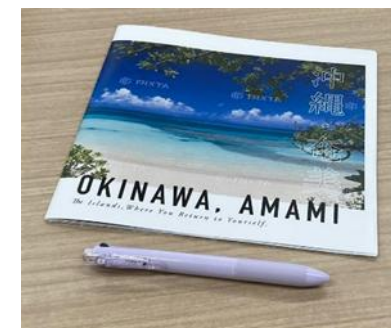
(5) 地域、関係者間における機運醸成及び観光地経営の理解促進に資する取り組み

① インナーブランディングツールの作成

制作物は別紙(5)-①-4参照

【概要】

納品日	実施項目	概要	目的	コンセプト・ターゲット
9/12(金)	<ul style="list-style-type: none"> デザイン レイアウト 写真選定 文章作成 印刷 	<ul style="list-style-type: none"> 紙媒体500部 16ページ仕様 210mm×210mm 中綴じ製本 日本語・英語併記 	<ul style="list-style-type: none"> エリア内関係者のマスタープラン理解促進と機運醸成 商談ツールとして沖縄・奄美エリアを効果的にプロモーション 	<ul style="list-style-type: none"> 沖縄・奄美の本質を映し出す画像と文章で構成 海外エージェントとの商談会での実用性を重視し、テーマ別紹介



【制作物】



P5-8
世界自然遺産
ブルーゾーン



P13-16
島の味わい
島の工芸



P1-4
エリア紹介



P9-12
琉球王国
伝統文化



【総括】

沖縄・奄美をエリア別に紹介する構成であり、地域情報を中心とした内容であったが、ブラッシュアップを重ね、最終的には「自然」「文化」「暮らし」「食」「工芸」を軸とする横断的なテーマ構成へと再編集した。これにより、島々の魅力を概念的に整理し、一体的に伝える内容へと発展した。写真やキャプション、英語表記も精緻化され、地域紹介を超えた価値訴求へと高められたことに加え、商談会等においても高い評価を得る成果につながった。

(5) 地域、関係者間における機運醸成及び観光地経営の理解促進に資する取り組み


②観光地経営に関するセミナー等の開催

募集チラシは別紙(5)-②-1-1 参照
参加申込者リストは別紙(5)-②-1-3 参照

1) 沖縄開催 概要

- 観光地経営セミナーとして、高付加価値を“関与”という視点で分析した基調講演と、「日本の“本物”を世界へ～伝統と革新のグローバル戦略～」と題するパネルディスカッションを行い、会場・オンライン合わせて50名強の方に参加いただいた。

概要

タイトル	『沖縄・奄美の価値を世界へ～観光を起点とした地域経済の循環戦略～』 高付加価値観光の今と先進事例に学ぶ、伝統・文化のグローバル展開		
目的	沖縄・奄美の価値を世界から選ばれるブランドへと高めるための具体的な戦略について議論すること		
日時	2026年1月26日（月）14:00～16:00		
会場	沖縄県教職員共済会館 八汐荘 中会議室（オンライン配信あり）		
プログラム	第1部 基調講演：沖縄・奄美の価値を誰に届けるか ～“関与”視点で実現する、一過性で終わらないファンづくり～		
	講師	福永 香織 氏 公益財団法人日本交通公社主任研究員 京都事務所所長 観光政策やまちづくり、観光地経営を専門とし、地域特性を重視した観光振興 や課題解決支援、講演活動等に取り組んでいる。	
申込・参加者数	会場	25	18
	オンライン	57	35



▲第1部基調講演
▼第2部パネルディスカッション



(5) 地域、関係者間における機運醸成及び観光地経営の理解促進に資する取り組み

②観光地経営に関するセミナー等の開催

講演資料は別紙(5)-②-1-4を参照
発言録は別紙(5)-②-1-5を参照
アンケート結果は別紙(5)-②-1-6を参照

1) 沖縄開催 主な内容と成果

- 参加者の満足度は高く、コメントからは、本セミナーの重要テーマである「ターゲット設定の転換」「価格決定のマインドセット変革」「ストーリーテリングの重要性」について理解・再認識するきっかけになったと考えられる。

