



内閣府

新たな沖縄観光サービス創出支援事業 ～成果事例集(令和3年度実施版)～

一般財団法人沖縄観光コンベンションビューロー

はじめに

本事例集は、内閣府「令和3年度 新たな沖縄観光サービス創出支援事業」の成果事例について、新たな取組を探している旅行会社様、メディア様、観光関連事業者様などへの周知、ならびに皆様の今後の活動(観光地域づくり等)の参考としてお役立ていただけるよう作成いたしました。

本事業で開発された新たな観光サービスは、「ワーケーション」「SDGs」「アドベンチャーツーリズム」など、これからの沖縄観光に求められる様々なテーマにおいて理想的なモデルケースになり得ると考えます。

事務局である沖縄観光コンベンションビューローとしましては、広域連携 DMO として、今後も様々な取り組みや事業において、各事業者や各サービスの自走化支援やロールモデルとしての紹介などを行い、沖縄観光における本事業の意義をより大きなものにしていきたいと考えております。

事業目的

新型コロナウイルス感染症の拡大防止との両立を図りつつ、沖縄の自然・歴史・文化等を活かした、観光客の消費単価や滞在日数の向上に資する観光サービスの開発等の支援ならびに、本事業で磨き上げた高付加価値観光サービスの自走化支援により、沖縄の観光産業の収益力向上を図ることを目的とし、質の高い観光地の形成を目指していく。

事業概要

国内観光客を対象として、新たな生活様式に配慮しつつ、小規模分散型で、沖縄の地域ポテンシャル(自然・歴史・文化・食など)を生かした、「ストーリー性のある新たな観光サービスの開発」および、モニターツアーの広報・実施、効果検証等を行い、令和4年度からの自走化を目指す。

また、「ストーリー性のある新たな観光サービスの開発」については、その開発を通して各担当者と地元団体(地域公共団体、観光地域づくり法人(DMO) または観光協会など)との連携を強化し、お互いの知見の共有や商品造成の経験を通じたスキルアップを目指す。

また、開発する「観光サービス」についても、観光収入が地域に還元される仕組みとし、一人当たりの消費単価増加が、①滞在日数を増加させる長期滞在型観光サービス、②滞在中の消費単価を増加(高付加価値化)させる観光サービスと目的に沿った内容とする。

当事業で開発された新たな観光サービス(全 22 企画)のテーマは、主に 9 つに分類されます。

※複数のテーマを扱う企画もあります。

「芸能・工芸」、「ワーケーション」、「エコ・SDGs」、「アクティビティ・スポーツ」、「ウェルネス」、「教育」、「アニバーサリー」、「関係人口創出」、「食」

また、その手法についても、大きく分けて以下の2種類に分類できます。

- ① 地域の特性を活かしたテーマをメインに、地域内のさまざまなコンテンツを活用した観光サービス
- ② テーマに沿って複数の地域と連携した観光サービス

目次

芸能・工芸

やんばるアートフェスティバル スペシャルモニターツアー	03
琉球手しごと紀行～工芸をめぐる旅～	04
琉球刻々彩々の旅「ひと×もの×こと」が生み出した歴史のなかへ	05
那覇の文化を体験する旅～SUGURIMUN(すぐりむん)～	06
「よみがえれ琉球士族の世界」現在の沖縄から琉球王朝時代へ～沖縄の伝統芸能・食文化の軌跡をたどる旅～	07
八重山民謡を習得して八重山とつながろう～琉球民謡のプロと三線演奏を学べるツアー～	08

ワーケーション

ウェルネス・ワーケーション「沖縄でととのう旅」	09
おきなわアドベンチャーワーケーション	10
読谷村内の資源を活用したウェルネスワーケーション	12
リゾート Chatan でプチ英語留学 デポアイランド親子ワーデュケーション	13
託児型自然教育&ヘルスツーリズム・ママのストレスコントロールも家族の「やりたい！」を叶えるワーケーション	14

エコ・SDGs

～奇跡の森をつなぐ～世界自然遺産やんばる 3 村を訪ねる	15
西表島で「エシカルな旅」を楽しもう～大自然を感じ、島の暮らしに学ぶ旅～	16
慶良間諸島国立公園アイランドホッピング 10 島めぐり	17

アクティビティ・スポーツ

地元ガイドの厳選”道”探訪 快適 e-Bike で沖縄一周充実旅 6 泊 7 日	18
「伝統空手の真髄」に触れる旅	19
帆掛サバニでめぐる糸満海人文化	20

ウェルネス

世界5大長寿地域「ブルーゾーン沖縄ウェルネス・ステイ」	21
ロハスな方との素敵な繋がり！健康習慣・ストレスコントロールを習得「美と健康」がテーマの女子ロハス旅	22

教育

SDGs 探求型 まちなか留学ツアー	23
--------------------	----

アニバーサリー

プレミアム リゾートドレスフォト(PRDP)	24
------------------------	----

関係人口創出

うるま感動体験ダイナミックジャーニー2021	25
------------------------	----

事業全体から見えてきた課題・改善点	26
-------------------	----

やんばるアートフェスティバル スペシャルモニターツアー



▲大宜味村共同窯を見学

ツアー概要

毎年冬に開催されている地域芸術祭「やんばるアートフェスティバル」をフックにした、自然・アート・地域の暮らしを体験することができるツアーです。

やんばるアートフェスティバルで展示されている作品の会場作品鑑賞のほか、工芸品の工房見学や体験、地域住民との触れ合いなどを盛り込むことで、好奇心や親近感を醸成し、将来的なりピート率向上や滞在日数の増加につなげることを目的としました。2021年7月に世界自然遺産に登録された「やんばる」をより深めるコンテンツとしても、回を重ねながら地域の皆さんとより磨き上げていくことができる内容になっています。

ターゲット市場の特性と規模

- 想定ターゲット：・文化芸術活動を鑑賞したり、作品の創作活動に興味がある20代～30代
・滞在日数が長く、滞在中の消費単価が高額な旅行商品を楽しめる世帯年収の高い層
- ターゲット市場規模：やんばるアートフェスティバル2021-2022 総来場者数 36,533名
- ターゲットのニーズ：アート鑑賞・地域の文化体験が一度に体験できる。
- 優位性・競争力：まだ、あまり知られていないやんばる地域の魅力を知ることができる。
他のツアーにはない地域の文化体験をすることができる。



▲琉球藍 染織工房 巫人さんでの作業体験

地域への波及効果

地産地消の食事を提供することでその土地にしかない特産物への関心度をあげることができる。また、クラフト作品の工房見学やカラキ畑・コーヒー園の見学を行った際に、生産者の顔を見ながら貴重な話を聞くことで参加者が作品や特産品の価値を見出し、地域の特産のPRにも繋がる。

●連携した地域団体●

- ・大宜味村観光協会・おおきみまるごとツーリズム協会・やんばるの森ビジターセンター
- ・合同会社わーけまちや

コロナウイルス感染症対策

- ・ツアー参加中のマスクの着用・手指消毒・体温・体調チェック・密閉した空間の長期滞在を防ぐ



▲地域の元気なお母さんのおもてなし

参加者コメント

- ・つくり手や生産者の思いに触れ、理解が深まったとともに、深い地域交流ができた。(40代/女性)
- ・今まで知らなかった沖縄の工芸や文化の事情や背景に少しでも触れて、今まで以上に興味を持ってより深く理解できるような気がしています。(40代/女性)
- ・終始アットホームなツアーの雰囲気と、訪問先や体験先で会う地元のみなさまが皆、気さくな人ばかりで観光地を巡る類のツアーとは大きく違う、かけがえない経験と体験ができた。(40代/男性)

自走化計画

想定泊数：2泊～5泊

想定販売価格：10万～20万

展望・展開：イベント開催期間中(約1か月間)に複数の種類のツアー造成を行う。(滞在期間・体験内容の違うツアーを用意する)

販売予定時期：2022年12月～2023年1月予定

琉球手しごと紀行 ～工芸をめぐる旅～



▲丸正織物工房で代表の大城幸司さんによる琉球絣の解説

ツアー概要

工芸文化を感動体験の領域に持っていくために、染織と通じる芸能文化、焼物ともつながる食文化の要素を盛り込み、**文化を面と五感で体験できるプログラム**。

これまでの「観光体験」から、その奥行・広がりを見せ、**工芸文化資源を活かした「感動文化体験」**を目標としたプログラムを構成。

具体的な内容として、まずは琉球舞踊の道場へ行き、実際の染織物の衣装を身につけて舞踊を鑑賞。その後、琉球びんがた、琉球絣、芭蕉布、首里織、そして焼き物の工房を訪れ、製作工程や実演に加えて体験プログラムを用意。さらに、その場で買い物もできるようにする事で、参加者もお手頃な価格で商品を購入でき、生産者も既存流通に出荷するよりも収益がアップする仕組みを構築する。

ターゲット市場の特性と規模

- 想定ターゲット：工芸文化に関心があり自宅で工芸品を愛用している。さらに芸能や食など文化自体に関心の高い高所得者層（年齢層：40～60代）
- ターゲットのニーズ：沖縄の工芸や文化をより深く知りたい。着物などの和装製品を生産者から直接したいというニーズに応える。
- 優位性・競争力：普段立ち入りができない工芸関係者、芸能関係者とのつながりを活かした見学の受入と同時に、実際に購入する事ができる体験価値の提供。



▲道場での琉球舞踊見学と舞踊＆衣装の解説

地域への波及効果

旅行商品販売者から各地元団体、民間連携先を經由し、地元サービス提供者、工芸組合員、工芸生産者、芸能関係者へと循環する。関係者もほぼ沖縄資本のため地域への還元率もかなり高い仕組みとなる。

●連携した地域団体●

- ・(株)JALJTAセールス・琉球びんがた事業協同組合・那覇伝統織物事業協同組合他

コロナウイルス感染症対策

- ・毎朝の検温実施・マスク、消毒液など感染対策グッズの配布・参加人数を10名以内と少人数で実施



▲フルーツカッティングのワークショップ

参加者コメント

- ・実際に作業している場面を見学できてよかった。また直接職人さんにお話を聞くことができてよかった。(50代女性)
- ・芭蕉布の作る工程の大変さに驚きました。人間国宝の平良さんのお仕事が見られたこともよかったです。(60代女性)
- ・南風原の町全体で文化の保存、発展に取り組んでいるのがわかって感激しました。(50代女性)

