

奥武島キャンプ場における
アウトドアツーリズム需要調査業務
調査結果報告書

令和4年2月
久米島町商工観光課
合同会社PLUCK

目次

インターネットによる需要調査	4
スクリーニング調査	4
スクリーニング調査の概要	4
スクリーニング調査の結果(単純集計)	4
スクリーニング調査の結果(クロス集計)	7
Q1×Q2	7
Q2×Q3	8
Q2×Q4	9
Q2×Q5	10
本調査～ライト層～	11
ライト層調査の対象	11
キャンプを含む久米島旅行のニーズ	11
キャンプ場への宿泊日数とその他の宿泊施設との関係	12
誰とキャンプを含む久米島旅行に行きたいか	13
キャンプ場へのニーズ	13
キャンプ場で重視されること	13
どのようなキャンプ場を求めるか(キャンプ場のタイプ別のニーズに関する調査)	14
ワイルド型	14
ナチュラル型	15
ラグジュアリー型	15
ワーケーション対応型	16
本調査～ミドル以上層～	18
ミドル以上層調査の対象	18
キャンプを含む久米島旅行のニーズ	18
キャンプ場への宿泊日数とその他の宿泊施設との関係	18

誰とキャンプを含む久米島旅行に行きたいか	19
どのようなキャンプ場が求められるか	20
キャンプ場で重視されること	20
どのようなキャンプ場を求めるか(キャンプ場のタイプ別のニーズに関する調査)	21
ワイルド型	21
ナチュラル型	22
ラグジュアリー型	22
ワーケーション対応型	23
有識者へのヒアリング調査	25
BLANC 安倍氏インタビュー	25
BLUNCの開発方法について	26
沖縄のグランピングに関するニーズ、課題調査	26
久米島での展開案	27
ディナー	27
バーデハウス・奥武島キャンプ場一帯の利活用	27
キャンプ沖縄事業協同組合下地氏インタビュー	28
島内外からの学習にキャンプ場を使う「学習旅行の機会」について	29
久米島での教育系コンテンツ実施について	29
組合とリーブノートレイスについて	29
組合の今後の動き、方向性	30
沖縄のキャンプ実情	30
(株)JALJTAセールスインタビュー	31
沖縄におけるキャンプ体験のともなう旅行について	31
JALJTAセールスの提供する着地型旅行商品について	31
久米島の旅行商品開発について	32
現地アンケートの制作	33
アンケートフォーマット	33
おわりに	36

インターネットによる需要調査

本調査では、15,000人を対象としたスクリーニング調査の後、「キャンプを含む沖縄旅行」に興味を示す300人を対象に、嗜好の傾向、ニーズを調査することを目的としたアンケート調査を行った。

調査はミドル層以上／ライト層とキャンプの熟練度別に分けて実施した。

スクリーニング調査

スクリーニング調査の概要

調査期間: 2021年10月6日

調査手法: インターネット調査(Freesy)

調査地域: 全国

調査対象: 20 ~ 99歳の男女

サンプル数: 15,000人(男性: 7,500人、女性: 7,500人)

※以下のように年代別に調査対象数を指定した。

	男性		女性	
	回収数	打切数	回収数	打切数
10代				
20代	1500	1500	1500	1500
30代	1500	1500	1500	1500
40代	1500	1500	1500	1500
50代	1500	1500	1500	1500
60代以上	1500	1500	1500	1500

スクリーニング調査の結果(単純集計)

Q1: アウトドアでの宿泊・キャンプを伴う沖縄旅行に興味はありますか？



「とても興味がある」が全体の21.63%、「やや興味がある」が25.73%と、合計し約半数程度の人がキャンプのともなう沖縄旅行に興味を示した。

Q2：普段からキャンプはどの程度親しまれていますか？



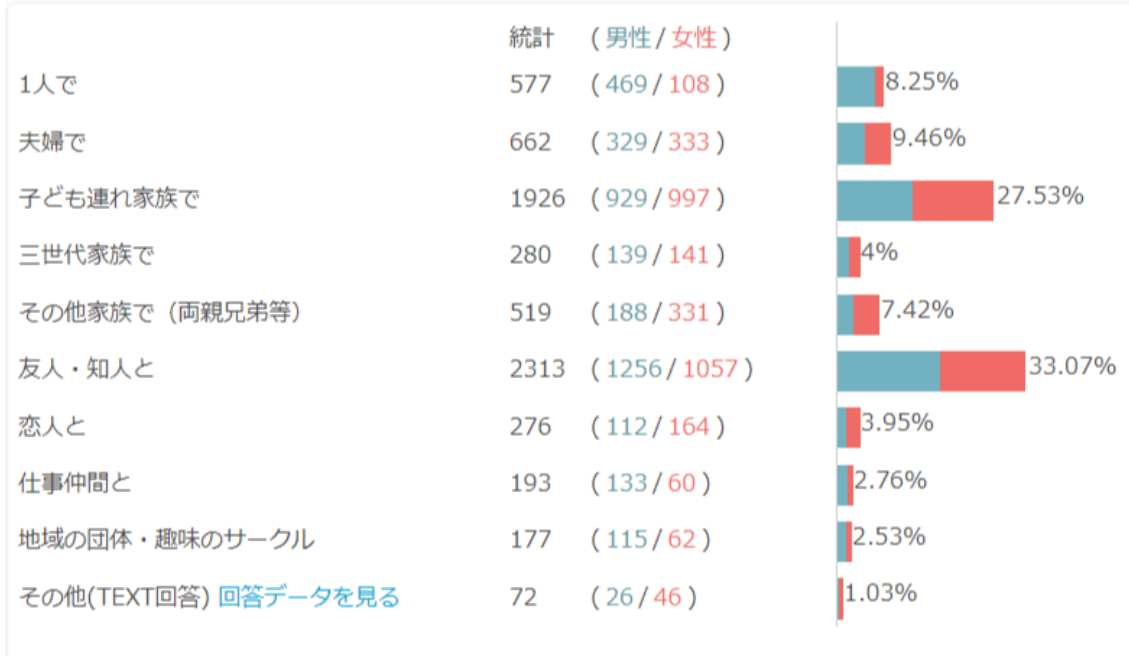
過半数が全くキャンプをやらない。「人から誘われたら行く。設営はお手伝い程度」と回答したのは全体の27.36%であり、「自分でキャンプを計画して行く」と回答したのは全体の10.01%であった。なお、「全くやらない」と回答した人は、次のQ3、Q4は回答しないように設計している。

