

経済産業省 産学連携サービス経営人材育成事業

沖縄21世紀ビジョンを担う
グローバルサービス経営人材の育成

平成28年度 事業成果報告書

平成29年3月

国立大学法人琉球大学 観光産業科学部
産学連携サービス経営人材育成事業事務局



目次



はじめに	1
1. 事業概要	2
2. 今年度の成果	4
3. 講義「飲食ビジネス概論」	6
4. 講義「宿泊サービス概論」	22
5. 講義「物流サービス概論」	36
6. 講義「交通サービス概論」	47
7. 講義「通訳サービス概論」	57
8. 講義「通訳サービス実践」	77
9. 講義「サービス産業基礎概論」	81
10. 講義「グローバルサービス経営入門」	97
11. 講義「MICE ビジネス概論」	102
12. シンポジウム「サービス産業を盛り上げる！」	112
13. Island Tourism 特別セミナー	116
14. サービス経営人材育成委員会	118
15. 参考資料	122
・産学連携サービス経営人材育成事業ホームページ	
・中間報告会資料（平成 28 年 10 月 28～29 日実施）	
・年度末報告会資料（平成 29 年 3 月 7 日実施）	

はじめに

産学連携サービス経営人材育成事業とは

大学等が、サービス事業者等の産業界と連携し、サービス産業の次代の経営者やマネージメント人材を目指す学生や社会人を対象とした実践的かつ専門性を有する教育プログラムの開発、及び実証を行う取り組みを支援する経済産業省の事業です。この事業で開発された教育プログラムを、サービス経営人材を目指す学生や社会人が学び、実践的かつ専門的な知識・能力を修得することで、サービス産業における新たなイノベーションを創出しうるサービス経営人材の育成を目指しています。

琉球大学では、昨年度に引き続き平成 28 年度も経済産業省公募の「産学連携サービス経営人材育成事業」に応募し、「**沖縄 21 世紀ビジョンを担うグローバルサービス経営人材の育成**」プロジェクトが採択されました。

琉球大学の取り組み

「沖縄 21 世紀ビジョンを担うグローバルサービス経営人材の育成」

沖縄では、世界水準の観光リゾートやアジアと日本を結ぶ物流産業の拠点を目指す取組を進めており、国際的な人材育成が急務となっています。その現状を踏まえ、琉球大学では、本事業によりサービス産業強化策として産学官連携による実践的な教育を実施し、観光及び物流産業等のサービス経営人材を育成するため、宿泊・飲食・物流・交通（運輸）・通訳・グローバル経営・MICE の 7 分野（9 プログラム）の開発・実証を行います。

また、教育プログラムの開発にあたっては、沖縄県内の産業界や行政機関、産業支援機関を構成メンバーとしたコンソーシアム機関を組織し、産業界のニーズと大学のシーズを融合させながら、プログラムに反映させていきます。

本事業による波及効果

- 安定的な観光や物流等のサービス関連産業における地域に密着した雇用の創出及び定着
- グローバルとローカルを意識したサービス経営人材のグローバルマインドの形成
- 沖縄県から世界で活躍できる観光関連産業、国際物流ハブ関連産業等のグローバルサービス経営人材を輩出
- 「サービス産業学（仮）」の日本及びアジアの先進事例となる教育研究拠点を形成

1. 事業概要

沖縄21世紀ビジョンを担うグローバルサービス経営人材の育成

HP: <http://ryudaicoc.jim.u-ryukyu.ac.jp/service/> facebook: <https://www.facebook.com/ryudai.sabisukeiei>
 事務局: 観光産業科学部 TEL: 098-895-8980 MAIL: sa-bisukeiei@to.jim.u-ryukyu.ac.jp

沖縄県において「グローバルサービス経営人材」育成が急務な理由

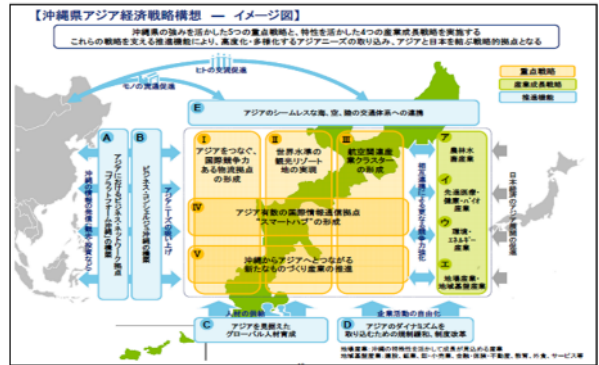
現状

- ①観光客数が急増（特に外国人観光客）しており、宿泊、飲食、交通分野においては多様なニーズに対応する人材（専門知識&語学力）の育成が急務となっている。また、沖縄県が計画しているMICE振興策を担う人材育成も必要である。
- ②新たな産業として注目されている「物流産業」について、大交易会（国際見本市）でもアジア市場開拓を担う専門知識及び語学力を有する人材育成が課題として挙げられている。

将来構想

沖縄県アジア経済戦略構想(2015.9策定) 構想で目指す沖縄の姿は以下の3つ

- 「モノ・情報・サービスが集まる沖縄」
⇒貿易振興策を担う人材が必要
- 「国内外から企業が集う沖縄」
⇒国際ビジネスに通じた人材が必要
- 「国内外からひとが集う沖縄」
⇒観光客に加え、ビジネス関係者が増加することに伴う質の高い観光人材が必要



【課題】・沖縄をヒト・モノ・カネ・情報の交易・交流拠点「アジアゲートウェイ」とするためには、沖縄のリーディング産業である観光関連産業、成長が期待できる国際物流ハブ関連産業等のグローバル化に対応できる経営人材が不足している。

- ・平成27年経済センサスからみた沖縄県の産業、企業等の動向に関する調査研究によると、沖縄における「飲食サービス業」では、事業継続や経営マネジメントを行える人材が不足。「宿泊業」については歴史が急成長するホテル及び旅館などの運営管理や経営マネジメント等の人材が不足している。
- ・平成24年度外国人観光客満足度調査報告書によると、2,279人が答えた「沖縄旅行で満足したこと」のうち、外国語対応の満足度が12.4%と最も低く、通訳案内士等の人材が不足している。

コンソーシアム機関による産学連携体制構築

産業界の課題(ニーズ)

- 「飲食サービス業」「宿泊業」での安定的な雇用の定着、マネジメント層の育成
- 外国人観光客へ対応する通訳案内士等のグローバル人材の強化
- 国際物流ハブ関連産業を担う人材の高度化及び創出
- グローバルビジネスを行える経営人材の育成



琉球大学の資源(シーズ)

- サービス経営分野における「実践的な教育」
- 民間及び行政出身教員による実学に基づいた専門性の高い教育
- 国内外の企業や起業家との人的ネットワークを活かした産学連携による教育
- 産業界のニーズに対応した授業からインターンシップまでを行う多様な教育



波及効果

- 安定的な観光や物流等のサービス関連産業における地域に密着した雇用の創出及び定着
- グローバルとローカルを意識したサービス経営人材のグローバルマインドの形成
- 沖縄県から世界で活躍できる観光関連産業、国際物流ハブ関連産業等のグローバル人材を輩出
- 「サービス産業学(仮)」の日本及びアジアの先進事例となる教育研究拠点を形成

2.今年度の成果

(1) 前期 4 講座、後期 5 講座の全 9 講座を開講

前期：飲食ビジネス概論、宿泊サービス概論、通訳サービス概論、サービス産業基礎概論

後期：物流サービス概論、交通サービス概論、通訳サービス実践、MICE ビジネス概論、
グローバルサービス経営入門

実習：宿泊) ホテル見学・総支配人講義

交通) 航空会社施設見学・緊急時非難訓練体験・役員講義・本学 OB との座談会
MICE) MICE 施設見学・副館長講義

グローバル) 物流・ホテル・旅行・航空会社施設見学・役員講義

通訳) 観光地・景勝地を巡り通訳ガイド体験

外部講師：コンソーシアム機関、協力機関より 42 名招聘

受講者：述べ 420 名

(2) 事業内容変更

グローバルサービス経営入門を昨年度の実施内容から変更し、1、2 年次のみでサービス産業の基礎を「現場から学ぶ」とし、かりゆし L C H、沖縄ヤマト運輸、沖縄ツアーリスト、日本トランスオーシャン航空全面協力の元、稼働中の現場を見学、そこから見えた現状、課題・提案をプレゼンにまとめた。

(3) シンポジウム「サービス産業を盛り上げる！」開催

グローバルサービス経営入門で作成した提案書の発表と、経産省、沖縄県ホテル協会から登壇者を招聘し、全国・沖縄県のサービス産業を取り巻く現状、経産省の施策などについて講演を行った。(参加者 104 名)

(4) Island Tourism 特別セミナー開催

大阪商業大学総合経営学部、香港理工大学ホテル&ツーリズムマネジメント学部、天主教輔仁大学レストラン・ホテル&施設経営学部より講師を招聘し、島嶼地域における観光をテーマに、沖縄・南太平洋、台湾の各事例について講義を行った。(参加者 75 名)

(5) サービス経営人材育成委員会の開催 (8 月、3 月)

8 月は、前期の報告と後期カリキュラムへの助言をいただいた。3 月は年間活動報告及び次年度計画について助言をいただいた。

(6) 包括連携協定締結

日本トランスオーシャン航空株式会社、沖縄ツアーリスト株式会社、株式会社かりゆしと包括連携協定を締結。今後の発展的・継続的な協力連携体制を構築し、価値創造型の教育に取り組んでいく。

(7) 千葉商科大学連携企画

千葉商科大学の学食「University DINING」での沖縄フェア開催。千葉商科大学の学生企画で、本学の学生が、メニュー、音楽、お勧め観光スポット、うちなーぐち、お勧めのお土産、写真などを提供。実際に初日に訪問し試食、シェフとの意見交換、次年度へ向けての意見交換など行った。

詳細：<http://ryudaicoc.jim.u-ryukyu.ac.jp/service/news/1222.php>

毎日新聞@大学倶楽部

<http://mainichi.jp/univ/articles/20161014/org/00m/100/011000c>

(8) HP、facebook 運用開始

事務局が講義に参加し、講義概要、講義の様子を掲載。

HP：<http://ryudaicoc.jim.u-ryukyu.ac.jp/service/>

Facebook：<https://www.facebook.com/ryudai.sabisukeiei/>

(9) 事務局移動

7月に、大学本部地域連携推進課から観光産業科学部へ事務局が移動。ALL 観光体制が整った。

(10) ハイサイプロジェクト連携企画（後期）

りゅうせきビジネスサービスが行っている、沖縄総合事務局における地域中小企業・小規模事業者の人材確保支援等事業（ハイサイプロジェクト）、及び、新卒・若者向けインターンシップ事業（うりずんプロジェクト）との連携で、ハイサイの出前講座、サービス経営の講義の相互受け入れを実施。



3.講義「飲食ビジネス概論」

現在、国内の飲食産業は全盛時代とも呼べるほどに大きな発展を成し遂げている。本講義は日本・沖縄を始め外国の飲食文化や飲食産業のマネジメントなどの分野を幅広く学びながら、「飲食」をビジネス・文化として捉え、時代の傾向を現す「飲食のライフスタイル」を理解すると共に飲食産業が果たす役割と課題、およびこれから求められる「サービス経営」人材について考え、実践力を身につける。

	講義内容	外部講師
第1回	オリエンテーション	
第2回	食の無形文化遺産について①	
第3回	食の無形文化遺産について②	
第4回	飲食施設の運営及び収益構造	
第5回	沖縄県飲食業界の現状について	沖縄県飲食業生活衛生同業組合
第6回	沖縄県飲食業界の取り巻く外部環境の変化	沖縄県飲食業生活衛生同業組合
第7回	飲食ビジネスにおけるハラル対応について	
第8回	デフレ時代における飲食ビジネスの事例研究①	
第9回	デフレ時代における飲食ビジネスの事例研究②	
第10回	デフレ時代における飲食ビジネスの事例研究③	
第11回	沖縄における飲食ビジネスの展開事例①	株式会社 JCC
第12回	沖縄における飲食ビジネスの展開事例②	株式会社 JCC
第13回	日本・沖縄の食ブランドの海外発信	株式会社えん沖縄
第14回	日系外食チェーンの海外進出について	
第15回	飲食ビジネスにおける料理、食材料、おもてなしの心得	

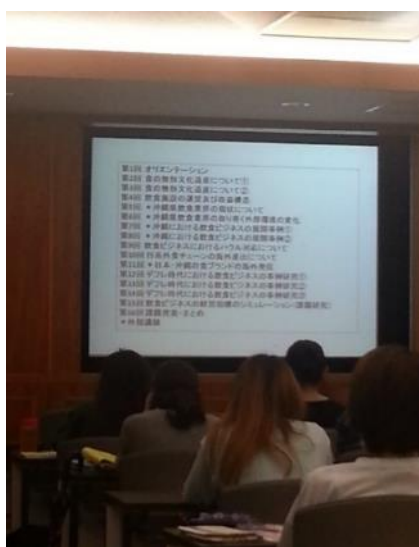
第1回 飲食ビジネス概論 担当：上地恵龍

本日より開講の講義、飲食ビジネス概論です。定員を大幅に上回る希望者があり、受講できなかった学生もいました。本日はオリエンテーションで、上地先生より、当事業「サービス経営人材育成事業」の概要、飲食ビジネスの概要などの説明がありました。

学生からは、

- ・サービス産業に興味があり、経営する立場としての飲食の本質を知りたい
- ・飲食業における数字、シミュレーションなどを学びたいなど、

受講に際しての意見があり、意識の高さがうかがえました。



文責：地域連携推進課 宜志富知恵子

第2回 飲食ビジネス概論 担当：上地恵龍

第2回講義は登録者43名、教室いっぱいでした。本日は、「食の無形文化遺産について①」ということで、和食がテーマです。

まずは、データから和食を捉えました。海外での注目度、訪日外国人の期待度が非常に高い和食ですが、家庭においては、食事の洋食化、ワンディッシュ化などにより敬遠されがちになっているとのこと。

その危機感が無形文化遺産への登録につながったそうで、和食が無形文化遺産へ登録されるまでの取り組みを学びました。

「和食＝すべての日本人が支えている文化」ということが分かりました。



文責：地域連携推進課 宜志富知恵子

第3回 飲食ビジネス概論 担当：上地恵龍

講義に先立ち、週末に行われた飲食関連のイベントについて紹介がありました。

なはグルメ映画祭

第8回沖縄国際映画祭のコンテンツの1つとして、ハイアットリージェンシー那覇沖縄にて開催。映画の上映開始とともにフルコースディナーが開始、映画が終わるころにディナーも終わるというごはんシアターを紹介。

バルウォーク那覇

「行きたかった名店、知らなかったこんな店」をコンセプトに選んだ那覇の飲食店68店舗で「おつまみ+1ドリンク」を楽しみながらハシゴするというイベント。チケットを購入すると5店分の飲み歩き、食べ歩きができるシステム。

講義のテーマは「和食の魅力②」でした。伝統的な和食以外にも、食材に関わらず味付け、調理法が日本で発達したものを「和食」というようになったそうで、今や、ラーメンもミシュランで星をとるほどの国民食とのこと。外国人が食べたい日本の料理ランキングも、寿司、お好み焼き・たこ焼き、ラーメン、焼き鳥、カレーとなっており、正統派だけでなく、B級グルメの認知度も高いということでした。

最後に、フランス外務省が発表した、世界各国の飲食店1000店のランキング「ラ・リスト」の3位に入っている「京味」の亭主で和食料理人の西健一郎氏のドキュメンタリー「プロフェッショナル 仕事の流儀」を見て、和食は文化であり、芸術であるということが分かりました。



文責：地域連携推進課 宜志富知恵子

第5回 飲食ビジネス概論 担当：上地恵龍 外部講師：沖縄県飲食業生活衛生同業組合 理事長 鈴木洋一氏

第5回は沖縄県飲食業生活衛生同業組合の鈴木理事長を特別講師にお迎えし、「沖縄県の飲食業界の現状について」講義を行っていただきました。

まず、自己紹介があり、「自分が社会に出た時にどうするかを、きちんと描けるようになってほしい。そのために学生の中に自分に投資を！」と学生たちに熱いエールをいただきました。

講義は、身近なお店の実例をあげながら進んでいきました。

①琉球料理の課題

琉球料理の課題として、現在沖縄ではコースで琉球料理を出す店舗が5店しかないこと、琉球料理は手間がかかることから、料理人が不足していることなどについて説明がありました。

②飲食業について

飲食業はパクリだ！という衝撃的な説明をされ、自分が気に入っている店のテイストが多かれ少なかれ反映されてしまうが、自分がそれで納得できればいいのではないかと解説がありました。飲食業で成功している人の中には、かつて失敗したことがある人も多く、今成功している人は、失敗したときの気づきが早く、切り替えも早いということでした。

③ 飲食業のスピード感

現在の飲食業界では、インターネットの普及により、スピードが速くなっており、SNS などで情報が発信されるとその翌日には、売上に影響するほどの反響があり、店の存続につながるほどなので、インターネットの影響力を考えて経営する必要があるとのことでした。

また、年表を用いて、医食同源、アグー豚、宮廷料理、辻料理などの歴史についても解説がありました。

学生から、

- ・外国人観光客へのマナー対策をどうやっているか
- ・飲食業はパクリということだったが、似たような店が多い中で、どうやって生き残っていくかなどの質問がありました。

外国人に対しては、旅行会社や添乗員に事前にレクチャーをしている、中国・韓国では1人分をシェアする食べ方が文化としてあるので、そこは許容しているなど、実例をまじえた回答があり、生き残りについては、自分のスタンスやブレない気持ちがあること、マーケティングを見失わないようにすること。また、飲食業は開店後数ヶ月で口コミでひろがっていくというのが昔の定説だったが、今は、スピードが速いので、オープンから満員になるようでないとは存続が難しいという回答をいただきました。

次週も鈴木理事長が講義をしてくださいます。以下の宿題がでていきますので、考えてきてください。

<鈴木理事長からの宿題>

琉球料理の案を考える



文責：地域連携推進課 宜志富知恵子

第6回 飲食ビジネス概論 担当：上地恵龍

外部講師：沖縄県飲食業生活衛生同業組合 理事長 鈴木洋一氏

第6回も先週に引き続き、沖縄県飲食業生活衛生同業組合 鈴木理事長が講師としてお見えになりました。前回の復習がてら、沖縄の食文化はアメリカ支配と切り離せないというお話があり、タコス、ステーキ、ファストフード、居酒屋がどうやって発展してきたかについて説明がありました。

講義のテーマは「沖縄県飲食業界の取り巻く外部環境の変化」ということで、外食マーケットの現状についての講話がありました。

- ・国内での人口減少にともない、マーケットそのものも縮小する。ただし沖縄に限っていえば、人口は増え、観光客数の増加も助けになっている。
- ・飲食店のライバルは、同業者ではなく「コンビニ」。セブンイレブン1社の売上が、大手飲食業10社の合計売上よりもはるかに上回っているほど、コンビニが台頭している。
- ・従業員のパート、アルバイト率が8割と高い。今後の予測として、正社員率が3割程度まで上がってくる。(人材育成が必要なため)、パート、アルバイトは外国人になっていく。
- ・原価と人件費が経費の半分以上を占めている。(だいたい65% 残りの35%で家賃、光熱費を賄う)

ということでした。

- 前回、今回の講義をうけ、宿題となっていた「琉球料理について考える」では、学生から、
- ・小さいうちから食べなれているようにすると継承されていく。たとえば、マクドナルドはおもちゃをつけて子供に買わせ、食べなれたものとして定着させている。
 - ・沖縄にずっと住んでいるが、琉球料理についてあまり知らない。情報そのものが広まっていない。メディアを使って広めていくことがまずは必要。
 - ・沖縄にずっと住んでいるが、家庭で食べるものしか知らない。琉球料理は親しみが無い。小さいころから食べて、沖縄の人はこういうものを食べていると言えるようにしないとイケない。
 - ・外国人観光客にも県外からの観光客にも受け入れられるアレンジが必要。例えばフレンチとコラボなど。
 - ・情報が少ない。琉球料理をどこで食べられるか聞かれても答えられない。県外、海外よりもまずは県内の人に改めて知ってもらう必要がある。県内の人に広まると民泊などでふるまうことができ、観光客にも広まっていくのではないか。
 - ・ターゲットを観光客ではなくビジネス客にする。観光客には高額な琉球料理はハードルが高い。MICE 施設建設もありビジネスでの来沖が増えること、ビジネス客は会社経費なので多少高額でも出すことなどから、ビジネス客をターゲットにしていくといいのではないか。
- という意見がでました。

そもそも、「琉球料理」と「沖縄料理」の違いも曖昧で、和食と琉球料理も違うジャンルであるのに一緒くたになっていることもある。外資系のホテルは、県内にあっても、琉球料理のレストランが入っていない。「琉球料理」は仕込みに時間がかかるので携わる人が減っているが、失ってから大切さに気付くのでは遅いというお話がありました。

文責：地域連携推進課 宜志富知恵子

第7回 飲食ビジネス概論 担当：上地恵龍

第7回講義は、「食習慣と食文化」を扱いました。食習慣の違いとして、何で食べるかということを取り上げました。箸を使う「箸食」、手を使う「手食」、ナイフ・フォーク・スプーンを使う「ナイフ食」があり、人口比は、箸30% 手40% ナイフ30%で、手食は地域としては多くないが、人口が多い地域の為割合としては多くなっているそうです。

また、「箸食」「手食」「ナイフ食」は宗教的戒律だけでなく、食材の違いもあり、それぞれ扱う食材に合った道具となっているとのことでした。例えば、中国、日本などでは油で揚げる料理が多く、金属は不適合で箸食が適しており、欧米ではオープン料理が主で、肉の塊をつき刺す、切り裂くなどナイフ食が適しているなどです。

次にベジタリアンとアレルギーについて触れ、宗教的理由以外にも、アニマルライツ、地球環境保全などの理由から菜食を選択する人も増えているそうです。ベジタリアンの中でも、ヴィーガンは、食用だけでなく衣料用の動物も身に付けたりしないそうで、県内でも新たなビジネスとして、ヴィーガンカフェ、ヴィーガンパン屋などが数多くできているとのことでした。ベジタリアンについては、個人差があるので、どこまでのベジタリアンかを確認する必要があるということでした。また、アレルギーの対応として、久米島で行っているアレルギー対応旅行の紹介がありました。

