

平成27年度 厚生労働省委託 実践型地域雇用創造事業
実践メニュー成果物公開セミナー

ビジットAMAMI おもてなし観光ツアー開発事業
公開セミナー

「山と海と森が共生するシマ 奄美の
地域素材コーディネート雇用創出プラン」
～世界自然遺産登録に向けて～

実施報告書



作成日：2016年（平成28年）4月5日

作成者：奄美産業活性化協議会

実践支援員 城 博哉

目次

1. 事業の目的	3 P
2. 公開セミナーの概要	4 P
3. 広報活動、募集活動	4 P
4. 公開セミナーの実施結果	5 P
4-1. 挨拶、事業の目的	
4-2. 観光モニターツアー実施報告、アンケート報告	
4-3. 観光モニターツアーアンケートの分析	
4-4. 客層別ツアー案等	
4-5. アドバイザーによる所感、講演	
4-6. 質疑応答	
5. 参加者アンケートについて	8 P
6. 公開セミナー実施についての感想と今後の課題	11 P

別添資料

- ・チラシ
- ・配布資料1
- ・配布資料2
- ・城、大迫用パワーポイント
- ・アンケート詳細
- ・新聞広告および新聞記事

1. 事業の目的

1-1 協議会の目的・事業の趣旨（雇用創造のための地域連携）

有人8島を有する鹿児島県の奄美群島は、琉球王国による支配、薩摩藩による支配、アメリカ軍による支配と、他の地域にはない歴史を歩んだ経緯から、独自の文化や産業を生み出してきた。

特に、地理的特異性によって貴重な動植物が数多く生息、自生している。独自の自然環境は「奄美・琉球の貴重な自然」として、日本政府が世界自然遺産への登録をめざしている。

しかし、奄美の雇用情勢は全国および鹿児島県平均を下回り、人口の減少にも歯止めがかかっていないのが現実である。

地域経済の活性化を図るうえで必要なのは、自然や文化、生活習慣など、ふだん住民が何気なく接している身近な地域資源をさまざまな角度から見直して磨き上げ、地域の新たな魅力として全国に発信することによって、「奄美」をPRすることだと考える。

地域のさまざまな団体と連携を図りつつ、「奄美」を知る人を増やし、観光やビジネスで奄美を訪れる交流人口を増やすことによって、地域雇用の拡大をめざすものである。

1-2 協議会の取り組み概要・実績

奄美市では平成17年度～19年度、SOHO事業希望者支援や、コールセンター就職支援、サトウキビ栽培や黒糖加工品製造に関する支援を実施した。

平成20年度～22年度には、亜熱帯農産物の栽培者を育成する事業、大島紬や伝統芸能などの特産品を活用した人材育成などの事業を進めてきた。

平成26年度～28年度は「山と海と森が共存するシマ奄美の地域素材コーディネート雇用創出プラン（世界自然遺産登録に向けて）」と題して、地域雇用を作り出す事業を実施している。

1-3 奄美産業活性化協議会の組織

奄美産業活性化協議会はこれらの厚生労働省事業を推進するため、奄美市と奄美大島商工会議所、奄美大島観光物産協会、農協、漁協など16団体によって構成している。

1-4 今回の公開セミナーの意義と目的

今回の「ビジットAMAMI おもてなし観光ツアー開発事業・公開セミナー」では、首都圏の大手旅行代理店の担当者ら11人を招いて実施した「観光モニターツアー」について報告するとともに、トラベル・エージェントの皆様からいただいた意見、提言、アンケート結果を報告し、奄美の観光産業の発展に寄与しようとするものである。

また、それらの意見を踏まえたうえで、客層別、季節別、さらにまち歩きのツアーモデル案を発表し、観光産業に携わる方たちへの参考にしてもらおうというのが狙いである。

さらに、長年、旅行会社で商品の企画立案にかかわってきたアドバイザーを招いて、当協議会のツアー案についての助言をいただくとともに、全国的な観光産業の傾向、観光客の動向などについて講演を依頼し、参加者の参考にしてもらおうというものである。

以上の発表をすることによって、観光関係者、あるいは今後観光産業への就職や創業を考えている方たち、さらには行政機関の方たちの意欲拡大と事業拡大をうながし、奄美の観光客の増加、観光産業の発展をめざし、雇用の拡大につなげようというのが目的である。