自走化計画

想定泊数：①1泊～2泊、②6泊

想定販売価格：①7万～10万、②15万

展望・展開：①工芸全般とそれに付随する芸能、食といった沖縄の文化を体感できるツアー、着物ユーザーに特化し、産地で帯や着尺を購入できるツアー

②帯など1つの作品を長期滞在で製作するツアー

販売予定時期：2022年11月予定

琉球刻々彩々の旅 「ひと×もの×こと」が生み出した歴史のなかへ



▲知念紅型研究所の工房にて、工程見学をする様子

ツアー概要

琉球王朝時代、国賓のおもてなしで披露されていた「琉球舞踊」、「歌」、「三線」などの琉球古典芸能、「琉球料理・泡盛」、「染」、「織」などの伝統工芸は、すでに沖縄観光のサービス・商品となつてはいるものの、簡素化されたものがその多くを占めている。

そこで、歴史や背景、工程を学び、第一線で活躍している一流の演者や琉球料理伝承人、工芸職人の技に触れる機会(コト消費)を提供することで、沖縄でしか味わえない観光サービスを創出する。

連続と受け継がれてきた沖縄の技を、「紅型」や「料理」など「点/単体」としてではなく、琉球王朝文化として「面」で魅せる。

趣や奥深さを堪能できる本物志向のお客様に向けたコンテンツへブラッシュアップさせ高付加価値化を図ることで、芸能・工芸・料理等を生業とする方の収入源確保、収入アップに寄与することを目指す。

ターゲット市場の特性と規模

想定ターゲット：(国内向け)日本に3000万円～5000万円未満の金融資産を保有するアッパーマス層。
(海外向け)「Modern Luxury」20代～30代のミレニアル世代。

ターゲット市場規模：(国内向け) 712万世帯程度と推計される * 2019年野村総合研究所調べ

ターゲットのニーズ：国内向けには、ライト版やプレミアム版などのバリエーションを増やすことで、多様な市場ニーズに対応。海外は、国際線路線復活後に、Modern Luxury層の本物を見たい、職人と交流したいニーズを獲得していく。

優位性・競争力：いつでもどこでも誰でも体験できる汎用性の高いコンテンツではないため、数を稼ぐことは厳しいが、限定感や特別感に重きを置くことで、市場におけるトップメインの観光コンテンツを目指す。



▲喜如嘉の芭蕉布糸づくり体験

地域への波及効果

各法人に所属する料理人、演者、職人に対し、約2時間～半日のツアー受入れを行うことで、10万円～24万円の還元ができることは、効率よい副収入源確保になると考える。また、受入れ前後で物販の可能性があれば、更なる収益獲得に繋がる可能性も期待できる。

●連携した地域団体●

- ・一般社団法人琉球料理保存協会・一般社団法人琉球伝統芸能デザイン研究室
- ・一般社団法人琉球びんがた普及伝承コンソーシアム・喜如嘉芭蕉布事業協同組合



▲講師の山内先生による三線の手習い

コロナウイルス感染症対策

- ・参加者のワクチン接種(2回目)実施、抗体検査の実施を促した。・検温・手指消毒・マスク・密回避・換気・パーティション

参加者コメント

- ・琉球の興味深く魅力的な歴史文化伝統や技術に触れる貴重な経験をさせていただきました。(40代女性)
- ・お土産屋さんで売っている紅型と、職人さんが手間暇かけて作る紅型の違いがよくわかりました。(70代女性)
- ・貴重な芭蕉布袖通し体験が出来、本当に良い物を肌で感じる事ができました。(60代女性)
- ・代表的な琉球料理という事なので理解できるが、メニューがだいぶ被っていたので、被らないメニューを頂きたかった。(40代女性)

自走化計画

想定泊数：2泊3日、または、3泊4日以上 想定販売価格：190,000円/人(税別、航空券別) 最小催行人数：4名～

展望・展開：①ツアープラン修正(日程とコンテンツ組合せ)の検討。②コンテンツ提供先と単価や体験内容のバリエーション多様化について協議。

③コンスタントな受入れに向けた、新規受入れ先(体験部分)の確保。④上記①～③を踏まえたツアーを販売。(7月中旬～)

⑤クラフトツアープラットフォーム「Onland」との連携で、香港(8月中旬確定)・シンガポールでの旅行博に出展予定。

⑥ツアー企画(ライト版・プレミアム版)の開発に着手。⑦インバウンドの受入れにむけた、各コンテンツの多言語展開に着手。

販売予定時期：国内の販売は、2022年7月下旬を予定。海外での販売については、Onlandとの連携で、2022年8月の香港国際旅行展示会(ITE)にて、展示販売予定。オランダの旅行博(展示会)にも出展予定。(時期は未定)

那覇の文化を体験する旅～SUGURIMUN(すぐりむん)～



▲「首里織体験」

ツアー概要

琉球王国時代に貿易国家として栄えた沖縄は、諸外国の影響を受けて様々な工芸を生み出しました。沖縄独特の気候や文化によって発展した工芸品は、他に類を見ない独自の形・色・質感を持っております。

“すぐりむん”とは、『優れモノ』。

那覇市には、今もなお古の時代より脈々と受け継がれてきた伝統的工芸品が数多く息づいています。

今回のツアーでは、その伝統工芸を受け継ぐ職人による指導のもと、時間をかけて本格的な首里織や壺屋焼の作品制作に取り組んでいただけます。

また、その工芸品が生まれた地の歴史に触れるまちあるきツアーに参加することで、より一層南国の地『沖縄』を感じ楽しんでいただけることでしょう。

ターゲット市場の特性と規模

想定ターゲット：クラシックラグジュアリー(50～60代の従来型ラグジュアリー志向)

ターゲット市場規模：呉服・きもの市場、余暇活動としての陶芸市場

ターゲットのニーズ：ものづくりが好き、ゆっくりと沖縄文化を堪能したい…という方に！

優位性・競争力：織物文化の担い手育成に取組む那覇市伝統織物事業協同組合と連携することで、より専門性の高い体験ができ、更にその工芸が生まれた土地の歴史に触れるまちあるきツアーにも参加し回遊性の向上も期待できる。



▲「壺屋焼体験」

地域への波及効果

「首里織」や「琉球びんがた」を伝承する施設『首里染織館suikara』が、令和4年5月にOPENし、その施設を活用して継続的な体験プランが可能。また、制作を通して伝統的工芸品の価値を再認識し、「ホンモノ」の購買意欲が掻き立てられる。

●連携した地域団体●

- ・那覇伝統織物事業協同組合・ガイドと歩く『那覇まちま～い』(一般社団法人那覇市観光協会)

コロナウイルス感染症対策

- ・集合や体験実施中のマスク着用・検温・体調チェック・手指消毒・イヤホンガイドの使用(大声抑制)



▲まちあるきツアー「吉兆！亀甲六社めぐり」

参加者コメント

- ・首里織には様々な技法があり、今回の体験を通してもっと首里織について知りたくなった。(50代/女性)
- ・レベルの違いはあっても、作品を完成させるという同じ目的を持つ仲間となることで、参加者同士の交流も深まり楽しかった。(40代/女性)
- ・文化を体感する目的と自由時間との配分バランスが良く、とても充実した時間を過ごすことができた。(50代/男性)
- ・貴重な体験ができ、伝統工芸品を身近に感じる事ができた。(60代/女性)

自走化計画

想定泊数：5泊～6泊

想定販売価格：15万～20万

展望・展開：宿泊ホテルを複数設定し、選択制にするなど、自由度の高い宿泊プランへ展開していく。

工芸体験の制作品を複数にし、難易度レベルに分けて、所要時間や価格帯等お客様の希望に合わせて選べるよう設定。

販売予定時期：2022年10月頃予定

「よみがえれ琉球士族の世界」現在の沖縄から琉球王朝時代へ ～沖縄の伝統芸能・食文化の軌跡をたどる旅～



▲世界遺産<識名園>で、本格琉球士族衣装を着て、琉球料理伝承人による復元琉球宮廷料理を満喫

ツアー概要

ここでしか味わえない、沖縄独自の本質に拘った「古典芸能」「宮廷料理」をはじめとした歴史的文化的財産を、琉球王朝時代の士族体験を通して楽しく学ぶ大人の学び時間。

”観る・食べる・買う”だけの観光ではなく、宮廷士族の生活様式をなぞる「特別な顧客体験」を通して、琉球王朝時代から現代の沖縄へと続く文化や歴史について深く学ぶことの出来る知的好奇心を満たす。

ツアー参加中は宮廷士族になったつもりで王朝時代へのタイムトリップ感を楽しめるような、参加者が主役の体験型アトラクティブな大人の学び時間を提供する。

ターゲット市場の特性と規模

想定ターゲット:国内シニア富裕層(アッパーマス層)

ターゲット市場規模:日本国内 13.4%

ターゲットのニーズ:質の高い良質なものを好み、富裕層向けパッケージ商品を利用

優位性・競争力:

【コバリュー】沖縄ならではの価値、沖縄でしか体験できない伝統芸能や歴史文化をテーマ化

【バリュー提供】一般的な旅行者に比べて特別感のあるコンテンツ。一般向けのガイドではなく「専門家から

細かく深い話を聞くことができる」「人間国宝の生演奏を鑑賞できる」などの高付加価値を提供

【商品性】「世界遺産」「人間国宝」など、価値の保証がされている。



▲人間国宝による古典音楽演奏、舞踊の鑑賞

地域への波及効果

- 古典芸能に関し、国立劇場等以外での公演機会を創出。若手舞踊家や後継者等の育成支援。
- 観光資源化されていなかった「本格的な琉装体験」を商品化することで、着付けや髪結い事業者等の新規収入源の創出、ビジネス需要を拡大。
- 料理体験や伝統工芸に関しては、料理人及び職人自体を観光資源化し体験価値を高めることで、新規顧客の獲得や収入源の増加に繋げる。