世界水準の観光地リゾートを目指す沖縄県では、外国人の対応として宗教上の理由で食べられないものがあることに、こまやかな対応と気配りが必要という話があり、近隣アジア諸国に多いイスラム教の対応について解説がありました。

ビザの免除、留学生の誘致、海外進出企業が現地採用の職員を日本で研修するなど、近年イスラム教の人の来日が増加し、その対応が急務であることや、ハラール認証について説明がありました。

イスラム教人口は世界第2位の宗教人口があり、アジア諸国にも多く、30兆円の市場規模があり、ムスリム対応は必須になっているとのことでした。食料品だけでなく、医薬品、物流サービスなどもハラール認証を受けないとムスリムマーケットに参入できず、ファストフード、コーヒーショップ、ラーメン屋、カラオケ店などハラール認証を受ける企業も増えているそうです。

最後に、沖縄観光コンベンションビューロー作成の「OKINAWA ムスリム旅行者おもてなしハンドブック」から、県内で対応可能な施設やレストランの紹介がありました。

文責：地域連携推進課 宜志富知恵子

第8回 飲食ビジネス概論 担当：上地恵龍

今回は、「デフレ時代における飲食ビジネス事例研究①」と題し、「俺の株式会社」を取り上げました。

まず、飲食業のビジネスモデル4種類を紹介しました。

- ①低単価・回転型→客単価が低く、お客様の滞在時間が短い（テイクアウトなど）
- ②低単価・滞在型→客単価が低く、お客様の滞在時間が長い（喫茶店など）

- ③高単価・回転型→客単価が高く、お客様の滞在時間が短い
- ④高単価・滞在型→客単価が高く、お客様の滞在時間が長い（高級レストランなど）

③が最も儲かるモデルで、通常は①か④のどちらかを目指し、その方針から外れないように経営をしていくことが大切とのこと。「俺の株式会社」は③の高単価・回転型の店舗を経営しており、その経営の特徴について説明がありました。

俺の株式会社とは、俺の〇〇（フレンチ、イタリアン、焼き肉、おでん、スパニッシュなど 31 店舗）を運営する飲食店で、立席をメインとして集客率を高め、高原価でも回転率をあげ、利益を生み出すというビジネスモデルを確立した企業とのこと。

「料理がまずければ、お客さんは来ない。原材料価格をどんどんあげて、おいしければ、行列が長くなる。原価をケチったり、シェフが手抜きをすると、行列が短くなる。」という社長の考え方により、以下の経営特徴があるそうです。

経営特徴（俺のフレンチの例）

- ・ミシュランの星を持つ超高級レストランの元総料理長を引き抜いている
- ・高級食材を使用した本格フレンチ料理をリーズナブルな価格で提供
- ・メニューの中には原価率 100%をはるかに超えているものがある
- ・「原価も人件費も気にしない」という社長の考え方

これにより、お客様はコスパがいいなどの理由から満足をし、スタッフは、インセンティブやシェフのやりがいなどから満足をし、経営側は、利益があがり地域貢献につながると、三者が勝ち組の状態になっているとのこと。

さらに、「持続的発展を遂げるため」に、以下の経営戦略を立てています。

- ・コラボによる新事業戦略

→機内食（俺の機内食 for resort）やコンビニ（男性をターゲットにしたデザート 俺のシリーズ）とコラボ

→自社ブランドをコラボ（俺のフレンチ・イタリアン）

- ・厨房の作業効率化

→オープンキッチンにし、そのための設備投資を行う

- ・店舗展開における人材育成・活用

→個別のプロ養成プログラムにより、調理師学校の卒業生を大量に採用し、わずか 2 年で育て上げる（回転率が高いので 1 日に何度も作れ、技術の上達も早い）

予約がとりにくく、行列ができるお店だそうですが、エリアマーケティングにより、「ドミナント戦略」を実施。狭い地域にいくつも店舗を出すことで、競合の出店意欲を抑え、来店頻度が増加、チェーン認知度、物流効率、広告効率も向上するのだそうです。

コンビニで、「俺のシリーズ」のデザートを見かけた時に、その大きさと、明らかに男性をターゲットにしているパッケージに、スイーツ男子という単語もでてきている昨今、これは流行るだろうと思ってましたが、こんなにも攻めの戦略で利益をだす企業だったのですね。

文責：地域連携推進課 宜志富知恵子

第9回 飲食ビジネス概論 担当：上地恵龍

今回は、回転率と売上の関係の復習から始まりました。回転率は在店時間により大幅に変わるという例で、単価の安い駅にある立ち食いそば屋と定食屋の比較でした。

立ち食いそば屋は、在店時間 10 分なので、1 時間に 6 回転。単価は 400 円程度。1 回 15 人入れる店なら 1 時間で 90 人。計算すると 1 ヶ月の売上は 1750 万にもなり、原価率 45%なので、利益は月に 790 万円。(だから、あまりつぶれないのですね・・・) 定食屋は、1 時間に 0.75 回転。単価は平均 900 円。同様の計算をすると売上 1870 万円で、原価率 45%で、利益は月に 1000 万円強。定食屋の場合は、チェーン展開しているの、店舗数の分利益も大きいということでした。

単価は倍以上差がありますが、1 店舗の利益の差は 200 万円程度。立ち食いそば屋がどれだけ回転が速いかが分かります。定食屋でも食券を導入することで、在店時間を短くし、(従業員がお金を触らないので衛生的、おつりのミスがないなどのメリットもありますが) 回転率をあげるところも、できてきているそうです。

本日のテーマは、「フードイベントの現状」「デフレ時代における飲食ビジネス事例研究その②」で、まずはフードイベントから説明がありました。近年、肉食ブームで、各地で肉フェスが開催されているようで、10 日間で 42 万人のイベントや、10 日間で 72 万人のイベントなどその集客もかなりの量で、那覇でも 4 月に 2 日間開催されたそうです。肉フェスでは、チケット制を導入し、売上の管理をしやすくしていたり、経済波及効果などもあるようですが、衛生管理にはまだ課題もあるとのことでした。

「デフレ時代における飲食ビジネス事例研究その②」として、株式会社ペッパーフードサービスの「いきなりステーキ」を取り上げました。ペッパーフードサービスといえば、「ペッパーランチ」を思い浮かべますが、焼き肉やハンバーグなど 12 種類 453 店舗も展開しているそうです。

「いきなりステーキ」は、立ち食いで、前菜などはなく、まさにいきなりステーキから食べられるのが売りということで、グラム単位の量り売りで、オーダーを受けてから肉を切り、ささっと焼いてくれるのだとか。ステーキが出てくるまで約 5 分とシェフの技と、立ち食いにより高回転率になっているそうです。女性の割合も 30%と意外にも高いそうです。沖縄にも、去年イオンモールライカムに沖縄初出店で「いきなりステーキ」ができました。

また、販売促進戦略として、優待キャンペーン、会員組織構築(マイレージカード)、健康志向には肉食という取組みなどを行い、顧客の確保をしているそうです。人材確保と人材育成では、リタイアしたベテラン人材を雇用し、技術力の向上をはかり、新卒採用では、まずは店長ですが、その後のキャリアプランも提示し、将来のビジョンが見えやすくもなっているようです。

ペッパーフードサービスは上場しているの、決算報告書が公表されていることから、決算報告書の見方も学びました。

第 10 回 飲食ビジネス概論 担当：上地恵龍

今回は、デフレ時代における飲食ビジネスの事例研究③ということで、「株式会社サイゼリア」を取り上げました。以前とりあげた「俺の株式会社」とは全く異なる手法で、高価値商品を提供しています。

サイゼリアは、全国 1316 店舗（国内 1026、海外 290）をすべて直営で経営。人口の多いところに店舗も多く出しています。基本理念は、「人のため・正しく・仲良く」だそうで、ビジネスは人に喜んでもらうためにあり、その目的は社会貢献なのだとか。

サイゼリアの経営の特徴は、

①「製造直販」

自ら商品開発→生産→加工→配送まで一貫して行う形態を取り、品質・価格ともに自らコントロールできるようになっている。加工はセントラルキッチンを導入。

②自社工場や自社農園

オーストラリアに牛肉とホワイトソースの加工工場を作り、専用のレタス・トマト（時間がたっても水っぽくならない）を開発し育成するための農園も完備。

③食材のロスをなくす

セントラルキッチンで加工した商品を解凍してから調理をすると、袋から出す際にソースが 100%出し切れない。計算すると 3%のロスになるため、調理まで解凍しない。

④冷凍庫からの出し入れ回数の研究

モノを出してしまうという行為は重複する。5 分余計にかかるだけで、年間 4 億ものロスになると計算。いかに省くかを追求。

⑤効率+味のこだわり

料理は冷めた時でもおいしくなければ意味がないという社長の考えがあり、冷めてもおいしいものを目指している。新商品の試食は冷めた状態です。

⑥厨房は 1 人

70 品のメニューを提供しているが、厨房は 1 人。1 時間で 6 万円の料理くらいは 1 人でスムーズにだす。ゆでる、焼く、温めるで 6 分で 11 品作れる。出すのがはやければ回転率にもつながる。

⑦厨房の手間を事前に省く合理化・効率化

厨房では包丁は使わない。すべて食材が切られているので必要がない。

⑧提供野菜の鮮度追求「摂氏 4 度の理論」

収穫後すぐに摂氏 4 度に保たれた冷蔵庫に搬入。摂氏 4 度の水は、分子同士が最も強く結ばれた状態になり、野菜に含まれた水分が漏れずに新鮮なまま保たれる。加工工場に運んだら機械で

すぐにカットし、数種類の野菜をませあわせ、また摂氏 4 度の冷凍庫で保存。

⑨本部の運営方針の徹底

会議の代わりに 7 人以内の討論を行う。1 人 10 分言いたいことをいって、7 人だと 70 分。これ以上は集中できず、疲労になるだけ。会議の効率も考えている。

⑩効率的なレジ活用

会計だけでなく、労務管理もできるレジを導入。給与明細はレジから取り出せる。出退勤も管理できる。

⑪食材の発注もレジを活用

食材の出入りが自動的にカウントされているため、過去 3 週間ぶんの在庫データ、売上データを元に適正な発注数量を自動計算。無駄な発注を防いでいる。

海外進出においても、マーケティングより理論を優先し、撤退を考えるほどの深刻な事態を、経営者の意思決定の速さと英断、一気に半額値下げを行い来客数が 9 倍に。独資会社ということもあり、トップダウンの指示が有利にでた事例でもあるということでした。

近年はうまさの数値化実験を行っており、もう一度食べたいか食べたくないか脳波を数値化できるように取り組んでいるそうです。(世界初の取り組み。)

サイゼリアは、徹底した効率化と理系社長ならではの理論により、成功をおさめている企業でした。高校・大学時代はよく通ったファミレスで、お財布に優しいお値段が魅力的でした。沖縄にはまだ展開されていないのが残念です。

本日の講義は、茨城県つくば市にある茗溪学園高校 3 年生の生徒さんが見学に来ました。進路指導の一環で、大学訪問ができるのだそうです。来年度、キャンパスでお会いできるかもしれませんね。



文責：地域連携推進課 宜志富知恵子

第 11 回 飲食ビジネス概論 担当：上地恵龍
外部講師：株式会社 JCC 代表取締役社長 瀧辺俊紀氏

今回は、株式会社 JCC 瀧辺俊紀社長をお招きし、沖縄における飲食ビジネスの展開事例①ということで、JCC の事業展開などについてお話いただきました。

まず、外食産業市場について、ピークの 1997 年と比較し、市場規模は、コンビニや弁当屋などの進出により縮小中、店舗数も、97 年に 87 万軒だったのが、2014 年は 65 万 7 千軒と減少、これは、毎日 1 軒新しい店ができ、2 軒つぶれていることになるのだそうです。

現状、厳しい市場であることに間違いはなく、200 万もあれば開業できてしまうという、参入障壁が低いことも原因の一つということでした。実際、JCC も、右肩上がりの成果を残してはいるものの、店舗数でいうと、2005 年 27 店舗→2016 年は 12 店舗となっているそうです。

この厳しい市場を、どう生き抜いていくかということ考えた時、強靱なエンジンが必要で、JCC は「沖縄の文化を広く、深く、正しく、全世界へ発信してまいります。」という理念に基づき、外食、健康食宅配、ホテル、ブライダル、コンテンツ事業、食品製造販売などを展開しているということでした。

受信→いいものを取りこむ→さらに強くして発信を繰り返し、成長してきたそうで、戦術はその時々に応じて変化するが、戦略は常に変わらず、沖縄の文化を発信し続けるということにあるそうです。

JCC は、「データとイメージに乖離があればあるほどビジネスチャンス」と考えているそうで、その実例として、龍潭や百名伽藍を作るときに、人のイメージと、データにどれだけの乖離があったかをお話いただきました。

沖縄の文化を発信するということでは、コンテンツ事業として、「絵で解る琉球王国 歴史と人物」という書籍を出版、学校では習わないけど、沖縄県民なら知っておくべき、琉球王国について記載されているそうです。

今や 10 年ひと昔ではなく、1 年ひと昔というほど流れが速く、IT や AI の進化も著しいことを念頭に、沖縄はアジアの築地になる可能性があると考えており、体験型店舗の舵を切り始めたり、沖縄にくる外国人観光客は、「沖縄にくる」という人もいれば、「日本にくる」という人もいるということで、和食や和琉料理に力をいれたり、JCC も...
瀧辺社長にお越しいたします。

文責：地域連携推進課 宜志富知恵子



第 12 回 飲食ビジネス概論 担当：上地恵龍
外部講師：株式会社 JCC 代表取締役社長 瀧辺俊紀氏

今回も、先週に引き続き、株式会社 JCC 瀧辺社長にお越しいたしました。講義は以下の内容で行われました。

1. 国内・外観光客の需要に対する対応
2. 調理・サービスにおける採用や人材育成について

3. グループ内食材料の調達・配送のシステム
4. 商品開発について
5. 人気商品（食品・料理）
6. インバウンド客の対応
7. 今後の展開について

まずは、観光客のデータの紹介と、伸びている理由、それに対してJCCが挑戦していることについて解説がありました。アジアからくる観光客は、「日本にくる」という意識で来ているため、「夕張メロンはないか。」「カニはどこで食べられるか」などといった質問も多く、琉球料理だけでなく、和にも対応、また、鮮魚業態への挑戦もしているそうです。

先週、人材育成について学生からの質問が多かったこともあり、多くの時間を割いて説明いただきました。最低限のマニュアルは必要だが、かっこつける接客を目指すなという指導をされているということでした。

自分の親族がきたように接する、自分の良心に従い、接客とはなにか、おもてなしとは何かを自ら考させるのだそうです。歴史ツアー、研修旅行、OJT、全体会議、5S 活動、覆面調査、社内にある美術部について（芸大卒の学生を積極的に採用し、店舗内に飾る彫刻や絵を作成、新しいことにも挑戦させる）、家族参加のイベントなどについても説明がありました。

「スタッフの良心がマニュアルを超える」「デジタルが進めば進むほど、アナログに。ただし、アナログを裏で支えているのはデジタル」などの名言もいただき、JCCが情緒産業を目指し、どのような取り組みをしているのか、よく分かりました。学生からの質問にも、快く答えていただき、先週に引き続き、学生に多くの影響を与えてくださったと思います。

文責：地域連携推進課 宜志富知恵子



第13回 飲食ビジネス概論 担当：上地恵龍

外部講師：株式会社えん沖縄 代表取締役社長 又吉真由美氏

今回は、株式会社えん沖縄 又吉真由美社長にをお招きし、日本・沖縄の食ブランドの海外発信についてお話いただきました。

まずは、自己紹介をしつつ、なぜ起業をしたのかということについて、ご自身の人生そのものを振り返りつつ、熱く語ってくださいました。ご主人と2人で「アメリカで飲食店をやろう」という夢が、出発点だったそうで、そこから、シンガポールに出店するまでの、いくつもの壁を乗り越えられたお話、店舗を拡張していったお話、沖縄の食材の貿易業を始めたお話などをしていただきましたが、又吉社長も、ビジネスで成功する人が使わない「あいうえお」（あ：あきらめい：言い訳 う：後ろ向き え：遠慮 お：思い込み）を使わないハングリー精神の塊のような方でした。

シンガポールで開業した当時（2000年）は、沖縄食材が現地で手に入らず、直接沖縄に買付けにきて、ちゅらさんの大ヒットで県外で沖縄ブームになっており海外との取引は見向きも

されず、アポさえとれず、門前払いの連続だったこと。県庁にいた知り合いをたずね、事情を話したら、新聞社の知り合いを紹介してくれ、翌日の新聞に載ったら、アポがとれるようになっただけでなく、応援もしてくれ、食材を仕入れられるようになり、シンガポールで沖縄フェアが開催できたこと。そのフェアが好評で、取材が相次ぎ、いつつぶれるかという状態から、大繁盛のお店になったこと。文章にしてしまうと、その迫力がお伝えしきれないかもしれませんが、そこには、数々の苦難を乗り越えたドラマがありました。

現在、シンガポールだけでなく、香港、マカオ、インドネシア、沖縄に店舗を展開し、おもてなしの心を「食」と共に発信するというだけでなく、沖縄食材のブランディングにも力を入れられ、アジアの各国へ沖縄食材を卸す貿易業もされているということでした。

アジア各国でのビジネス展開で、国により文化が違うが、それぞれにいいところがあり、そのいいところを集めると、チャンプルーのようにいい味になるのだそうです。沖縄のチャンプルー文化で育ったことがよかった、とおっしゃっていました。

また、海外でビジネスをするということは、語学や専門知識だけではダメで、そこに「おもてなしの心」がないと成り立たないのだそうです。

現在に至るまでに、SARS、リーマンショック、震災後の風評被害などもあり、壁が立ちほだかるたびに、超えろと言われていていると思うそうで、その壁を乗り越えて、継続し続けることが大切というお話でした。



文責：観光産業科学部 宜志富知恵子

第 14 回 飲食ビジネス概論 担当：上地恵龍

今回は、海外進出と課題について扱いました。外食産業の海外進出が活性化している理由として、

①国内市場規模の減少

②商圏内での競争が激化 があり、

国内での売上増加が困難と判断して、ノウハウがある企業の海外進出が近年増えているということでした。

海外への進出先の国としては、中国が中心となっており、その理由は、

①日本と距離が近い

②人口が多く（13 億）市場が大きい

③沿岸地域を中心に経済発展が著しい

④インフラ整備で今後の成長が見込める

⑤生活者の経済的水準も高くなる などがあるそうです。

その後、吉野家、味千、丸亀製麺、一風堂、すかいらーく、スシローなどの海外進出企業の事例紹介がありました。

外食産業が海外に進出するに伴い、そこに什器を提供する、厨房機器メーカーの進出もあり、ショーケース、冷凍冷蔵庫、製氷機などが日本と同じ仕様で手に入るようになったということでした。ただ、食材の調達については、輸送、通関、保管など手続きが煩雑で、苦勞が絶えないそうです。

また、企業文化の違いとして、遵法精神の違い、言語の壁、価値観の違い、資本投下の違いなどがあり、グローバル経営のむずかしさがあるそうです。

海外飲食ビジネス向けの人材育成については、専用のサイトがあったり、3 か月～1 年で調理人を育成する学校があったりするということでした。

海外進出は、グローバル化だけでなく、その地域に適用するローカリゼーションも求められるものの、「郷に入っては郷に従え」という格言の類で片づけられるものではない難しさもあるようです。

文責：観光産業科学部 宜志富知恵子

第 15 回 飲食ビジネス概論 担当：上地恵龍

今回は最終講義で、期末レポートについての説明がありました。期末レポートは、今から見る DVD2 本について、

①番組内容

②どこに注目したか

③自分の考え、結論

を 600 字～800 字で、指定用紙に記入する。提出期限：8 月 8 日（月）講義開始時間（10:30 までに提出）

1 つ目は、ミシュラン三ツ星を 2007 年からとり続けている、「すきやばし次郎」の寿司職人小野二郎さんを取り上げたもので、小野さんは現在 90 歳で、現役の寿司職人であり、ミシュラン史上最高齢の三ツ星シェフということでした。

生い立ち、経歴、こだわり、技術について、心がけていること、道具について語り、不器用だからこそ人の 3 倍やった。不器用だからこそ何度も考えた。という小野さんの、「常にまだおいしくなる方法があるのではないかと探していて、それが楽しい」「仕事とは、自分が合わせるもの。仕事が自分に合うのではない。自分が合わせる。没頭すれば好きになる」という言葉は、深く、重く響くものでした。

2 つ目は、パリで、日本人として初めて、ミシュラン二ツ星を獲得したフレンチレストラン「パサージュ 5 3」のオーナーシェフ佐藤伸一さんを取り上げたものでした。

開店半年で一つ星をとり、2 年目で二ツ星をとった佐藤さんですが、次の年にも星がとれるかという重圧がかかり、苦悩しているというものでした。日本人がフレンチの本場でフレンチレス

トランを経営するだけでも難しいのに、星をとってしまったがための苦惱ぶりは、経験しないと分からないものだろうと感じました。

まとめ

海外ミシュランの評価を受けた二人の料理人は、それぞれの分野の料理の独自性を裏付ける食材、調理技術、そして突出した創造性に加え、卓越さと日々の努力という料理人独特の真面目な気質を紹介した内容でした。日本の料理界は年功序列の世界であり、若い料理人の活躍する場は少なく、32歳で本場フランス料理のミシュラン評価を受け、文化、言葉の壁を乗り越える佐藤さんの姿勢は日本の若者に、リアルにヒントを伝えました。

ビデオ課題を通して、お客様に何を提供していくか、料理人(経営者)のコンセプトを確立することは飲食経営の重要な課題であるということが分かりました。コンセプトを明確化することによって、顧客はこの飲食店が自分に対して何をしてくれるのかを鮮明にイメージすることができるのであり、一過性の経済、景気のトレンドに左右されない強い飲食ビジネスの経営につながることを学びました。

文責：観光産業科学部 宜志富知恵子

4.講義「宿泊サービス概論」

宿泊サービスに対する正しい知識の習得から始まり、ホテル・旅館組織や業務の特徴とは何かといった基本知識を体系的に習得していく。また、宿泊業全体の運営や様々な経営資源の運用の在り方を、ケーススタディや宿泊施設の見学等を交えて考察していく。