Q3：キャンプに行く頻度について教えてください。



Q2で「全くやらない」と回答した人を除き回答を集めた。ほとんど行かない、と回答した人が6割程度にのぼった。

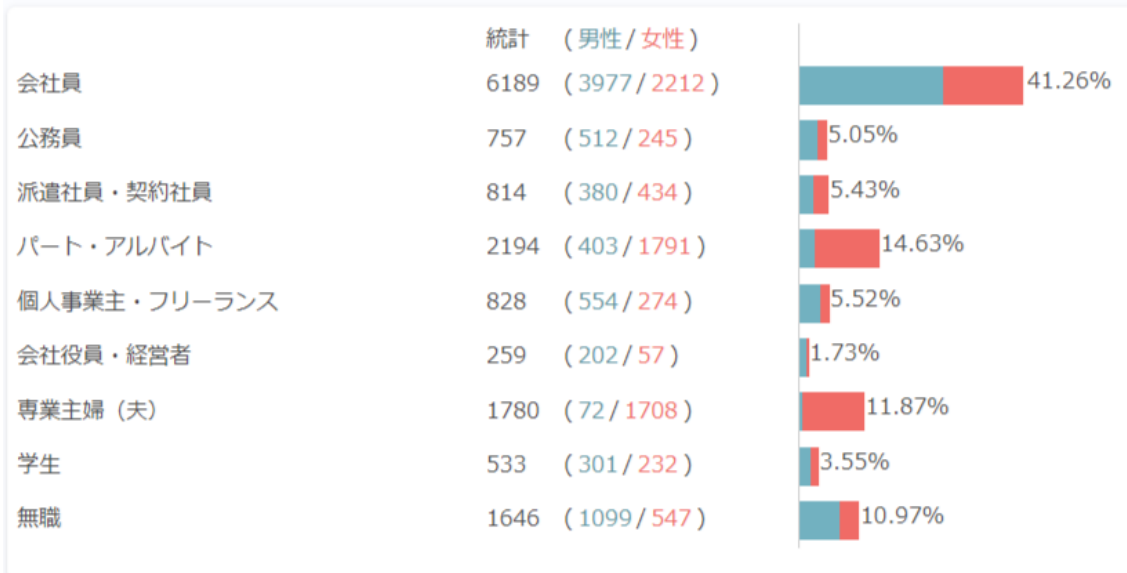
Q4：普段キャンプはどなたと行くことが多いですか？



Q2で「全くやらない」と回答した人を除き回答を集めた。

「友人・知人と」(33.07%)、「子ども連れ家族で」(27.53%)に多く票が集まった。1人で行くソロキャンプは全体の8.25%ほどであった。

Q5 : あなたのご職業について教えてください。



職業については、会社員(41.25%)、パート・アルバイト(14.63%)、無職(10.97%)の順に多かった。

スクリーニング調査の結果(クロス集計)

キャンプの熟練度別に、各質問の回答傾向を把握するため、Q2とそれ以外の質問とでクロス集計を行った。

Q1×Q2

		Q1 アウトドアでの宿泊・キャンプを伴う沖縄旅行に興味はありますか？					
		N	とても興味がある	やや興味がある	どちらともいえない	あまり興味はない	興味はない
		15000	3245	3859	2038	2308	3550
		100.0%	21.6%	25.7%	13.6%	15.4%	23.7%
Q2 普段からキャンプはどの程度親しまれていますか？	全くやらない	8005	982	1485	1040	1647	2851
		100.0%	12.3%	18.6%	13.0%	20.6%	35.6%
	人から誘われたら行く。設営はお手伝い程度	4104	1239	1677	611	435	142
		100.0%	30.2%	40.9%	14.9%	10.6%	3.5%
	人から誘われたら行く。テントを自力で立てられ、設営できる	1390	422	506	263	131	68
		100.0%	30.4%	36.4%	18.9%	9.4%	4.9%
自分でキャンプを計画して行く	1501	602	191	124	95	489	
	100.0%	40.1%	12.7%	8.3%	6.3%	32.6%	

普段からキャンプを「全くやらない」と回答した人は、キャンプをとまなう沖縄旅行にさほど興味を示さない。「人から誘われたら行く」と回答した人は概ね7割程度の人が「とても興味がある」「やや興味がある」に回答し、興味を示した。

また、「自分でキャンプを計画して行く」と回答した人は、「とても興味がある」(40.1%)と「全く興味がない」(32.6%)に二分する結果となった。

Q2×Q3

		Q3 キャンプに行く頻度について教えてください。				
		N	ほとんど行かない	年に1~2回行く	年に3~5回行く	年に5回以上行く
	N	6995	4088	1937	523	447
		100.0%	58.4%	27.7%	7.5%	6.4%
Q2 普段からキャンプはどの程度親しまれていますか？	全くやらない	0	0	0	0	0
		0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	人から誘われたら行く。設営はお手伝い程度	4104	2927	1033	119	25
		100.0%	71.3%	25.2%	2.9%	0.6%
	人から誘われたら行く。テントを自力で立てられ、設営できる	1390	662	496	179	53
		100.0%	47.6%	35.7%	12.9%	3.8%
自分でキャンプを計画して行く	1501	499	408	225	369	
	100.0%	33.2%	27.2%	15.0%	24.6%	

キャンプに親しんでいる人であっても、キャンプには「ほとんど行かない」と回答する割合が最も高かった。

次に多く回答が集まったのは、キャンプへの親しみ度によって異なった。「自分でキャンプを計画して行く」人は、24.6%の人が年に5回以上キャンプに行っている。「人から誘われたら行く」と回答している人は、年に1~2回がその次に多く回答が集まった。

Q2×Q4

		Q4 普段キャンプはどなたと行くことが多いですか？										
		N	1人で	夫婦で	子ども連れ 家族で	三世大家族 で	その他家族 で (両親兄 弟等)	友人・知人 と	恋人と	仕事仲間と	地域の団 体・趣味の サークル	その他
	N	6995	577	662	1926	280	519	2313	276	193	177	72
		100.0%	8.2%	9.5%	27.5%	4.0%	7.4%	33.1%	3.9%	2.8%	2.5%	1.0%
Q2 普段からキャンプはどの程度親しまれていますか？	全くやらない	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	人から誘われたら行く。設営はお手伝い程度	4104	131	330	1063	160	350	1696	150	131	57	36
		100.0%	3.2%	8.0%	25.9%	3.9%	8.5%	41.3%	3.7%	3.2%	1.4%	0.9%
	人から誘われたら行く。テントを自力で立てられ、設営できる	1390	95	138	429	77	113	426	40	34	26	12
		100.0%	6.8%	9.9%	30.9%	5.5%	8.1%	30.6%	2.9%	2.4%	1.9%	0.9%
自分でキャンプを計画して行く	1501	351	194	434	43	56	191	86	28	94	24	
	100.0%	23.4%	12.9%	28.9%	2.9%	3.7%	12.7%	5.7%	1.9%	6.3%	1.6%	