連携した地域団体

- ・那覇市(観光課/文化財課)・(一社)那覇市観光協会・(一社)琉球料理保存会・(一社)伝統組踊保存会
- ・沖縄伝統ブクブク茶保存会・(一社)泡盛マイスター協会・(一社)那覇医師会 他

コロナウイルス感染症対策

- ・少人数(完全プライベート)での開催
- ・オンライン健康観察システムの導入
- ・専属ツアードクターとの連携
- ・関係者含む全員のPCR検査の実施
- ・マスク(フェイスシールド)常時着用
- ・消毒の徹底
- ・アクリル板パーテーション設置



▲琉球料理伝承人による復元琉球宮廷料理

参加者コメント

- ・琉球文化に浸れる。非日常の特別体験でおもてなしのスタッフの方々の衣装も映える。識名園の場所の特別感。(50代/男性)
- ・識名園におけるすべての演出。ワクワク感。大満足。格式高い古典芸能の素晴らしさを改めて感じる事ができました。(40代/女性)
- ・美しさが伝わった。本格的な琉装体験も(カンパも含め)なかなか出来ない貴重な体験。特に食事は器も含め素晴らしかった。スタッフのおもてなしの心が伝わって感激した。(60代/女性)

自走化計画

想定泊数:2泊~3泊

想定販売価格:50万~(開催時の人数により変動。移動費は含まず。)

展望・展開:基本的には<世界遺産 識名園での宴><琉球士族衣装体験><琉球宮廷料理体験><人間国宝クラスによる伝統音楽・舞踊の鑑賞><専門家によるガイド>を基軸とするが、お客様のニーズにあわせ、場所、内容について柔軟に対応する。

販売予定時期:2022年11月よりオーダーメイド型で実施出来るよう関係各社と調整中。対応可能期間については会場の都合による。

八重山民謡を習得して八重山とつながろう ～ 琉球民謡のプロと三線演奏を学べるツアー ～



▲八重山民謡の講師と参加者との記念撮影

ツアー概要

八重山にはたくさんの魅力がありますが、その中でも八重山は古くから「詩の邦、唄の島、踊りの郷」と言われ、芸能が盛んな地域です。

独自に育まれた文化や芸能が根付く八重山で、三線を習得しつつ、他の八重山の魅力「島色、無限大∞」を体験していただくことで、八重山の文化に関する理解を深め、旅中での楽しい体験だけでなく、旅後も三線をとおして八重山とつながることができるツアーをご提供します。

三線の講師は琉球民謡のプロとなっており、長期滞在のツアーガイドも一部実施していただけるので、交流を楽しみつつ、八重山の文化についてお話を聞けることも大きな魅力です。

ターゲット市場の特性と規模

想定ターゲット：50代以上の生活にある程度ゆとりがあり、文化・芸能に興味がある方

ターゲット市場規模：沖縄県外に住む50代以上の文化・芸能に興味がある層

ターゲットのニーズ：三線をとおして講師・地域と触れ合い、少人数の参加者同士で楽しみたい方

優位性・競争力：八重山民謡という独自の文化と体験・習得、歴史的背景、価値観などを組合せた商品であり、ツアーガイドも可能なプロの三線講師からのレッスンを直接受けられること。



▲三線レンタル時の扱い方レクチャー

地域への波及効果

- ・当該ツアーを実施していくことで、「量から質への転換」「商品の高付加価値化」「滞在日数の増」「観光消費額拡大」が図れる。
- ・観光人材の育成にもつながり、質の高い商品・サービスを継続的に提供し、地域経済に貢献。

連携した地域団体

- ・八重山ビジターズビューロー ・石垣市 ・石垣市観光交流協会 ・竹富町 ・竹富町観光協会

コロナウイルス感染症対策

- ・マスク着用徹底 ・手指アルコール消毒の徹底 ・移動時の配席間隔とソーシャルディスタンス確保 ・毎朝の体調確認実施



▲西表島の歌碑めぐり

参加者コメント

- ・八重山独特の自然や文化が感じられる環境で、民謡や三線、踊りができる方々から、レッスンだけでなく実際のパフォーマンスも見せていただき、さらに地元の昔や今について話を聞くことができました。何にも代え難い有意義な体験です。(50代/女性)
- ・25年前に沖縄、八重山が好きになってから、「やってみたくいこと」が全て詰まっていたツアーでした。(50代/女性)
- ・ただ観光地を回るツアーとは全く異なり、達成感があるツアーでした。三線講師も大変優しく、丁寧に指導してくださり、初心者でも何とか弾けるように上達できました。(40代/男性)

自走化計画

想定泊数：日帰り～6泊

想定販売価格：1万～30万

展望・展開：すべてセットでの販売、もしくは一部行程を絞って歌碑巡りにて販売を先行計画。地元の方々をターゲットにした展開も考えられる。ニーズはあることから、高付加価値の商品を継続的に販売できるように地元との連携強化を続ける。

販売予定時期：2022年9月～10月（ツアー実施：11月～12月）

ウェルネス・ワーケーション「沖縄でととのう旅」



▲海水プールとテントサウナ

ツアー概要

恩納村のホテル、ハイアットリージェンシー瀬良垣アイランド沖縄内において、ワーケーションを行いながら、屋外サウナやモーニングヨガなど沖縄の自然を感じるウェルネス体験を通じ、心身を「ととのえる」6泊7日の宿泊パッケージを提供する、ウェルネス・ワーケーションツアー。

昨今、注目度が高くユーザー数が増えている「サウナ」をキーコンテンツとして、沖縄の自然資源を活かした屋外サウナを冬の沖縄の新たなコンテンツとして販売することで、閑散期の誘客を行う狙い。ハイアット瀬良垣では、海水プールをサウナの水風呂として使うことで、「ここにしかない体験」を創出。また、琉球料理伝承人資格をもったシェフが、沖縄の長寿食材や調理法を活かした「沖縄スペシャルサウナ飯コース」を提供し、好評を博した。

ターゲット市場の特性と規模

想定ターゲット：世帯年収1,000万円以上、平均旅行単価20万円以上のビジネスパーソン

ターゲット市場規模：サウナ愛好家(約993万人)をコアターゲットとする

ターゲットのニーズ：健康志向、快適なワーケーション環境

優位性・競争力：テントサウナができる場所は全国で増えているが、沖縄では冬でも外気浴を気持ちよく行えること、自然に囲まれリゾート感あふれる環境でサウナを体験できることは大きな強みである。冬は夏に比べてフライトや宿泊代が安価になること、またゴルフという沖縄の冬の定番アクティビティとの親和性も高い。



▲海水プールでのクールダウン

地域への波及効果

- 滞在中は、平日はワーケーションのためはホテル内での滞在が多かったが、週末は沖縄の地域資源を活用し、飲食を楽しんだり、観光資源の購入があった。
- 将来的には「サウナ」が沖縄の冬のコンテンツとして定着し、閑散期の集客に寄与することが期待できる。また、サウナユーザーはリピート性が高く、複数回の来訪が見込まれる。

連携した地域団体

- 恩納村観光協会・琉球大学ウェルネス研究分野・恩納村海浜公園ナビビーチ

コロナウイルス感染症対策

- 参加者のワクチン接種状況、PCR検査陰性の確認・集合時等のマスク着用・検温・体調チェック・手指消毒



▲沖縄スペシャルサウナ飯コースの一部

参加者コメント

- ・サウナ、海、美味しいご飯、素敵なホテルのある環境でワーケーションできるのは最高でした。
- ・今まで冬に沖縄に行く理由がなかったけど、このようなプランがあればまた利用しにまた冬にも沖縄に行きたいと思いました。
- ・月1回くらいはいきたい。リゾートでサウナを行うの体験は素晴らしい。サウナ飯や秘境サウナも最高でした。
- ・主催者側の方やサウナ経験者の方は当たり前に分かることでも、そうでない人は小さなことから気になります。出発前に「持ち物リスト」があればよかったです。

自走化計画

想定泊数：2泊～3泊

想定販売価格：屋外サウナ1回1人あたり4,000～5,000円(宿泊費別)

展望・展開：既存顧客も含めた幅広い層が利用しやすくするため、テントサウナを単体プログラムとして販売

販売予定時期：2022年11月～2023年3月末の期間に再販予定

おきなわアドベンチャーワーケーション



▲ワーキング風景

ツアー概要

世界が恋する海ZAMAMIでワーケーション
 美しい海中景観を堪能、ゆっくり流れる島の時間に癒される。
 海とともに生きてきた座間味村阿嘉島の人と交流しながら「島
 ライフ」を満喫する。
 また沖縄特有で豊かな自然、独自の歴史、地域、人とのつな
 がりを組み合わせた体験の中で心身ともに健康になり、大自
 然での体験を通じて新たな発想や価値観を見出す。

ターゲット市場の特性と規模

想定ターゲット: 20~40代ワーケーションに興味のある方、企業グループ

ターゲット市場規模: 2021年4月時点テレワーク実施率19.2%

ターゲットのニーズ: 【WORK】 高速Wi-fi、仕事ができる設備、環境など

【バケーション】 その土地でしか体験できない本物の体験、地域の方々とともに
 体験する、自身の自己変革・成長

優位性・競争力: 特有の自然を有する「座間味村阿嘉島」をフィールドにしたSDGsプログラム



▲ダイビング風景

地域への波及効果

地域内事業者によるプログラム実施、住民がプレーヤーになるプログラム。
 実施地域の宿泊施設、地域食材の利用など域内調達率を向上させる。



▲ナイトツアー風景

●連携した地域団体●

・SEASIR ・さんごゆんたく館 ・竹子豆腐 ・アースシップ ・アトリエトコイ

コロナウイルス感染症対策

・集合時等のマスク着用 ・検温 ・体調チェック ・手指消毒 ・宿泊は個室(ご希望に応じて)

参加者コメント

- ・プログラムを通じて珊瑚やゴミの問題を詳しく知る事が出来て勉強になった。(30代/女性)
- ・ゆったりとして島での滞在でリフレッシュすることができた。ワークの時間も取ることができてバランスが良かった。(30代/男性)
- ・無人島で拾ったゴミを使ってアート作品の作成をするなど、楽しみながら環境の問題にも取り組むことができ視野が広がった。(20代/女性)
- ・地域の方達との交流、戦争や歴史、サンゴやゴミ問題についての勉強、綺麗な海でのアクティビティ、全てがとてもいい経験になりました。(40代/男性)