2. 公開セミナーの概要

表 題：「平成27年度 厚生労働省委託
実践型地域雇用創造事業 実践メニュー成果物公開セミナー
ビジットAMAMIおもてなし観光ツアー開発事業公開セミナー」
日 時：2016年（平成28年）3月24日（木）14:00～16:00
会 場：奄美市名瀬古田町1-1。鹿児島県立奄美図書館、4階研修室
参加者：27人（うち、アウトプットカウント数は23人）
（ほかに、奄美市役所商水情報課から3人、奄美産業活性化協議会から3人）
（内容については「4. 公開セミナーの実施結果」を参照）

3. 広報活動、募集活動

3-1 広報活動

《チラシ作成》

今回はA4判のチラシ1000枚を作成。カラー版。表はセミナーの内容、講師紹介など。裏は申し込み用紙。
（※チラシは別添資料）

《直接依頼と郵送案内》

行政関係、主な経済団体などについては、直接訪問をしてチラシと案内状を手渡し、協力を依頼した。民間のホテル関係、観光施設等の観光関係者、約200か所に案内状とチラシを郵送した。そのほか、奄美市合併10周年記念式典の参加者らにチラシを配布した。

《インターネット》

奄美産業活性化協議会のホームページ、およびフェイスブックにチラシの掲載とセミナー開催を告知し、参加者を募集した。

《新聞》

地元奄美群島で発行されている「南海日日新聞社」と「奄美新聞社」を直接訪問し、広告と告知記事の掲載依頼、当日の取材を依頼した。

〈告知記事〉2紙とも3月17日付に掲載。

〈広 告〉2紙とも3月20日付1面に掲載。

（タテ4段＝13.5センチ×9センチ） **（※新聞掲載の広告、記事は別添資料）**

上記の2紙を含め、テレビ・新聞13社が加盟している鹿児島県大島支庁記者クラブ「くろしお会」に各社あての案内状とチラシを持参。各社へ配るよう依頼した。

当日は南海日日新聞社と奄美新聞社、それに地元有線テレビの奄美テレビが取材に訪れた。

地元新聞は翌日の紙面に記事が掲載された。 **（※新聞掲載の記事は別添資料）**

4. 公開セミナーの実施結果

(※参加者に配布した「資料1」「資料2」は別添資料)
(※「プレゼンテーション用パワーポイント、
およびプレゼンテーション用台本」は別添資料)

◇. 事務連絡・開式・・・・・・・・・・・・・・・・・・奄美市商水情報課主査 積山幸裕
携帯電話のマナーモード切り替えの件、休憩なしの件、等。

4-1. 挨拶、事業の目的・・・・・・・・・・・・・・・・・・奄美市商水情報課長 久保信正
厚生労働省委託 実践型地域雇用創造事業等について説明。

4-2. アドバイザー紹介・・・・・・・・吉田稔氏（JTB国内旅行企画九州事業部地域統括部長）の
経歴等を奄美市商水情報課主査 積山幸裕が紹介。

4-3. 「ビジットAMAMI おもてなし観光モニターツアー」および「アンケート」について
・・・・・・・・奄美産業活性化協議会 実践支援事務補助員 大迫さくら

資料1

昨年10月に実施した観光モニターツアーの報告。

▽10月21日～23日までの2泊3日。

▽首都圏の旅行代理店などから10社11人が参加。

▽初日は原ハブ屋、大島紬村、奄美大島酒造、宝勢丸カツオ作業場、夜の観察会、郷土料理。

2日目は金作原、真珠展示場、大島海峡、マングローブ、徳浜の断崖、大浜、タラソ。

3日目はまち歩き、意見交換会、鶏飯、奄美パーク、など。

▽アンケートの結果から、男性と女性の参加者でとらえ方が違うことが分かった。

「大島紬村」は男性の参加者は「文化、歴史、伝統」という目線でとらえ、「オプション」や「時間調整」で利用できるという意見が多かったのに対し、女性の参加者は「ショッピング、景観の良さ、試着、散策」など、「ヒーリング要素」としてとらえていることが分かった。