「自分でキャンプを計画して行く」と回答した人は、普段は「子ども連れ家族で」(28.9%)、もしくは「1人で」(23.4%)キャンプに行くことが多いことがわかった。

また、「人から誘われたら行く」と回答した人は、友人・知人や子ども連れ家族でキャンプに行くことが多いことがわかった。

Q2×Q5

		Q2 普段からキャンプはどの程度親しまれていますか？				
		N	全くやらない	人から誘われたら行く。設営はお手伝い程度	人から誘われたら行く。テントを自力で立てられ、設営できる	自分でキャンプを計画して行く
		15000	8005	4104	1390	1501
		100.0%	53.4%	27.4%	9.3%	10.0%
Q5 あなたのご職業について教えてください。	会社員	6189	3062	1793	663	671
		100.0%	49.5%	29.0%	10.7%	10.8%
	公務員	757	317	247	83	110
		100.0%	41.9%	32.6%	11.0%	14.5%
	派遣社員・契約社員	814	449	213	92	60
		100.0%	55.2%	26.2%	11.3%	7.4%
	パート・アルバイト	2194	1249	621	163	161
		100.0%	56.9%	28.3%	7.4%	7.3%
	個人事業主・フリーランス	828	417	207	122	82
		100.0%	50.4%	25.0%	14.7%	9.9%
	会社役員・経営者	259	93	75	35	56
		100.0%	35.9%	29.0%	13.5%	21.6%
	専業主婦（夫）	1780	1106	480	85	109
		100.0%	62.1%	27.0%	4.8%	6.1%
学生	533	250	182	47	54	
	100.0%	46.9%	34.1%	8.8%	10.1%	
無職	1646	1062	286	100	198	
	100.0%	64.5%	17.4%	6.1%	12.0%	

回答者全体としては、会社員が一番多かった。

「自分でキャンプを計画して行く」と回答した人の割合は、会社役員・経営者が21.6%、公務員が14.5%であり、これらは比較的熟練したキャンパーの多い職業である可能性が示唆された。

本調査～ライト層～

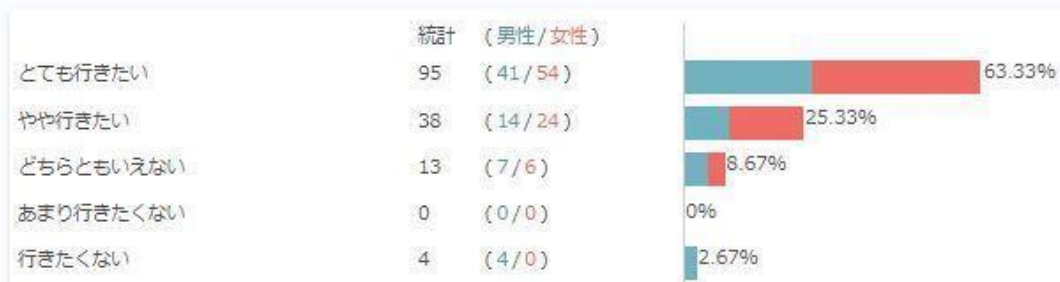
ライト層調査の対象

スクリーニング調査にて、Q1「アウトドアでの宿泊・キャンプをとまなう沖縄旅行に興味はありますか？」に「とても興味がある」「やや興味がある」、Q2「普段からキャンプはどの程度親しまれていますか？」に「人から誘われたら行く。設営はお手伝い程度」と回答した150人に対してアンケートを行った。

キャンプを含む久米島旅行のニーズ

88.6%(133人)が、キャンプを含む久米島に行きたいと答えている。

Q1：キャンプを含む久米島旅行へ来たいと思いますか？



その理由(Q2)として、約7割の67人が「自然(景色、海、星)」について触れている。

「沖縄の魅力や気候、離島である」ことについて触れている人がその次に多い。(21人)

「キャンプやアウトドア」について触れている人は全体の1割であった。

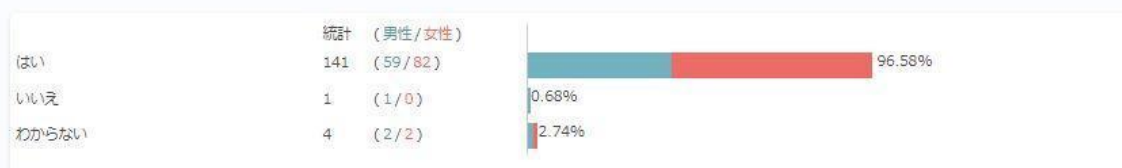
キャンプ場への宿泊日数とその他の宿泊施設との関係

「Q3: 奥武島キャンプ場に訪れた際には、何泊したいですか。」に対しては、43%が2泊を希望しており、合計で70%以上が連泊を希望している。

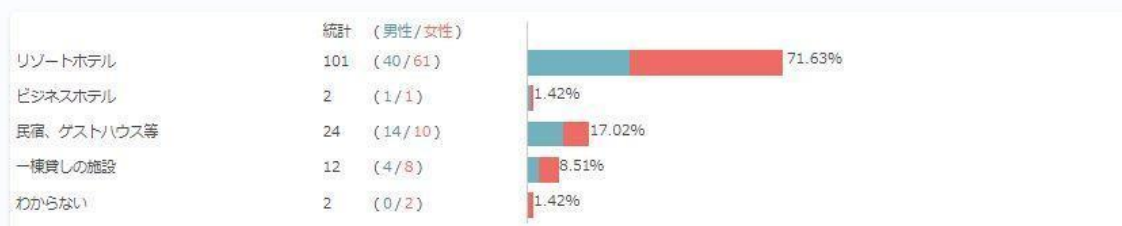


一方で、約97%の人が、キャンプ以外にもホテルや宿での宿泊を希望し、約72%の人が、リゾートホテルを期待している。

Q4: キャンプ以外に、ホテルや宿でも宿泊したいと思いますか。



Q5: キャンプを含む久米島旅行で、ホテルや宿に泊まるならどのようなところでしょうか。最もあてはまるものを選択下さい。



誰とキャンプを含む久米島旅行に行きたいか

「子ども連れ家族(35.62%)」「友人・知人(22.6%)」「恋人(17.12%)」が多く、ソロキャンプと答えた人は、5%に留まる結果となった。

Q6：キャンプを含む久米島旅行には、どなたと行きたいですか。最もあてはまるものを選択下さい。



キャンプ場へのニーズ

1 キャンプ場で重視されること

重視する点については、「トイレ、炊事棟など施設のきれいさ(73.33%)」「周辺環境の美しさ(60.00%)」「レンタル用品の充実(53.33%)」「アクティビティの充実(48.67%)」の順に多く回答が集まった。「Wifi環境や電源」「地域の食材」などについては、30~40%の人が重視すると回答している。「キャンプサイトの安さ」については23.33%であり、価格はそれほど重視されない傾向が伺えた。