自走化計画

想定泊数: 2泊~7泊 (1泊2食付)

想定販売価格: 4万~18万(渡航費を除く)

展望・展開: 開催日や滞在日数、価格帯などが異なる複数のツアーを用意。

さらにお客様のご希望に合わせてプログラムの追加が可能。

販売予定時期: 2022年3月(販売中)

おきなわアドベンチャーワーケーション



▲ワーキング風景

ツアー概要

奇跡の森やんばるでワーケーション

仕事の合間に、「やんばるの森」のフィールドにアクティビティを体感。

また、やんばる特有で豊かな自然、独自の歴史文化、地域、人とのつながりを組み合わせた体験の中で心身ともにリフレッシュして、大自然での体験を通じて新たな発想や価値観を見出す。

ターゲット市場の特性と規模

想定ターゲット:20~40代ワーケーションに興味のある方、企業グループ

ターゲット市場規模:2021年4月時点テレワーク実施率19.2%

ターゲットのニーズ :【WORK】 高速Wi-fi、仕事ができる設備、環境など

【バケーション】 その土地でしか体験できない本物の体験、地域の方々とともに体験する、自身の自己変革・成長

優位性・競争力: 特有の自然を有する「やんばる」をフィールドにしたワーケーションプログラム



▲トレッキング風景

地域への波及効果

地域内事業者によるプログラム実施、住民がプレーヤーになるプログラム。実施地域の宿泊施設、地域食材の利用など域内調達率を向上させる。



▲漁体験風景

● 連携した地域団体 ●

・(株)Endemic Garden H・やんばるホテル

コロナウイルス感染症対策

・集合時等のマスク着用・検温・体調チェック・手指消毒・宿泊は個室(ご希望に応じて)

参加者コメント

- ・民家にお邪魔したり、森の中をゆっくり観察しながら歩いたり、普段自分たちでは体験できないことができて満足しました。(30代/女性)
- ・個人での旅行では体験できないことが多く、色々なジャンルをバランスよくまとめているツアーだと感じました。(30代/女性)
- ・十分なワーキングタイムの確保とWi-fi環境及び、アクティブが充実していた。(40代/男性)
- ・地域の方々とお話しできたのが良かった。(30代/男性)

自走化計画

想定泊数:6泊7日(1泊2食付)

想定販売価格:約20万(渡航費を除く)

展望・展開:プログラム、宿泊先を選択できるように修正を行い、実施にあたり地域の連携体制等に課題があるためその点を改善して実施予定。

販売予定時期:2023年4月

読谷村内の資源を活用したウェルネスワーケーション

ツアー概要

健康を取り入れた休養と仕事の旅行。沖縄ならではの琉球料理ややちむんの体験、読谷村の美しい海での沖縄空手やモーニングフィットネスなど、沖縄の魅力を肌で感じながら心身ともにリラックス。自分と向き合う時間、仲間と絆を深める時間を日常と離れた地で過ごすことで活動意欲アップに繋がります。

企業の皆様には、本企画を研修型・ウェルビーイング型(福利厚生型)の旅行という位置付けで、自社の健康経営推進の強化や動機付けの機会に繋げ、健康長寿沖縄の地で、有意義かつ価値ある時間を過ごしてもらえたらと思います。



読谷村内で満喫できる多種多様な体験コンテンツ。各コンテンツのみのオーダーも対応可。

ターゲット市場の特性と規模

想定ターゲット:健康経営に取り組んでいる企業、健康づくりに関心がある企業

ターゲット市場規模:経済産業省「健康経営優良法人認定数」※2021年度
大規模法人部門2,299社・中小規模部門12,255社

ターゲットのニーズ:健康経営の推進

優位性・競争力:長寿県沖縄の中でも海が美しく原風景が色濃く残る読谷村で実施。
食・健康の専門家が自社サービスとして提供
(琉球料理传承人・管理栄養士・健康運動指導士・健康経営エキスパートアドバイザー)



▲健康長寿の秘訣、沖縄の食文化を楽しむ学ぶ

地域への波及効果

- ◎宿泊施設、観光地、名所名跡、買い物、食事処の利用、それらに伴う移動手段(タクシー、レンタカー、バス)の利用など
- ◎地元、地域の農産物の消費

●連携した地域団体●

- ・有限会社沖縄スカイ観光サービス・読谷村観光協会

コロナウイルス感染症対策

- ・検温・アルコール消毒・手洗い・マスクの常時着用、三密を防いだ上で体験コンテンツを提供



▲自然の中に身を置き、食の大切さを感じる時間

参加者コメント

- ・多くの知らなかった内容を体感でき、民泊・海岸での琉球空手体験も予想以上に良かった。ホテルのチョイスも良かったと思う。(50代/女性)
- ・他で経験できないプログラムが多数含まれていたから満足。健康経営推進プログラムもわかりやすい気づきが多かったです。(40代/女性)
- ・沖縄に何度も来たことはあるが、これまで地元の方とここまで交流できたこともなかった。民泊や農業体験などで、仕事や食事他環境も良く、なによりも歓迎のお気持ちに本当にありがたく素晴らしかった。これだけでもまた是非再来訪したいです。(50代/女性)

自走化計画

想定泊数:1泊~5泊

想定販売価格:4万~16万

展望・展開:長期滞在型ウェルネスワーケーションの展開とともに、企業様のファーストステップとして導入しやすいセミオーダーの短期滞在型のプログラム対応も可能な体制を整備。新型コロナの状況を考慮しての動きとなるが、OCVBのMICE課の主催する各種セミナー・商談会の参加で新規開拓を行うなど、セールス活動の幅をより広げていく。

販売予定時期:2022年7月予定

リゾートChatanでプチ英語留学 デポアイランド親子ワーデュケーション



▲同世代の子どもたちとの交流(北谷町 デポアイランド)

ツアー概要

沖縄県中部に位置する北谷(ちゃたん)町を拠点に、小学生の子供連れのファミリーをターゲットにした親子で楽しむワーケーション。私たちはこれを「親子ワーデュケーション」と呼びます。北谷で体験できるのは、親は仕事(Work)を持ち込み、お子様はアメリカ人の多く住む北谷エリアだからできる同世代とも触れ合うことのできる英語体験(Education)。子供たちはデポアイランドというテーマパークのような街の中で、耳から感じるSOUNDに特化した英語体験で、学校では味わえない、ワクワク感と共に小さな成功体験を積み重ねることで短期間で大きく成長することができます。仕事、英語体験以外は親子でマリンアクティビティ等(オプション)リゾートを満喫(Vacation)。デポアイランドで沖縄の海と空を味わいながら親も子もリフレッシュし、家族の絆を深める最高の思い出作りをする事が出来ます。

ターゲット市場の特性と規模

想定ターゲット:リモートワークができる親がいるファミリー層

ターゲット市場規模:ワーケーション市場777億円(2021年)。2025年には3622億円に拡大すると予想される。

ターゲットのニーズ:リモートワークが可能な大人が増えてきたが、子供が預けられる環境が整っているワーケーションの場所はまだまだ少なく、共働きやフリーランスが増えている中、子供も充実した時を過ごせるコンテンツがある親子ワーデュケーションが求められている。

優位性・競争力:テーマパーク型商業エリア「デポアイランド」を舞台に地元に住んでいるアメリカ人ファミリーを巻き込んだ英語体験はここでしかできない体験として、北谷に滞在する宿泊数を伸ばすことができ、このエリア全体のお店の購買消費も伸ばすことができる。



▲アメリカ文化体験ハロウィン仮装(北谷町)

地域への波及効果

英語体験をデポアイランドの中で歩きながら行うことで、子供が先にこのエリアの魅力を知り、親へのガイドをすることが出来たため、もっとこのエリアを知りたいと感じ、いろいろなお店に足を運んでもらえた。また、地域自治会の方から沖縄そばを習うことで、親も子も満足度が向上した。

●連携した地域団体●

- ・一般社団法人デポアイランド通り会・Okinawa Hands-On・美浜区自治会

コロナウイルス感染症対策

- ・集合時等のマスク着用・検温・体調チェック・手指消毒



▲アメリカ消防署見学(北谷町)

参加者コメント

- ・日を増すごとに子供が遅くなっていくのを感じる事が出来ました。(50代/女性)
- ・日本人のお友達もアメリカ人のお友達もできてうれしかった。(10代/男性)
- ・英語だけでなく沖縄文化も体験でき、普通の英語教室では味わえないことを体験できて、贅沢な時間だと感じた。(40代/女性)
- ・仕事をしながら家族も喜ばせる事が出来た。(40代/男性)

自走化計画

想定泊数:6泊

想定販売価格:20万/1人の小学生の英語体験とその保護者(渡航費を除く)

展望・展開:小学生がいるファミリー向けのプランだけでなく、中学・高校生といった英語をすでに勉強している子供がいるファミリー向けの英語コンテンツや幼児の受け入れもできるよう受け入れコンテンツを用意し、お客様の家族構成で選べるようにしていく予定です。

販売予定時期:2022年12月予定

託児型自然教育&ヘルスツーリズム・ママのストレスコントロールも 家族の「やりたい！」を叶えるワーケーション



▲親子でマングローブカヤックツアー(嘉手納町比謝川)

ツアー概要

自然に囲まれたロケーションで暮らすように過ごす旅をご提案。
家族揃って沖縄でワーケーションを行う3つの目的

- ①沖縄での長期滞在を促進
- ②託児自然教育によるお子様の成長を体感
- ③育児から離れご褒美時間となる充実した体験コンテンツでリフレッシュ

滞在中にウェルネスコンテンツを継続し、運動不足解消を目指し「健康習慣」を身につけて頂く。

また、嘉手納町・読谷村の限られた地域で滞在、活動を行い、地域の歴史文化に触れ、地域の方との交流コンテンツを盛り込むことで、第2の故郷となるような地域との関わりを構築する旅となることを目的とするツアー。

ターゲット市場の特性と規模

想定ターゲット：リモートワークをしながらお子様に学びの機会を与えたいと考える家族

ターゲット市場規模：ワーケーション人口は約180万人程度。児童のいる世帯は12,324世帯(平成22年時点)