	講義内容	外部講師
第1回	オリエンテーション	
第2回	ホスピタリティと宿泊サービス	
第3回	客室サービス	
第4回	客室サービス・料飲サービス	
第5回	料飲サービス	
第6回	ブライダルサービス	
第7回	宿泊サービス経営の特性①	
第8回	宿泊サービス経営の特性②	
第9回	プレミアムホテルグループの沖縄展開戦略	ハイアットリージェンシー那覇沖縄
第10回	旅館経営の現状分析	
第11回	ヒルトンホテルチェーンの国際事業戦略	ヒルトン・ワールドワイド社
第12回	沖縄のホテル市場とヒルトンの地域展開戦略	ヒルトン・ワールドワイド社
第13回	ホテル施設見学・総支配人講話	ハイアットリージェンシー那覇沖縄
第14回	旅館経営の事例紹介	百名伽藍
第15回	世界の主要なホテルチェーンとブランド	

第1回宿泊サービス概論 担当：平野典男

本日の講義も、クジ引きから始まり、6名の追加登録がきました。まず、「産学連携サービス経営人材育成事業」の概要、本プロジェクトの名称でもある「沖縄21世紀ビジョン」について、講義の予定について説明がありました。

本日は、「サービスとは何か？」や様々な側面からみた「サービスの定義・特性」について学びました。この講義では、「コトラーの定義」をサービスの定義としてすすめていくとのことでした。また、観光におけるサービス、サービス産業に必要なマネジメント能力についても説明があり、初回から盛りだくさんな内容でした。



文責：地域連携推進課 宜志富知恵子

第2回宿泊サービス概論 担当：平野典男

今回の講義は、まず、以下の質問について考えながらビデオを見ました。

<質問>

- Q1. サービスは「無償の奉仕」ですか？「商品」ですか？それとも「おまけ」ですか？
- Q2. 商品だとすれば、それはどんな「商品」ですか？例えば自動車など一般的な商品とは何が違いますか？
- Q3. 良いサービスとはどういうサービスですか？良いサービス提供者になるためには何が必要ですか？
- Q4. 「コンシェルジュ」はホテルに必ず必要だと思いますか？
- Q5. 「コンシェルジュ」の仕事は「無償の奉仕」ですか？「商品」ですか？それとも「おまけ」ですか？

ビデオは「もてなしの心 どこまでも」というタイトルで、一流コンシェルジュのみ入会が許される世界組織「レ・クレドール」で、現役にして名誉会員に認定された日本で唯一のコンシェルジュ阿部佳さんに密着したドキュメンタリーでした。“やるべきこと”だけではなく、“やった方がいいことは全部”やるという「攻めのもてなし」をする姿勢で向き合っており、接客はプロの仕事になるといい、プロとは「1つのことに関して、昨日より今日、今日より明日、もっと前に進もう、もっと先を目指そうという努力をいつも自然に楽しんでいる人」と定義。仕事は「趣味」だと言い切る人でした。

見終わった後、質問に対して学生から意見を聞きました。

Q1 について

- ・おまけ。サービスは無料でお金を払っていないのでおまけ。
- ・商品。サービスが1つの商品。コンシェルジュもすべてふくめて宿泊料に入っている。

Q2 について

- ・形がないが、思い出には残る目に見えない商品。
- ・心と心が通じ合う商品。

Q3 について

- ・お客様が何をしてほしいか、ニーズを捉えて提供する。

・あらゆる対応ができるように教養が必要。

Q4 について

・必要。いなくてもいいが、いた方がお客様の満足度が違う。

Q5 について

・商品。提供したサービスによって、また次も来たいというリピーターの確保につながる未来への投資。

という意見が出ました。

次に、サービスとホスピタリティについて、語源、歴史、概念の説明があり、本日の講義が終わりました。



文責：地域連携推進課 宜志富知恵子

第3回宿泊サービス概論 担当：平野典男

第3回の講義は、まず前回に引き続きホスピタリティとサービスについて、諸外国と日本での認識の違いなどの説明がありました。世界のホテルブランドの解説があり、同じ企業でも、顧客階層別にホテルのブランドを用意しているところが多いということが分かりました。

その中で、近代的ホテル経営方式を最初に導入した、ザ・リッツ・カールトンを取り上げ、価値観と理念の結集「ゴールドスタンダード」について解説がありました。

今回の講義のメインテーマは「客室サービス」で、宿泊部門の業務、業務の流れ、宿泊部門の目的、さらには、当事業の「経営人材の育成」の為に必要な、マネジメント側の管理項目、利益を上げるために何をするかについて説明があり、「レベニュー・マネジメント」について、定義、歴史、ブッキングカーブ、有効な条件等を学びました。

<本日の宿題>

SIGNUS社のホームページ <http://www.scignus.co.jp/> にある、「RM ONLINE GAME」を2回実施後、3回目は、レベニューマネージャーの指示を受けて再チャレンジを行ってください。次回の講義で、その結果と感想を尋ねますので、必ず実施してください。

文責：地域連携推進課 宜志富知恵子

第4回宿泊サービス概論 担当：平野典男

第4回講義は、まず、GWの沖縄観光が苦戦したというニュースをとりあげ、訪沖観光客が右肩上がりの時こそ、逆張りの発想も必要で、価格設定はいいのか、サービスは優れているのか、おごりがいいかなど注意しなくてはならないという話がありました。

次に、SIGNUS社のホームページにある、「RM ONLINE GAME」をやってみた結果の確認をし、学生からは、自分でやると50%くらいの稼働率で、アドバイスを受けて取り組んだ場合は80%くらいになった。宿泊数と単価の両方を考えないといけないことが分かったという感想がありました。

本日の講義は、ホテルの経営で非常に重要な、OCC(Occupancy = 客室稼働率)、ADR(Average Daily Rate = 平均客室単価)、RevPAR(Revenue par Available Room)について多くの時間を割き、計算方法や、数値の見方など詳しい解説がありました。その後、料飲関連部門の組織について説明があり、次週、詳しく扱うこととなりました。

文責：地域連携推進課 宜志富知恵子

第5回宿泊サービス概論 担当：平野典男

第5回の講義は、まず最初に、「高減価率ビジネス最前線」というビデオを観ました。通常の売上の内訳は、原価30%、人件費25%、固定費10%、その他光熱費+利益35%となるところ、120%~150%の原価率でも売上があるという飲食業の紹介でした。

沖縄の生け簀の銀次(居酒屋)、大阪のかき小屋ランドリー(牡蠣)、愛知の一五〇(いちごいちえ、寿司)が紹介され、それぞれ、メニューミックス、人件費を抑える、固定費を抑えるというやり方で、高原価率でも売上があがる仕組みを各企業の社長が語っていました。

生け簀の銀次は、当事業のコンソーシアム機関になっていただいている株式会社みたのクリエイトの田野社長が手掛けており、高原価率のメニューと低原価率のメニューをお客様がうまく組み合わせて注文することで、全体の原価率が下がるという戦略が分かりました。が、お客様の購買行動や購買意欲を理解していないとなかなか難しいのではないかと感じました。

かき小屋ランドリーは、店員が一人でやっていける仕組みを確立しており、一五〇は、あえて悪立地のところに店舗をかまえ、通常10%の固定費(家賃)を2%に抑えているということでした。

今回の講義テーマは、先週の料飲サービスの続きで、メニュープランニングでした。現状分析→プランニング→検討→レシピ作成→原価計算→メニュー決定という流れで、まずは、現状分析をするための売上分析(時間別、曜日別、月別)、メニュー販売数の分析、月別売上高分析(Zチャート、メニューABC分析)について解説があり、ZチャートとメニューABC分析については例をあげ計算方法や、分析の仕方など学びました。

次に、原価計算に必要な知識として、原価の構成、材料費の費用計上、材料費の計算方法などの解説があり、どのタイミングで消費とみなすかや、原価率の計算方法など学びました。

レシピ作成では、標準レシピ作成のメリット、誰が作っても同じ品質が保てるレシピカード、歩留りについて説明がありました。経営人材の育成を目的としている事業なので、宿泊施設について学ぶだけでなく、マネジメントに必要な数字や数式がたくさんでくるんですね。

文責：地域連携推進課 宜志富知恵子

第6回宿泊サービス概論 担当：平野典男

第6回はブライダルサービスを取扱いました。日本で使われている「ブライダル」という単語は、「挙式、披露宴、及び先立って行われる婚約から構成される儀式全体」を表す和製英語だそうで、英語でいう wedding の意味に近いそうです。

ブライダルは、ホテル業の三大営業部門（客室、料飲、宴会）の宴会の1つで、歴史からデータまで、ブライダルを掘り下げました。昭和40年代からバブル期にかけては、披露宴のショー化、教会で挙式をしてホテルで披露宴をする形が主流となっており、バブル崩壊以降は、平成5年の「ゼクシィ」の創刊によりブライダル情報が増加、個性化・多様化の時代となったそうです。

続いて、ブライダルマーケットを捉えるためにデータから現状を把握しました。

- ・日本では、平成27年データで、年間63万組（50秒に1件）結婚し、22万組（2分19秒に1件）離婚している

- ・結婚観の変化も婚姻件数の減少要因となっており、昭和59年は「結婚するのが当たり前」が61.9% 「必ずしも結婚する必要はない」が34.3%であるのに対し、平成20年には「結婚するの当たり前」が35%、「必ずしも結婚する必要はない」59.6%になっている

- ・平均初婚年齢は、昭和25年は男性25.9歳、女性23.0歳が、平成24年には男性30.8歳、女性29.2歳と上昇している

- ・生涯未婚率（50歳時点で一度も結婚したことのない人の割合）は男女ともに上昇傾向があり、今後も上昇が予測されている

- ・25歳から34歳の男女の結婚しない理由として、男性は「まだ必要性を感じない」女性は「自由や気楽さを失いたくない」が一番で、結婚できない理由として、男女とも「適当な相手に巡り会わない」としている

- ・就労形態と結婚意欲との関係性として、正規雇用者より非正規雇用者のほうが低くなっている

- ・近年の特徴として、「ナシ婚」というのがあり、婚姻件数と結婚式数から半数は結婚式をしていない

- ・「ナシ婚」の三大理由は、経済的事業・授かり婚・セレモニー嫌いとなっている

- ・ただし、今後挙式、披露宴を行う予定について、約4割は将来的にあるかもしれないと回答しており、潜在的需要はある

以上のことから、ブライダルマーケットは、マクロでみた場合将来有望なマーケットであるとはいえ、需要が減少する中、競争が激化することが予想されるため、海外も含めた潜在需要の掘り起こしや、商品開発力、販売力が問われる業界であるといえるということが分かりました。

次に、挙式・披露宴の実態として、

- ・挙式や披露宴、パーティの市場規模は1兆4000億円で、婚姻件数の減少や「ナシ婚」の増加

はあるものの規模は横ばいで、施設の供給過多が顕在化

- ・ 挙式会場は、約 3 割が一般結婚式場、約 2 割がホテル、2 割弱がハウスウェディングとなっていて、競争は激化している

- ・ 招待客数は、半数は 50 人から 90 人となっているが、沖縄や北海道など結婚式に独特の文化があるところでは当てはまらない

- ・ 平成 26 年の平均招待客数は 72 人、費用総額の平均は 333.7 万円（うち、カップル自己負担は 125 万円）となっていて、高品質のサービスを求めている、婚姻年齢の上昇により盛大に行う人が増え、挙式・披露宴の費用は上昇傾向にある

- ・ 沖縄リゾートウェディングは平成 15 年に 2500 組だったのが平成 25 年では 10921 組になっており 10 年間で 4 倍以上増えている

- ・ その理由として、海外リゾート地に劣らぬ魅力あるロケーション、挙式後の観光の充実、言葉や健康保険の面で国内という安心感（新婦の約 3 割が懐妊）、航空路線の充実、多様なスタイルを提供しているなどがある

- ・ 沖縄でのリーガルウェディングが香港の人にはステータスとなり増えてきている

ブライダル業界の動向

- ・ 圧倒的なシェアを持つ企業はない

- ・ ゼクシィ創刊により結婚情報誌がダントツで会場を検討する情報源となっている

ブライダル商品の特徴

- ・ 人生最大のエポックを演出する商品

- ・ 厳粛な契りの儀式と心和む宴という二面性がある

- ・ 新郎新婦を最高の形で来賓の前に披露するためのハードとソフトから構成される

- ・ お客様と打ち合わせ、コミュニケーションを重ねながら作り上げていく商品

- ・ 予約申し込みが特定の季節、日に集中する

- ・ 式場側が提供できる商品数には限りがある（通常 1 日 3 組）

- ・ 購入に関して女性が主導権を持つ

- ・ 高収益商品である（参加人数が多い。単価が高い）

- ・ 何か月も前に大量の予約が入り、取消リスクが低い

- ・ PR 効果が高い（同年代の子女をもつ招待客、新郎新婦と同年代の男女）

ブライダルをデータから見ると、やらないか盛大にやるかの 2 極化していることが分かりました。自部署に戻り、既婚者数人に聞いたところ、盛大にやったのは 1 人、「ナシ婚」が 4 人で、ナシ婚は上記データにあるように、経済的、授かり婚が理由であり、そして、これまたデータにあるように、いつかはやりたいと思っていることも分かりました。

文責：地域連携推進課 宜志富知恵子

第 7 回宿泊サービス概論 担当：平野典男

今回は、まず、先週のブライダルの続きで、「仕事ハッケン伝」というドキュメンタリーのビデオを見ました。芸人の虻川美穂子さんが、軽井沢ホテルプレストンコートで、介添えとウェデ

イングプランナーとして、実際の挙式を経験するというものでした。ウェディング業界に携わる者の心得として、一見、華やかで素敵なものではあるが、一生に一回のことなので失敗が許されないため、常に緊張感を持つことが大切というお話がありました。

また、介添えは、身だしなみのチェックが 50 項目もあり、体調管理も仕事のうちということでした。緊張しているカップルに安心感を与えるため、常に笑顔でいる必要もあり、5 キロ以上あるドレスの裾を片手で持ったまま、長いときは 10 分程度そのままだったり、華やかな世界の裏方の、普段知ることのない細やかな気配り・心遣いが分かりました。披露宴は具体的なイメージをもっていないカップルが多く、プランナーがカップルの気持ちに寄り添い、言葉の奥にあるこだわりを探し出すのだそうです。

ビデオの後は、宿泊業の経営体の特徴について学びました。宿泊業は、不動産投資事業とサービス業の融合で、より専門的なノウハウがそれぞれに要求されるため、性格の異なる 2 つのビジネスを分離するというホテル独特の経営形態が生まれているということでした。不動産の所有、経営、運営すべてを 1 社で行う直営方式、不動産の所有と、経営・運営が別会社のリース方式、不動産の所有・経営と運営が別会社の運営管理方式があり、外資系有名ホテルチェーンは運営管理方式が多いそうです。

次回も引き続き宿泊業の経営体について、行っていきます。

文責：地域連携推進課 宜志富知恵子

第 8 回宿泊サービス概論 担当：平野典男

今回のテーマは宿泊サービス経営の特性の続きで、9 つの特徴を取り上げました。

特徴①は復習で、運営システムについてでしたが、運営受委託方式について、詳しい説明がありました。

ホテル専業会社は、総支配人・幹部スタッフ派遣、ノウハウ（マニュアル）提供、広告、予約システムの提供、ホテルブランド提供を行い、事業主は、委託料（総収入リンクの手数料+GOP リンクの手数料）と総支配人・幹部スタッフの人件費負担をするというもので、世界のホテルの 40~50%はこの方式なのだそうです。

フランチャイズ方式というのもあり、こちらはコンビニ同様に所有・経営・運営は事業主が行い、ホテル専業会社は、商標権使用許諾と経営支援だけ行うものだそうで、次週、外部講師にお招きしている、ハイアットリージェンシー那覇沖縄などはこの方式ということでした。

特徴② 資本の固定度が高い→投資額の 80%は土地・建物などの固定資産となり、初期に多額の投資が必要だが、担保能力や減価償却能力が高く、節税効果も高い。

特徴③ 資本回転率が低い→投資回収期間が長期化する。他の業種と比較しても、不動産業と飲食宿泊業は資本回転率が低い。

特徴④ 装置産業である→一度作ったらなかなか手を加えられないので、最初の商品化計画が非常に重要になる。

特徴⑤ 立地条件に左右される→大立地条件（県単位レベルでの人口、都市タイプ、発展性、交通機関、消費水準など）と、小立地条件（駅前、ビジネス街、空港、景勝地など）を考慮する

必要があり、立地が経営を左右する。

特徴⑥ 労働集約型→従業員がたくさんいるということ。客室数以上に従業員がいて、人件費はだいたい30%くらい。従業員のシフトは1ヶ月単位の變形時間労働制をとっており、組み方が大きく経営に影響する。

特徴⑦ 業況→同時消費型で在庫ができない。設備・商品の經濟陳腐化が早い。

特徴⑧ 損益→稼働率と損益の相関が強い。GOP が運営管理指標に用いられる。ホテル業界では、ワールドワイドな統一会計、ユニホームシステムがある。※GOP = Gross Operating Profit

特徴⑨ 財務→資本回転率が低いので、借入金の返済が長期化（10年以上）する。自己資本装備率を高くすることが望ましい。

<中間レポート>

1. 宿泊ビジネスに、レベニューマネジメントの考え方が導入された理由を、サービスの特性と関連づけて説明しなさい。

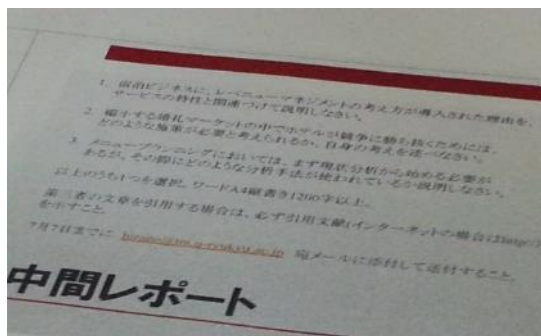
2. 縮小する婚礼マーケットの中でホテルが競争に勝ち抜くためには、どのような施策が必要と考えられるか、自身の考えを述べなさい。

3. メニュープランニングにおいては、まず現状分析から始める必要があるが、その際にどのような分析手法が使われているか説明しなさい。

以上のうち1つを選択。ワードA4用紙を縦に横書き1200字以上。第三者の文章を引用する場合は、必ず引用文献(インターネットの場合はhttp:/)を示すこと。

<次週のお知らせ>

ハイアットリージェンシー那覇沖縄 総支配人 佐藤様をお招きし、プレミアムホテルグループの沖縄展開戦略について講話いただきます。



文責：地域連携推進課 宜志富知恵子

第9回宿泊サービス概論 担当：平野典男

外部講師：ハイアットリージェンシー那覇沖縄 総支配人 佐藤健人氏

今回は、ハイアットリージェンシー那覇沖縄の佐藤総支配人をお招きし、ホテルの経営方式やホテル戦略などについてお話いただきました。ハイアットリージェンシー那覇沖縄は、KEN グループのケン不動産リースが所有・経営・運営（直営方式）をしており、ケン不動産リースは、

プレミアムホテルグループとして、国内に 21 ホテル 3,763 室、海外に 9 ホテル 4,030 室を展開している会社です。2020 年までに 40 ホテル 11,000 室を目指しているということでした。

次に、ホテルの運営形態の違いについて、具体例を示しながら説明がありました。先週までに 1 度とりあげましたが、より理解が深まったと思います。

多くのホテルはマネジメント方式（所有・経営と運営が別）を採用しており、直営には自社ブランドとフランチャイズがあるということでした。

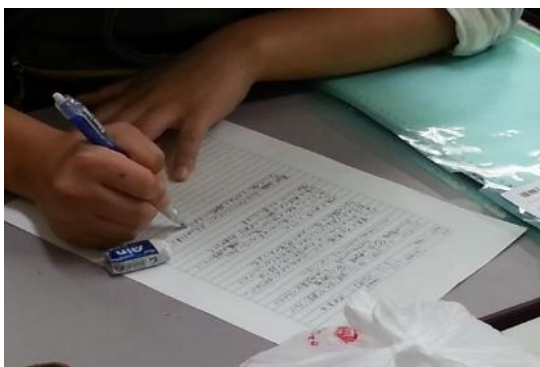
ホテル戦略として、チェーン戦略とエリア戦略（ドミナント戦略）があり、チェーン戦略は、例えばヒルトン（4000 軒）、マリオット（4000 軒）、シェラトン（1200 軒）、インターコンチ（4500 軒）、ハイアット（600 軒）、ニッコー（73 軒）のように、全世界に同じブランドのホテルを展開することで顧客を増やし、ブランド価値を高める戦略とのことでした。

一方、エリア戦略は、1 つの地域に多くホテルを持ち地域内のシェアを拡大する戦略で、より地域観光にも密接にかかわるものということでした。

通常は、地元資本の会社がこの戦略をとることが多く、ケン不動産リースのように地元資本以外の企業がエリア戦略を取ることは珍しいそうです。同社では、1 つの地域に、異なるブランドの直営ホテルを複数展開しています。これは、フランチャイズの場合は、商圈保護のため、同じブランドのホテルは同じ地域には建てられないからだそうです。

エリア戦略の事例として、グアムの事例の説明があり、グアムでは、島内シェアが 30%もあるということでした。宿泊客数を増やす場合、通常は他のホテルに泊まっている客を自社のホテルに誘致するのですが、30%のシェアをもっていると、何もしなくても 3 人に 1 人は自社ホテルに泊まるということになるため、他からどうやって自社ホテルに泊まってもらうかということではなく、グアムに来る観光客をどうやって増やすか、ということを考える必要があるそうです。そのための営業改善、食材改善、エンジニア改善、会員組織、エンターテイメント施策などについて説明がありました。まさに地域密着のビジネスとして成り立っていることが分かりました。

最後に、ホテルビジネスは、地域を活性化する、地域を変える力をもっており、地域創生、観光業界発展に貢献できる、夢があるビジネスだと熱く語られました。佐藤総支配人には、7 月にもハイアットリージェンシー那覇沖縄で、講義をしていただきます。



文責：地域連携推進課 宜志富知恵子

第 10 回宿泊サービス概論 担当：平野典男

今回は、旅館経営の現状分析ということで、旅館業法における、ホテルと旅館の定義について説明がありました。「民泊」の多くは、旅館業法上は違法ですが、2020 年のオリパラに向け、宿泊施設が不足なのは必至で、特区で緩和することや、法改正の動きがあるということでした。

旅館の軒数は年々減少しており、その原因として、以下の 6 点があげられるそうです。

1. 旅行形態・需要の変化

- ・ 職場・地域などの団体旅行から、家族、友人などの個人旅行に変わってきている
- ・ 社員旅行の減少（大部屋に詰め込めば詰め込むだけ利益になるという仕組み）

2. 宴会離れ

宴会があると、

- ・ アルコール類の消費が多く、利益になっていた
- ・ 大皿料理がメインで、盛り付けを考慮せず並べておけばよく、効率もよかった
- ・ 多量一括仕入れでコストダウンが可能だった