Q7：(久米島旅行に限らず、キャンプ全般について) キャンプをとまなう旅行で重視することについて教えて下さい。



2 どのようなキャンプ場を求めるか(キャンプ場のタイプ別のニーズに関する調査)

それぞれ、以下のような「久米島でこんなキャンプ場があったら行きたいと思いますか？」との質問を行った。

「アクティビティを楽しむワイルド系キャンプ場」(ワイルド型)

「自然を楽しむナチュラル系キャンプ場」(ナチュラル型)

「グランピングが楽しめるラグジュアリーなキャンプ場」(ラグジュアリー型)

「アウトドアで仕事も遊びも楽しめるワーケーション対応型キャンプ場」(ワーケーション対応型)

ワイルド型は約88%、ナチュラル型は約78%、ラグジュアリー型は約90%が「とても行きたい」「やや行きたい」と回答が集まった。

ワイルド型



ナチュラル型

Q10：久米島でこんなキャンプ場があったらいきたいと思いませんか？



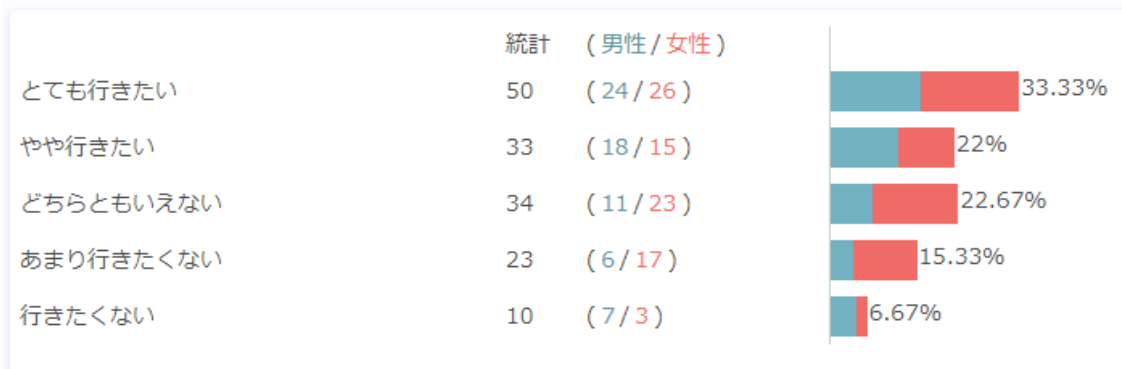
ラグジュアリー型

Q12：久米島でこんなキャンプ場があったらいきたいと思いませんか？



ワーケーション対応型

Q14：久米島でこんなキャンプ場があったらいきたいと思いませんか？



「とても行きたい」と最も多く回答が集まったのは、ラグジュアリーなキャンプ場で、60.67%となっている。また、「行きたくない」と回答しているのは、Q1でそもそもキャンプやアウトドアのともなう沖縄旅行に「行きたくない」と回答している4名のみだった。また、「あまり行きたくない」と回答したのは1名のみだった。

一方で、ワーケーション対応型については、約55%の人が「行きたい」と回答しているものの、「行きたくない」と回答している人も多く、その理由として、「仕事を合間にしたいと思わない」との回答も見られた。

また、それぞれの項目についての「理由」から、以下のような特徴的な回答が得られた。

※「行きたくない」理由については、絶対数が少ない点に注意する必要がある。

ワイルド型キャンプ場では、「子どもと一緒に楽しめそう」との意見が多く得られた。

一方、「わからない」「行きたくない」理由として、「難しそう」「適度な自然が十分」との意見が見られた。

ナチュラル型キャンプ場では「(自然の中で)ヨガに興味がある」との意見が多く得られた。同時に、「心が休まる」「癒されたい」「ゆっくりできそう」などの意見も多く得られた。また、「女子でも楽しそう」「女子旅」などのキーワードも特徴的な意見として見られた。

一方、「わからない」「行きたくない」理由として、「子どもには退屈」「アクティブがしたい」との意見も見られた。

ラグジュアリー型のキャンプ場では「グランピング」のキーワードに反応する人が多く、その理由としては、「楽そう」「快適」「おしゃれ」「エアコンがある」「家族で楽しめそう」などの意見が得られた。

一方、「わからない」「行きたくない」理由として、「高そう」などの値段に関する意見があった。

ワーケーション対応型では「ネットに繋がりたい」「Wifiや設備があるのは魅力的」との意見が得られた。

一方、「わからない」「行きたくない」と答えうちの70%以上が「仕事は忘れたい」「旅行に仕事を持ち込みたくない」などと回答している。

本調査～ミドル以上層～

ミドル以上層調査の対象

スクリーニング調査にて、Q1「アウトドアでの宿泊・キャンプをともなう沖縄旅行に興味はありますか？」に「とても興味がある」「やや興味がある」、Q2「普段からキャンプはどの程度親しまれていますか？」に「人から誘われたら行く。テントを自力で立てられ、設営できる」「自分でキャンプを計画して行く」と回答した150人に対してアンケートを行った。