ターゲットのニーズ：託児教育を通じ、お子様には滞在しながら「学ぶ・成長する」機会を創出したい。

大人は仕事をしながらリフレッシュし、大人だけの時間も満喫したい

優位性・競争力：限られた地域内での滞在、体験を通じ、地域密着型の滞在となることにより、第2の故郷となるような地域との繋がりを構築することができる



▲ビーチコーミング(お子様)と乗馬体験(お母様)

地域への波及効果

交流BBQにて地域住民との交流を図る事ができた。地域通貨を活用して土産品の購入を促すことができた。昼食、夕食は地域の飲食店を利用し、沖縄の食材への興味喚起、地域特産品のPRする機会となった。

●連携した地域団体●

- ・嘉手納町観光協会

コロナウイルス感染症対策

- ・ガイドラインの配布
- ・全日程、人数分のマスクと除菌シートの配布
- ・スタッフのマスク着用の徹底
- ・検温、手指消毒の徹底
- ・会食時の注意点紙面の配布



▲親子で琉球菓子作り体験

参加者コメント

- ・子どもを預かって頂き、また子どもに貴重な体験をさせて頂けるのが何よりもありがたかったです。(30代/男性)
- ・子どもが毎日楽しそうだった。自然と触れ合うことができた。子育てから離れて自分の時間を楽しめた。(30代/女性)
- ・子供に友達ができて楽しそうでした。全体を通じてとても満足しています。(30代/女性)

自走化計画

想定泊数：2泊～4泊

想定販売価格：9万～12万

展望・展開：変わりゆく旅のニーズを加味した新たなツアーの企画を検討中。近隣市町村において賛同頂ける事業所の開拓を行い、「新たな沖縄観光サービス」として周知できるツアー造成を目指す。具体案としては、旅中でのキッズスクール、託児教育、キャンプなどの開催。家族で沖縄を訪れ、旅中で託児教育へ参加、親はフリープランにて体験コンテンツへオプションコンテンツとして選択参加するツアーイメージである。

販売予定時期：2022年11月頃

～奇跡の森をつなぐ～世界自然遺産やんばる3村を訪ねる



▲大宜味村 ター滝トレッキング後の集合写真

ツアー概要

(背景)

世界自然遺産登録をうけ、注目を集める沖縄県本島北部(国頭村・大宜味村・東村)のやんばる地域は自然とともに沖縄の原風景をいまだ残す地域でもあります。

人の生活と隣り合わせに、世界的にも貴重で希少な生物が多数生息する自然が広がり、このように人と自然が共有している場所は世界でもあまり例がないといわれております。しかし世界自然遺産登録後に、オーバーツーリズムや自然環境への負荷、環境の変化などが懸念されます。

(目的)

地域コンシェルジュの起用。また地域のガイドやお母さんたちを起用し、地域に寄り添った商品、また環境問題や保全に触れられるような企画を開発。リピーターになってくれたお客様がまた会いに来てくれることで、地域経済活性化による雇用創出と持続可能な観光づくりを構築する。

ターゲット市場の特性と規模

想定ターゲット : エコツアーや自然環境保全に関心が高いアクティブなミドル・シニア世代

ターゲット市場規模 : アクティブシニアとは、自分なりの価値をもち、定年退職後にも、趣味や様々な活動に意欲的な、元気なシニア層。時間・金銭的にゆとりがあり市場の拡大が期待される消費者(日本大百科全書の解説)

ターゲットのニーズ : 1年以内に旅行を検討している60代世代の割合が高い。

優位性・競争力 : 混雑密集地を回避した自然体験型の観光スタイルが人気。世界自然遺産登録地への訪問。自然体験アクティビティの充実。地域との人たちとの交流を通して、おもてなしムードの実感が得られる。



▲笑味の店(ファーム見学)

地域への波及効果

- ・地域から、自然環境・人材・特産物の提供を頂き、旅行商品の造成に活かす。
 - ・地域経済活性化による雇用創出に寄与し、持続可能な観光に繋げる。
 - ・世界自然遺産に登録された豊かな自然を守るべく、多くの人に環境問題・保全に触れる機会を作り、大切に守り続ける必要性を体現。
- ⇒「環境・人・社会」の領域での波及効果に繋げる。

連携した地域団体

- ・Endemic Garden H・株式会社ファーマーズフォレスト・やんばるの森ビジターセンター
- ・東村観光推進協議会・新報トラスト株式会社

コロナウイルス感染症対策

- ・マスク着用の徹底。手消毒実施。毎朝の検温・健康チェックシートの回収による体調確認の実施。



▲地元郷土料理と交流会

参加者コメント

- ・沖縄には素晴らしい文化があるのでもっと発掘してほしい。(70代・女性)
- ・最終日与那集落の半日がすごく良かったのは、ガイドさんらしくないところもあると思います。(40代・女性)
- ・やんばるの自然はガイドさんがいないと見逃がしてしまうような植物等を丁寧に説明して頂けて興味がわきました。(60代・女性)
- ・やんばるの自然、文化、人すべてが素晴らしい体験でした。(60代・女性)

自走化計画

想定泊数:3泊~4泊

想定販売価格:10万前後

展望・展開 : 滞在期間や価格設定の妥当性、再訪への意識調査などを分析検証。地元との連携が不可欠である事から、連携を強固にし継続支援とコンシェルジュの磨き上げと育成を行う。やんばる3村での周遊型観光を通じて、地元に戻元できる仕組み作りを改善し販売する。

販売予定時期:2022年11月~12月予定

西表島で「エシカルな旅」を楽しもう ～大自然を感じ、島の暮らしに学ぶ旅～



▲西表島のエコツアー風景

ツアー概要

2021年7月に世界自然遺産へ正式登録された西表島は、今後コロナの収束が見えてきた際、一時的にオーバーツーリズムに陥ることが予見され、環境保全に大きな影響を及ぼすことが懸念されました。そこで着目したのが、「エシカルツーリズム」です。エシカルとは、「環境や社会に配慮していること」を意味する言葉であり、これまでのようなアクティビティ中心の表面的な体験ではなく、漂着ごみや希少動物のロードキル問題など、西表島が抱える環境問題・課題と向き合い、解決策になり得る行いを観光メニュー化していくことで、旅を通して環境保全と持続可能な観光振興の両立を参加者と地域が共創して体験できる新しい観光メニューの一つです。

西表島の自然への「思いやり」や「敬意」の醸成を促し、ツアーリスト側の環境保全に対する自発的な行動変化を希求するのが当ツアー最大の目的となっています。

ターゲット市場の特性と規模

想定ターゲット：エコツアー・環境保全に高い関心を持ち、自然が大好きな40代～50代半ばのミドル・シニア層

ターゲット市場規模：アドベンチャーツーリズムの括りだと、全世界では43兆円、日本では1兆円

ターゲットのニーズ：長期滞在型で自然体験の観光を好み、環境や地域に配慮しながら楽しむ方

優位性・競争力：世界自然遺産登録地というブランド

エシカルという概念を取り入れた環境・地域に配慮した自然体験型観光



▲ビーチクリーン活動

地域への波及効果

旅先でその土地に住む方々と関わり、地域が直面する問題・課題に関わる体験は、ツアー参加者の心に深く刻まれ、新しい気付きを与え、将来的に「質の高いリピーター」として長期滞在で再訪する可能性が高まることが期待できます。

●連携した地域団体●

・西表島エコツーリズム協会 ・八重山ビジターズビューロー ・竹富町 ・環境省

コロナウイルス感染症対策

・マスクの着用の徹底 ・手指アルコール消毒の徹底 ・貸し切りバス利用時の配席(間隔をあける) ・毎朝の体調確認



▲島の植物を使った伝統染色体験

参加者コメント

- ・中身の濃い貴重な体験が、全てにおいて楽しかった。今後は意識的に自分ができることを行動し、旅を楽しみたい。(60代/女性)
- ・環境負荷を少なくしながら楽しむのをテーマにしたこのツアーは、斬新で印象に残るとてもいいツアーでした。(20代/女性)
- ・西表島には一度行きたいと思っていたので、他のツアーでは出来ない体験ができて良かった。(60代/男性)
- ・エシカルという言葉は知りませんでしたが、ツアーを通して日々の生活の中でもできるエシカルな活動をしていこうと思えました。(30代/男性)

自走化計画

想定泊数：1泊～3泊

想定販売価格：5万～20万

展望・展開：長期滞在が難しい働き盛り世代の参加も考慮しながら、オプションを選択できる形式を検討する。

販売予定時期：2022年12月予定

慶良間諸島国立公園アイランドホッピング10島めぐり



▲サバニ体験&無人島へのアイランドホッピング

ツアー概要

慶良間諸島国立公園をアイランドホッピングしながら、短期滞在では伝えきれない、それぞれの島独自の魅力や違いを感じられるプログラムやe-bikeの活用により国立公園の適正な利用を促進することができるツアー。

それぞれの島で地元の方から直接その島の自然や独自の文化を学ぶことで、慶良間諸島内でも異なる歴史文化と交流することができる。慶良間諸島内の無人島へ渡る際にはサバニやシーカヤック体験などを利用し、ケラマブルーを十分に体感していただく。

島内移動にはe-bikeを活用することで、国立公園としての環境の持続的な保全について考え、適正な利用をしながら、慶良間諸島固有のケラマジカなど多様な動植物、多島海景観など本来の慶良間諸島国立公園の魅力を味わっていただく。

ターゲット市場の特性と規模

想定ターゲット：島好き・海好き・好きなアクティブ層、アドベンチャーツアー関心領域など

ターゲット市場規模：日本国内におけるアドベンチャーツーリズムの市場規模は1兆円程度

ターゲットのニーズ：より深く地域・地域のストーリーを知ろうとする傾向があり、メニューが多いほど◎

優位性・競争力：慶良間諸島においては、長期滞在かつ、慶良間諸島全体を周遊するタイプのツアーはほぼなく、地元の方との係わるプログラムの内容は個人では難しいものもあり、ツアーでしかできない価値は高いと思われる。