▽ファミリー層、団塊の世代、女性客と、客層別の嗜好がはっきり見えた。

ファミリー層は子供が無理なくアクティブに楽しめる要素と、教育に通ずるもの。

団塊の世代は「歴史、文化」を感じることができるもの。「食」「酒」を楽しむ傾向。

女性客はヒーリング要素、ショッピングなど。

▽「たくさん詰め込む＝お得」にはならないこと。

メインのプログラムをしっかりと定めつつ、気軽に楽しめる素材と組み合わせ、都会では味わえない島特有のヒーリング効果を取り入れながら、時間と体力に余裕のあるツアーを組み立てるのが理想。

4-3. 観光モニターツアーのアンケートの分析

・・・・・・・・奄美産業活性化協議会 実践支援員 城博哉

▽分野別に評価を報告。

「自然観察」 幻想的、神秘的という評価は高いが、アマミノクロウサギが見られなかった場合は割引にしては、などの意見。天候によるオプションを用意しておくべき。

「観光施設」 は海洋展示館でのウミガメのエサやり、タラソ奄美の竜宮、大島紬村、奄美パークといずれも好評だった。

「産業観光」 では黒糖焼酎工場、カツオ加工施設は好評だったが、施設が稼働していない場合や、個人客への対応はどうするのか、との意見も。

「食」 については好評。鶏飯は「感動のおいしさ、想像以上」という評価。おまかせコースで料理や食材に説明があれば、という意見も。

「生活・文化、その他」 では多くの意見。ぜひ、資料を持ち帰って読んでほしい。

▽SNSでの奄美旅日記の傾向。

ハートロック、アマミノクロウサギの飛び出し注意標識など、これまで地元ではあまり観光資源とっていなかった「小ネタもの」がよく出ている。

▽旅行各社の奄美ツアーの例。

フリープランが多い。この方たちにツアー案やまち歩きプランを提供できないか。

資料2

4-4. 客層別ツアーモデル案の発表 奄美産業活性化協議会 実践支援員 城博哉
▽ファミリー世代向け2泊3日ツアーモデル、3泊4日ツアーモデル

「世界自然遺産候補の島、奄美大島の自然を体験しよう」をキャッチフレーズに自然体験と食育を中心に考えた。天候によるオプション、季節オプションも考えた。

▽団塊世代向け3泊4日ツアーモデル

「一村と島尾と寅さんはなぜ奄美に魅かれたのだろう」をテーマに、奄美で作品を残した3人の足跡を追いながら、奄美の魅力を感じてもらう。

▽外国人向け3泊4日ツアーモデル

「大人に味わってほしい奄美のワイルド野生コース」をテーマに、沖縄でもハワイでもない奄美ならではの自然体験を提供したい。

▽女子旅向け3泊4日ツアーモデル

「奄美の自然の中で心も体もきれいになろう」をテーマに草木染めのプチ体験、タラソ、女性だけの夜の屋仁川（ヤンゴー）ツアーなどを提案したい。

最近、奄美の島唄が注目されている。「島唄シルバー人材センター」のようなシステムをつかって、どこの店でも多くのお客さんに島唄を聞かせられないか。

◇季節オプションメニュー

冬から春にかけてはヒカンザクラ、ホエールウォッチング、

春はかがんばなトンネルの夕日、笠利のかくれ浜、

夏は海水浴、川遊び、オカヤドカリ産卵、ウミガメ産卵、夏祭り

秋は敬老会や豊年祭。横浜ベイスターズのキャンプ見学

冬は黒砂糖づくり、ぼんかん収穫など。

自然モノだけでなく、農業体験や地域行事なども観光に取り入れられないか。

◇名瀬まち歩きモデルコース、を発表。

博物館と図書館は別格とする。

復帰運動をたどるおがみ山コース、

高千穂神社から大島支庁へのコース、

教会からアーケード街、市場へのコース、

らんかん山から屋仁川へのコース、

漁協から山羊島までのウォーキングコース、

紬組合から奄美小町、古書店に行くコース、

名瀬新港から長浜マリーナへのコース、

教会とキリスト教関連施設をめぐるコース、

もっと練り上げてまち歩きのパンフレットを作りたい。

「島唄の出前」とともに「兼業観光」という考えもあっていいのではないか。

現役を引退した人たちや、ほかの仕事をしている人でも、時々観光の手伝いをするという考えの人も増えていけば、観光は活性化するのではないか。ひいてはそれが観光産業の雇用の拡大につながっていくのではないか。