キャンプを含む久米島旅行のニーズ

92.0%(138人)が、キャンプを含む久米島旅行に行きたいと答えている。

Q1：キャンプを含む久米島旅行へ来たいと思いますか？



その理由(Q2)として、約半数の59人が「自然(景色、海、星)」について触れている。

ライト層との相違として、「キャンプやアウトドア(したい、好き)」との意見も多かった。

キャンプ場への宿泊日数とその他の宿泊施設との関係

「Q3: 奥武島キャンプ場に訪れた際には、何泊したいですか。」に対しては、約34%が3泊、次いで約33%が2泊を希望している。

ライト層と比較すると、3泊や、5泊以上を求める人が多く、2泊、3泊に集中するものの、長めの宿泊を望む傾向にあると言える。

Q3：奥武島キャンプ場に訪れた際には、何泊したいですか。



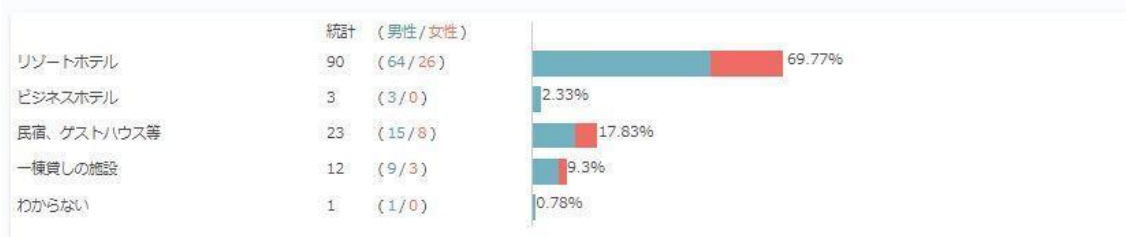
約90%が、キャンプ以外にもホテルや宿での宿泊を希望しており、約70%の人が、リゾートホテルを期待していることがわかる。

ライト層と比較すると、民宿、ゲストハウスへの宿泊希望も若干増加した。

Q4：キャンプ以外に、ホテルや宿でも宿泊したいと思いますか。



Q5：キャンプを含む久米島旅行で、ホテルや宿に泊まるならどのようなところでしょうか。最もあてはまるものを選択下さい。



誰とキャンプを含む久米島旅行に行きたいか

「子ども連れ家族(32.17%)」「夫婦(18.88%)」「恋人(20.28%)」「友人・知人(13.29%)」が多く、ソロキャンプと答えた人は、6%に留まる。

ライト層と比較すると、「夫婦」「恋人」と行くことを望む人の割合が若干増加した。

Q6：キャンプを含む久米島旅行には、どなたと行きたいですか。最もあてはまるものを選択下さい。



どのようなキャンプ場が求められるか

3 キャンプ場で重視されること

ライト層と順位、割合ともかなり酷似している。

キャンプ場で重視する点は、「トイレ、炊事棟など施設のきれいさ(70.67%)」「周辺環境の美しさ(60.67%)」「レンタル用品の充実(45.33%)」「アクティビティの充実(41.67%)」の順で重視しており、これらは約半数以上の方が重視していると言える。

「Wifi環境や電源」「地域の食材」などについては、30~40%の人が重視すると回答した。

Q7：(久米島旅行に限らず、キャンプ全般について) キャンプをともなう旅行で重視することについて教えて下さい。



4 どのようなキャンプ場を求めるか(キャンプ場のタイプ別のニーズに関する調査)

それぞれ、以下のような「久米島でこんなキャンプ場があったら行きたいと思いますか?」との質問を行った。

「アクティビティを楽しむワイルド系キャンプ場」(ワイルド型)

「自然を楽しむナチュラル系キャンプ場」(ナチュラル型)

「グランピングが楽しめるラグジュアリーなキャンプ場」(ラグジュアリー型)

「アウトドアで仕事も遊びも楽しめるワーケーション対応型キャンプ場」(ワーケーション対応型)

ワイルド型は約90%、ナチュラル型は約77%、ラグジュアリー型は約80%が「とても行きたい」「やや行きたい」と回答された。

ワイルド型

Q8：久米島でこんなキャンプ場があったら行きたいと思いますか？



ナチュラル型

Q10：久米島でこんなキャンプ場があったらいきたいと思いませんか？



ラグジュアリー型

Q12：久米島でこんなキャンプ場があったらいきたいと思いませんか？



ワーケーション対応型

Q14：久米島でこんなキャンプ場があったらいきたいと思いませんか？



「とてもいきたい」に最も多く回答が集まったのはラグジュアリーなキャンプ場で、60.67%となった。また、「行きたくない」と回答しているのは、問1で「キャンプ場に行きたくない」と回答している4人のみで、1人のみが「あまり行きたくない」と回答している。

一方で、ワーケーション対応型については、ライト層と同様に「行きたくない」と回答している人も多かった。

また、それぞれの項目についての「理由」から、以下のような特徴的な回答が得られた。

※「行きたくない」理由については、絶対数が少ない点に注意する必要がある。

ワイルド系のキャンプ場では、「普段できない体験をしたい」といった意見が多かった。子どもと一緒に楽しめそう、という意見もあったが、反対に子どもには危険で一緒に楽しめなさそう、という意見も見られた。

ナチュラル系のキャンプ場では「リラックスできそう」「リフレッシュできそう」との意見が多く得られた。

一方、「わからない」「行きたくない」理由として、「ヨガやサウナはあまり必要ない」「自然だけでリラックス」できるなどの意見が得られ、この点はライト層と大きく異なる。

ラグジュアリー系のキャンプ場ではライト層と同様に「グランピング」のキーワードに反応する人が多く、その理由としては、「おしゃれ」「他の人も楽しめる」「グルメ」などの意見が得られた。

一方、「わからない」「行きたくない」理由として、「料金が気になる」などの値段に関する意見や、「ホテルの方がいい」などの意見もあった。ただ、ライト層と比較しても大きな違いは見られず、肯定的な意見は多い。

ワーケーション対応型では「仕事がかどりそう」「Wifiや設備があるのは魅力的」との意見が得られた。

一方、「仕事は忘れたい」「旅行に仕事を持ち込みたくない」などの意見が多く得られ、「わからない」「行きたくない」と答えたうちの70%以上がそのように回答している。こちらもライト層と比較しても大きな違いは見られなかった。

有識者へのヒアリング調査

アウトドアやキャンプのともなう旅行に関する有識者へのヒアリングを行った。

BLANC 安倍氏インタビュー



宮古島にてグランピングリゾートを経営するBLUNC安部孝之氏にインタビューを行った。

日時	2021/8/12(木) 14:00～15:00
対象	<p>安部孝之氏 ◎BLUNC取締役副社長COO 〈設立〉2018年 4期目 〈事業テーマ〉「余白をつくる」 不完全な場所・人が集まることによって新しい融合が起こる場作り 〈事業概要〉宮古島(来間島)でRuGu Glamping Resort事業を展開中。 2022年 富士吉田・河口湖でopen予定 インフラが通っていない場所・無人島にホテルを造ることを目指す</p> <p>◎FIREPLACE最高戦略責任者CSO 〈事業概要〉場作り 主に行政より受託(内閣府 地方創生カレッジ・兵庫県コミュ</p>