▲阿波連集落散策

地域への波及効果

夏の繁忙期を避けたツアーを行うことで、今まで少なかった時期での観光消費が期待できる。

参加者によるSNS等での発信により、島自体、島の特産品の魅力・認知度の向上に繋がり、全体的な観光客の増加に繋がる。

● 連携した地域団体 ●

・Sunny Coral合同会社・座間味村観光協会・沖縄県サイクルツーリズム推進協会



▲e-bikeで渡嘉敷島サイクリング

コロナウイルス感染症対策

・毎日の参加者の健康管理、マスクを着用・非着用のタイミングを適切に指示・音声ガイド機の使用・ガイドからの声掛けによる参加者への感染症対策に対する意識づけ

参加者コメント

・いままでにない体験の連続でまたここに来たいと思うようなツアーだった、土地土地の特徴や雰囲気の違いや魅力を詳細に感じる事が出来ました。

(30代/男性)

・島の方達が優しく受け入れてくださり、歓迎されている感じも嬉しかった。(20代/女性)

・時間とお金があるシニアも体力的に十分参加でき、楽しめるツアーでした。(60代/男性)

自走化計画

想定泊数：2泊～5泊

想定販売価格：8万～20万(沖縄までの渡航費を除く)

展望・展開：季節により異なる魅力を発信できるツアーにする。また、アイランドホッピングする島の数を調整することで滞在日数や価格帯の異なる複数のツアーを造成。

販売予定時期：2022年秋予定

地元ガイドの厳選“道”探訪 快適e-Bikeで沖縄一周充実旅 6泊7日



▲自転車を降りて史跡散策(北中城村 中村家)

ツアー概要

電動アシスト機能付きスポーツ自転車”e-Bike”で1日約50~80Kmを走り、7日間をかけて沖縄本島約400Kmを一周するツアー。旅路にあわせたストーリー展開で、沖縄の魅力を五感で体感しながら、サイクリングで**沖縄本島一周を達成**することが、一番の目標。

様々なスポットにも立ち寄りながら、沖縄の**絶景**はもちろん、琉球王朝時代に築かれた城跡などの「**文化遺産**」や、多様な固有種を育む本島北部の亜熱帯樹林の「**自然遺産**」、**地元ならではの食材**を生かした食事や、**地元の方との交流**など、様々な体験を通して、沖縄の魅力をまるごと楽しむことができるツアーとなっている。

リオオリンピック日本代表、沖縄出身の内間康平さんがガイドを行うプレミアムツアー、安全でサポート体制が充実している点も大きな魅力のひとつ。

ターゲット市場の特性と規模

想定ターゲット:日本全国各地(国内)の自転車愛好家、アクティブシニア(年齢:60代以上)

ターゲット市場規模:直近1年以内でのサイクルツーリズム経験者 約1,382万人

ターゲットのニーズ:一周サイクリングが自転車愛好家に人気。達成感を味わいたい。

優位性・競争力:海を眺めながら一周できる。変化に富んだ景色で飽きがこない。

気候が温暖で一年中走ることができる。

国内、近隣アジアに直行便が多く、アクセスしやすい。



▲地元手作りのお弁当(東村)

地域への波及効果

地域からのお出迎えに、お客様の満足度が向上。本部町観光協会に隣接するもとぶかりゆし市場を利用し、参加者提供用に地元の特産品を購入。参加者へ地域の特産をPRでき、また参加者からの情報拡散(口コミ)も期待できる。

●連携した地域団体●

- ・本部町観光協会・大宜味村観光協会・東村観光協会・おおぎみ道の駅

コロナウイルス感染症対策

- ・集合時等のマスク着用・検温・体調チェック・手指消毒・大声抑制(出発時はマイク使用する等)・宿泊は完全個別・自転車による移動手段(密空間にさせない)



▲日に日に増していく連帯感(うるま市 海中道路)

参加者コメント

- ・普通の旅行では体験できない沖縄本島の姿や魅力に触れることができた。荒天のため中止区間がでたが、本島一周の達成感を味わえた。(50代/女性)
- ・沖縄本島の魅力を限られた日程の中で最大限盛り込んだコース組は非常に魅力的でした。(50代/女性)
- ・完走出来これからの人生 もう少し頑張れるかなという自信に繋がった。(60代/男性)
- ・素晴らしい景色、その土地で見られる生活、そしてそこで味わう味覚等…自転車で巡る楽しさを満喫しています。(60代/男性)

自走化計画

想定泊数:6泊

想定販売価格:40万(渡航費を除く)

展望・展開:ガイドとサポート内容について高い評価を得たので、これを一番の強み、付加価値として商品造成を行う。

2022年度は、基本ツアーの確立を目指し、ツアーの実施・検証を行う。次年度以降はインバウンド受入も見据える。

販売予定時期:2022年8月下旬予定

ツアー実施期間:2022年11月下旬~12月上旬予定

「伝統空手の真髄」に触れる旅



▲天空道場風景

ツアー概要

身体的な強さを求める競技空手を続けてきた空手家をメインターゲットとして、長年続けてきた空手のルーツを探りたいとする空手家に、伝統空手(平和の武)を代表する4流派体験、空手ゆかりの地めぐり、沖縄空手会館でのプログラムを通して、空手の歴史、真髄に触れ、空手をライフワークとする気づきを与える。

空手の「真」を知るには、歴史背景を知ることがあり、空手以外の沖縄の自然、歴史、文化にも触れる体験を盛り込んだ。

ターゲット市場の特性と規模

想定ターゲット：競技空手経験者が「伝統空手」に興味を持つ人が増えている。

ターゲット市場規模：世界に1億3,000万人の空手愛好家がいるといわれている。

ターゲットのニーズ：東京オリンピックで沖縄から金メダリストが生まれ、注目されている。

優位性・競争力：空手に関するコンテンツを扱う業者は現状少ない。

まだ空手に関するコンテンツのニーズが高まり切れていない。



▲4流派体験

地域への波及効果

道場を利用しない時間帯の利活用

●連携した地域団体●

- ・那覇市観光協会・豊見城市観光協会・沖縄伝統空手道振興会

コロナウイルス感染症対策

検温、手指消毒など基本的な予防策以外にホテルの分散、移動の分散。



▲沖縄文化体験

参加者コメント

- ・4流派体験というとても貴重な体験が出来たので満足でした。(50代/男性)
- ・1週間の休みが取りにくい、通常価格だと参加できない。(40代/男性)

自走化計画

想定泊数：1泊～3泊

想定販売価格：1万～10万

展望・展開：長期のプランではなく、短期でコンテンツごとに参加しやすくしたい。

そうすることで課題であった販売価格の部分も解消できる。今後は海外からの参加も視野に入れる。

販売予定時期：2022年10月予定

帆掛サバニでめぐる糸満海人文化



▲伝統的な沖縄木造漁船「帆掛(フーカキ)サバニ」

ツアー概要

伝統的な沖縄木造漁船「帆掛(フーカキ)サバニ」を使って、その背景にある海人文化を探究しながらサバニの乗船技術を習得するプログラム。オリジナリティのある文化資源に長く触れることで、その魅力を一過性のものに留めることなく、将来に渡って興味関心を持ってもらえるようにする。

いにしえより、海人のまちとして知られてきた糸満。特にサバニは糸満発祥と言われており、発祥の地でしか触れることのできない伝統技術や文化体験を詰め込んだツアーとなっている。

ターゲット市場の特性と規模

想定ターゲット: サバニ愛好家、パドリングスポーツ・セーリングスポーツ経験者、レスポンスブツーリズム・アドベンチャーツーリズムに共感いただける方

ターゲット市場規模: サバニ帆漕レース参加者約8,000人、ボート・ヨット参加人口50万人

ターゲットのニーズ: レスポンスブツーリズムという考え方も認識されつつあり、風と人力だけの推進力で島から島へ、沖縄の海を渡るというアドベンチャー感を味わえる。

優位性・競争力: 沖縄でしか体験できない素材であり、沖縄固有の魅力として十分なポテンシャルがある。



▲帆掛サバニ・アイランドクルーズ(慶良間諸島)

地域への波及効果

「帆掛サバニを通して糸満海人文化を知る」というテーマに沿って、各プログラムを設定し、十分にその魅力と商品化の可能性を確認できた。

●連携した地域団体●

- ・糸満市観光・スポーツ振興課・糸満帆掛サバニ振興会・美ら島観光部・ぐらんま・海人道
- ・サザンビーチホテル&リゾート沖縄・東洋企画印刷

コロナウイルス感染症対策

- ・旅行前健康チェックシートの提出・陸上でのマスク着用、手指消毒、体温チェック、スポーツマスクの着用



▲糸満漁協セリ見学

参加者コメント

- ・初心者が参加できるツアーが必要です。(60代・男性)
- ・離島では地元の食材が食べたかった。(60代・男性)
- ・大満足！写真や動画を共有できると嬉しい。(20代・男性)
- ・スタッフがフレンドリーで良かった。(40代・男性)
- ・糸満移住を決めました。(2件、20代・男性、40代・男性)

自走化計画

想定泊数: 4泊以上(中3日)

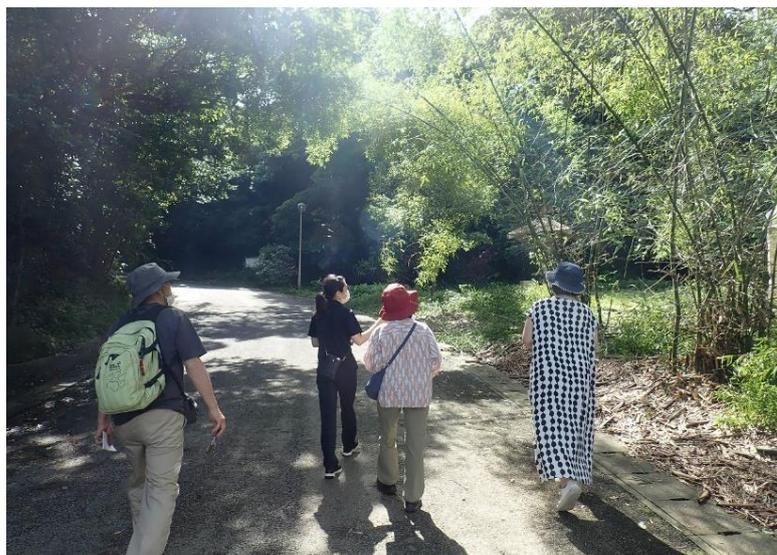
想定販売価格: ¥200,000

展望・展開: レベル別(初級・中級・上級)コースの設定

習得を目的とした、将来に渡っての複数回来訪を目指す

販売予定時期: 2023年4月予定

世界5大長寿地域「ブルーゾーン沖縄ウェルネス・ステイ」



▲～自然とつながる～人を護り、人に護られた森を歩き、先人の知恵を学ぶ

ツアー概要

ブルーゾーンとは、2000年にベルギーの学者ミシェル・プーランが世界の長寿者が多い地域に「ブルー(青)インク」で円印をつけた調査に由来します。その著書において、**沖縄は世界5大長寿地域のひとつとして紹介されています。**