少人数で宴会がないと

- ・ 部屋食になり、調理・盛り付け・配膳など配慮と手間がかかる
- ・ 官官接待が非難の対象になり宴会ブームが去った

3. 景観

温泉街では、宴会が主で温泉は添え物だったため、外見にこだわらず拡張競争をしてきたため、電線がむきだし、複雑怪奇なコンクリートの建物、派手な看板など景観を阻害している

4. 情緒の劣化

温泉街には、共同浴場、その周囲に旅館、土産物店、飲食店、歓楽街、風俗営業などが立ち並んでいたが、旅館の不振により、廃墟同然の建物が並ぶエリアも見られるようになってきた

5. エージェント依存、インターネット対応の遅れ

個人でのネット予約が増えていくにつれ、代理店を通さなくなり、ホテルなどのネット予約ができるところに、客が流れている

6. 経営者側の問題

- ・ 経営者の高齢化により経営意欲の低下がある
- ・ 後継者不足
- ・ 建築基準が新しくなり、今までと同じ建坪率で建てられないものが多くなったことで、建物を改築できず老朽化している

旅館業の課題として、事業再生、旅館商品の差別化、マーケティング、訪日外国人客の受け入れがあり、うまくいった例として、「湯の宿 いづみ荘」「黒川温泉」「澤の屋旅館」を取り上げ、マーケティング、差別化、外国人客の受け入れ方などの実例の説明がありました。

次回は、7/4（月）8：30～11：50 法文新棟 215 教室で行います。ヒルトン・ワールドワイド 開発統括部長 日本地区担当 藤本博久氏をお招きし、1 限、2 限連続講義を行っていただきます。曜日も教室も変更ですので、間違えずに来てください。

文責：観光産業科学部 宜志富知恵子

第 11 回・12 回宿泊サービス概論 担当：平野典男

外部講師：ヒルトン・ワールドワイド 開発統括部長 日本地区担当 藤本博久氏

今回は、ヒルトン・ワールドワイド 藤本開発統括部長をお招きし、1,2 限連続講義を行っていただきました。

1 限目は、ヒルトンホテルチェーンの国際事業戦略

2 限目は、沖縄のホテル市場とヒルトンの地域展開戦略 について取り上げました。

まず、ヒルトンの概要について、ブランド数、ホテル数、客室数などデータから解説があり、ヒルトンは、エコノミーからラグジュアリーまですべての層を網羅しているホテルチェーンで、認知度、使用率も高いということが分かりました。

次に、ヒルトンが力を入れている購買、予約、デジタルコンテンツ、メンバーシップ、提携パートナー、レベニューマネジメントなど、10 項目について説明がありました。ホテル経営は、ホテル単体だけでは限界があるため、チェーン全体で様々な強力サポート体制ができあがっているそうです。

日本国内では、13 軒のヒルトンがあり、国内でのサポートは 100 名体制、さらにグローバルなサポートもあり、営業利益も高いということでした。13 軒のうち、半数はリブランドで、インバウンドが伸びてきたことで、海外の集客力のあるヒルトンに変更するオーナーが多いのだそうです。

沖縄県内では、ヒルトンは 3 軒あり、今後もドミナント戦略により増えていく見込みだそうです。沖縄は、1 年を通じてコンスタントに観光客が訪れており、シーズンリティが少ないということ、空港からモノレールで那覇市内に楽々移動が可能、レンタカーで移動がメインなので回遊性が高い、中部・北部への観光地へも車で 1~2 時間でいけるという点が魅力ということでした。

ヒルトンは長い歴史の中で、新しい試みを常にしており、人材育成にも力を入れていることが分かりました。



文責：観光産業科学部 宜志富知恵子

第 13 回宿泊サービス概論 担当：平野典男

外部講師：ハイアットリージェンシー那覇沖縄 総支配人 佐藤健人氏

今回は、ハイアット・リージェンシー那覇沖縄を会場に、佐藤総支配人によるハイアットができるまでのお話と、施設見学をさせていただきました。

ハイアット・リージェンシー那覇沖縄は、前回講義の際、KEN グループのケン不動産リースが所有・経営・運営（直営方式）をしていると教わりましたが、土地取得、建築、ブランド選定、開業準備を経て開業するまでのお話をさせていただきました。

開業までの道のりは、大きいものから小さいものまで多くの困難があったということでした。その苦労話の1つ1つをお聞きするうちに、ホテルの高級なイメージの裏側には、「シャンプーは実際に使ってから決める」「歯ブラシは10種類以上取り寄せて選ぶ」などのこだわりと、1から作り上げていく作業の積み重ねがある、ということが分かりました。「人が集まるところにドラマがある」とおっしゃった総支配人の言葉が、印象的でした。

その後、3つのグループに分かれ、客室、フィットネス、レストラン、さらには、バックオフィスや社員食堂まで見学させていただきました。



文責：観光産業科学部 宜志富知恵子

第 14 回宿泊サービス概論 担当：平野典男

外部講師：百名伽藍オーナー兼総支配人 瀧辺美紀氏

今回は、百名伽藍オーナー兼総支配人 瀧辺美紀氏をお招きし、百名伽藍のサービス経営についてお話いただきました。まず、サービス業に携わるならば、前提として、「人間が好きであること」が理論ではなく、感性の問題として必要になってくるといふ素質のお話から始まりました。

1. 観光地の魅力

街の作り方としては、ラスベガス、バルセロナの自利利他な街づくりが沖縄にも取り入れられる。ラスベガスもバルセロナも国際通りと同じ長さの通りがあり、ホテルを利用するお客様だけを囲い込み提供するのではなく、通りを歩く人にも無料で提供し、魅力を点ではなく、面としてつくるのが大切。

2.なぜ、沖縄に百名伽藍をつくったか

「沖縄の文化を広く深く正しく世界に発信する」という理念がある。沖縄はアジアの国々にとっては、日本の入口でもある。百名という地は聖地の1つであった。

3.独自コンセプトの構築

リゾートとは Re Sort、つまり一度自分を無にして仕切り直すと捉えており、究極のリラクゼーションを提供したいということで、禅を取り入れた。全国の禅の施設を視察し、空気感を学んだ。百名伽藍には自動ドアがない。機能性価値より感性的価値を追求した。表はアナログで、裏側は超デジタルで、タブレットで予約状況、売上、決裁などすべてができるようになっている。ブランドとは、品質の高さ、他にない特徴を持つということから、百名伽藍をブランドとして作り上げた。

4.設計のこだわり

周囲の雰囲気を変えないよう、ビルではないホテルを建てた。波の音を聞いてもらうため、低層になっている。琉球石灰、チャーギ、月桃和紙などを取り入れるなど素材にもこだわった。(地域に根付くには半径5キロ圏内のものを使うと地域に融合される)コンセプトはぶれたらいけない。統一感を損なわないようにするため、一人で設計から備品調達まで行った。

5.経営シミュレーション

部屋数や単価は一度決めると変更ができないため、研究し尽くして20室前後がいいということで現在17室。料金は、シーズン料金なし。常に同じ魅力を提供する。顧客ターゲットも設定。全部を取ろうとすると中途半端になるため、コンセプトに共感してくれる人とした。広告宣伝費をかけずにPR。取材や口コミで広がった。

6.百名伽藍の人材育成

CS (Customer Satisfaction)からCD (Customer Delighted)の時代へ。期待通りのことをするのがCS。期待以上のことをすると感動しCDとなる。お客様の希望に沿うためにはマニュアル通りにいかない対応が求められるので、マニュアルはない。マニュアルには記載できない、各人の工夫がある。工夫をしないと成長がうまれない。

最高のおもてなしを提供するための、多くのこだわりと、柔軟な人材育成、そして、裏側での高度なIT化などの努力と工夫を学びました。

最後に、「努力をしても報われないこともあるが、努力をしないと成功はない。」というメッセージをいただきました。



文責：観光産業科学部 宜志富知恵子

第 15 回宿泊サービス概論 担当：平野典男

今回は世界の主要なホテルチェーンとブランドについて扱いました。主要なホテルチェーンは、いわゆる「外資系」と呼ばれることが多いですが、「所有・経営・運営」のすべてを外資がやっているのは少ないということでした。

一般的に使われている「外資系のホテル」というのは、運営の部分を外資がやっているものを指していることが多く、「外国オペレーターが運営をしているホテル」というのが実態に即しているそうです。近年では、運営だけでなく、賃貸契約をして経営にも関与している外国オペレーターも、増えてきているということでした。

外国オペレーターの運営の特徴として、

1.ハードウェア

- ・TPO にあったデザイナーを起用し、非日常的な空間を創造
- ・定期的な改修・改装を方針化

2.ソフトウェア

- ・プロの GM、幹部が派遣されチェーンの運営方針の指示徹底
- ・部門別利益管理制度による責任権限の明確化
- ・現場重視のマネジメントスタイル
- ・即断即決のスピード運営姿勢

3.ブランドバリュー

- ・チェーン展開により知名度向上
- ・自社の販売網を通じ安定した顧客の獲得

という点があげられるそうです。

世界のホテルブランドの紹介があり、ブランドは無形価値で、ブランディングをすることで企業価値向上が図れるということでした。

ブランディングの際には、

- ① 顧客が誰で
- ② どのようなニーズを持っているのか
- ③ 顧客のプロファイルを理解する
- ④ 自分たちのホテルがどういう利益で存続しているのか
- ⑤ コアなコンセプトを定義し、ホスピタリティーを実現する

必要があり、お客様にとっては、自分の価値観に合う商品やサービスが選びやすくなる活動で、この WIN・WIN の関係の真ん中に、ブランドの存在はあるそうです。

また、1つの企業がいくつものブランドをもっているときは、体系だてて整理し、どこに投資するかを判断する意思決定の枠組み、ブランド・ポートフォリオも必要ということで、各ホテルの取組の紹介がありました。

文責：観光産業科学部 宜志富知恵子

5. 講義「物流サービス概論」

サプライチェーンのグローバル化が叫ばれる今日、物流の重要性はますます高まっており、我が国においても、物流サービスの国際競争力の強化が喫緊の課題となり、3PLの出現やRFIDの開発などにより業界再編も加速化している。沖縄県でも現在、歴史的・地理的優位性を活かし、アジアのゲートウェイとして、那覇空港・那覇港を基軸とする国際物流拠点の形成を目指し、様々な取り組みが進められている。本講義では、物流サービスの基本知識や、今後ますますグローバル化・専門化・高度化する物流サービスを学ぶ。

	講義内容	外部講師
第1回	物流とは何か	
第2回	ロジスティクスの歴史	
第3回	SCM(サプライチェーンマネジメント)の登場	
第4回	グローバル企業とSCM	
第5回	ヤマト運輸のアジア戦略	沖縄ヤマト運輸株式会社
第6回	これまでのまとめと小テスト	
第7回	ハブ空港の原理	
第8回	那覇空港ハブの戦略	
第9回	データに見る那覇空港ハブの成長	
第10回	これまでのまとめと小テスト	
第11回	全日本空輸の沖縄ハブ事業	株式会社 ANA Cargo
第12回	我が国の港湾・沖縄県の港湾	
第13回	アジア諸国シームレス物流	琉球海運株式会社
第14回	近海国際物流の可能性	
第15回	これまでのまとめと小テスト	

第1回 物流サービス概論 担当：知念肇

今週より後期の講義が始まり、本事業としては、本日の物流サービス概論から始まりました。定員40名に対し、追加登録希望者が36名もおり、定員の倍の人数が集まりました。登録取り消しも考慮し、前期同様「くじびき」で追加登録20名を決定しました。惜しくも外れてしまった学生さんは、また来年お願いします。

まずは、本事業の概要について、下地学部長より説明がありました。講義は、「イントロ・物流について」ということで、始めに、買物をした場合としない場合に経済がどう動くかという点について、ビデオを見ました。

購買の伸び率が0.6%しかなく、買い控えが続くと、値下がりし、それ最終的には従業員の働く機会を減らすというデフレになり、デフレスパイラルの流れができてしまうということでした。デフレスパイラルとは、価格が下がると価値が下がり、価値が下がると価格が下がるという悪循環のことで、それを防ぐには価値を守ることが必要だという話でした。

価値を守る方法として、伝統に基づくマーケティング、経験に基づくマーケティング、データに基づくマーケティングの例をビデオで見ました。

なぜ価値を守るかということ、競争社会で、販売だけでなく物流の知識のある会社が参入してきているからということでした。その例として、スターバックスの物流について取り上げました。

本日のテーマ「物流とは」、運送・荷役・保管・流通加工・包装・情報管理からなるものであるということでした。次週は、ロジスティックスについての講義です。

文責：観光産業科学部 宜志富知恵子

第2回 物流サービス概論 担当：知念肇

今回はロジスティックスの歴史というテーマでした。物流とロジスティックスの定義の違いと、倉庫・配送センター配置の違いについて解説がありました。

物流の場合は、「工場が作ったものを倉庫に保管し、受注後、配送センターに送り、店舗に配送される」という仕組みで、ロジスティックスは、「工場が受注を受けて生産し、倉庫に保管することなく、配送センターに送り、店舗に送る」という仕組みになっており、ロジスティックスは、作りすぎと欠品の防止になるということでした。

ロジスティックスの発展の歴史は、以下のようになっているそうです。

1800年頃、蒸気機関車が導入されたことにより、大量輸送が可能になる。

1940年頃、自動車やトラックなどの新しい輸送手段が生まれ、戦争時、武器調達のネットワークを構築した陣営が勝利したこともあり、ロジスティックスの重要性が全世界で認識された。

1956年 コンテナを船で運ぶというアイデアにより、時間・コストの大幅短縮につながった。

1970年～80年頃 トヨタによるカンバン方式の提案で、必要な量を必要な時に調達するようになり、部品レベルにまで無在庫経営を拡大した。

1990年頃 コンピュータ技術の応用で、顧客の購買変化への迅速な対応や、購買データ分析が

可能になり、効率的な顧客対応が可能になった。

現在 サプライチェーンマネジメントにより、材料の調達から、エンドユーザーに届けるまでの全過程を管理することで、全体最適を実現。グローバル化の概念が行き届き、規制を最小限にし、国際取引を活発にする動きが広がっている。

近年ではインターネットでのショッピングが増えており、配送サービスもスピード化しているということでした。そのスピード化に貢献している、ヤマト運輸の仕分けや、アスクルの画像解析を利用した自動ピッキングなどをビデオで見ました。

また、スピードを追い求めないやり方として、フェアトレードという仕組みの紹介もありました。スピードを求めることが、社会的・経済的に弱い立場にいる労働者や原料生産者に、過酷な労働を強いることにもつながっているという側面もあり、そのような労働者・生産者の生活改善と自立をめざし、公平な貿易をする運動も広がっているということでした。



文責：観光産業科学部 宜志富知恵子

第3回 物流サービス概論 担当：知念肇

第3回はサプライチェーンマネジメントはオーケストラ！というテーマの講義でした。韓国のサムスンを取り上げました。サムスンは、日本国内4か所（那覇、博多、関西、成田）から電子部品を、翌日の生産スケジュールに合わせて輸入し、無在庫でJIT（Just In Time）を達成している企業だそうです。

まずは、時事問題として、サムスンのギャラクシーノート7の発火問題について、ビデオを見ました。サムスンのSCMは、日本の部品メーカーから仕入れ、サムスンで作り、中国のエンドユーザーに販売するという流れになっているということでした。

サムスンのスマホには、日本企業の電子部品が多く使われており、電子部品の企業は、かつてはメーカーの下請けで、メーカーから切り離され独立をした企業が多いそうですが、優れた部品を作り、シェアを拡大していくと、SCMのリーダーが電子部品の企業になり、必ずしもメーカーがSCMのリーダーではなくなってきたということでした。

スマホ市場は、今後小さくなっていくと予測されていますが、電子部品の企業は、今後需要が見込まれる自動車の自動運転の部品へと、現在シフトしているということでした。

SCMでは、部品の調達からエンドユーザーまでの全過程を管理しますが、デメリットとして、

無駄も生み出しており、その例として、フランスの食品廃棄についてビデオを見ました。SCMは、今、新たな進化をしなければいけない段階に入っているということでした。



文責：観光産業科学部 宜志富知恵子

第4回 物流サービス概論 担当：知念肇

今回は、3PL（サードパーティロジスティクス）を取り上げました。売り手でも買い手でもない第3者にロジスティクス部分を任せることで、その例として、LEGOのロジスティクスを扱っているDHLについてビデオを見ました。

LEGOは、任天堂などのTVゲーム界を最大のライバルとし、ブロックだけでなくLEGO Universeというマルチプレイヤーオンラインゲームを展開しており、ロジスティクスをアウトソーシングすることで、コストを削減し、その研究開発に費用をかけることができ、生産の効率化を図っているということでした。

アウトソーシング先(3PL業者)として、DHLと提携をし、DHLに流通加工、梱包、仕分けなどのロジスティクス部門を委託しているそうです。DHLは、3PLの中でもアセット型という業者で、アセット型は、倉庫、トラック、航空機など自社でインフラを保有し、商品管理、流通加工、梱包、配送などを一元管理している業者を指すという説明がありました。

一方で、インフラを所有せず、アセット部門をアウトソーシングしている3PL業者もあり、その場合、インフラを所有する業者に業務委託をし、全体を管理している業者もあるということでした。

アセット型は一元管理できる一方で、アセット（資産）を保有しているため、固定費を下げるのが難しいというデメリットもあり、その逆で、アセット部門をアウトソーシングしている3PL業者は、安くできるところに委託できるというメリットもあるそうです。

次週は、沖縄ヤマト運輸株式会社の赤嶺社長が講義をしていただきます。

文責：観光産業科学部 宜志富知恵子

第5回 物流サービス概論 担当：知念 肇

外部講師：沖縄ヤマト運輸株式会社 代表取締役社長 赤嶺真一氏

今回は、沖縄ヤマト運輸株式会社 代表取締役社長 赤嶺氏をお招きし、講話いただきました。モノと思いを運ぶ「宅急便」ということで、まずは宅急便のしくみからご説明いただきました。

宅急便は、1976年に11個の荷物を運ぶことからスタートし、2015年度には17億個以上の荷物を運んでおり、クール宅急便が開発されてから、買う側だけでなく、売る側にも、販売戦略上の武器となり、右肩上がりに伸びているそうです。また、3割は通販が占めており、通販と一緒に成長をしてきているということでした。通販で買った際、買う側は「すぐに欲しい」と思っており、即日配達を実現してきたそうです。

宅急便は、トラックと人さえいればできるというイメージを持ちがちですが、荷物の仕分け、追跡サービス、代引きなどの決済技術など、IT技術も多く取り入れられているということでした。

次に、沖縄国際ハブの説明がありました。沖縄国際ハブは、日本国内およびアジア諸国から24時間通関対応をしている那覇空港に、深夜、荷物を積んだ航空機が一度に集まり、一度に下し、飛んできた地域・国宛の荷物を積み込み、戻っていくというシステムで、那覇空港から国内、アジア主要都市に4時間以内という距離にある沖縄の、立地を生かしたシステムなのだそうです。これにより、夕方とれたフルーツや海産物が翌日には各国に届き、鮮度を保ったまま、アジア諸国の飲食店等で提供できるのだそうです。

また、沖縄ヤマト運輸には、サザンゲートというグローバルロジスティクスセンターが那覇空港近くにあり、そこでは、保税状態のまま加工、修理、印刷、洗浄などの作業や、緊急パーツの保管もやっており、受注メット時間が伸ばせる、JIT(Just In Time)での供給可能、保税状態のため、関税なし、輸入手続きなし、消費税なしで物流に係る費用がコストダウンできる、海外と同じリードタイムで、「Made In Japan」が手に入るという多くの付加価値も提供しているということです。

最後に、全国に5万人もいるセールスドライバーは会社の財産であり、すべてのドライバーが名前と呼ばれるようになるよう、人材の育成をしているというお話がありました。全国のドライバーから寄せられた、「ありがとうと言われた時」のビデオをみて、社訓にもなっている、「運送行為は委託者の意思の延長と知るべし」という言葉のとおり、宅急便は、荷物を運んでくるだけでなく、そこに込められた思いも運んでいるのだということが分かりました。



文責：観光産業科学部 宜志富知恵子

第 6 回は小テスト

第 7 回 物流サービス概論 担当：知念 肇

今回の講義は、「ハブ空港の原理」をテーマに、航空機による物流を扱っていきます。まずはビデオで、那覇空港の沖縄貨物ハブの実態を紹介しました。那覇から 4 時間圏内には 20 億人のマーケットがあり、沖縄貨物ハブの誕生により、東北でとれたフルーツや海産物が、翌日夜には香港の飲食店で提供できるようになった、ということでした。

また、国際物流特区内に沖縄ヤマト運輸のサザンゲートができたことで、化粧品の充填作業等が保税状態のままでき、スピード配送も可能になったそうです。

航空機での貨物輸送は、先日交通サービス概論でも学びましたが、シカゴ・バミューダ体制という二国間協定が必要で、カボタージュを留保しています。ところが、協定の交渉中に動きの早い市場が変化してしまうということもあり、オープンスカイ協定が登場したそうです。オープンスカイ協定では、たとえば EU では、域内を完全自由化し、EU 国籍の航空会社は、EU 圏内に路線を自由に開設できるようになったり、欧米間でも新たに協定が結ばれ、世界の空の自由度が高まっているということでした。

日本では、オープンスカイ協定に慎重な面もあり、各国との協定はあるものの、首都圏の空港ではなく、地方空港において以遠権の自由化を認めたというケースが多く、外国の航空会社にとっては魅力に乏しいという現状だそうです。

オープンスカイ協定により、ドアツードアの配送を世界規模で展開する欧米のインテグレーターが、アジア市場に参入してきており、日本の対応が問われているということでした。

その中で、ANA による沖縄貨物ハブは、日本で初めてのビジネスモデルで、ハブ&スポーク方式により、アジアの主要な市場を面でカバーし、高速ネットワークで結びつけており、高い評価を受けているのだそうです。

文責：観光産業科学部 宜志富知恵子

第 8 回 物流サービス概論 担当：知念 肇

中国では今、EC(電子商取引)が盛んである。とりわけ「独身の日」と呼ばれる 11 月 11 日は、国を挙げてのイベントとなっている。中国ネット販売最王手のアリババの今年の売り上げは、1 兆 9,000 万円に達した。