	ニティースペース運営)
実施方式	リモート
ヒアリング内容	事業概要及び自己紹介 沖縄のグランピングに関するニーズ、課題調査 エリア活用の構想についてブレインストーミング

BLUNCの開発方法について

以下2種類の居室形態がある。

- ・「Movilla(モビラ)」移動型スマートホテル...太陽光で自家発電
- ・「Circulla(サーキュラ)」エネルギー循環型ホテル...水と電気を自活できる居室

事業開発の手法としては、以下2種類がある。

- ・OWN(投資家向けソリューション)・・・投資家を集めて大きく作る
- ・STAYABLE(自治体、観光施設向けソリューション)
・・・MovillaはBLUNC所有、観光施設の遊休地一角に配置

まずはSTAYABLEで小さく始めて地場と繋がりを作り、大きな土地を見つけて行く戦略をとっている。

沖縄のグランピングに関するニーズ、課題調査

・グランピング形態～OWN(投資家向けソリューション)の場合～
「トレーラーハウス販売→賃貸借契約→開発開始」という流れをとっている。

・トレーラーハウスについて

- ・節税商品として運営している。固定資産税が不要。
- ・宿泊費で利回りを返すモデルで運営している。
- ・プロジェクトファイナンスがし易いメリットがある。
- ・耐用年数は10年程度の予想。湿気・雨風・塩害などで予想より劣化が早い。
グラウンドーム・テントは沖縄には不向き、劣化が早く収支が合わない。

・宿泊料について

- ・2.5～3.5万円/1棟

※客室の設計が個別でできるため、宿泊単価に合わせて客室のgradeを上げていくことを可能にしている。

・利用者について(参考:宮古島)

- 〈人数〉2人(70%)～4人
- 〈年齢層〉・30代半ば～40代後半が主
- 〈性別〉・主に男女ペア
・コロナ前は30%外国人

・閑散期について(参考:宮古島)

- ・11～2月
- ・航空券が安い時期を狙ったリピーターは少数であった。
- ・航空便の秋口プロモーション強化も客数は伸びなかった。
- ・閑散期に利用者を増やすには、国の施策が必要ではないか
(2020年10月はGoToトラベルで利用増)

- ・日本人の滞在について(参考:宮古島)
 - 〈来訪手段〉①ANA・JAL 35,000円/片道...ツアー(ホテルとセット)が多数
 - ②ジェットスター 7,000円/片道(成田発着)
 - スカイマーク 13,000円/片道(羽田発着)
 - 〈滞在期間〉平均二泊三日。一泊二日も多数
- ・流入経路(参考:宮古島)
 - ・自社ホームページ30%
 - ・TA(Travel Agent) 10%
 - ・OTA(Online Travel Agent) 60%...(多い順に)①楽天 ②Agoda
 - コロナ前①Booking.com
 - ジェットスター開通後Airbnb増加
- ・オプションメニュー(参考:宮古島)
 - 〈グランピングディナー〉・自社提供。
 - ・80%が利用している。
 - 〈アクティビティ〉 ・来間島専門のマリン業者と提携し提供している。
 - ・推定30~40%が利用している。
 - 〈ビーチクリーン〉 ・自然に対するの感度が高い客が多いので人気が高い。
 - 〈結婚式〉 ・問い合わせ...自社へ直接orプランナーから
 - ・アウトドアで自然を満喫できるためニーズはある。
 - 提携プランナーの増員、天候リスク等が課題。

} 航空券単独に組み合わせ

久米島での展開案

ディナー

車海老・酒・フルーツ等特産品

※メニューは1種類のみ、同年同メニューでもOK。

バーデハウス・奥武島キャンプ場一帯の利活用

- ・全部の施設を活かさなくてもよいのでは。
- ・海洋深層水の使用を活かしつつ、奥武島エリアを観光拠点にする。
- ・RuGuモデルの適用(STAYABLEの場合)
 - 面積があるパークゴルフ場を有効使用→パークゴルフ場にトレーラーハウスを設置
- ・客単価を上げる必要あり。
- ・実施する場合はマーケット調査が必要。

〈課題〉一帯のPR

高価格帯を落としてくれる層を呼び込む(飛行機便数に上限があるため)
→久米島自体のラグジュアリー化が必要

キャンプ沖縄事業協同組合下地氏インタビュー



沖縄のアウトドア・キャンプ事業者の組合であるキャンプ沖縄事業協同組合代表の下地氏に、沖縄のアウトドア・キャンプ体験に関する需要についてヒアリングを行った。

日時	2021/10/26(火) 11:00~12:00
対象	下地正敏氏 キャンプ沖縄事業協同組合(法人)代表理事 沖縄県キャンプ協会副会長。在籍4年目 専門分野:子どもの教育(小・中学生を対象に様々なキャンプ・アウトドア体験を企画・提供している)。
実施方式	リモート
ヒアリング内容	①島内外からの学習にキャンプ場を使う「学習旅行の機会」について ②組合の動きと協働について リーブノートレイス(LNT)とは ③沖縄のキャンプ実情について

島内外からの学習にキャンプ場を使う「学習旅行の機会」について

- ・久米島における開催例
 - ・浦添の学童指導(身内)からの紹介にて実施。浦添の学童クラブ6年生20名程度が卒業旅行で来島
 - ・指導員2～3名
 - ・奥武島キャンプ場1泊
 - ・学童クラブ単位の利用でお金をかけない
 - ・持参のリヤカーで島内一周ゴミを集めながら地元の方とコミュニケーションをとった
 - ※子どもたちの成長と共に次に繋がる取り組みとしてよい
- ・下地氏の展開するアウトドア体験サービスについて
 - ・集客方法 :クチコミ、NEOSにフライヤー設置、SNS
 - ・参加者属性:長期休み・夏休み
 - ・参加費用例:国頭村 二泊三日 ¥35,000程度
 - ・リピーター:半分以上 初回参加後2、3年程度連続参加
 - ・一泊二日で金額負担が少ない
 - ・参加した子ども、保護者からの紹介が主
 - ・旅行業資格:必要な企画はNEOSと連携、保護者が船着場まで引率など対策をとり実施
 - ・スタッフ :キャンプ協会メンバー、組合メンバー、繋がりのある大学生など3泊4泊～長期スパンになると自由に動ける人
本島から2～3人、島内協力者3人程度でスタッフの役割分担が理想
島内協力者の能力・習得しておくべきこととしては、島のよさを楽しく面白くテンション高く伝えられるスキルがあれば一番よい
キャンプスキルは子どもたちと共に学んでもらえればよい