「ブルーゾーン沖縄ウェルネス・ステイ」では、**沖縄の長寿の秘訣を「自然」「地域」「人」とのTSUNAGARI(つながり)と捉えます。** ツアー参加者は、研修を受けたウェルネスツーリズムコーディネーターの案内のもと、**県内最大6地域の地域資源(自然、歴史伝統文化、食、精神性、生活文化、人…)**をゆったりと、ありのままに味わうことで、**ただ長生きではないよりよく生きる輝く人生「ブルーゾーンウェルネス長寿」の秘訣を体感します。** 地域もまた、**観光の光に照らされいきいきと輝きます。**

訪れる人々と沖縄県民の双方が満たされる、新しい観光のかたちがあります。

ツアー監修 荒川 雅志 (琉球大学教授・ウェルネス研究分野代表)

ターゲット市場の特性と規模

想定ターゲット: 富裕層や経営思考を持つ人物(会社経営者、リタイア層)、海外観光客

ターゲット市場規模: 海外観光客を含め、巨大な潜在市場規模

ターゲットのニーズ: 長生きかつよりよく輝く人生「ウェルネス」への注目度が世界中で高騰中

優位性・競争力: 新しい価値を提供する「学び体験型のウェルネスツーリズム」

地域資源をブルーゾーン「ウェルネス長寿資源」として高付加価値コンテンツ化

点在する地域資源をブルーゾーン「TSUNAGARI資源」としてストーリー化



▲荒川教授によるブルーゾーン特別講義での学び

地域への波及効果

・「ウェルネスツーリズムコーディネーター」(沖縄型産業中核人材育成事業で育成)に活躍の場が生まれる

・観光のために加工されていない、地域の真正(オーセンティック)が発揮される

連携した地域団体

【大宜味】大宜味村観光協会、ぶながや窯、大宜味村立芭蕉布会館 【宜野座】タビックタラソセンター 【北中城】わにやシーサー振興会、和仁屋自治会、北中城村観光協会、北中城村社会福祉協議会 【那覇】薬膳琉花、沖縄第一ホテル、料亭美榮、沖縄美ら島財団【空手(豊見城)】Asato Dojo、沖縄空手会館 【南城】久高島振興会、サウスボーグループ、東さんちの海ぶどう、久高島個人ガイドのみなさま【スペシャルランチ】天空のレストラン 大宜味スカイテラス、THE HIRAMATSU HOTEL & RESORT 宜野座、EMウェルネス 暮らしの発酵ライフスタイルリゾート、ノボテル沖縄那覇【宿泊】ハレクラニ沖縄【宿泊・スペシャルディナー】百名伽藍



▲大型バスを少人数で、安心・安全・贅沢な旅を

コロナウイルス感染症対策

・密を防ぐ少人数制 ・来訪2週間前からの健康チェック ・CO₂濃度測定による換気チェック ・受け入れ対応者の陰性確認 ・受け入れ対応者の講習受講(手洗い講習) ・感染対策マニュアル整備 ほか

参加者コメント

・深く沖縄を知り、ルーツを知ることで、食や生活習慣の中で何が幸せにつながるのか、人にとって何を大切にすることで人生が豊かになるか

考えさせられました。芭蕉布のおばあや海ぶどうの農家さんなど、働くことの喜びを感じられました。(30代/女性)

・地元の関係者の方々のブルーゾーンに対する理解、共感、期待が感じられました。(70代/男性)

・久高島での塩づくり、琉球料理传承人の宮國先生のお話、ブルーゾーンスペシャルランチ、すべてよかった。(50代/女性)

自走化計画

想定泊数: 3泊～6泊

(1日1地域: 大宜味、宜野座、北中城、那覇、豊見城、南城の体験プログラムおよびスペシャルランチをご用意)

想定販売価格: 30万～60万 (渡航費を除く。宿泊費、大型バスによる移動、スペシャルランチ代金を含む)

展望・展開: ウェルネスツーリズムコーディネーター育成事業と連携した地域プレイヤーの選定

旅行会社、ホテル、企業等との協業によるセミオーダー形式での旅行プラン作成

販売予定時期: 2023年予定 (旅行プラン作成について、随時ご相談ください)

ロハスな方との素敵な繋がり！健康習慣・ストレスコントロールを習得 「美と健康」がテーマの女子ロハス旅



▲SUPヨガ(嘉手納町比謝川)

ツアー概要

歴史、文化、自然を五感で感じるスローライフな旅のスタイルを提案。身体だけでなく心も満ちるウェルネスコンテンツを多数盛り込み、帰宅後も継続的に「美と健康」を意識した生活を送って頂けるような、健康習慣の習得を目標とする。

自然に囲まれた中部エリアでのんびりと暮らすような気分で過ごすツアー。

村歩きや沖縄そば作りで地域の文化を知り、サンゴの移植体験、ビーチコーミングを通して環境問題を考え、SUPヨガや城ヨガを行い、健康習慣を習得。カヤック体験、乗馬体験などアクティビティも充実。

地球に優しい石けん作り、香水作りなどロハスな暮らしをする方々との触れ合いも満載の魅力溢れるツアー。

ターゲット市場の特性と規模

想定ターゲット:30代~40代の女性で、仕事の疲れやストレスを日常的に感じている方。健康で活力がありストレスコントロールを求めている方

ターゲット市場規模:沖縄旅行の目的「休養・リフレッシュ」53.5%・「沖縄の歴史文化に触れる」24%・「ゆっくりとした時間を楽しむ」18.3%(平成23年度沖縄県観光統計実態調査より)

ターゲットのニーズ:定番のパッケージツアーではなく、のんびりと自然の中で滞在したい方に人気

優位性・競争力:沖縄県中部は、空港からも利便性がよく、異国情緒溢れる建物や青い海、マングローブ林、世界遺産など観光資源が豊富な地域である。ダイビングやシュノーケル、マリナクティビティといったメジャーな体験コンテンツだけでなく「沖縄ではまだ体験したことがない」と言われるコンテンツも揃っている。どこか懐かしい郷愁も漂う地域である。独特の魅力ある市町村が連携することで、県内でも高い市場競争力を有すると見込む。



▲クルーズ(嘉手納町)

地域への波及効果

地域住民との交流が好評であった。初めて沖縄に来た方も以降、リピーターとなり数回再訪している。地域の特産、陶芸など高単価の土産物購入もあり。体験したコンテンツをSNSで発信する方も多く、地域情報の拡散にも寄与した。

連携した地域団体

- ・嘉手納町観光協会

コロナウイルス感染症対策

- ・ガイドラインの配布
- ・全日程、人数分のマスクと除菌シートの配布
- ・スタッフのマスク着用の徹底
- ・検温、手指消毒の徹底
- ・会食時の注意点紙面の配布



▲乗馬体験(読谷村)

参加者コメント

- ・あまり移動距離がなく、同じ地域で色々な体験ができ、今までの沖縄旅行では気付かなかったことに沢山気付くことが出来ました。(40代/女性)
- ・普段は個人旅行が中心なので、自分では選ばないような体験や個人ではなかなか出来ない体験が出来て新鮮でした。(40代/女性)
- ・自然の中で色々な体験ができ、心も体もほぐれました。(40代/女性)
- ・全体的に非常に満足できる旅でした。アクティビティや食事などの時間配分も適切だったと思います。(30代/女性)

自走化計画

想定泊数:3泊~6泊

想定販売価格:9万~12万

展望・展開:資格取得や趣味探しをしたい方、沖縄の自然が好きで自然を守る活動に興味がある方等をターゲットに、異国情緒溢れ、ショッピングも楽しめる北谷町、町の中に自然が溢れ、川での遊びが充実している嘉手納町、世界遺産や陶芸など歴史文化を満喫することができる読谷村など沖縄県中部の市町村を連携してツアーを造成していきたい

販売予定時期:2022年11月頃

SDGs探求型 まちなか留学ツアー



▲まちなか留学の様子：言葉を越えた交流

ツアー概要

近年、コロナ禍で海外への渡航や留学が制限され、異文化交流を通して得られる視野の拡大や、外国語でのコミュニケーションなど、学習機会が減少しています。

一方で、沖縄には120カ国・5万人を超える外国人が居住しています。中でも沖縄市は那覇市に次いで2番目に外国人居住者数の多い地域となっています。そこで、沖縄市をはじめ、中部地域在住の外国人と海外旅行や留学関心層をマッチングし、SDGsをテーマに交流する体験プログラムを通して沖縄の新たな魅力の発信を目指します。

ターゲット市場の特性と規模

想定ターゲット：語学研修・修学旅行等で沖縄を訪れる学校(中学校・高校)

ターゲット市場規模：19万人(171億円)

ターゲットのニーズ：質の高い国際理解・英語教育コンテンツ

優位性・競争力：在留外国人とのコミュニケーション(多国籍・多様性)

SDGs探求コンテンツ、アクティブ・ラーニングの設計ニーズにあわせた柔軟で迅速な商品開発力



▲ホテル滞在中もAll English

地域への波及効果

現在コロナウイルス感染症の影響による団体旅行リスク、旅費の高騰等の影響により、沖縄への教育旅行が減少傾向にある。一方、海外渡航が難しくなっている現状において、本プログラムの需要が高まりを続けている。本プログラムによって沖縄への教育旅行を読み込み、地域への経済効果を高めていく。