さらに最近の傾向として「越境 EC」により、外国の優良製品をネットで購買する中国の消費者が、増えている。ネットで注文される商品は、あらかじめ中国国内の自由貿易とくに保管しておくか、注文が入り次第、日本より発送する。ネット画面上では、日本国内での販売価格も載せてあり、それより少し高いが、爆買のための旅行代金を考えれば割安と感じる人々が多い。

このように一見、日本製品が売りやすくなったように見えるが、実は、売れるのは資生堂、花王といったブランドを確立した大手メーカーのみで、海外での販売に慣れていない弱小ブランドは苦戦をしいられている。そこで、アリババは日本企業を集め、中国ネット販売で売れるため

のノウハウを伝授する活動を始めている。製造元や含有物の詳細な紹介やインターネット・テレビを使った実演などが効果的である。

次に、香港では日本食品が人気であるが、1960年代後半から販売されている日清食品の「出前一丁」がインスタントラーメン市場の6割を占めている。日清食品では、外国での食品の販売成功の秘訣として以下の項目を挙げている。

- ・それぞれの海外法人に開発部隊
- ・日本人と現地人の混成チーム
- ・現地で話題の店を食べ歩き
- ・モデルとなる店と味を設定
- ・消費者の声を聞きながら商品化
- ・売れ行きを見て、必要なら手直し

地方の中小企業にも十分に可能性があるという香港大手卸企業は言う。鹿児島食品会社の例でいうと、日本の大手ブランドが埋めきれないニッチを開拓することである。最後に、沖縄の泡盛についても、ミラノから食品輸入業者が来て、味を宝石のように絶賛していた。物流システムは既に整っているので、沖縄の企業もアジア展開を本気で考える時が来た。

文責：観光産業科学部 教授 知念肇

第9回 物流サービス概論 担当：知念 肇

講義はまず、日本市場がアジア戦略を考える上で、非常に重要であるということの確認をフランスの冷凍食品業者ピエールの東京出店を事例に行った。日本で売れる商品=高品質というイメージを作り上げるので、最終的に中国市場を狙っている欧米企業であっても、日本でブランド力を試すことが重要である。

その後、本題の「データで見る那覇空港ハブの成長」に入った。データは、2015年1月～12月沖縄地区税関速報値を使用した。輸出については、精密機器及び電気機の全てが韓国向けであった。次に、食品の最大の輸出国は香港であった。とりわけ、肉類は沖縄より輸出される肉類の100%が香港向けであった。野菜果物に関しても最大の輸出国は香港であったが、農産物の輸出に関する問題はむしろ我が国の供給体制にあると考えられる。農業の成立しない都市地域である香港に対し、オールジャパンで供給計画を作成すべしと考える。(農業については、オランダのIT農業とイオン農園といった農業法人をビデオで紹介)化粧品、ビールの最大輸出地は、台湾、香港であったが、これらの商品は沖縄を訪れる観光客数に比例している。

一方、輸入に関しては、電気機器及び精密機器の我が国への供給は、中国、韓国、台湾の東アジア地域が担っている。ただし、航空貨物比率が低く、ほとんどが船舶に頼っている。衣類及び同附属品に関しては、平均約55%の航空貨物比率であり、アジアからの輸入割合は80%、月平均輸入額1億円に安定している。

これまで統計的なメスが入らなかったのが現実であり、今後はこれら

の統計データをどう生かすかが課題となる。

文責：観光産業科学部 教授 知念肇

第 10 回は小テスト

第 11 回 物流サービス概論 担当：知念 肇

外部講師：株式会社 ANA Cargo 沖縄統括室長 高濱剛司氏

今回は、ANA Cargo より沖縄統括室長の高濱剛司氏をお迎えし、沖縄貨物ハブと新たなビジネスモデルをテーマにお話しいただきました。

まずは、ANA Cargo の会社概要、続いて機材について説明があり、旅客機と貨物専用機を持つ本邦唯一のコンビネーションキャリアであるということが分かりました。また、貨物専用機は、B767 で 12 機あり、旅客便と貨物専用機を組み合わせた航空貨物ネットワークを築いているということでした。

次に、沖縄貨物ハブ戦略について解説がありました。アジアゲートウェイ構想により、2009 年より沖縄県との協業で事業展開をしているそうで、沖縄から 4 時間圏内の 20 億人マーケット、那覇空港の深夜貨物便ネットワークなどについてお話しいただきました。また、沖縄ハブのスケジュールも紹介いただき、翌日には、各拠点へ届く仕組みが分かりました。

拠点以外の場所からの貨物がどうなっているかということ、例えば鹿児島から上海への輸送は、鹿児島→羽田→那覇→上海と旅客とは異なる経路で、最短で運べるようになっていることに驚きました。

続いて、沖縄ハブを活用しているビジネスモデルについて、OCS やヤマト運輸による取組、農林水産物や食品の輸出、EC サイトのお取り寄せなどの事例紹介がありました。

最後に、物流拠点としての沖縄の今後の展開について、日本の全人口の 1%しかない沖縄には、企業が沖縄に倉庫を置かないため、今後、「国際物流の中継地」としていかに取扱量をふやしていくか、沖縄国際物流拠点産業集積地域の活用などの説明がありました。



文責：観光産業科学部 宜志富知恵子

第 12 回 物流サービス概論 担当：知念 肇

本日より海運編です。先ず DVD で水先案内人の仕事、ガントリークレーンを操るガンマンの仕事を紹介しました。次に、港のヤード全体を仕切るコンテナ・プランナーの仕事を紹介しました。

日本の港を子君最適な競争力という視点から解説し、シンガポール、プサンの例、そしてそれに対抗した日本の港のオートメーション化を紹介しました。最後に、今年拡張工事が終わった新パナマ運河の世界の海運業に与える影響について、カスケード効果という理論をもとに解説しました。

文責：観光産業科学部 教授 知念肇

第 13 回 物流サービス概論 担当：知念 肇 外部講師：琉球海運株式会社 特別顧問 寺内昌弘氏

今回は、琉球海運株式会社 特別顧問 寺内昌弘氏をお招きし、海運業の業務と求められる人材についてお話いただきました。

海運の現場で使われているコンテナ船と RORO 船について、まずは解説いただきました。コンテナ船は、1956 年に老朽タンカーにアルミの箱を、クレーンで積み込んだことが始まりで、そこから物流革命「コンテナリゼーション」が起こったのだそうです。

タンカーを改造し、従来船上にあった荷役装置（クレーン）を岸壁に設置、コンテナに貨物を収納するという事で、船舶建造費の削減、積載貨物量の増大、荷役機器運用の効率化、輸送品質の向上・均一化、梱包費・輸送費の大幅な削減、効率の向上などにつながったということでした。ただし、荷役設備がない港には寄港できないというデメリットがあるそうです。

RORO 船は、Roll On, Roll Off という意味で、船のランプウェイを利用し、貨物を積載したトラック、トレーラーを収納できる船で、岸壁整備・建設費用の軽減、作業の省力化・簡素化、荷役設備のない港・岸壁にも寄港可能なことから、シームレス物流が可能になるということでした。ただし、船舶の建造費・貨物の積載量などコンテナ船と比較して約 5 倍のコストがかかるのだそうです。

島嶼県沖縄における物流の役割には、

1. 物資の安定輸送・ライフラインの維持
2. 災害時、有事の対応
3. 地域の活性化・振興 があり、

求められる船舶の要件としては、

1. 荷役作業面

荷役設備の無い港に寄港可能で、災害時に荷役設備が破損しても影響のない機動性のある RORO 船であること。

2. 制度面

国内輸送は自国国籍船に限られることから日本国籍であること。

3.企業政策面

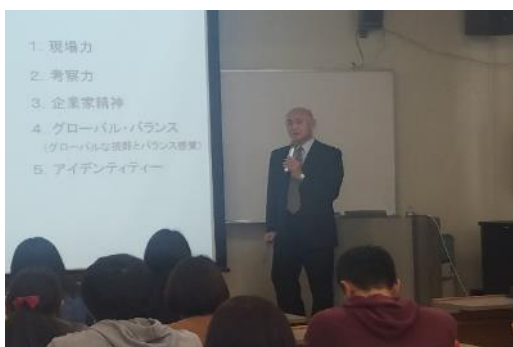
運航会社は、物資の安定輸送・ライフラインの確保などの理由から外国船社 ⇒ 日本船社 ⇒ 沖縄県船社。

4.課税項目

地方財政・雇用に寄与する地元の海運業

などを考慮する必要があるということでした。

求められる人材像として、現場力、考察力、企業家精神、グローバルバランス、アイデンティティーがあり、自分をしっかり持っている人は魅力があり、世界で認められるとのことでした。



文責：観光産業科学部 宜志富知恵子

第 14 回 物流サービス概論 担当：知念 肇

今回の講義は、先週の復習も兼ね、沖縄県における海運業について取扱いました。先週の講義で、ガントリークレーンについて勘違いをしている学生がいたということで、実際に先生が、RORO 船、クレーンが稼働しているところの動画を撮ってくださり、それを元に説明がありました。

コンテナの種類（20 フィート、40 フィート）とコンテナを運ぶトレーラーについて解説がありました。RORO 船で運ぶ場合、トレーラーごと移動するのかと思っていましたが、動画によると、積み込んだあとに、トレーラーヘッドだけ出てくることがあり、以下のような輸送方法があるということでした。

①法律上の規定により、輸出国・輸入国、さらには RORO 船上で異なったシャーシが使用される場合

この場合、コンテナを積み直す必要があるのだそうです。

②シャーシを輸出入国で共有する場合

動画でみたトレーラーヘッドだけ下りてくるのはこのパターンで、アジアで盛んということでした。この場合、相手国ではトレーラーヘッドだけがいて、シャーシにつなげて出ていくそうです。

③陸上輸送のドライバーが積み込み、そのまま乗船、相手国でもトレーラーを運転する場合

この場合、トレーラーはダブルナンバーでどちらの国でも運転可能になっているそうです。こちらもアジア（特に日韓間）で盛んということでした。

続いて、沖縄県の実業家の動きについて、琉球海運と商船三井の提携により、那覇から香港までの輸送が2週間から4日になったというお話がありました。それまで、那覇から香港までは、大阪港に行き、コンテナ船に積みこんでから香港へ向かうという流れだったのが、この提携により、那覇から台湾の高雄に行き、そこから香港へ向かうことができるようになり、リードタイムだけでなく、輸送コストも減ったということでした。

結果、売上高が過去最高となり、大型貨物船を2隻新造する運びになったのだそうです。それにより貨物量が増えることが見込まれ、うるま市に県内最大の物流センターを整備し、保税倉庫も計画されているということでした。

南西海運は、小回りの利くコンテナ船を新造し、台湾大手海運会社との業務提携により、那覇-中国・台湾間の取引貨物量が、前年比3倍となったそうで、琉球海運、南西海運とも、内航海運業からアジアに目を向け、戦略転換したことで成功している県外では例をみない事例だということでした。

両社とも台湾の高雄を経由していますが、台湾の高雄は海運のハブとなっており、台湾市場と沖縄県の近海国際貿易の特徴について輸出・輸入それぞれについて説明がありました。

今後の課題として、

- ・情報のシェアが大切になる
- ・すべての産業において物流は基盤にあるのに、評価が低い
- ・日本にはCEOはあるがCLO（チーフ・ロジスティクス・オフィサー）がないので、物流の面では世界に遅れをとっている
- ・国内市場が小さくなっていくため、アジアに出ていかなければならない
- ・ホスピタリティも求められる

といったことがあげられるそうです。

文責：観光産業科学部 宜志富知恵子

第15回はテスト

6. 講義「交通サービス概論」

観光立県を目指す沖縄にとって、入域観光客の足を担うエアラインやクルーズ船社の経営を知ることは極めて重要であり、また、二次交通を担う県内の地上交通機関の経営を知ることも不可欠である。

本講義では、交通産業界で活躍されている様々な外部講師の方々をお招きしお話を伺ったり、実際にエアラインの諸施設を見学する機会を多く設け、交通サービス産業に対する理解を深めるとともに、沖縄観光振興における交通サービスの役割について考察していく。

	講義内容	外部講師
第1回	オリエンテーション	
第2回	エアラインビジネスの新潮流と戦略	日本トランスオーシャン航空株式会社
第3回	うちなーの翼 エアラインの地域戦略	日本トランスオーシャン航空株式会社
第4回	機体整備工場・客室乗務員訓練施設見学	日本トランスオーシャン航空株式会社
第5回	空港見学・社員の皆様とディスカッション	日本トランスオーシャン航空株式会社
第6回	規制緩和とLCCの誕生	Peach Aviation 株式会社
第7回	日本初のLCC "peach"の事業戦略	
第8回	那覇空港と二次交通問題	
第9回	交通サービスと観光	
第10回	バス旅行ヒットの法則	株式会社はとバス
第11回	沖縄におけるタクシー経営の課題について	一般社団法人沖縄県ハイヤー・タクシー協会
第12回	レンタカーと沖縄観光	ニッポンレンタカー沖縄株式会社
第13回	グループワーク	
第14回	クルーズ観光の魅力	郵船クルーズ株式会社
第15回	グループプレゼンテーション	

第1回 交通サービス概論 担当：平野典男

初回はオリエンテーションで、講義予定と外部講師の紹介、講義の際の注意事項の説明がありました。本講義は、サービスを学ぶのではなく、経営側の人材を育てることが目的であること、交通産業を学ぶことを通じて、企業経営について考えること、講義を通じて、経営者側の視点、つまり、付加価値、競争環境、市場、客層のターゲット、戦略、経営資源の配分方法などについて考察できるようにすることを目的としている、というお話がありました。

次に、交通産業の概要について解説があり、大きな特徴として、政治的・経済的・社会的・安全性確保の面における規制があること、エアラインビジネスの特性として、安全性・定時性・快適性・経済性があるということが分かりました。

安全性では、航空機にのって死亡する確率は、車、鉄道、船舶に比較すると低いという点、とはいえ、昭和60年におこったJAL123便御巣鷹の事故に触れ、当時、生まれていない今の学生たちに、当時の様子や、その後のJALの取組についての紹介がありました。

また、定時性では、日本の航空会社の定時到着率の高さ、快適性では、与圧装置の開発が機内環境を画期的に向上させたこと、最新機材B787では更に種々の居住性能が向上していること、経済性では、規模・範囲・密度における経済性の詳細について説明があり、エアラインビジネスの基礎を教わりました。

次週から4週に渡り、日本トランスオーシャン航空による講義があるため、航空会社の経営方法について、連結経営、いわゆるグループ経営について、子会社と関連会社の違い、親会社の中核会社と持株会社の違いについて説明がありました。

文責：観光産業科学部 宜志富知恵子

第2回 交通サービス概論 担当：平野典男

外部講師：日本トランスオーシャン航空株式会社 代表取締役社長 丸川潔氏

今回より、日本トランスオーシャン航空（以下JTA）の協力により、2回の講義および、2回の施設見学があります。まずは、代表取締役社長 丸川潔氏による「新しいJALグループの経営について」講義がありました。

日本航空（以下JAL）の歴史に始まり、破綻から再生に至るまでのお話がありました。なぜJALが破綻したのかについて、組織、コスト、財務体制の側面から解説があり、再生のためのプロセスを細かく説明していただきました。

次に、新しいJALブランドの創造について、ブランドを創る範囲は、お客様だけでなく、社員、株主、取引先、行政、地域コミュニティ、学生に至るまでとし、地域とのつながりを大切にしているということでした。

その後、JALのマーケティング戦略、JTAについての説明がありました。最後に学生に、就職活動をするにあたり、まず考えてほしいこととして、

- ・何のために生きるか
- ・何のために働くのか

・何のために組織が存在するのか をあげられました。

また、「正しい考え方」とは、「人として」正しいかどうか、誰かの役に立つかどうか、青臭いことだが、ここが大事とし、人生の成功は、「考え方×熱意×能力」から成り、意思をもって「正しい考え方」を体現するために、自分磨きをすること。という成功する就活の秘訣も教えてくださいました。

熱血とは違う丸川社長の静かな熱さが伝わる講義でした。「願望と意思を、目をキラキラさせて語れる人はカッコいい」という言葉が印象的でした。次回も JTA による講義です。



文責：観光産業科学部 宜志富知恵子

第3回 交通サービス概論 担当：平野典男

外部講師：日本トランスオーシャン航空株式会社 取締役 内間康貴氏

第3回は、日本トランスオーシャン航空株式会社（以下 JTA） 取締役 内間康貴氏をお招きしました。先週の JTA 丸川社長のおさらいで、JTA について、お客様に提供したいもの、JTA 各部門の仕事、JTA のブランド戦略と、今回は JTA について、多くの時間を割いてお話いただきました。

JTA は、離島と本島をつなぎ、人・物を運ぶ会社として創業され、当時は、小さい離島路線も数多くあったそうです。その後、沖縄の本土復帰や航空規制緩和の流れを受けて、県外に進出し、路線のネットワークを拡大。LCC の価格で FSC の品質を提供し、徹底的に地域・社会の役に立つことを目指している会社ということでした。

JTA 及び RAC（琉球エアコミューター）の路線ネットワーク、保有機材について説明があり、19 機で 1 日 70 便を運航しているとのことでした。現在の主力機である B737-400 計 12 機は 2019 年度末までに、新鋭の B737-800 に置き換える予定だそうです。また、RAC で今年から導入された DASH8 は、創業当初の目的である離島と本島間の人と物を運ぶため、後部を貨物用に改造しているという類を見ない機材とのことでした。

また、「沖縄らしさ」にこだわり、紅型のヘッドレストカバー、制服にかりゆしウェアの導入、しまくとぅばの積極的利用、機内販売は県産品、さらには地域への貢献として、トライアスロン、航空教室、図画コンクールなどを開催しているということで、随所にこだわりがあり、沖縄に根付いている企業という印象を受けました。

続いて、JTA の各部門の仕事とキャリアパスの説明があり、路線事業部について詳細をお話し

いただきました。路線費用、収支など経営面についても説明がありました。年次収支計画や中期経営計画など、経営人材としては必須の単語も多く取り上げられていました。

JTAのブランド戦略として、地元企業と提携した事例紹介があり、一貫して、沖縄に拠点がある航空会社として、地域と協力し地域に貢献していくという、ブレない方針を感じました。

最後に、学生たちに、「これから就職活動をするにあたり、面接の本などを読むこともあると思うが、そういうマニュアルを、自分で噛み砕き、自分の言葉で話し、書くことができる人になってほしい」というメッセージを送っていただきました。何千人もの就職希望者の書類を見てみると、一生懸命さは文字からも伝わるのだそうです。

次週は、JTAの全面協力による施設見学です。実際に稼働しているところを見せていただくため、時間厳守です。遅れた学生は置いていきますので、ご注意を。



文責：観光産業科学部 宜志富知恵子

第4回 交通サービス概論 担当：平野典男 外部講師：日本トランスオーシャン航空株式会社

今回は、日本トランスオーシャン航空の全面協力により、那覇空港の施設見学を行いました。まずは、機長川瀬さんによる講義で、パイロットの仕事の流れを離陸前、飛行中、着陸前、着陸後に分けて解説いただきました。安全運航のための確認事項が多くあり、飛行中の食事も、機長と副操縦士は同じものが出ないなど、ドラマでよく見るブリーフィングやコックピット内で、実際にどういうことをしているのか知ることができました。

パイロットが持っている、大きなカバン（フライトバッグ）の中身についても教えていただきました。中には、手袋、サングラス、タブレット端末のほか、各空港の注意点の本、飛行機の取扱説明書、マニュアル類などの厚さ5センチ以上はあるだろうというファイルがいくつも入っているそうです。学生からは、日常生活で気を付けている点、スタンバイの時に何をするか、などの質問がありました。

次に、普段入ることのできない、整備施設、客室乗務員訓練施設のご案内をしていただきました。滑走路の脇にあるため、連続で離陸していく飛行機の音が鳴り響く中、飛行機の部品、エンジンなどについて教えていただきました。飛行機のエンジンは、故障して脱落しても、翼を壊さないようにするため、わずか3本のねじで止めているそうです。車は故障しても止まれば済みますが、飛行機は一度飛び立ってしまうと止まれないため、翼を守る仕組みや、常にバックアップ

プがあるなど、安全のための工夫が分かりました。

客室乗務員の訓練施設では、入水着陸したあとの脱出を実際に体験しました。説明時、とても優しい口調だった CA たちが、キビキビと、キリッと指示をだしてくださり、急にドアを開けるのを手伝うことになった学生も、すんなり指示に従うという状況になっており、CA は、保安要員でもあるということを目の当たりにしました。

実際に救命胴衣を着けてみましたが、普段、機内でデモンストレーションを見ているのと、実際に着けるのでは大違いで、かなり手こずりました。出口の狭さ、通路の狭さ、出る際は段差を超えることなど、簡単に脱出できるわけではないことから、救命胴衣は出口でふくらまず、ヒールは脱ぐ、荷物はもたないというお馴染みの案内の意味が、よく分かりました。あの案内は絶対事項なのだとは肝に銘じておきます。

水の中では、体力温存のため泳がないこと、近くの人と救命胴衣の紐を結びあって、一人で流されないようにすること、もし一人になってしまったら、水中で体育座りの格好になり体力を消耗しないようにすること、などの注意点も教えていただきました。

航空会社＝パイロットや CA というイメージが強いと思いますが、華やかな世界の裏には、「安全」に対する強い意識と責任があるということが分かりました。

文責：観光産業科学部 宜志富知恵子

第 5 回 交通サービス概論 担当：平野典男 外部講師：日本トランスオーシャン航空株式会社

今回も日本トランスオーシャン航空の全面協力により、那覇空港内のバックヤード見学と、社員との座談会を行いました。実際にお仕事をしている方々がたくさんいるオフィスを見学させていただき、あちこちで専門用語が飛び交う中、運航管理（ディスパッチ）の様子など、リアルな現場をのぞかせていただき、緊張感が伝わってきました。

その後会議室へ移動し、技術、企画、営業、乗務員など各部署の業務内容について、本学出身の OB 社員による説明がありました。毎日何をやっているのか、なぜ JTA に入ろうと思ったかなど、自らの経験を元に語っていただき、学生にとって、より身近で明確なイメージが湧いたのではないかと思います。

客室乗務員の方からは、緊急事態のブリーフィングを、ロールプレイで見せていただきました。飛び入りで 2 名ロープレに参加し、同じことでも毎回確認をする、分かっていることでも言葉にして確認するということを学び、やはり安全への責任が重い仕事だと感じました。