【主な内容・議論】

第1部

基調講演：沖縄・奄美の価値を誰に届けるか

～ “ 関与 ” 視点で実現する、一過性で終わらないファンづくり～

- 新たな視点：「関与（Involvement）」の重要性
→ 消費額 × 関与のマトリクスでの顧客整理とミスマッチを防止すべき。
- 「高付加価値コンテンツ」とは何か
 - 顧客にとって：
人生に影響を与えるような深い体験、まだ知られていない本物の体験。
 - 受け入れ側にとって：
安売りせず、持続可能な収益が得られる。誇りを持って提供できる。
 - 地域にとって：
その活動が、文化財の保護や伝統産業の継承、地域の課題解決につながる。

第2部

パネルディスカッション：日本の“本物”を世界へ

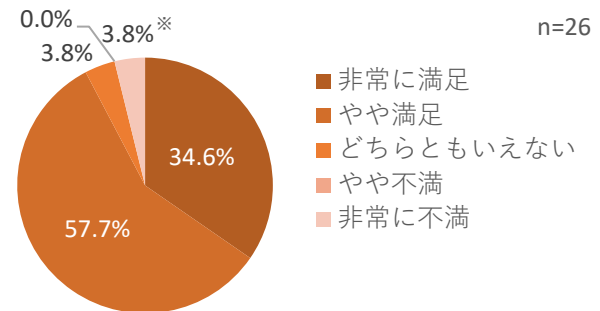
～伝統と革新のグローバル戦略～

議論から見えてきた 世界に選ばれるための「3つの視点」

- 販路開拓の視点：
購買のトリガーは「商品」を見た瞬間ではなく、裏側のストーリーを理解し「体験」した瞬間に生まれる。継続的な物語の発信が重要。
- 生産体制の視点：
生産量の少なさ（ロット不足）は弱点ではなく「武器（希少価値）」になる。大量販売を目指さず、物語を求める層に届ける。
- 地域・マインドの視点：
最大の付加価値は「人」と「インナーブランディング」住民自身が地元の伝統や文化を愛し、日常的に楽しむ姿こそが、旅行者を惹きつける魅力となる。

【アンケート結果】

セミナー全体の満足度



※「非常に不満」と回答した参加者が1名いたが、その理由としては「今後のヒントになる内容でビジネスに連携させていきたい」「視点が逆に新しくヒントになった」等とポジティブな回答をしていることから、「非常に満足」と間違えて選択した可能性も考えられる。

【参加者のコメント（抜粋）】

- 富裕層と大きな括りでターゲットをとらえるよりも、コンセプトを具体的に、明確にすることが顧客に受け入れられやすいのだと改めて感じました。
- 高付加価値化は単なる利益確保のためではなく、持続可能なエコシステムを築くための戦略であると再認識
- 買い手と物（コト）の関わり方や、その背景やストーリーの伝え方等、今後意識して考えていきたい
- 価値があり、それに対する対価をいかにして伝えることが重要かを学んだ

(5) 地域、関係者間における機運醸成及び観光地経営の理解促進に資する取り組み


②観光地経営に関するセミナー等の開催

募集チラシは別紙(5)-②-2-1を参照
参加申込者リストは別紙(5)-②-2-3を参照

2) 奄美開催 概要

- 奄美会場では、データや事例から見てきた高付加価値戦略についての基調講演と、「奄美の“本物”を世界へどう届けるか？」と題した意見交換会を行い、現地参加者6名による、活発な議論が行われた。