●連携した地域団体●

・HelloWorld株式会社・Blue Reef Okinawa・株式会社南都・株式会社シーサー

コロナウイルス感染症対策

タクシーに分けて移動を実施した。また、全てのプログラムにおいて、マスク着用とアルコール消毒を徹底した。



▲海外文化講座：講師は日系アルゼンチン人のAkiraさん

参加者コメント

- ・英会話・SDGsへの理解促進・沖縄文化の3つの観点からよく構成されている内容だと思った。(40代/女性)
- ・ホストファミリーとの交流が楽しかった。英語が第二外国語の方もいて、聞きとりやすくてとてもよかった。(50代/男性)

自走化計画

想定泊数：3泊～7泊

想定販売価格：1人あたり 8万～20万

展望・展開：各事業者と協働し複数のコースを作成、英語コンテンツを増やし学校に向けて提案していく。

またロゲイニング等、同様のプログラムを実施できるよう地域や商業施設と連携を図っていく。

販売予定時期：2022年4月(販売中)

プレミアム リゾートドレスフォト(PRDP)



▲サイトイメージ

ツアー概要

プレミアムリゾートドレスフォト(PRDP)とは、「有数のリゾート地でドレスアップして撮影する」というリゾートドレスフォト(RDP)とハイエンドなホテルで過ごすプレミアムステイ(Premium stay)を合わせた造語である。いつもの旅行と少し違いプロのヘアメイクの手によりドレスアップし沖縄の自然、文化、歴史を舞台に旅する束の間にしか取れない特別な瞬間を切り取る新しい高付加価値の魅力的なフォトツアーである。

また、お客様おひとりずつの要望を専用コンシェルジュがお伺いし、要望に沿ったオーダーメイドのツアーを作っていく。
※モニターツアーでは完全オーダーメイドではなくある程度決定した行程で募集を行った。



ターゲット市場の特性と規模

想定ターゲット:世帯年収1,200万円以上の夫婦またはカップル、家族

ターゲット市場規模:高所得者が多いと予想される関東中心

ターゲットのニーズ:コロナ禍、円安等海外渡航が難しい中、沖縄リゾートウェディング需要が急拡大中。平均5泊7日の海外挙式志向のカップルへは海外雰囲気兼ねたハネムーンのツアー需要が見込める。富裕層にターゲットを絞り、PRDPをハイブランドのハネムーンツアーとして多様な顧客ニーズに合わせ商品を提供する。

優位性・競争力:コンソーシアムという形態を取ったことで、それぞれの分野に特化した事業者によるコンテンツ提供が可能となっている。



▲モニター撮影風景

地域への波及効果

今回ロケ地となった恩納村だけでなく他市町村へも訴求し、フォトをからめた旅行を造成し沖縄全体でRDPの機運を高める。また市町村、旅行会社、ホテル、レンタカーなどの観光事業者が関わることで、新たなお客様への獲得に繋げ、これまで取りこぼしていた層へアプローチできる。

●連携した地域団体●

- ・旅行会社・ウェディング事業者・観光事業者(ホテル、レンタカー、オプション事業者)
- ・恩納村観光協会

コロナウイルス感染症対策

- ・体調確認シート、事前のワクチン接種確認、新しい旅のエチケットしおり内記載、当日の体温、体調確認



▲モニター撮影風景

参加者コメント

- ・若いころ多忙で着ることが出来なかったウエディングドレスを着用して、記念写真を撮っていただきました。(60代/女性)
- ・非常に充実したツアーでした。天気にも恵まれたのも良かった点で、旅行会社の方にもある程度柔軟な対応をしていただきました。(30代/男性)
- ・天候には恵まれなかったのですが、そういった部分も補って余りある形で参加者に寄り添って良い方向を考えて頂いた点が非常に満足しております。多くの関係者の方々が一丸となって良い旅を作ってくれた事に感謝しております。(40代女性)

自走化計画

想定泊数:3泊4日~4泊5日

想定販売価格:75万円(税込み)

展望・展開:2025年に年間100組受注を目指す。

販売予定時期:2022年秋予定(月2組以上)

うるま感動体験ダイナミックジャーニー2021



▲阿麻和利バックヤードツアー

ツアー概要

沖縄における観光といえば、海水浴やマリンスポーツなど「海」に関する観光が一般的であり、うるま市においても、海中道路や離島に代表されるように「海」の観光も盛んである。

一方、うるま市は世界遺産・勝連城跡や、その城主「阿麻和利」の半生を描く舞台、**未来遺産・現代版組踊「肝高の阿麻和利」**のように**文化的資源も豊富な地域**である。

その地域の状況を後押しするように、うるま市において、勝連城跡周辺を文化振興・観光振興の拠点と位置づけ、展示施設、物産・飲食施設、宿泊施設や都市公園を整備する勝連城跡周辺整備事業が進められている。

この勝連城跡周辺整備事業と連携をとりつつ、「文化観光」「食」「感動体験」を提供する新たな観光スタイルの確立に取り組んでいく。

ターゲット市場の特性と規模

想定ターゲット: 沖縄の文化・産業に触れたい、学びたい方や地域創生に興味のある方

ターゲット市場規模: 社会人を対象に関係人口ツアー及び団体ツアー

ターゲットのニーズ: 団体(教育旅行、MICE、地域創生)

優位性・競争力: 歴史遺産、自然、食、芸能など地域の魅力があふれるまち。美しい海、史跡など、勝連城跡の周辺は観光資源が豊富です。本地域は、かつての琉球を物語る遺跡などが多く、歴史浪漫を感じることができる地域です。



▲島人・民泊日帰り体験

地域への波及効果

LINEを利用し周遊を促進するミッションを設定。名所やグルメなどの写真等を掲載する事で、消費単価と滞在日数の増加を促進した。会計時に商品プレゼントや100円引きなどのクーポンを発行し、オンラインコミュニティを活用し、昼食・夕食時にうるま市のお食事処やグルメを紹介。



▲牛舎訪問

●連携した地域団体●

・うるま市・勝連城跡あまわりパーク管理者・あまわり浪漫の会・禮之会・地域関係者

コロナウイルス感染症対策

・旅行前健康チェックシートの提出(毎日の体温チェック)。アルコール消毒の設置(手洗い、アルコール消毒の積極的な呼びかけ)、2名1組でのレンタカー利用、オンラインネットワーク活用

参加者コメント

- ・肝高の阿麻和利の稽古を高い所から見るのではなく、同じ場所に立ってみる事ができ、最後に一緒になって体験できて感激した。(60代/女性)
- ・民泊日帰り体験では、心がこもったおもてなしが良かった。また会いたいと思った。(40代/女性)
- ・闘牛牛舎体験では、チャンピオン牛の背中に乗せてもらえるという素晴らしい体験だった。(30代/女性)
- ・泡盛に対して新しい知識を得られた。スタッフの対応も素敵でありがたかった。(60代/男性)

自走化計画

想定泊数: 3泊4日

想定販売価格: 75,000円(渡航費除く)お一人あたり

展望・展開: 今年度は、誘客組織を立ち上げ、観光サービス一般販売を開始する。「きむたかホール」リニューアルオープンにより、教育旅行・コワーキングの受入施設として演劇関係、市民線劇研究大会をターゲットに販売を行う。

販売予定時期: 2023年6月予定

事業全体から見えてきた課題・改善点

●消費単価や滞在日数の向上

各サービスのメインとなるプログラムへの満足度は高い一方、滞在日数や消費額向上に向けて、日数を長く設定したツアーや様々なプログラムを組み込んだツアーにおいて、日数の長さが現実的ではないという意見や、ニーズに合わないプログラムへの満足度が低いといった課題も見受けられた。自走化という目線においては、まず現実的な市場ニーズに近い日数・価格に要素を絞って、定着化を目指し、そこから得られた知見やニーズ、価格感などを元に、興味の深い層に向け、段階的に長期間・高単価のプランを、発展的に作り上げていくことが必要だと考える。

●テーマとターゲティング

空手、八重山民謡、自転車など、一つのテーマを「深堀りしたい」というニーズと、沖縄にはそのようなテーマが沢山あるということが改めて認識された。テーマに対して、それを求めるニーズや顧客像、そしてニーズに応えるコンセプトが明確なサービスは、満足度も高く、プロモーション手法も絞れ、集客面でも「売れる」サービスになっているといえる。逆にいえば、コンセプトや顧客像が曖昧で、なんとなくストーリーをつけてプログラムを組み合わせだけのサービスでは、自走化は難しい。

●ガイドの重要性

モニターツアーアンケートを見ると、旅程全体に関わる「スルーガイド」の存在は、満足度向上に大きく影響をしているといえる。また、テーマを深堀りしたサービスにおいては、様々な専門家の協力が必要となるが、反面、専門家は「おもてなし」においては専門性が必ずしも高い訳ではないという点が課題である。地域やテーマに沿って横断的にガイドできる「スルーガイド」のスキルと、それぞれのテーマにおける「専門家の方々」の接客スキル、両方を高めていくことが、ポイントとなる。それぞれが有機的に連携することで、地域のコンテンツの質と満足度を高めることに繋がるといえる。

参考:モニターツアーアンケートより

【慶良間諸島国立公園アイランドホッピング 10 島めぐり】(株式会社ジャンボツアーズ)

《30 代男性》

池松さんと田部井さんのツアー期間全日程の同行および、各現地ガイド、島民の皆さんとの交流、初めて見る美しい島々。不快な思いを微塵も感じずに 6 日間を過ごせたことに感動した。沖縄には一度も来たことがなく、どんなところだろうという小学生が遠足いく時のような気持ちで今回のツアーに参加しましたが、安全面や不明点などサポートまで、安心して過ごせた 6 日間でした。

【おきなわアドベンチャーワーケーション(やんばるコース)】(OTS MICE MANAGEMENT 株式会社)

《30 代女性》

ツアー全体的にとっても良かったので満足です。個人での旅行では、体験できないことが多く、色々なジャンルをバランス良くまとめているツアーだと感じました。スタッフの皆様の対応も迅速で、ホスピタリティマインドのクオリティの高さが本当に最高でした。このツアーを皆様が盛り上げていらっしゃる雰囲気を感じられたのも良かったです。