路線事業部の方からは、本事業で前期に開講した宿泊サービス概論でもとりあげた、レベニューマネジメントのお話があり、需要動向に合わせて座席数の管理をすることも仕事の 1 つだと教わりました。説明いただいた社員の皆様の雰囲気から、総じて、JTA は風通しのいい企業という印象を受けました。

続いて、4 つのグループに分かれ、座談会を行いました。各グループに 2 名の社員が 10 分毎に回ってきて、学生の質問に答えていただけるという、贅沢な時間でした。全員違う部署の方ということもあり、各自興味のある分野では、質問も連発と、学生側の一生懸命さも垣間見ること

ができました。

機長の方には、今までに一番ヤバいと思った時は何かという質問があり、ヤバくなる前にその行為をやめる、ヤバくなる前に対応をするためヤバいと思った時はないという回答をいただいたり、客室乗務員の方からは、緊急時は 90 秒で 150 名を脱出させないと生存率が下がるということや、勤務のスケジュールが変わることがあるので、それを楽しいと思えないと続かないというお話がありました。

また、学生からのやりがいを感じる時はいつかという質問に対し、技術部の方からは、日々飛行機が飛んでいることと、計画通り整備が終わったときにやりがいを感じるというお話も伺えました。

日ごろおとなし目な学生が多いのですが、英語の使用状況、必要な資格、パイロットのなり方など、質問も次々にでて、活発な座談会となりました。

最後に、第 3 回の講義で登壇いただいた、内間取締役より、人生のポイントの 1 つである「就職」は、自分のため、将来のために乗り越えるべき壁であるという激励と、勉強だけでなく遊びも含め、学生の時しかできないことをしっかりやっておくと、人生が豊かになるというお話をいただき、全 4 回に渡りご協力いただいた講義が終了となりました。



文責：観光産業科学部 宜志富知恵子

第 6 回 交通サービス概論 担当：平野典男

今回は、規制緩和と LCC の誕生ということで、航空業界にある規制とその緩和、LCC が生まれた歴史について学びました。航空業界には、量的規制と質的規制があり、この業界への参入退出、価格、質の維持、資格など多くの規制があり、マーケティングの大事な要素である、価格や場所が自由に決められないということでした。

そもそも第一次世界大戦後に、空にも国境同様に境が必要だということで、「領空」という概念が誕生し、1945 年に国際民間航空条約（シカゴ条約）により国際航空を規制する条約ができ、領空主権・カボタージュ（外国航空機による国内運送）の留保などが定められ、さらに、定期航空業務にて相手国の別途の許可が求められたことから、米英のバミューダ協定をモデルにした二国間航空協定により、定期航空路線の就航を認める条件について定められているそうです。

日本では、第二次世界大戦に敗戦したことにより、航空機保持が禁止され、現存する航空機も破壊されたりしたため、航空産業が発展していなかったということがあり、45・47 体制として、航空産業の保護育成のために、事業分野の棲み分けが実施されたそうです。

航空業界の規制緩和は、国内市場の拡大で成長してきた資本主義が、1970 年代の石油ショックで停滞、下降したことから、市場を国内から海外へと求める動きがあり、企業が世界的に活躍できるように規制緩和につながったということでした。

アメリカでは 1978 年航空企業規制廃止法が成立し、それにより、36 社だった航空会社が最盛期には 210 社、1996 年には 97 社になっているそうです。規制緩和により既存の航空会社に新たなビジネスモデルができ、ハブ&スポーク、CRS(computer reservation system)、FFP(frequent flyer program)などがその例として挙げられるそうで、それぞれの特徴について解説がありました。

続いて、アメリカのサウスウエスト航空を取り上げ、その戦略、顧客セグメント、合理化、従業員第一主義などのコーポレートアイデンティティなどについて、説明がありました。

LCC は、

- ・単一機種による多頻度運航
- ・二次空港の利用
- ・機内サービスのノン・フリル化・有料化
- ・販売の簡素化（IT の活用）等により低運賃化とコスト効率化を図るビジネスモデル

で、

- ・旅客が徒歩で航空機に搭乗する方式
- ・小型機を対象を絞るスポットを集約化（一部は大型機対応）
- ・自走イン・アウト方式の採用 などを行っているそうです。

日本の LCC としては、ピーチアビエーション、ジェットスター・ジャパン、バニラエア、春秋航空日本があり、2015 年には、国内線の LCC 利用率は約 10%になり、若い世代で利用が広がっているということが分かりました。また、ピーチアビエーションの第 2 拠点化や海外 LCC の新規就航により、LCC 旅客数シェアの増加が予想されるのだそうです。次週は、ピーチアビエーションから講師を招き、日本初の LCC についてお話いただきます。

文責：観光産業科学部 宜志富知恵子

第 7 回 交通サービス概論 担当：平野典男

外部講師：Peach Aviation 株式会社 総合企画部長 遠藤哲氏



今回は日本初の LCC、Peach Aviation 株式会社より、総合企画部長 遠藤哲氏をお招きし、「関西発の航空イノベーション Peach の挑戦」についてお話いただきました。まず、LCC 全般について、1970 年代後半に出現した LCC の歴史、日本では 2012 年と LCC が出遅れたことについて説明がありました。そもそも FSC と同じ運営をしていたのでは、低費用におさえられないため、安全に飛ばすということは同じでも、運営の仕方から異なっているということでした。

低費用で、品質の高さを維持するための工夫として、

- ・混んでいる空港は使用しない→定時出発率が高くなる
- ・乗継便でも一度手荷物を返却する→お客様にひと手間かかるが、手荷物事故発生率は桁違いに低い
- ・飛行機が新しい→平均期待年齢を若くすることで就航率をあげる

ということをしているそうです。

データから見ると、国際線搭乗旅客数実績、国内線搭乗旅客数実績、国際/国内線合計搭乗旅客数実績のいずれも、LCC が上位にきており、いまや、LCC は「航空旅客輸送を支える重要なプレイヤー」になっているということでした。

LCC の出現により、FSC のお客様が減っているかというところではなく、今まで飛行機を利用しなかった客層が、LCC を利用するようになり、LCC は、新規顧客開拓を通じて、航空市場全体の規模を拡大することに貢献しているのだそうです。

次に Peach Aviation について、2008 年に ANA にアジア戦略室という LCC 起業のための部署ができてから、2012 年に就航、そして今年 11 月に中国本土進出まで、実にスピーディーに拠点と路線を拡大しており、Peach Aviation は ANA ホールディングスが約 39%しか出資していないことから、Peach Aviation に決定権があり、同社独自の経営がなされているため、スピーディーに展開できるのだそうです。

続いて、現在の路線数、関西空港における運航便数の比較、航空運賃の比較、コストマネジメント、業績・実績等について説明がありました。

Peach Aviation の客層は、男女比が男性 48：女性 52 となっており、FSC と比べると女性の比率が高く、また、20 代から 30 代を中心の年齢層、国際線においては 70%が外国人のお客様だそうです。利用目的としては、FSC のビジネス利用の高さと比較すると、ビジネスはそれほどでもなく、「思いつき旅行」（この安さだったら旅行しよう！）や、帰省、イベント参加、さらに介護、通院などにも利用されているということでした。台湾から、沖縄の美容院やネイルサロンにいくために定期的に利用されたり、大阪から、Peach Aviation 就航により、沖縄に毎月訪問するようになったとか、LCC ならではの Peach Aviation ならではの利用をされているようです。

低費用にするための Peach Aviation の工夫として、機体に角度をつけて駐機することで出発時のプッシュバック（飛行機は後進できないので普通は押しもらう）を不要にしたり、関西空港ターミナル内の内装をシンプルにしたり、ファッション業界、鉄道業界などのコラボレーションを利用した低予算での宣伝活動（話題性があるためマスコミが紹介してくれる）などがあるということでした。

最後に、今後の展開と、新しいライフスタイルの提案など、Peach Aviation の挑戦についてお話がありました。LCC は格安航空会社と言われますが、Low Cost Carrier を訳すと「低費用航空会社」であり、Peach Aviation には、低費用にするための多くの工夫と、それでも品質の高さを維持するための工夫が多くあり、「安い上に良い」を提供する航空会社だということが、分かりました。

文責：観光産業科学部 宜志富知恵子

第10回 交通サービス概論 担当：平野典男

外部講師：株式会社はとバス 観光バス事業本部企画旅行部長 江澤伸一氏

今回は、株式会社はとバス観光バス事業本部企画旅行部長 江澤伸一氏をお招きし、はとバスにおける東京観光についてお話いただきました。はとバスは、1948年に、観光事業を通して多くの日本の人々に快適なサービスと夢を、諸外国の人々には、新生平和日本の真の姿を紹介したいということで誕生し、現在は、観光バス137両、観光バス運転士150名 バスガイド170名を擁するほか、都営バスの受託事業やホテル事業、レストランシップ、東京湾クルーズなども行っているということです。

はとバスといえば、都内・横浜の定期観光バスが有名ですが、定期観光バスには、邦人コースと外客コースがあり、またそれ以外に、国内企画旅行、貸切バスなども扱っているそうです。

次に東京定期観光の利用客数の推移について説明があり、東京オリンピック、TDL開業、東北新幹線の東京乗り入れなど、一時的に増える時がありつつも、2000年には経営危機を迎え、商品、サービス共に見直しを計ったそうです。

観光バス事業は装置産業で、保有バスが137台のため、多くの集客が見込めても、バスの台数との兼ね合いもあり、悩ましいとおっしゃっていました。

はとバスの利用客を地域別にみると、首都圏（東京、神奈川、千葉、埼玉）が45%を占めており、都内・横浜観光を首都圏の方がしているということに、驚きがありました。観光バスツアーというと、「1日ばかりでおいしいものを食べに行く」というイメージをもっていました。はとバスを利用する方は、5時間以内で終わるコースが人気で、中でも屋根のない二階建てバスでの1時間のツアーが、もっとも人気があるのだそうです。1日中バスには乗りたくない、他のこともやりたいので長時間かけたくないというニーズにマッチした商品を開発されているということが分かりました。

その後、定期観光バスの販売料金の出し方、貸切バスの料金の出し方などバス車両について教わりました。最上級ピアニシモⅢというバスは、24人乗り独立シートに化粧室もついており、リピーター率が70%もある快適さを追求したバスということです。

次に、はとバスの安全・安心・快適への取組、はとバスの強み、サービス向上の取組、商品開発やマーケティングなどについてお話があり、「常識の逆説」で、首都圏在住のお客様におもしろいと言わせる商品づくりとしかけをしているということでした。



文責：観光産業科学部 宜志富知恵子

第 11 回 交通サービス概論 担当：平野典男

外部講師：一般社団法人沖縄県ハイヤー・タクシー協会 事務局長 津波古修氏

今回は、一般社団法人沖縄県ハイヤー・タクシー協会 事務局長 津波古修氏による「沖縄県におけるタクシー業界全体の課題と今後の取組について」の講義でした。

全国のタクシー業界の現状として、人口等に応じて台数が決められていたタクシー業界に、平成 14 年の規制緩和があり、供給過剰になったことで、乗客の奪い合い、サービスの低下、労働条件の悪化などの問題がおこってしまった。問題解決のために、特定地域、準特定地域に指定された地域では、供給過剰を是正するため制限されることになったそうす。沖縄県では、規制緩和で 300 台増え、現在 170 台程度の供給過剰になっているということでした。

タクシーの運賃は、全国を 98 のブロックに分け、それぞれ認可を受けた運賃での営業を行っているそうです。沖縄県は 11 月に値上がりしましたが、今のところ、乗り控えなどは発生していないということです。

タクシー業界にもエコの流れはあり、近年、ハイブリッド、プラグインハイブリッド、電気自動車、FCV などの導入も進められているそうです。2020 年までに 30%の車両を、2030 年までに 40%の車両を、これらの環境に配慮した車両に変えていくということでした。

タクシーは流し以外にも、過疎地の乗合タクシーや、観光タクシー、妊婦応援タクシー、育児支援タクシー、介護タクシーなど、お客様のニーズに応じたサービスも展開しており、スマホアプリでの配車サービスも登場しているそうです。

続いて、沖縄県のタクシー業界について、歴史、事業者数、協会の仕事、会員数、輸送人員数、営業収入などについてお話がありました。沖縄県は、1 人当たり年間利用回数が、全国で 1 番多く、32.3 回（全国平均 12.6 回）で東京の 27.8 回を上回っているそうです。とはいえ、輸送人員数、営業収入は右肩下がりとなっており、タクシー運転手の賃金にも課題があるということでした。

その他の課題として、ドライバーの高齢化、人材不足、不安定な燃料価格、レンタカーの増加（レンタカーには規制がない）、運転代行の増加、運転代行の白タク行為の増加などがあるそうです。

今後の取組として、公共交通機関としての使命と自覚をもち、接客、サービスの向上をはかり、運送業から接客業への転換をはかり、ドライバーに対し、服装、言葉遣い、態度など研修を引き続き行っていくということでした。

7.講義「通訳サービス概論」

沖縄県では、通訳の専門家育成において、県独自の「地域限定通訳案内士」及び「沖縄特例通訳案内士」制度が運用されているが、急増する外国人観光客のニーズに十分対応出来ていない。現在、観光客への対応に加え、国際物流産業を支える人材育成も急務となっている。

本講義では、将来的な通訳案内士育成を視野に入れ、地元学や旅程管理など通訳サービスに求められる分野について、通訳案内士資格を有する非常勤講師と観光政策を担当する教員から学び理解を深める。授業に当たってはグループディスカッションを交えることにより受講生間のコミュニケーションを深める。

	講義内容	外部講師
第1回	オリエンテーション 沖縄県の国際観光の現状と課題について	
第2回	沖縄県の歴史・文化・経済・産業	
第3回	日本（全国／沖縄）における外国人観光客の動向	
第4回	ホスピタリティの重要性について（宗教）	
第5回	ホスピタリティの重要性について（食事）	
第6回	行程表作成実習	
第7回	通訳案内士制度と現状	沖縄県文化観光スポーツ部観光政策課
第8回	宿泊施設における対応	
第9回	交通に関する対応	
第10回	旅行会社に関する対応	
第11回	クルーズ観光外国人対応	
第12回	MICEにおける外国人対応	
第13回	観光地ガイド実務概要	英語通訳案内士
第14回	救急救命基礎／医療通訳の現状と課題／まとめ	
第15回	グループ発表（ツアー提案）	

第1回 通訳サービス概論 担当：大城明緒

本日の講義も定員を上回る学生が集まり、この事業での講義ではすっかり恒例となったクジ引きで12名の追加登録者が決まりました。まず、下地先生より「産学連携サービス経営人材育成事業」の概要と、講義の概要について説明があり、続いて、通訳案内士の国家資格を持つ講師、大城明緒先生が通訳案内士について説明をしました。さらに、大城先生が実際にツアーの始めの部分を実演してくれました。

早速、グループワークも行われ、「訪沖外国人観光客への外国語の対応は十分だろうか？」というテーマについて、各グループの発表がありました。

- ・レストランのメニューが英語以外に対応していない
- ・日本人にも分かりにくいバスターミナルが外国語表記になっていない
- ・トイレの使い方の説明が外国語対応になっていない
- ・アレルギーの食材の外国語表記がない
- ・地名や観光地の外国語表記が不親切（そのままローマ字にしても意味が分からない）
- ・困っている外国人に対して声をかける人が少ない

など、外国語対応が十分とは言えないことが分かりました。

<本日の宿題>

「清明祭」を外国人観光客に説明するとしたら、あなたならどうしますか？というテーマで、相手に口頭で説明することを想定し、A4・1枚(800字以内)にまとめる。Word・手書きいずれも可。

文責：地域連携推進課 宜志富知恵子

第2回 通訳サービス概論 担当：大城明緒

2回目の講義は、まず熊本・大分の地震に触れ、観光の側面からの災害対策に対する県の取り組みと、沖縄県国際交流・人材育成財団が募集している「災害時外国人支援サポーター養成講座」の紹介がありました。災害時外国人支援サポーターは、興味のある方は受講してみたいかでしょう。

講義のテーマは「沖縄県の地理・歴史・文化・経済」でした。それぞれについて「外国人観光客にどう説明するか」という視点での説明がありました。

続いて「亀甲墓をどう説明するか」というテーマでグループディスカッションを行いました。各グループの代表が「自分がバス内で通訳ガイドをする」という設定で発表を行うという、実践的な講義となりました。

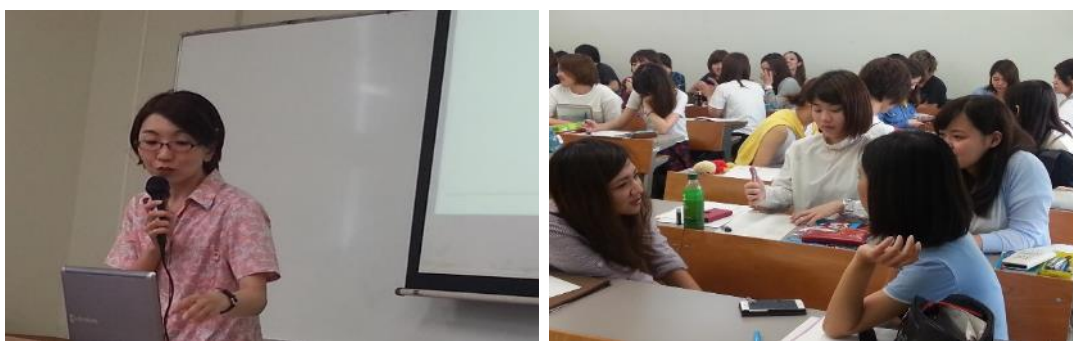
<本日の宿題>

次の選択肢の中から2つの国・地域を選び、「Googleトレンド」を使って、検索ワード「Okinawa」のトレンド、関連トピック、キーワードを調べ、その特徴を比較せよ。

- ・台湾

- ・香港
- ・マレーシア
- ・アメリカ合衆国
- ・フランス
- ・ブラジル

配布した用紙に記入すること。英語でも日本語でも可。



文責：地域連携推進課 宜志富知恵子

第3回 通訳サービス概論 担当：大城明緒

第3回講義は、まず先週大城先生が、鹿児島に通訳ガイドに行かれた話からスタートしました。クルーズ船で寄港した39名のお客様のバスツアーだったそうで、「安全第一」「誠実な対応」について体験談を語ってくれました。

続いて、学生が、毎回講義の終わりに提出しているコメントシート「大福帳」に記載されていた意見を数点紹介し、「こういう場合はどうするか」という説明がありました。

次に、第1回講義の宿題「清明祭」とは何か？について、学生のレポートから、いい気づきなどの紹介がありました。通訳ガイドは事実と自分の意見を混同しないというのが鉄則だそうです。自分の体験を話すと、伝統行事も一気にリアルで身近になるということでした。

講義は、「日本における外国人観光客の動向」というテーマで、全国の最新観光データ、沖縄の最新観光データ、国・地域による沖縄への関心の違いについて解説がありました。

その後のグループワークは、前回の宿題の「Googleトレンド」を使用して検索ワード「Okinawa」のトレンド、関連トピックを調べた結果を使い、選んだ国ごとに、「その国の人向けに、沖縄旅行をPRするパンフレットを作成するとしたら、どのような内容にするか？」について、話し合いました。各チームから、担当の国のトレンドに合ったプランが紹介され、今までにないパンフレット案になりました。

<本日の宿題>

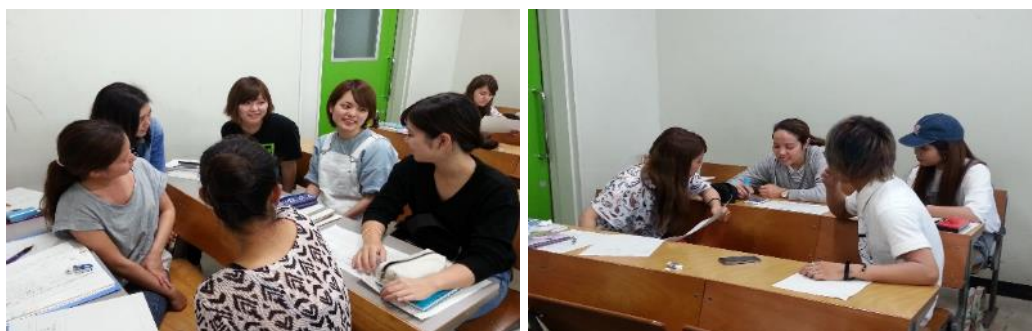
あなたの元に通訳ガイドの依頼が来ました。

1週間後のツアーで、イスラム教徒のお客様4名グループです。

お客様の昼食について、どのように準備・対応しますか？

ツアー全体の大まかな流れも含めて説明しなさい。

- 7時間ツアー（9:00-16:00）／ハイヤーあり
- お客様の宿泊先は「ホテルゆがふいんおきなわ」で、当日は同ホテルを出発し、時間までに同ホテルに戻るプラン。
- 観光地：美ら海水族館（必須）、ほかはアレンジ自由。
- A4・1枚以内、Word／手書き、どちらでも可。写真・絵の利用も可。
- 実際には「礼拝」についても対応が必要ですが、今回は「食事」に絞ります。



文責：地域連携推進課 宜志富知恵子

第4回 通訳サービス概論 担当：大城明緒

今回の講義は、まず、学生のコメントシート（大福帳）の質問を取り上げました。・海外からの生の声を聞けるようなサイトはあるか？という質問に対し、

→トリップアドバイザーで検索、言語を対象の国の言語にすると、絞り込める

→有料のインバウンド・レーダーというサイトも有効

という回答がありました。

講義は「ホスピタリティの重要性（宗教）」で、宗教について学びました。世界三大宗教はキリスト教・イスラム教・仏教ですが、信仰人口の数で見ると、上位3つはキリスト教・イスラム教・ヒンズー教であることや、日本では無宗教が半数以上を占め、次に仏教が続くことについて解説がありました。沖縄に目を向けると、信仰の割合は低いですがキリスト教の割合は高い、宗教より民間信仰が盛んという特徴があるそうです。

沖縄でよく聞かれる宗教についての質問は、

- ・沖縄は仏教徒が多いのか
- ・教会をよく見かけるが、キリスト教が多いのか
- ・御嶽はお寺か、神社か というものだそうで、その解答例についても教えてもらいました。

イスラム教は戒律で口にできない食材もあるということで、戒律やハラール（イスラム教において合法であるもの）について説明がありました。

沖縄県内ではムスリム対応のホテルや飲食店もでてきているが、宿泊施設では、宿泊しない個人客のレストラン利用や礼拝の対応が難しいこともあること、食事場所と礼拝場所が異なる場所の場合、行程管理が難しいこともあるという課題もあるということでした。