概要

タイトル	『沖縄・奄美の価値を世界へ ～観光を起点とした地域経済の循環戦略～』 高付加価値観光の今と先進事例に学ぶ、伝統・文化のグローバル展開				
目的	奄美の持つ独自の価値を世界から選ばれるブランドへと高めるための具体的な戦略を議論すること				
日時	2026年1月28日（水）10:00～12:00				
会場	奄美市AiAiひろば				
プログラム	第1部 基調講演：沖縄・奄美の価値を誰に届けるか ～“関与”視点で実現する、一過性で終わらないファンづくり～ 講師 柿島 あかね（かきしま あかね）氏 公益財団法人日本交通公社上席主任研究員。 インバウンド市場、経済効果、観光統計を専門領域とし、観光庁や自治体などの調査研究や講演、執筆活動を幅広く行っている。  第2部 意見交換会：奄美の“本物”を世界へどう届けるか？ ファシリテーター：後藤伸一氏（公益財団法人日本交通公社主任研究員）				
申込・参加者数	<table border="1"><tr><td>申込者数</td><td>参加者数</td></tr><tr><td>8</td><td>6</td></tr></table>	申込者数	参加者数	8	6
申込者数	参加者数				
8	6				



▲第1部基調講演
▼第2部意見交換会



(5) 地域、関係者間における機運醸成及び観光地経営の理解促進に資する取り組み

②観光地経営に関するセミナー等の開催

講演資料は別紙(5)-②-2-4を参照
発言録は別紙(5)-②-2-5を参照
アンケート結果は別紙(5)-②-2-6を参照

2) 奄美開催 主な内容と成果

- 地域ガイド・事業者・行政担当者など、奄美の観光の現場で動いている参加者との議論から、奄美の課題に基づいた高付加価値インバウンドの戦略について、認識を深めることができたと考えられる。

【主な内容・議論】

第1部

基調講演：沖縄・奄美の価値を誰に届けるか

～ “ 関与 ” 視点で実現する、一過性で終わらないファンづくり～

- 動機と提供価値：データによると、高付加価値層は「自己実現」「真正性」「承認欲求（ステータス）」を動機に訪日する。「希少性・物語性・一貫性」を持った体験を提供し、知的欲求を満たす必要がある。
- 「関与」の視点：資産規模による「富裕層」区分だけでなく、特定の趣味や対象に強いこだわりを持つ「高関与層」をターゲットにすべき。集客にはトラベルデザイナーとの人脈や口コミが重要。

第2部

意見交換会：奄美の “ 本物 ” を世界へどう届けるか？

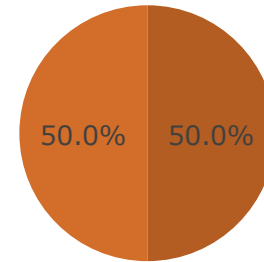
(ファシリテーター：後藤伸一氏、参加者：地域ガイド・事業者・行政担当者など)

- 定義への実感：円安や物価高の影響で、欧米圏の旅行者にとって「100万円」はすでに一般的な消費額になりつつある。
- 奄美の課題：主要コンテンツである「自然」は富裕層以外も好むため差別化が難しい。また、地域事業者の人手不足により高付加価値化への意欲が必ずしも高くない現状がある。
- 今後の方向性：施設等のハード整備よりも、ガイド（人）を起点としたソフト面の価値向上や、顧客と旅を共創するスタイルが奄美に適している。また、地域の価値観を共有できるトラベルデザイナーとのマッチングや、地域内でのガイド間連携・相互紹介の取組が重要である。

【アンケート結果】

セミナー全体の満足度

n=2



- 非常に満足
- やや満足
- どちらともいえない
- やや不満
- 非常に不満

【参加者のコメント（抜粋）】

- 今回のセミナーで友禅の事例やfarm to tableの詳細が分かったことは良かったです。現在の弊社が行っている値付けも間違っていないことが分かりました。
- 英語圏のインバウンド向け旅行商品の販売や流通ルートの開拓、トラベルデザイナーとのマッチング等のあまり情報が出て来ない部分を知りたいです。(中略) 立地条件の似た国内外の事例（コンテンツ、価格や人数、所要時間等の詳細）を知りたいです。