資料・吉田氏講演

(参加者にはパワーポイント用のスライドのうち、
写真部分を除いたものを印刷して配布)

4-5. アドバイザーによる所感、講演・・・吉田稔氏



吉田 稔 (よしだ・みのる) 氏 (50歳)

プロフィール

長崎大学経済学部卒

(株) JTB国内旅行企画 九州事業部 地域統括部長
総合旅行業務取扱管理者

団体手配、渉外営業、営業管理、仕入販売部
などの業務に従事

観光客回遊性向上モデル事業 (熊本市)

おもてなし人材育成事業 (熊本市)

水俣市観光振興計画策定 (水俣市)

などにもかかわっている

▽最近の観光客の動向。奄美への観光客が伸びている。

▽モニターツアーのアンケートで見えてきた傾向。

▽着地型ツアーの商品化へ向けて。

①観光資源の発掘方法

旅行パンフレットにはない地域の生活文化の中に観光資源が眠っている。

需要者 (旅行者) は「そこにしかないモノ・コトに触れたい」と思う。

供給側 (地元・奄美) は「奄美の人しか知らない背景や文化、歴史」を磨き上げること。

地元の人しか知らない情報と旅行者のニーズが合致したものが「新たな観光資源」となる。

それを持続可能な仕組み、体制作りが重要となる。

②商品に思いを込めて。

・「誰にとってもいいものを」と思って提供しようとする、

結局、誰のためでもないものをつくってしまうことになる。

・企画段階ではターゲットを設定し、地域資源を磨き上げ、特別感や季節感を出し、

さらに所要時間やアクセスなど、お客様の旅行工程で無理がないか、検討。

・設定段階では、催行の日数や手仕舞 (募集締め切り)、準備するものなどをチェック。

・展開として、お客様の気を引くタイトル、説明、写真などを加える、という視点が重要。

・着地型旅行はお客様の旅行全体の一部であることを忘れてはならない。

・どんな人に、どんなシーンで、どんな感動を味わってもらいたいのか、

お客様の表情をイメージして企画してほしい。

▽阿蘇五岳のやまなみハイウェイの例を紹介。

▽旅行商品造成のスケジュール、旅行パンフレットの製作工程の紹介。

③奄美大島に置き換えると

▽九州旅行者に対するマーケティング調査の分析。

▽加賀カニごはんの例。

・奄美の鶏飯以外の食のシナリオづくりが必要。

・八月踊りや豊年祭などの観光素材化。

・しまバスフリーパスなど、情報発信の仕方の工夫が必要。

これらのことを踏まえてツアーを組み立て、奄美への観光客が増えればいいと思う。

4-6. 質疑応答

▽奄美群島全体や、奄美大島全体のガイドブックはあるが、「金作原」など、1か所について詳しく記したパンフレットがない。そういうものがあればいい。

また、外来生物や絶滅が心配されているものなど、「負の遺産」についてもアピールすべきではないか。

▽これまでも八月踊り体験ツアーなどに協力したが、お金の流れがよく分からず、長続きしていない。

▽瀬戸内町の大島海峡周辺には戦争遺跡が多い。それらを観光に活かさないか。

▽商店街のまちおこしで成功した事例があれば、教えてほしい。

▽ファミリー世代、団塊世代、外国人、女性客とあるのに、男性客向けのツアー案がないのはなぜか。

▽お客さんに買い物をさせる工夫、売れる土産物づくりを考えるべき。

などの意見が出た。

5. 参加者アンケートについて

参加者アンケート結果

(※アンケート詳細は別添資料)

【アンケートの結果】

《問1》あなたの性別は？ 男性＝20人、女性＝7人、計27人。

《問2》あなたの職業は？ (A) 民間企業の会社員・従業員・・・13人
(B) 団体職員・・・・・・・・・・4人
(C) 自営業・・・・・・・・・・5人
(F) 公務員・・・・・・・・・・4人
(G) パート・アルバイト・・・・・・・・1人
(D) 農林水産業、(E) 学生、(H) 無職・求職中、(I) 無職・主婦はゼロだった。