グループディスカッションは、「沖縄の食材の中で、ムスリムの方にもおすすめできるのは何でしょうか？あなたのイチオシの食材とその理由、可能であればその食材を使ったメニューを考えてください。」というもので、学生からは、もずく、ゆし豆腐、グルクンのから揚げ（植物

油を使う)、うみぶどう、南国フルーツ、紅イモなどのメニューや、ソーキソバでもソーキの代わりにかまぼこ、だしをかつおだしに変えて提供するなど代替品を使った沖縄料理のメニューなど数多くがあがりました。

<本日の宿題>

食べ物のアレルギーについてあなたが普段考えていること、あるいは経験談を教えてください。自分自身や周りの人のアレルギーについて、

- 普段気をつけていること
 - 困ったこと
 - 「こんな対応・配慮をしてもらえて助かった。」
 - 「食事会の幹事でこんな対応をしたことがある。」
- などについて説明してください。(A4・1枚以内・日本語)

文責：地域連携推進課 宜志富知恵子

第5回 通訳サービス概論 担当：大城明緒

今回の講義は、通訳案内士と地域限定通訳案内士試験の試験日程についてお知らせがありました。英検1級、およびTOEIC840点以上だと英語の試験が免除だそうです。(どちらもハードルが高いですが・・・)

学生とのコミュニケーションシート「大福帳」からは、

- 地産地消ができるように地元メニューを考案していくことが、インバウンドを獲得にもつながる
- どう工夫して良い物を提供できるかと考える姿勢が大事
- ムスリムの方をおもてなししつつ、沖縄という地域の特色を失うことなくどう伝えていけるかが大切
- ハラル認証が増え、快適な旅行ができるようになるという意見を取り上げ、ハラル認証については、食品以外にもシャンプー・コンディショナー・ボディソープで認証をうけた物もあるという新聞記事を紹介しました。

イスラム教に限らず、信仰の度合いは「個人による」という認識が必要で、ツアー前の準備がカギになるということでした。

第3回の「イスラム教徒のお客様4名をガイドする際、お客様の昼食について、どのように準備・対応するか、ツアー全体の大まかな流れも含めて説明しなさい。」という宿題から特によかったプラン3点を紹介、共有しました。

本日の講義のメインテーマは、「ホスピタリティの重要性(食事)」ということで、

- 飲食店における対応の注意点
- 食べることができないもの
- 食べてはいけないもの
- 食べたくないもの の順に、先生の経験談もふまえ、解説がありました。

アレルギー、宗教、菜食主義、個人の嗜好、食習慣など食事では考慮することが多くありますが、ポイントは以下の4点とのことです。

- (1) 食物アレルギーは命に関わるので特に気を付けること
- (2) 物理的に命に関わる問題ではなくても、宗教（特にイスラム教）の教義を理由とした食事の制約も文化として尊重し、配慮を怠らないこと
- (3) 食事の制限にはさまざまな理由や種類があることを踏まえ、それぞれについて基本的な知識を身に付けること
- (4) ガイドが基本的な知識を身に付けたうえで、常に現場ではお客様ご自身に判断していただくように必要な情報を提供すること→思い込みで勝手に対応してはいけません！

また、メニューを変更したことがマイナスになったという印象を与えないように気を付けることも大切だということでした。

その後、第一牧志公設市場を案内中、肉売場で売られている「中味」について尋ねられたら、どう説明するか。ネガティブな情報になりそうな食材・料理の説明について、どのように工夫するか というテーマでグループディスカッションを行いました。発表は、学生がガイド役になり、伝統行事との関連、良質なたんぱく質がとれ、脂肪分が少ないヘルシーな食べ物であること、「中味汁」の説明、食感、下処理の仕方、豚は「鳴き声以外すべて食べる」という考えがある等の案内がありました。

<宿題>

次の観光地について、標準的な滞在時間を調べなさい。それぞれについて、なぜそのぐらいの滞在時間となったかも書くこと。(1~3は必須、4~6のうちから1つ選んで、全て合わせてA4・1枚に収めること。日本語で書くこと。)

- 1.首里城（必須）
- 2.沖縄美ら海水族館（必須）
- 3.平和祈念公園（必須）
- 4.国際通り
- 5.琉球村
- 6.おきなわワールド



文責：地域連携推進課 宜志富知恵子

第6回 通訳サービス概論 担当：大城明緒

まずは、学生のコメントシート「大福帳」から、実際にガイドをされている先生ならではの以下のアドバイスなどがありました。

- ・まとまったシナリオやスピーチ原稿を作るのは、知識の整理や、話す訓練としては有効だが、ツアーでは、その場の状況・時間・お客様の関心などに応じて柔軟に対応することを心がける。
 - ・同一のツアー内に様々な宗教のお客様がいる場合、食事付ツアーでは、事前にお客様の名簿がもらえる場合もあり、希望する食事のタイプ（None / Pork-free / Beef-free / Vegetarian）が記されている。
 - ・同じ情報でも、話す順番や表現の工夫によって印象が変わるので、自分がどんな声や表情で話しているのかを常に意識する。練習時に、鏡に向かって話す&ビデオ撮影するのも効果的。
- 次に、第4回の宿題「食べ物のアレルギーについてあなたが普段考えていることや経験談をまとめる」についてポイントの解説がありました。

<お客様への対応編>

○学生から

- ・調理者やオーナーだけでなく、お客様と直接やり取りするウェイターも、正確に情報を伝えるという責任感を持つ必要がある
- ・お客様から受け取ったオーダーをキッチンのひとに間違いなく、かつ分かりやすく簡潔に伝える

○先生から

- ・アレルギー対応に限らず、何かトラブルが起きた時に、自分で勝手に判断せず、すぐに上司や店長に、事態について正確に報告・連絡・相談することを徹底している姿勢に感心した

<調理過程での工夫編>

○学生から

- ・乳アレルギーの方のために豆乳を使用した商品が販売されている
- ・乳製品のドリンク、豆乳を使用したドリンクそれぞれ飲み物を作る際に使用する容器を分けている
- ・ラーメン店でアルバイトをしていたときは、卵アレルギーを持っているお客様のために卵不使用の麺を提供していた

○先生から

- ・アレルギーの種類によって、その食材を抜いたり、代替食材に切り替えたりすることで、元の料理と近い形で提供できる場合もあれば、それでも対応しきれない場合もある

<提供に関する工夫編>

○学生から

- ・パーティーでテーブルに置かれている出席者のネームプレートにどのメインディッシュを配膳するのか目印が付いていた
- ・お通しとして貝を提供していた時期には、事前に貝アレルギーを持っていないかお客さんに確認していた

○先生から

- ・特に団体旅行の場合には、メニューの食い違いが起きることのないよう、お店側と確認しながら、慎重に座席にご案内する。前もって把握していても、座席の案内でミスが起こりやすい。

アレルギーは命に関わることですが、アレルギーがない人にとっては馴染みのないものでもあります。まずはアレルギーについて理解し、できる限りの対応をすることが大切なのだと思います。

沖縄には、昨年6月に設立された「アレルギー対応沖縄サポートデスク」というものがあるそうで、下地学部長、沖縄ツーリストの東会長などの呼びかけで発足された法人で、専門医への相談、レシピ開発指導、アレルギーについて学ぶアレルギー大学の開講、アレルギーっ子ファミリーおでかけブックなど、宿泊・飲食業者の悩みに助言をする法人とのことでした。

本日のメインテーマは「行程表作成実習」ということで、行程表を作るために必要なことを伝授してもらいました。ポイントは以下の通りです。

<行程表>

- ・クルーズ船のバスツアーの場合、旅行会社や船会社が作成
 - ・10～20人の団体ツアーの場合、旅行会社が作成をする（通訳ガイドが相談をうけて調整することもある）
 - ・個人旅行の場合、旅行会社または通訳ガイドが作成
- 団体の場合は行程通りに案内をすることが必須、個人の場合はお客様の要望に応じて当日に大幅に変更になることもあり、お客様の要望に応えることが大事とのことでした。

<移動時間>

- ・前日までに調べて、時間帯によるラッシュなども考慮する
- ・移動中の景色も楽しめるようにする
- ・当日は、出発前に運転手と打合せをしてルート、時間の確認をする
- ・移動について、有料道路の利用の有無について気を付ける

<滞在時間>

- ・駐車場から入場までの時間やチケット購入の時間を考慮する
- ・開催時間の決まっているショーを鑑賞するか、食事をどこでとるか、自由時間をどれくらいにするかでだいぶ変わってくる
- ・集合場所は分かり易く、余裕をもたせておく

沖縄本島にある主な観光地と、実際の滞在時間についても解説がありました。美ら海水族館、琉球村、首里城、国際通り、平和祈念公園、おきなわワールドなど主だった施設の時間配分の説明と、ポイントとして、海洋博公園のように広い場所では、集合場所までの所要時間もお伝えしておくことや、体験プランの場合は、その日に持って帰れるものかどうかの確認もするといった話もありました。

グループワークは、「中城湾港に寄港するクルーズ船のバスツアーについて、移動時間・滞在時間を考慮して、コースを考えなさい。」

接岸：07時 / 出港：15時

- ※ ツアー開始（出発時刻）は最速で入港1時間後とします。
- ※ 14時帰港厳守
- ※ 昼食付き・昼食なしどちらでも可

というもので、各グループともグーグルマップで移動時間を検索しながら、プランを立てていました。移動時間を考慮すると、最大6時間ある時間も、短く感じました。

<本日の宿題>

前回の宿題で調べた観光地（4つ）のうち一つ選びなさい。40人のバスツアーと仮定し、その観光地で集合時間・集合場所をアナウンスするとしたらどうしますか？

1.シチュエーションについて簡単に説明しなさい。（※日本語）

- ・いつ、どこでお客様に対してアナウンスしますか？
- ・何か工夫する点があればそれについても書くこと。

2.実際に行うアナウンスを書きなさい。（※英語）

- ・1～2分で説明するイメージで。

→1（日本語）と2（英語）を合わせて、A4・1枚に収めること。

文責：地域連携推進課 宜志富知恵子

第7回 通訳サービス概論 担当：大城明緒

特別講師：沖縄県文化観光スポーツ部観光政策課 主査 我謝勝栄氏

今回は、沖縄県観光政策課 我謝勝栄主査をお招きし、通訳案内士制度と現状についてお話いただきました。通訳案内士とは、「報酬を得て」外国人に付き添い外国語を用いて旅行に関する案内をすることを業とする人です。通訳案内士（国家資格）、沖縄県地域限定通訳案内士（都道府県資格）、沖縄特例通訳案内士（都道府県資格）の3つについて、根拠法令、概要、対象言語、活動範囲、資格期限、試験科目、登録資格者数等の説明がありました。通訳案内士は、合格後に登録を行わないといけないようで、合格しても未登録という人もいるとのことでした。

その後、昨年度の沖縄県地域限定通訳案内士試験問題から、地理の問題を10問解きましたが、沖縄歴1年の私は全滅、学生もかなり苦戦していたようです。それでも、受験科目の中では地理は比較的簡単な方なのだとか。

沖縄特例通訳案内士は平成33年度までの期間限定通訳案内士で、試験ではなく、研修を受講し、その中で資格認定試験を受けるもので、その研修について説明がありました。受講生の語学力に応じて一般コース（48時間の語学研修あり）と速成コース（語学研修免除）に分かれ、地元学、ホスピタリティ、旅程管理などの科目の研修を受けられる仕組みとなっています。最後の資格認定試験はプレゼン形式の面接ということでした。

沖縄県の通訳案内士の課題として、現在、宮古島ではクルーズ船が週3回くるようになるなど、ニーズが増している一方で、離島における地元の通訳案内士はまだ不足している、ということがあるそうです。また、沖縄特例通訳案内士は、中国語、韓国語は、それらを母国語としている方が8～9割を占めるそうです。どの資格も、語学力がもともと備わっていないと厳しいという印象を受けました。

ちょうど、沖縄県地域限定通訳案内士の試験施行要領の配布開始日だったこともあり、学生全員に試験要領をもってきてくださいました。観光産業科学部にもおいてありますので、欲しい方はどうぞ。

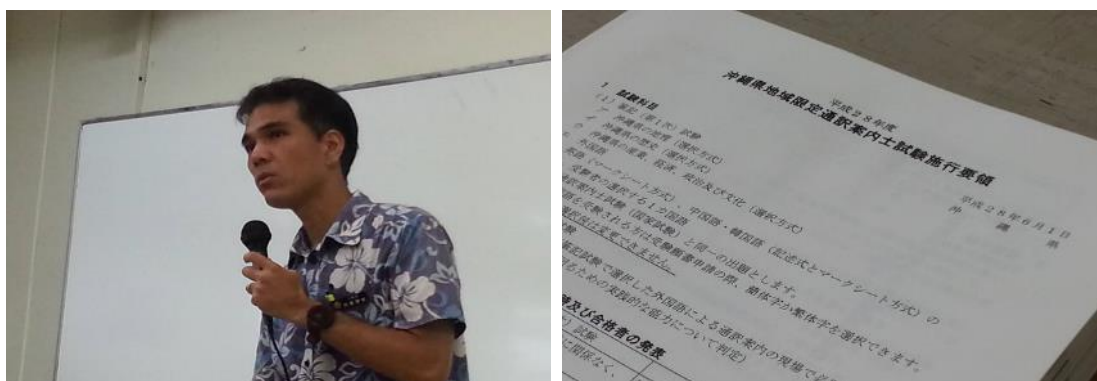
<宿題>

1.これまでの旅行経験（修学旅行・国内旅行・海外旅行）を振り返り、宿泊先（ホテル・民宿）

で「嬉しかったこと（サービス・おもてなし）」または「困ったこと（トラブル）」を紹介する。2.1.のケースについて、「日本語を話すことができない外国人観光客」だった場合、「良いサービス・おもてなし」または「トラブルの予防・解決」のためにどのような工夫が必要になるか、自分の考えを書く。

→A4・1枚に収めること。日本語で書くこと。

→1が思いつかない場合には、2について具体例を想像して書くこと。



文責：地域連携推進課 宜志富知恵子

第8回 通訳サービス概論 担当：大城明緒

今回は、2回分の、宿題と学生からのコメントシート「大福帳」についての紹介から始まりました。第5回の滞在時間の宿題については、首里城のスタンプラリー、雨天のルート設定、おきなわワールドの玉泉洞後のドリンク休憩についての解説と、滞在時間の調べ方について解説がありました。スタンプラリーは子供だけでなく大人にも人気だそうで、案内しなくても回り始める方もいるが、時間がかかるので対応に注意ということと、夏場は熱中症対策のため、水分補給を呼びかけるという注意事項もありました。

第6回の行程表作成の大福帳からは、「企画旅行」と「手配旅行」の言葉の定義についての再確認と、ガイドは臨機応変に対応するとはいえ、ガイドの一存では決められないので、責任者に報告・相談をするという説明がありました。報・連・相はどこでも大切です。また、クルーズ船の情報について、港湾ごとにクルーズの入港予定一覧が公開されているので、最新情報を確認するとのアドバイスがありました。

第6回のアナウンスの宿題からは、

集合場所について

- ・安全、分かり易い、他のお客様の迷惑にならない場所を選ぶこと
- ・可能であれば実際に集合場所にお連れして場所を見せること

集合時間について

- ・15分以上前だと早すぎる（時間通りに集合したお客様を必要以上に待たせてしまうため）ので、5～10分前に設定すること
- ・クルーズ船のバスツアーなど滞在時間を短縮してはいけない場合は、決められた滞在時間を確保できるよう特に注意すること

念押しの方針について

- ・命令口調にならないように気を付けること
- ・時刻・場所を具体的にゆっくりはっきりと数回繰り返すこと

などのアドバイスと、英語でのアナウンスの宿題だったので、英語表現の注意点について解説がありました。

その上で、アナウンスの宿題を修正し、席の近い人同士練習をして、実際に前に立ってアナウンスの練習をしました。が、立候補は1名でしたので、あとは指名に……。他の講義でもそうですが、我こそは！という学生があまりいないのが残念です。ただ、コメントシートには常に真剣なコメントが満載なので、琉大の学生はシャイなのかもしれませんね。

続いて、前回の通訳案内士制度についての大福帳からは、通訳案内士を目指していなくても地元の人間として勉強になるとか、県民の案内士増加のために観光教育・語学教育が重要といったコメントがあり、先生も「自分の住んでいる地域について外国語で説明する練習」など語学教育に観光の要素を取り入れてほしいということでした。確かに、英語の授業で、自分の地域を説明する機会はないですね。

今回のテーマは、「宿泊施設における対応」ということで、ガイド業務中にどのような時に利用するかについて説明がありました。

- ・ツアーの出発地として
- ・ツアーの到着地として
- ・ツアー中の食事場所として

などの利用があり、それぞれの注意事項を教わりました。また、宿泊客の滞在中のサポートで、ホテルの施設におけるサービスについて補助が必要な場合もあるそうです。

ホテルに関わる通訳サービスとして、ホテル・空港間のアattend業務、シャトルバス対応、ツアーデスク、ブライダル通訳・司会などもあり、こちらは、必ずしも案内士の資格がなくても可能ということでしたが、案内士に依頼がくることも多いそうです。観光地の通訳以外にも出番があるとすると、そちらの知識も必要になると思うので、本当に多岐にわたる知識を要するのだなと感じました。

<本日の宿題>

旅行先での移動手段について、好きなものを実際の旅行経験も交えて理由も記す。
日本語で A4 1枚に収めること。



文責：地域連携推進課 宜志富知恵子

第9回 通訳サービス概論 担当：大城明緒

まずは、第7回宿題「宿泊施設でのうれしかった対応、こまったこと」についての講評から始まりました。困ったことは、Wi-Fi についてが多く、使えない・パスワードが分からない・有料ということでした。提案として、パンフレット、リーフレットの多言語表記、パンフレット、食事の説明のイラスト化、写真の活用、外国語対応ができるスタッフの常駐・育成、Wi-Fi 設備の改善、ホテル送迎時や移動手段のサポートなどがありました。

Wi-Fi について、沖縄セルラーが外国人観光客を対象にしたサービスを7月より開始するというニュース、NTT グループ、情報通信総合研究所、那覇市、沖縄市、沖縄大学の5団体が統合Wi-Fi 導入に向けた実証実験を開始するというニュースをとりあげました。Wi-Fi は他の講義でも、沖縄観光の課題にあがっていましたが、できればサービスは統一してほしいところです。

前回の学生のコメントシート（大福帳）からは、

- ・お客様に必要な情報を過不足なく伝えることを意識する。迷ったら、一番大事な情報だけを伝えることに専念する。
 - ・アナウンスは耳から入るので、シンプルな単語、長すぎない文章を心がける。（関係代名詞まみれの長文にしない）
 - ・日本語で考えた文章を英語にするのではなく、最初から英語で考えて話を組み立てるのも1つの方法。
 - ・お客様に覚えてもらうために、名札を見やすくしたり、目立つ服装にしたり、目印になるものを身に付ける。
 - ・ツアー中のトイレ対応について、緊急を要する場合は、一般道ならコンビニ、高速ならSAに向かってもらう。
 - ・自由時間中の対応として、様子をみながら、グループの中であまり積極的でないお客様に個別に声をかける。（ただし、同じ方につきっきりにならないように）
 - ・プロのバスガイドさんのアナウンス、ふるまい方は勉強になるので、日帰りバスツアーに参加してみるとよい。
 - ・お客様へ注意をする場面として、「撮影禁止」「喫煙禁止」など禁止されていることは、その旨をはっきり伝える。（ただし、命令口調にならないように）
 - ・撮影禁止を伝えた場合、撮影許可された場所に来たときはそのことも伝える
- というアドバイスがありました。

今回のメインテーマは「交通に対する対応」ということで、外国人観光客の移動手段について、解説がありました。

①レンタカー

運転できる国が限られている。第二種免許を持たずにガイドの運転でお客様を乗せることは違法。（お客様が運転する車に同乗してのガイドは可）

②ハイヤーとタクシーの違い

タクシーメーターがあるか、ないか。ハイヤーは完全予約制で、格式が重んじられる状況で利用する。

③通訳ガイドの着席位置

原則、助手席（運転手とも相談しやすい。）ただし、ミニバンタイプでお客様の数が少ないときなど、ガイドとお客様が面と向かって会話をしたほうがいい場合はその限りではない。

お客様の足が不自由な場合などは、安全管理を最優先して考える。

ビジネスマナーとしての原則を頭にいれつつ、お客様の要望に沿って対応する。

④貸し切りバス

ガイド専用席があるが、基本は立っている。ただし、高速道路は必ずシートベルトをして着席すること。運転席側の最前列は、体が不自由な方のための Reserved Seat とするケースが多い。ガイドの荷物は、座席に余裕があれば、左側の最前列に置くことができる。配布する資料は冷蔵庫の上に置くと使いやすいが、お客様の目にもふれるので雑然としないようにする。出発前・走行中・終了後の注意事項についても説明がありました。

⑤路線バス

地元の雰囲気を楽しみたい、時間を気にせずのんびり移動したいというお客様は、積極的に利用する。県内の路線バスは、英語のアナウンスは増えているが、時間通り運行しているとは言い難く、路線も複雑で観光客にはわかりづらい。中国国内でのみ販売されている「手ぶら周遊観光・1日フリー乗車券」というのがあり、ゆいレールと沖縄バス首里城下線1日乗車券で、4600円。購入したお土産はヤマト運輸がホテルへ配送するサービス付きというもので、レンタカーを運転できない中国本土の旅行客に公共交通機関利用の観光プランを推進している。

⑥電車

基本的に全国どこでも時刻通りに運行。県内のモノレール（ゆいレール）は英語日本語のアナウンスと、日本語・英語・中国語（繁体字・簡体字）・韓国語の案内表示あり。

人数が多いと団体管理が難しい。足の不自由な方を含め全員が座れるとは限らない。

次に運転手との連携について説明がありました。運転手と信頼関係を築き、連携してツアーを進めることが大事。添乗員がいる場合には、ガイド・運転手・添乗員の3人で連携する。個人旅行・手配旅行の場合には、ガイド自身が必ずハイヤー会社及び運転手本人に配車確認の電話を入れる（前日まで）。ツアー開始前に打合せを行う（自己紹介、連絡先交換、行程の確認）。ツアーの始めに必ず運転手をお客様に紹介する。集合時間・場所の決定・変更は随時知らせる。ということでした。