(6) 観光庁への報告、会議、指示事項等への対応、エリア関係者会議の開催

① 観光庁への週報、月例会議等への対応

エリア会議資料、議事録は
別紙(6)-①-1-1～(6)-①-2-9 参照

1) エリア会議開催概要

- 委託1～3の実施内容についての定期的な進捗共有・詳細協議の場として、月1回のエリア会議を開催した。

実施日	毎月第3水曜日
実施方法	オンライン (Zoom)
参加者	<p>沖縄県、沖縄総合事務局、鹿児島県、大島支庁、九州運輸局、OCVB、あまみ大島観光物産連盟、奄美群島観光物産協会、奄美群島広域事務組合</p> <p>事務局：オリコム、オリコン</p> <p>受託事業者：</p> <p>委託1 人材育成等事業 (JTBF/沖縄JTB)</p> <p>委託2 販路形成事業 (沖縄セルラー/RPI)</p> <p>委託3 オンライン消費動向調査 (JTB鹿児島支店)</p>
主な議題	<p>1. 受託事業者からの業務の進捗報告、質疑応答</p> <p>2. 各機関からの連絡・共有事項、質疑応答</p>



実施日	報告事項
第1回 6/6	<p>委託1(JTBF)：事業概要の報告、およびプレーヤー調査対象の紹介依頼等の連携確認。</p> <p>委託1(沖縄JTB)：7月開催予定のホスピタリティ人材研修等の概要説明と協力依頼。</p> <p>委託2(RPI・沖縄セルラー)：事業概要発表に向けた準備状況、および他事業との連携事項の確認</p>
第2回 6/19	<p>委託1(JTBF)：供給状況把握等のための事業者リスト作成と意向調査計画の報告。</p> <p>委託1(沖縄JTB)：7月開催の合同セミナーの概要、集客状況および周知協力の依頼。</p> <p>委託2(RPI・沖縄セルラー)：受入チーム体制の確立と、3つのファミツアーコース概要の報告。</p>
第3回 7/16	<p>委託1(JTBF)：第1回推進委員会の開催報告、および事業者リスト完成等の進捗。</p> <p>委託1(沖縄JTB)：合同セミナーの開催結果 (参加者147名) と今後の研修方針の共有。</p> <p>委託2(RPI・沖縄セルラー)：第1回統括会議でのファミツアー工程案と有識者助言内容の共有。</p>

(6) 観光庁への報告、会議、指示事項等への対応、エリア関係者会議の開催

① 観光庁への週報、月例会議等への対応

エリア会議資料、議事録は
別紙(6)-①-1-1～(6)-①-2-9 参照

1) エリア会議開催概要

- 委託1～3の実施内容についての定期的な進捗共有・詳細協議の場として、月1回のエリア会議を開催した。

実施日時	報告事項
第4回 8/20	委託1(JTBF)：プレーヤー意向調査の回答状況（約30件）と受入意向等の報告。 委託1(沖縄JTB)：研修ガイドライン完成と、9月実施予定の各種研修の準備状況。 委託2(RPI・沖縄セルラー)：ファムツアー3コースの詳細と、商談会およびVJTM出展計画。 委託3(JTB鹿児島支店)：オンライン消費動向調査の項目調整状況と実施スケジュールの報告。
第5回 9/18	委託1(JTBF)：意向調査の完了報告と、交通事業者等への個別ヒアリング計画。 委託1(沖縄JTB)：ホスピタリティおよびガイド研修の実施報告とツール納品の共有。 委託2(RPI・沖縄セルラー)：地域説明会での意見（二次交通等）と実踏調査計画、商談会準備。 委託3(JTB鹿児島支店)：調査票の完成と、媒体を通じた回答収集および拡散計画の報告。
第6回 10/15	委託1(JTBF)：プレーヤー意向調査の追加回答状況と、個別ヒアリングの進捗。 委託1(沖縄JTB)：ガイド育成研修（エントリー・プロ）の実施結果と満足度の報告。 委託2(RPI・沖縄セルラー)：実踏調査での有識者評価（ストーリー性等）と商談会準備の報告。 委託3(JTB鹿児島支店)：オンライン消費動向調査の中間報告（北米層中心・訪日経験者）の共有。
第7回 11/19	委託1(JTBF)：主要事業者への個別ヒアリング継続実施と委員会開催準備の状況。 委託1(沖縄JTB)：奄美での観光ガイド育成研修の完了報告と、参加者の理解度に関する報告。 委託2(RPI・沖縄セルラー)：3コースのファムツアー実施結果と、合同商談会の開催報告。 委託3(JTB鹿児島支店)：調査期間延長の報告と、高所得者層の志向に関する中間共有。
第8回 12/17	委託1(JTBF)：プレーヤー調査および個別ヒアリングの完了と結果概要の報告。 委託1(沖縄JTB)：ホスピタリティ研修後期および特別セミナーの実施結果と課題。 委託2(RPI・沖縄セルラー)：ILTM出展結果、ファムツアーの評価（快適性等の課題）共有。 委託3(JTB鹿児島支店)：オンラインアンケートおよびインタビュー調査の全日程完了報告。
第9回 1/21	委託1(JTBF)：第2回推進委員会の開催結果、セミナー集客状況。 委託1(沖縄JTB)：全人材育成研修の終了報告とガイドライン最終見直しの進捗。 委託2(RPI・沖縄セルラー)：推進委員向け現地研修および全体報告会の実施結果と課題の共有。 委託3(JTB鹿児島支店)：富裕層向け消費者調査の最終結果（エリア別の関心傾向）の報告。