《問3》今回の公開セミナーで発表された内容について、あなた自身は参考になりましたか？

①観光モニターツアー参加者の感想、アンケート結果は？

(A) 非常に参考になった・・・・・・・・19人
(B) ある程度参考になった・・・・・・・・7人
(C) あまり参考にならない・・・・・・・・0人、(無回答1人)

②客層別ツアーモデル案、季節別ツアー案は？

(A) 非常に参考になった・・・・・・・・16人
(B) ある程度参考になった・・・・・・・・11人
(C) あまり参考にならない・・・・・・・・0人

③まち歩きツアー案は？

(A) 非常に参考になった・・・・・・・・10人
(B) ある程度参考になった・・・・・・・・15人
(C) あまり参考にならない・・・・・・・・1人、(無回答1人)

④吉田アドバイザーによる観光についての講話は？

(A) 非常に参考になった・・・・・・・・21人
(B) ある程度参考になった・・・・・・・・3人
(C) あまり参考にならない・・・・・・・・2人、(無回答1人)

《問4》奄美の観光産業の活性化、観光産業の雇用拡大のために、今以上に力を入れるべきだと思う対策は何ですか？
(複数回答・可) (回答の多い順)

(A) 観光産業にたずさわる人たちの意識改革、レベルアップ・・・18人
(B) 観光ガイドの育成・・・・・・・・・・16人
(Q) 航空路線の拡大、運賃軽減の拡大・・・・・・・・14人
(H) 雨の時に利用できる観光施設の新設・・・・・・・・13人
(J) ワンストップ窓口の設置・・・・・・・・・・12人
(C) 通訳ガイドの育成・・・・・・・・・・10人
(E) 自然保護対策、車の乗り入れ規制・・・・・・・・8人
(L) インターネット上での広報活動・・・・・・・・8人
(K) バスターミナルの設置・・・・・・・・・・6人
(T) クレジットカードが利用できる店舗の拡大・・・・・・・・6人
(M) 都市部でのキャンペーン活動・・・・・・・・5人
(O) 外国人に対するPR活動・・・・・・・・・・5人
(S) 奄美を舞台にした映画、テレビの誘致・・・・・・・・5人
(F) 傷ついた野生動物のリハビリ、見学施設・・・・・・・・4人
(N) 修学旅行、研修旅行の誘致・・・・・・・・・・4人
(R) 船便の改善、運賃軽減・・・・・・・・・・4人
(D) 早期の国立公園指定、世界自然遺産登録・・・・・・・・3人
(G) 既存の観光施設のリニューアル、増築・・・・・・・・3人
(P) 大型客船の誘致・・・・・・・・・・3人
(U) 大型ホテルの新設・・・・・・・・・・3人
(I) 遊園地、動物園等の娯楽施設建設・・・・・・・・0人

【その他・意見】

《好意的な意見》

▽奄美の観光発展のためにこのようなセミナーを定期的に行うべきと考えております。シマウタのシルバー登録など大変良いのでは。世界自然遺産登録には文化、歴史の保護も必要。奄美市などで予算を組むとか。

▽次回もぜひ参加したい。ありがとうございます。

▽兼業観光は面白い。誰にとっても良い物⇒誰のためでもない物。

▽奄美を知らない自分に気がついて少しでも知識を深めたいと参加しました。大熊宝勢丸作業場見学、奄美サウスシー&マベパール展示場見学は新たな発見でした。皆さんが商品開発に取り組んでいる姿勢がすばらしいと思いました。

▽観光客の食事どき、島唄の唄者をどんどん店に来てもらうシステムづくりをするという案はすごくいいなと思いました。

▽スキルの高いセミナーでした。このセミナーを今後活かしてゆく必要を感じた。

▽セミナーについてはよくまとめられており勉強になりました。開発に力を入れるより、今ある素材をうまく活用して人材育成等に力を入れるべきだと思います。

▽事業は続けていった方がいいと思います。

▽ありがとうございました。

《参加者自身のアイデア》

▽地域資源を生かしながら、所要時間を調整しながらツアーコースをつかって、お客様の行程を考えていく必要があると思ったところです。

▽各集落のパワースポットめぐりも必要かと思います。

▽新規ホテルが建設しやすい環境づくり（マリンタウン）。

▽巡回小型バスを。

▽定年を迎えた60代をターゲットに人間ドック、脳ドックツアー。Iターン者向け民間型高級老人ホームの誘致。

▽奄美の癒しを求めて来られる方も多いと思うので（Iターンの方も多し）もっと健康と結び付けられるようなプランができて良いかと思う（宿泊込）。奄美の素材を使ったRaw Foodやyogaを体験しながらの心と身体のリセットプラン等。（※Raw Food＝ローフード＝食材を生で食べること）。