久米島での教育系コンテンツ実施について

- ・スタッフ確保案 :アウトドア好きな方、将来独自で企画したい民泊事業者などに協力依頼する
- ・キャンプ場活用例:各学校6校が暑くない時期に林海学校(自然体験型)授業の一環で使用する
 - (例) 仲里小学校が保護者協力のもとデイキャンプを実施した
 - (結果)スキル不足による様々な課題が発生
 - 〈案〉先生方向けのスキルアップのツアー開催。キャンプ沖縄事業協同組合によるサポートは可能。キャンプインストラクター資格の研修、発行など

組合とリーブノートトレイスについて

- ・LNT～リーブノートトレイス～(環境倫理)とは
 - ・アメリカ発祥
 - ・自然と人へのインパクトを極力抑えてアウトドア産業自体を持続可能にしていく
 - ・7つの原則に基づいてアウトドアを楽しむ
 - ・ルールや禁止ではなく楽しくどうやったらできるかを考える
 - ・子どもたちにもゲーム感覚で楽しみながら学んでもらうことに注力している
 - ・伝え方や倫理観は仕事にも活かせる
 - ・どうやって持続的にキャンプやアウトドア体験を提供できるか。(久米島に置き換えると)島

民のためになっているかどうかが重要。

- ・キャンプの盛り上がりによって騒音・ゴミ被害が広がってしまうと悪い方向に行く
- ・配慮を皆で考えましょう！がLNTに繋がる

組合の今後の動き、方向性

- ・アウトドアを通じ、地域の困りごとを組合で解決する。要望を頂いて提案していく。
- ・キャンプ事業の人員不足、知識・能力不足に対して組合というプラットフォームを使って補填を行う。

沖縄のキャンプ実情

- ・本島でのキャンプ需要・キャンプ場需要
 - ・国頭への提案例：公園の利活用でキャンプ場にしたい、キャンプ場の利用者を増やしたいなどの相談がある。
 - ・キャンプに対してどんどん整備されていくイメージがする。
 - ・コロナで沖縄の海岸がほぼ閉鎖。規制されていない河川エリアにキャンパーが流れている。
 - ・人を分散させる意味でもキャンプ場が常に開けることができる体制作り、分散して野外活動できるような仕組み作りが必要。
 - ・キャンプの増加・盛り上がりによって比例してゴミ問題も盛り上がっている印象。
- ・オフシーズンの夏にキャンプ道具が売れる理由について
 - ・夏休み長期休みに合わせて保護者も休暇をとり家族でどこかに行くため。
 - ・夏はリスクが高い(熱中症・虫が多い・暑くて眠れない)が青い海・白い砂浜で過ごしたい人は多い。ビーチキャンプは沖縄特有の文化である。
- ・道具 標準装備について
 - ・コロナ対策の観点から1人1テント(ソロテント)を自分で建てさせる。
 - ・今はスノーピークのアメニティドームLにシフトしている。
(理由)テントの中ではコミュニケーションが大切、子どもの時しかできない体験をさせる。
 - ・充電式扇風機を1機入れ、暑さ対策をしている。
- ・奥武島キャンプ場でのレンタルについて
 - ・「気軽に手ぶらでキャンプ」は観光の面でもプラス。
 - ・宿泊先との連携：キャンプ1泊、ホテル1泊のバックが有効では。
- ・焚き火について
 - ・焚き火は人気コンテンツ。
 - ・木工屋や伐採後の処分先として薪に変える。
 - ・焚き火シート、焚き火台レンタルは運用上であると非常によい。

(株)JALJTAセールスインタビュー



沖縄の旅行体験に詳しいJALJTAセールス 久場氏・岡氏・深澤氏にインタビューを行った。

日時	2022/2/3(木) 11:00～12:00
対象	株式会社JALJTAセールス: 久場氏・岡氏・深澤氏 「楽しい夢とやすらぎ」をモットーに、旅行事業部門ではJTAの旅行商品「J・TAP(ジェイ・タップ)」の企画・主催、商品販売事業部門ではJTAのネットワークを活用した沖縄県内外の物品販売、那覇・石垣空港内売店「Coralway」の経営、JTA機内誌「Coralway」の広告企画等、幅広く事業を展開している。
実施方式	リモート
ヒアリング内容	キャンプとアウトドア体験をともなう沖縄・久米島旅行のニーズについて

沖縄におけるキャンプ体験のともなう旅行について

- ・ビギナー向けを対象にするのがよさそう。
- ・全てフルパッケージにしないと観光客向けには厳しい。観光客を対象にする場合は手ぶらがポイント。
- ・体制を整えることができれば旅行商品としての展開は可能。

JALJTAセールスの提供する着地型旅行商品について

- ・着地型商品を展開しており主にJAPAWALKというサイトを使って発売している。
- ・パッケージ商品: 沖縄発着。久米島で作る場合、那覇空港発のホテルパックで沖縄本島に在住のお客様対象。
- ・着地型商品: 専用のサイト(Web)のためマーケットは日本・海外どこでも入れる形。
- ・例えばTHE BOOM宮沢和史氏ツアーで地元の婦人会の方たちから地元の食材で郷土料理を提供してもらったのが好評だった。また、電気バス「やんばる黄金号」で行くやんばるの森ガイドツアー https://www.japawalk.com/campaign/yambaru_kugani.html に注力している。地元の廃鶏の焼き方をマスターが教えてくれる体験などを提案した。

- ・キャンプの商品は模索している状況。ソトリストとアフィリエイトの契約ができないか検討している。

- ・前日までの予約受付で実施している。申し込み締め切りは遅ければ遅いほど、観光客にとってはよい。
- ・沖縄本島、那覇市内の通勤族や移住者には需要がある。

久米島の旅行商品開発について

〈サービス内容について〉

- ・赤鷄の調理体験などでは、生産者は毎日できないが指定管理会社スタッフがマスターして毎日できるようになれば結構面白いのでは。DVD等で映像をとり作り方を見せる等、方法は色々ある。
- ・JALパックやホテルパックのフリープランにオプションとしてデイキャンプや赤鷄の料理教室などを組み合わせることも可能。
- ・MICE的な使い方：沖縄での大きな会議のサブトリップとしても需要はありそう。久米島は那覇からすぐ30分で行けるため非常に移動が楽。飛行機に乗るため旅行感もあり、本島とは異なる風景など十分チャンスがある。海外からは那覇市内を拠点に長期滞在し、二泊三日で久米島に行くような形。