(6) 観光庁への報告、会議、指示事項等への対応、エリア関係者会議の開催

2) 経済効果等関連指標計測への対応

- 観光庁「高付加価値旅行者による経済効果等関連指標計測に関する手引書」に基づき、本業務(3) 4)ヒアリング調査にあわせて、経済効果等関連指標についての調査を行った。
- 成果：宿泊施設4件の回答を回収・報告。

回答者（4件）

- JUSANDI
- アヤナ宮古島
- イラフ SUI ラグジュアリーコレクションホテル 沖縄 宮古
- はいむるぶし

調査票

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
インバウンド高付加価値旅行者受入状況に関する調査 回答用紙

本調査では、「インバウンド高付加価値旅行者」とは、1人1泊あたり4万円以上を支出するインバウンド旅行者を指します。

*1 宿泊料の金額は、ADR(客室平均単価)ではなく(客室の総売数を基に計算)を記載してください。

*2 ここでの1人1泊あたり4万円以上は、館内での飲食代・サービス料等を含まず、アクティビティ参加費、ギフト代、送迎費等、宿泊施設外で発生する費用は含まないでください。

問1 貴施設の概要について教えてください。

① 施設の名前
 ② 客室数

問2 貴施設では、2024年に、インバウンド高付加価値旅行者を受け入れましたか。以下の選択肢から1つお選びください。

① 受け入れた
 ② 以前は受け入れていたが、2024年は受け入れていない
 ③ 受け入れていないが、今後、受け入れを検討している
 ④ 受け入れておらず、今後も予定はない

※ ②、③、④を選んだ方は、調査はこれで終了となります。

次の設問にお答えください。以降は、2024年にインバウンド高付加価値旅行者を受け入れた施設様にお伺いします。

問3 2024年における貴施設のインバウンド高付加価値旅行者の受入人数について、以下の選択肢から1つお選びください。

① 0~99人 ② 100~299人 ③ 300~599人 ④ 600~999人 ⑤ 1,000~1,999人 ⑥ 2,000人以上

問4 2024年決算における貴施設の売上占める3区分(インバウンド高付加価値旅行者/日本人高付加価値旅行者/一般旅行者)のおおよその構成比をご記入ください。

*3 区分合計が100%になるようご入力願います。正しい割合がわからない場合は概算的な数値で構いません。

高付加価値旅行者		一般旅行者	合計
インバウンド	日本人		
%	%	%	100%

問5 2024年決算における貴施設のインバウンド高付加価値旅行者によるおおよその年間売上高をご記入ください。

*4 貴施設の売上のうち、インバウンド高付加価値旅行者が占めるおおよその割合を算出して算出ください。正しい割合がわからない場合は概算的な数値で構いません。

インバウンド高付加価値旅行者による年間売上	千	百	十	千	百	百万円/年
	億	万	万	万	万	

年間売上高が100万円未満の方は、こちらにチェックを入れてください

裏面につづきます。→

問6 貴施設におけるインバウンドの動向について、最も近いものを、以下の選択肢の中から選んで太線にて記入ください。

<選択肢>
 ① 大きく増えた・増える(+20%以上) ② 増えた・増える ③ 変わらない ④ 減った・減る ⑤ 大きく減った・減る(-20%以上)