▽くだもの狩りをツアーに入れる（タンカン、トマト…）。公園でいやしの時間を。もっと奄美の木や花で埋め尽くす（イジュ、ダチュラ、桜）。食めぐり、いいかも。この店ではこの料理と決めて、一定額で何店舗も回れる。個人的には「占い」「ユタ神」は興味深いです。老後のための介護施設訪問。

《批判的な意見》

▽希少植物の絶滅、不法投棄、外来植物問題。将来を担う青少年の研修の充実。負の遺産＝侵略的外来生物駆除、海岸漂着ゴミ回収、不法投棄問題。奄美全体のガイドブックはあっても、個別（金作原など）のガイド本がない。

▽データを取っている対象やターゲットがコロコロ変わるので本質が見えない。「商品化」のマネタイズ（※）の部分と、誰にお金が落ちるのかを明確にして欲しかった。（※マネタイズ＝無収益サービスを収益事業化すること）

▽ハード面も大切だが、ソフト面で取り組んでいる話を聞きたいので、ぜひ良い事例、悪い事例等を参考に作ってツアー等を教えていただきたい。

▽ツアーでどのくらいお金が落ちるのか、いかに満足してもらって気持ちよくお金を払ってもらえるのかの仕組みが具体的にできてくるのを期待しています。雇用促進もそこからでしょ。

【公開セミナーを終えての感想】

ことし2月に奄美産業活性化協議会に入ったため、事前の情勢がまったく分からず、過去の資料等を見て活性協の役割やおもてなし観光ツアーの状況を類推するので精いっぱいであった。

まずアンケートのまとめと分析を行い、モニターツアーに参加した人たちは、こういうことを言いたかったのだろうと推察した。

旅行ツアー商品とはどういうものか見当もつかなかったので、まずは旅行雑誌やインターネットで旅行代理店が提案している奄美ツアーを調べた。

そのうえでモニターツアー参加者のアンケートと意見を頭の片隅に置きながら、客層別のお好み別のツアー案を作成。さらに移動時間を調べて、ツアー案通りの旅行が可能かどうかを考えた。

そしてモニターツアーでも指摘されたように、荒天の場合のオプションも付けて、4つの客層別ツアー案を作成した。

3月5日に吉田アドバイザーと初めて面談し、セミナー用の資料原案を見せて、助言をいただいた。

その時に、季節ごとのオプション、まち歩きの時間等を入れた方がいい、とのアドバイスを受けた。

そのため、客層別ツアー案の精査とともに、それ以外のオプションとして、季節ごとのメニュー、まち歩きのメニューも考えた。

同時にパワーポイントのスライド作成、プレゼンテーション用の台本も作成した。

チラシ作成、およびチラシと案内状の送付、観光モニターツアーのスライド、アンケートのグラフ、等は、大迫さくら実践支援補助事務員の協力に負うところが大きかった。

まだまだ検討、調整は必要だと思ったが、とりあえず、公開セミナーで案として示したいと考え、発表した。

また、今回は資料づくりで手いっぱいの状態で、関係機関や観光業者への参加依頼はわずかしかなかった。チラシもかなり余ってしまい、配りきれなかった。もっと早い段階でのチラシ作成と、新聞への折り込み依頼など、事前の広報活動が十分にできなかったのは反省点。

何とか公開セミナーにはこぎつけたが、この案を具体化し、旅行代理店などへ売り込むには、今後、関係機関との調整、観光施設との調整、旅行商品としての条件など、まだまだ検討しなければならない要素は多いと思う。

旅行商品に対して素人のわれわれがどこまでできるか、かなり不安はあるが、奄美の観光産業の活性化と、その波及効果による雇用の拡大をめざしていきたい。

(城 博哉)