〈予約受付について〉

- ・天候で左右されることもあり、可能なら当日まで受け付けられると選択肢が広がる。

〈価格設定について〉

- ・適正価格：20サイト、テント6張り＝上限6組（手ぶら、レンタルの場合）
そこからスタッフの人件費などを踏まえ算出するとよい。
- ・市場や同業者の価格帯を確認しながら久米島でしかできないことを付加価値としてつけるとよい。

〈ポイント〉

- ・「久米島でしか食べられない赤鷄がある」「デイキャンプ」など何か売りがあれば後はお客様の選択に委ねられる。
- ・必ず付加価値は求められる。この商品の価値・売りを明確に見せることが売れるか売れないかに繋がる。
- ・予算的に可能であればモニターツアーを行い、最終的にお客様の意見を反映したものを世に出していくとよい。
- ・やんばるは世界遺産の生物多様性の森という所を特に売りとしているが、それと同じでは色褪せてしまう。
- ・「料理が美味しいキャンプ場」「食が楽しめるキャンプ場」に特化するとよさそう。
- ・そのよさをどこに向けて発信するのか、どうやって売っていくのかは熟慮すべき。

現地アンケートの制作

奥武島キャンプ場の利用者の動向を理解するため、アンケートを制作した。アンケートは紙またはネットの両方で答えられるよう設計した。アンケートの回答者には粗品を進呈することで回収を促進することとした。

ただしアンケートの回収及び分析については、新型コロナウイルス感染症の影響で十分なサンプル数が確保できなかった。そのため分析については次年度以降の課題とする。

アンケートフォーマット

次のようなアンケートを作成した。

奥武島キャンプ場の利用に関するアンケート(所要時間 10分)

奥武島キャンプ場を利用頂きありがとうございます。今後のキャンプ場のサービス改善のため、アンケートにご協力下さい。記入頂いた情報は個人情報にならないようにした上で、利用者様の声という形で紹介させていただく可能性があります。何卒ご了承下さい。
終了時にアンケートを係員にお渡し頂くと、粗品をプレゼントさせていただきます。
※スマートフォンからでも回答頂けます。右のQRコードを読み取り下さい。



ご記入者様について教えて下さい。

Q1-1 性別

男性 女性

Q1-2 年代

10代 20代 30代 40代 50代 60代 70代～

Q1-3 久米島への来訪頻度

今回がはじめて 2回目 3回目 4回目 5～9回目
 10～19回目 20回以上 住んでいる・住んでいた

Q2 どちらから来ましたか？

久米島 島内 沖縄県内(久米島以外) 関東圏 関西圏 その他

Q3 どなたといらっしゃいましたか？

1人で 夫婦で 子ども連れ家族で 三世大家族で
 その他家族で(両親兄弟等) 友人・知人と 恋人と
 仕事仲間と 地域の団体・趣味のサークル その他

Q4 キャンプ場に何泊しましたか？

日帰り・デイキャンプ 1泊 2泊 3泊 4泊 5泊以上

満足度について

Q5 全体的な体験としての満足度についてお知らせ下さい。

大変満足 やや満足 やや不満 不満

Q6 全体的に良かった点をお教え下さい。

()

Q7 不満点や改善点があればお教え下さい。

()

キャンプ場に関する満足度をお教え下さい。

Q8-1 キャンプサイトの綺麗さ

とても満足 やや満足 やや不満 不満 わからない

Q8-2 周辺の景観の美しさ

とても満足 やや満足 やや不満 不満 わからない

Q8-3 設備(トイレ、炊事場等)

とても満足 やや満足 やや不満 不満 わからない

裏へつづく⇒

利用料金について

- Q9 キャンプサイトの利用料金に関するご意見をお教え下さい。
- 高すぎる やや高い 妥当 やや安い 安すぎる わからない
※「妥当」「わからない」以外の回答をした場合はQ10にもご回答ください。
- Q10 利用料金は1泊いくくらいが妥当だと思いますか？ 金額をご記入下さい。
() 円/泊

レンタル用品の利用有無

- Q11 レンタル用品を利用されましたか？
 はい →Q12～Q15もご回答ください。 いいえ →Q16～ご回答ください。

レンタル用品の利用について

- Q12 レンタル用品の充実度はいかがでしたか？
 とても充実していた やや充実していた やや不足していた
 不足していた わからない
- Q13 レンタル用品の利用料はいかがでしたか？
 高すぎる やや高い 妥当 やや安い 安すぎる わからない
- Q14 レンタルしてよかったものをお教え下さい。
()
- Q15 レンタル用品としてあったら良いものをお教え下さい。
()

今後のご希望について

- Q16 今後、キャンプ場にどのようなサービスがあったら利用したいと思いますか？(複数選択可)
- シュノーケルセットのレンタル シーカヤックやSUPなどのアクティビティ
 島の食材が購入できるサービス 薪の販売
 グランピング体験 アウトドアサウナ
 ヨガや瞑想などのワークショップ アウトドアワーケーションができる環境
 その他()
- Q17 あなたは今後5年間に何回くらい観光目的で久米島旅行をしたいと思いますか？
 1回 2回 3～5回 6回以上 5年以降なら行くかもしれない
 5年以降も行かないと思う
- Q18 その他ご意見やご感想、今後奥武島キャンプ場を利用される方へのメッセージがあればお教え下さい。
()

個別インタビューについて

- Q19 奥武島キャンプ場の利活用を推進するための個別インタビューを実施していきたいと考えています(10月～12月頃、30分程度、オンラインでの実施)。個別のインタビューにご協力下さる場合は、ご連絡先のメールアドレスをご記入下さい。
()

ご記入ありがとうございました。

おわりに

インターネットを通じたアンケート調査では、キャンプのともなう沖縄・久米島旅行のニーズや方向性についての示唆が得られた。ヒアリング調査では、グランピングや教育系コンテンツ、体験サービスの開発等に関する様々な知見が得られた。これらの示唆や知見は、奥武島キャンプ場の新たなサービス開発に必ず寄与するはずである。

ただし本年度では新型コロナウイルス感染症の流行にともない、実際の利用者の声をきくことはできなかった。そのため奥武島キャンプ場のさらなる活性化を実現するには、次年度以降も継続して実際の利用者の感想やフィードバックを得ていく必要があるだろう。