*2024年1/1~12/31の動向を基にご回答ください。

		(1) 2024年	(2) 今後の見通し(2025年末)
		[2023年との比較]	[2024年水準との比較]
インバウンド	人数		
	消費単価		
高付加価値旅行者	売上		
	売上		

問7 2024年(対前年比)における貴施設のインバウンド高付加価値旅行者数の増減傾向について、**日本全国**のインバウンド旅行者全体の動向と比べてどの程度だと感じますか。最も近いものを、以下の選択肢から1つお選びください。

日本全国のインバウンド旅行者全体の増減(対前年比+43.0%)と比べて

① 大きく増えた ② 増えた ③ 全国と同程度 ④ 減った ⑤ 大きく減った

問8 問6~7でいずれかが変化した(増加・減少)と回答された場合、その要因について思い当たる理由をご記入ください。

以上で調査は終了です。ご協力ありがとうございました。

本業務の成果（総括）

①推進体制の検討、推進委員会の運営

- GW2050などの関係組織・団体との協議と、2回の推進委員会開催により、次年度以降の推進体制が固まった。行政・DMOに加え、経済界が参画する新たな連携スキームについて合意を得た。これにより、移出・輸出創出機能や資金調達支援機能を持つ民間組織とDMOが連携しながら、将来的な「インバウンド・アウトバウンド・ループ」の創出に向けた取組を推進するための基盤が整った。
- 本事業終了後の自走化を見据え、「インバウンド・アウトバウンド・ループ」の創出を掲げたマスタープランへの改訂を行った。

②プレーヤー調査

- デスクリサーチおよび意向調査により、高い受入意向や商談会への参加意欲を持つ高付加価値サービス提供事業者をリスト化した。また、高付加価値旅行者に対応できる「ヤド」の供給実態も整理された。これにより次年度以降、本事業への協力依頼や、高付加価値インバウンドの受入体制構築等への活用が可能となった。
- 個別ヒアリングを通じ、沖縄・奄美エリアに来訪している高付加価値旅行者の実態が整理されたほか、「本物」の体験提供における専門ガイドの不足や、ビジネスジェットの機会損失と今後のプロモーション展開、沖縄・奄美路線の供給制約などの課題が明らかになった。これらは、今後取り組むべき施策や戦略の検討に資する基礎的な情報となる。

③観光関連人材の研修

- ガイドライン作成のもと、沖縄本島・徳之島・奄美大島において、エントリーレベルとプロレベルの計4本の研修を実施し、高付加価値旅行市場に対応できるガイド人材の育成を図ることができた。参加者は語学力、ストーリーテリング技術、柔軟な行程設計、パーソナライズされた旅行造成などを習得し、地域資源の再評価や持続可能な観光への意識が高まり、ガイドネットワーク構築の必要性を認識することができた。
- ガイドライン作成のもと、ガイド・ホスピタリティ研修合同セミナー、基礎研修(前期・後期)、特別セミナー・交流会を実施し、高付加価値旅行市場に対応できるホスピタリティ人材の育成を図ることができた。研修は異業種交流や講師による実践的アドバイスが好評で、「ホスピタリティの本質理解」「自社見直し」の機会を提供することができた。

④機運醸成及び観光地経営の理解促進

- 「自然」「文化」「暮らし」「食」「工芸」を軸とする横断的なテーマ構成で編集し、島々の魅力を概念的に整理し、一体的に伝える内容で作成することができた。写真やキャプション、英語表記も精緻化され、地域紹介を超えた価値訴求へと高められたことで、商談会等における利用の際も顧客より高い評価を得ることができた。
- 沖縄・奄美両地域で観光地経営セミナーを開催し、「関与」視点でのターゲット設定やストーリーテリングの重要性を共有した。これらを通じ、単なる価格競争ではない高付加価値化の意義を浸透させ、事業終了後の自走に向けた関係事業者の意識変革と機運醸成を図ることができた。