グループディスカッションは、「日本人向けの定期観光バスツアーを、英語対応可能なツアーにグレードアップするとしたら、どんな工夫が必要になるか」というテーマでした。この背景には、県内では、外国語による定期観光バスは運行していないのにもかかわらず、日本人向けの定期観光バスを「観光地への昼食付きの往復の交通手段」として利用する外国人観光客が多いというのがあり、日本人向けツアーの英語対応の仕方を考えました。

学生からは、

- ・バスガイドさんとは別に英語対応のガイドをつける
- ・英語対応できるバスガイドを育成する
- ・あらかじめガイドの話の英語版を録音してバス内で流す
- ・ガイドの話に合わせて、音声とスクリプトが流れるアプリの開発
- ・イヤホンを通して、同時通訳をきいてもらう
- ・ガイドの話の英語版の資料にして配布、バス内は日本語アナウンスのみ
- ・予約の時点の外国人の人数によるが、少人数なら、パンフレットの英語対応、音声ガイドで乗り切る などのアイデアがでました。

文責：地域連携推進課 宜志富知恵子

第 10 回 通訳サービス概論 担当：大城明緒

まずは、いつものように宿題やコメントシート「大福帳」に記載された内容へのアドバイスからスタートしました。第 8 回交通手段（好きな交通手段とその理由）についての宿題のまとめ

・電車

時間通り、運賃が安い、主要な観光地へのアクセスが整っている、駅員に分からないことが聞ける、渋滞がない、車内が快適、景色を楽しめる、他の乗客の人間観察ができる、満員電車がめずらしい、発車メロディーにその土地らしさを感じる、沖縄にはないので非日常を味わえる。ゆいレールは、車内放送のメロディーが沖縄のわらべうたになっており、各駅で違うものが流れているそうです。

・レンタカー

パッケージツアーに参加するより安い、公共交通機関が発達していない場所では便利、時間を自由に使える、自由に寄り道できる、周りを気にせず仲間で楽しめる

・レンタサイクル

景色や自然を楽しめる、友人と楽しく周ることができる

・徒歩

車ではいけないところを行ける、自分のペースで動ける、新しいものを発見できる、地元の雰囲気を感じることができる、現地の人とおしゃべりできる

・タクシー

目的地に最短でいける、運転手から地元情報がきける、国によっては料金が日本より割安

・貸し切りバス

自分で運転する必要がない、ルートを考えず目的地にいける、ガイドの説明が面白い、高齢者も不自由なく楽しめる

交通手段を考える時のポイントとして、料金、時間、手軽さ、分かり易さ、現地の雰囲気を楽しむなどを考慮するということでした。

大福帳からは、

- ・説明を聞かないお客様がいても、特に問題はない。(必ずしもガイドの話をお客様が聞かなければいけないという訳ではない)
- ・沈黙が生じる時間帯があってもかまわない。
- ・日本人向けバスツアーを利用する外国人は、どこまで言語対応を求めているかわからないので、外国人向けにグレードアップするならば、シートベルト着用・集合時間・集合場所のアナウンスなど重要な内容だけ多言語化（きまったフレーズを用意）と、当日のルートマップを作成し多言語化の 2 点でちょうどよい。
- ・客の半数以上が外国人であれば、言語別ツアーを催行する方が望ましい。

実際、先生が、石垣島の日本人向け定期観光バスツアーに参加した時（日本人 5 名、香港、台湾 10 名）の様子を話してくれました。

今回のメインテーマは、旅行会社に関する対応ということで、旅行会社とはなにかと、ツアーの流れについて扱いました。旅行会社とは旅行業を営むもので、チケットのみの販売、レストランなどの手配のみなどは旅行業にはあてはまらないそうです。旅行業を営む旅行者+旅行者代理業者は、全ての営業箇所において「旅行業務取扱管理者」の選任が必要で、その種別により、登録申請先や扱える旅行に違いがあるということでした。通訳案内士と旅行者の関係性、業務委託の形態についても解説がありました。

ツアーの流れとしては、旅行業者から依頼を受ける→行程など詳細の確認→ツアーの催行→報告書・請求書作成になっているということです。報告書は提出が必須でない場合でも、自分のために作成したほうが良いというアドバイスがありました。英語表記の行程表によく出てくる単語、ガイドと添乗員の違いについても説明がありました。

グループディスカッションは、旅行会社の対応ではなく、案内中に触れる機会が多い「沖縄の気候」について、「通訳ガイドになったつもりで簡単に説明する」というものでした。各グループからは、沖縄の気温、湿度、風、体感温度、日差し、四季のうつりかわりなどの説明がありました。気温は、摂氏だけでなく華氏でも言えるというアドバイスがありました。

<宿題>

- ・2014年及び2015年の訪日クルーズ旅客数（日本にクルーズ船により入国した外国人旅客数）を調べなさい。
- ・2014年及び2015年の日本の港湾へのクルーズ船の寄港回数を調べなさい。
- ・2014年及び2015年にクルーズ船の寄港回数の多かった日本の港湾の上位5港を調べなさい。日本語でA4・1枚に収めること。

文責：地域連携推進課 宜志富知恵子

第11回 通訳サービス概論 担当：大城明緒

まず、第9回「報告書に書くこと」についての宿題へのアドバイスとして、

- ・当日の天気・気温は必ず書いて残すようにする
- ・お客様の情報として、人数・性別・年齢層・杖や車いす等の使用の有無・国籍を残しておく
- ・手配旅行と企画旅行では、行程報告に違いがある
- ・通訳案内士がツアー中に費用を立て替える場合は、旅行業者の名前で領収証をもらい、ツアー後に清算するが、事前に立替が発生するか確認をしておくのが良いそうです。

前回のコメントシート「大福帳」へのコメントとして、

- ・住み心地や生活感などの個人的な感覚は、むしろ積極的に説明に盛り込む
- ・雨の日が続いた場合は、年間を通じて降水量が多いので、「ある意味今日は『沖縄らしい』天気です」と説明したうえで、天気に関係なく楽しめる今日の見所に話題を変える
- ・日本語のツアーを日本語のまま実施するとしても、「日本語のみである」ということは多言語で発信するべき ということでした。

また、前回、通訳案内士の資格をもっている、実際に案内士として働いている人が少ないという話がありましたが、それについて、さらに解説がありました。語学力の証明として受験した人が多いことや、兼業でやっている人が、なかなか仕事を受けられないという背景があるようです。また、現在議論中ということでしたが、現状と課題について説明がありました。

今回のメインテーマは、「クルーズ観光外国人対応」でした。クルーズ船の寄港状況（全国／沖縄）をデータで解説。ここ数年増えてきており、離島（特に宮古島）への寄港は、昨年度13回から今年度予定109回と急増している。それに対し、受入体制が整っているとはいえ、貸し切りバスの確保、ガイドの育成、クルーズ船用岸壁及び大型クルーズ船の寄港できる岸壁の整

備などが、課題になっているということでした。

クルーズ船バスツアーの位置づけ、流れ、他のバスツアーとの違い、よく出る用語などについても教わりました。その後、最終回に行うグループプレゼンテーションのチーム分けをし、早速課題に取り組んでいました。

<宿題>

「逐次通訳」と「同時通訳」の違いは何か？→日本語で書くこと。A4・1枚に収めること。

第12回 通訳サービス概論 担当：大城明緒

いつものように、宿題と大福帳に対するコメントからスタートしました。

第10回の宿題（クルーズ船について）に関して、

- ・国土交通省が発表しているデータには、いくつか種類があり、どのデータかを明記すること
- ・比較の際は、同じ種類のデータを比較すること
- ・レポートにデータを使用する際は出典を記載すること というアドバイスがありました。

第11回の大福帳に関して、飛行機のほうが便利なのに、クルーズ船を利用する理由として、移動手段というより、船内での生活を楽しみながら、寄港地での観光も楽しむために利用する、荷物の重量制限が緩いので、たくさん買い物ができるということがあげられるそうです。

クルーズ船の寄港数が、博多が1位という点について、那覇はすでに過密で断っている状態であり、博多の入港数は圧倒的。（今年の入港予定：博多404回、那覇193回）という説明がありました。

また、クルーズ船の最新ニュースとして、名護漁港にクルーズ船が寄港するというものを取り上げました。定員2000人クラス的大型クルーズ船が寄港する予定で調整中ということだそうです。名護漁港に直接着岸できないので、沖合に停泊し、港まで小舟で乗客をはこぶスタイルになるそうで、県内各地での寄港数が増加し混雑しているため、新たな寄港地として、本部港と名護漁港が検討されているのだそうです。

今回のメインテーマはMICEにおける外国人対応でした。MICEとは、Meeting/Incentive/Convention/Exhibition (or Event)の頭文字をとったもので、多くの集客交流が見込まれるビジネスイベントです。MICEの効果は、ビジネス・イノベーションの機会創造、地域への経済効果、国・都市の競争力向上などで、滞在期間が長く、経済・消費活動の裾野も広いいため、一般の観光より経済効果が大きいということでした。MICEの開催傾向をデータから読み取り、県内の主なコンベンション施設の紹介もありました。

MICEでの通訳サービスとして、エクスカージョン（遊覧旅行）のツアーガイド、会議・講演、視察・商談等があり、一字一句の正確な訳が求められる場合は逐次通訳、会議や講演、テレビの生中継など発言者と並行して行ったほうがいい場合は同時通訳と使い分けがあるそうですが、同時通訳には特別な訓練が必要ということでした。先生が実際に経験した県内でのMICEの事例も紹介してくれました。

<宿題>

ツアー中の熱中症を防ぐために、外国人のお客様にどのような声かけをしますか？

→英語で書くこと。A4・1枚に収めること。

文責：観光産業科学部 宜志富知恵子

第13回 通訳サービス概論 担当：大城明緒

外部講師：国家資格英語通訳案内士 上田尚史氏

今回の講義は、国家資格英語通訳案内士 上田尚史氏に、観光地ガイド実務概要ということで、主に視察や取材の対応についてお話いただきました。上田さんは、沖縄に在住の通訳案内士の第一人者で、現在は、案内士、通訳、翻訳、養成講座講師、検定試験面接委員など幅広く活躍をされています。

まずは、ニュース番組の映像の紹介として、2002年のニュース映像を見ました。沖縄に初めて大型クルーズ船が寄港した時の那覇港や那覇市内のツアーの様子で、当時は県内で活動している通訳案内士は非常に少なかったそうです。

①視察

対象：政府関係者、クルーズキーパーソン、海外旅行社の日本担当者、航空会社、国際会議主催者、インセンティブツアー主催者

視察は、1週間以上の同行になることが多く、これから寄港地を決める、ツアー内容を決めるなどのガイドのため、お客様の見る目も厳しいそうです。クルーズキーパーソンは、港湾施設見学や港湾関係者との打ち合わせなどもあり、単なるガイドではなく、通訳も行うということでした。その際、天文やエネルギーなど専門性の高い分野に関する通訳が必要な場面もあるそうです。また、クルーズ船の観光のように時間やスケジュール通りに行うものではなく、急きょ変更になることもあり、その変更も含めて楽しめるかどうかということも適正の一つということでした。

②メディア取材

対象：新聞・雑誌・放送・個人ブロガー、専門誌、インタビュー

メディア取材で印象に残っているのは、個人ブロガーの方の取材同行で、取材の様子がリアルタイムで更新されていくため、1回勝負の緊張感もあったそうです。

また、北欧の記者が、沖縄の90歳以上のご長寿夫婦インタビューを行った際の取材同行なども、経験されたということでした。

通訳案内士のお仕事のプラス面、マイナス面についてもお話いただきました。

プラス面

- ①出会いを楽しめる
- ②毎日が旅、毎日が新鮮（沖縄にいながら世界旅行気分を味わえる）
- ③学んだことのすべてが役に立ち、英語を使って仕事ができる充実感
- ④ごはんがおいしい
- ⑤小なりといえども外貨獲得の気概
- ⑥日本、沖縄を海外の視点から改めて深く学べる

⑦お礼、チップ（自分への評価）

⑧沖縄への貢献

マイナス面

①毎회가 1 回勝負

②柔軟な対応と緊張感

③体力勝負

④知識不足

⑤観光関係者との連携（依頼主、乗務員、スタッフ、ドライバー）が大変

⑥他の仕事との調整

⑦業務の多さ

大事なことは、「技術ではなく最後は気持ち」ということでした。



文責：観光産業科学部 宜志富知恵子

第 14 回 通訳サービス概論 担当：大城明緒

今回は、2 回分の宿題についてその講評がありました。

逐次通訳と同時通訳に欠かせないポイントとして、

「逐次通訳はメモをとり（ノートテイキング）正確に訳す」

「同時通訳は高い負担のため複数名での交代制」というのがあるということでした。

熱中症予防についてのポイントとしては、

- ・こまめに水分をとるのが必須、さらに塩分もとれるとよい。

呼びかけの注意点としては、

- ・「アルコールを摂らないように」という制限をガイドが設けることができないので避ける。

- ・「睡眠をとるように」は、ツアー中の注意ではないので、言及する必要がない。

- ・英語の表現として、「You had better～」はかなり強い命令口調のため避ける。迷ったら「～してください」と言いかえる。ということでした。また、呼びかけだけでなく、ガイドができる対策も可能な範囲で行うとよいそうです。

「大福帳」へのコメントとしては、

- ・間違った通訳をした場合は、口頭での訂正に加え、数字や固有名詞は紙に書いて見せながら訂

正するとよい。

・同時通訳、逐次通訳はテレビのニュースの副音声や、外国人俳優などが出るバラエティ番組でも見れる。特にニュースは副音声でみると勉強になるということでした。

また、東浜の MICE 施設について多くの意見があり、それについては、競争力のある MICE 施設の条件などの紹介がありました。

今回のメインテーマは「医療通訳」で、応急手当の講習を受けることは義務ではないが、急を要する場合もあるので、できるようにしておくという事でした。応急手当の講習は、消防署で定期的に行っているそうで、その内容について、AED や熱中症の対応についても、解説がありました。

医療通訳とは、医療場面において、異なる言語や文化を持つ医療従事者と 外国人患者の間に入り、意思疎通を成立させる役割があり、「患者が自分の意志で決定することができるように、患者の文化に適した方法で、かつ患者が理解できる方法で情報が提供されること」を助ける存在であるという定義だそうで、知識・能力・倫理が求められるそうです。

特に、「正確に理解し、忠実に訳す」「業務規定、職業倫理に則った対応」には注意が必要ということでした。沖縄県内では、県内在住の外国人（健診・検診等）をお世話する、医療通訳ボランティア養成講座というのがあるそうです。また、外国人観光客の救急外来の対応として、「クラウド型ビデオ通訳サービス」を導入している病院もあるということでした。医療通訳の救急派遣や病院での配置などについては、まだ課題もあるそうです。

実際に大城先生が医療通訳として、携わった健診と救急の紹介がありました。ツアー中は、まず、急病やけがを未然に防ぐための安全管理、お客様の不調サインを読み取ることが大切だそうで、急病やけがが起こった場合、救命が最優先で、その後は旅行会社の担当者に報告・連絡・相談をしながら、基本的には離団せずツアーを続けることが求められているということでした。

文責：観光産業科学部 宜志富知恵子

第 15 回 通訳サービス概論 担当：大城明緒

今回は最終講義でした。まずは、第 13 回の医療通訳クイズの答え合わせから始まりました。

・体温の言い方については、日本では摂氏しか使わないが、華氏の国もあるので、摂氏か華氏かまできちんとということ。

・「この用紙を記入してください。」については、用紙は paper ではなく form。fill in/our this form という言い方を覚えておくという事。

・記入するを write にして、write the paper では、レポートを書くという意味になってしまうので、write の目的語は書く内容であることに注意すること、という説明がありました。

次に前回の福帳へのコメントがあり、医療通訳で特に注意することとして、

・メモをとりながら、こまめに話を区切らせてもらって訳す。（※一方の話を数分間聴きっぱなしになる状態を避ける。）

・少しでも迷ったときは、自分で選んだ単語や言い換え表現について「〇〇と伝えてもよいですか？」と話者に了解を取ってから相手に伝える。

ということと、痛みの表現方法などについて説明がありました。

本日は、グループ発表の日で、以下の課題について発表がありました。

課題：3つの依頼書（A～C）から1つ選び、ツアーの準備作業となる行程表の詳細化、及びツアー当日を想定したガイド実演を行いなさい。

- ・行程表の詳細化 コース内容のアレンジ、食事場所の検討、タイムテーブルの作成（移動時間を見積り、滞在時間を決め、各観光地の到着時刻、出発時刻を設定する）
- ・当日の食事に関するガイド実演（日本語 or 英語） 当日、お客様に対して食事の説明をどのように行うか？1人がガイド役、他のメンバーがお客様役となり、ロールプレイの形で実演すること。

9つのグループが発表をしましたが、同じ依頼書から、グループごとに別々のコースができあがっており、さまざまな工夫がありました。ガイド実演は、一人がガイド役、残りのメンバーがお客様役という設定でしたが、俳優集団かと思えるグループがあり、すべて英語で行うグループもありと、努力の跡がうかがえました。

文責：観光産業科学部 宜志富知恵子

8. 講義「通訳サービス実践」

「通訳サービス概論」の受講者を優先対象として、より実践的な教育プログラムを実施することにより、地域限定通訳案内士資格及び沖縄特例通訳案内士資格取得に向けた能力を強化する。講義方式は現場における実地研修方式を中心にし、通訳案内士や旅行会社職員等から直接通訳ガイド技術について学ぶ。

	講義内容
1日目	1月21日(土) イントロダクション/グループ分け/ガイドシナリオ作り/ガイド練習
2日目	1月22日(日) 現場実習 首里城、識名園、平和祈念公園
3日目	1月28日(土) 現場実習 道の駅かでな、座喜味城跡、琉球村、万座毛
4日目	1月29日(日) まとめ

<1日目の様子>

パンフレットを元に、見学コースやガイドをするポイントを整理します。



<2日目の様子>

いよいよ通訳ガイド体験です。ガイド役1名、外国人観光客役数名のチームになり、ガイドから説明を受け、見学をしました。

・首里城



・識名園



・平和祈念公園



・バス内



<3日目の様子>

通訳ガイド体験の2回目です。周囲にいた本物の外国人観光客が耳を傾けるという場面もありました。

・座喜味城跡



・1か所終わる度に、お客さん役の学生が、ガイドの評価をします。



・琉球村



・万座毛



<4日目の様子>

実際に現場で練習をしてみて、難しかったこと・意外だったこと・反省点などをまとめて、グループごとに発表しました。



9. 講義「サービス産業基礎概論」

国内におけるサービス産業の規模は拡大傾向にあり、多種多様な業種で構成されている。サービス産業の就業者数は増加傾向にあり、全事業所数の約 8 割が広義でのサービス産業と言われている。特に沖縄では、サービス産業に占める割合が全国よりも高くなっており、サービス産業分野における人材の育成が重要となっている。

本講座では、経済センサスからみた沖縄県の産業、企業の動向に関する調査研究等から沖縄におけるサービス産業の現状を分析し、他の地域との比較検証を行いながら、サービス産業の課題を抽出する。さらに、各産業分野における専門家からの事例報告、受講生によるグループディスカッションやプレゼンテーションを交えることにより、受講生間のコミュニケーションを深める。

	講義内容	外部講師
第 1 回	オリエンテーション	
第 2 回	沖縄におけるサービス産業の現状と課題(グループワーク)	
第 3 回	全国におけるサービス産業の現状と課題	経済産業省商務情報政策局サービス政策課
第 4 回	経済センサスから読み解くサービス産業	一般財団法人南西地域産業活性化センター
第 5 回	「沖縄経済ハンドブック」から読み解く沖縄経済	沖縄振興開発金融公庫企画調査部
第 6 回	沖縄における中小企業の現状と課題（沖縄型ビジネスモデル及び買物動向等の調査より）	沖縄県商工労働部中小企業支援課
第 7 回	産業別サービス産業の現状と課題（情報通信技術関連産業）	公益社団法人沖縄県情報産業協会
第 8 回	産業別サービス産業の現状と課題（観光関連産業）	沖縄県文化観光スポーツ部観光政策課
第 9 回	産業別サービス産業の現状と課題（観光関連産業）	沖縄県文化観光スポーツ部観光振興課
第 10 回	産業別サービス産業の現状と課題（国際物流ハブ関連産業）	沖縄県商工労働部アジア経済戦略課
第 11 回	観光産業別サービス産業の現状と課題（医療・福祉関連産業）	株式会社たからのやま
第 12 回	グループワーク	
第 13 回	産業別サービス産業の現状と課題（電気・ガス・水道関連産業）	経済産業省電力・ガス取引監視等委員会
第 14 回	産業別サービス産業の現状と課題（不動産関連産業）	株式会社レキオスホールディングス
第 15 回	グループプレゼンテーション	

第1回 サービス産業基礎概論 担当：宮里大八

4/12 開講のサービス産業基礎概論の講義です。すでに登録は定員いっぱいの40名、60名以上の学生が集まり、教室にも入りきらないほどでした。本日もクジ引きで追加受講者を決定しました。

本日はオリエンテーションで、産学連携サービス経営人材育成事業の説明と、講義の概要、次回から行うグループワークのチーム分けを行いました。次回から、各グループで決めた産業について取り組んでいきます。

<本日の宿題>

本日より1週間の間に、グループで決めた産業についてのニュースを集めること。



文責：地域連携推進課 宜志富知恵子

第2回 サービス産業基礎概論 担当：宮里大八

第2回(4/19)の講義は、チームビルディングを兼ねてのグループワークを実施しました。グループワークは、ビブリオバトル(※)を応用して4名のグループで取り組み、第1回目の講義の課題であった「各グループの産業分野における興味があるニュース」について、1人5分の持ち時間でグループ内で発表を行います。メンバーの発表中はメモをとらず、聞くことに集中する傾聴のトレーニングを行い、全員の発表後に、自分以外のメンバーの発表について要約をするというものです。

その後、宮里先生が気になったニュースを取り上げ、VR、CM、AI、DI、ROBO PHONE、FINTECH、INBOUNDなどの分野から新聞記事の紹介と解説を行いました。

※ビブリオバトルとは・・・

知的書評合戦といい、

- 1.発表参加者が読んで面白いと思った本を持って集まる
 - 2.順番に1人5分間で本を紹介する
 - 3.それぞれの発表の後に参加者全員でその発表に関するディスカッションを2~3分行う
 - 4.全ての発表が終了した後に「どの本が一番読みたくなったか？」を基準とした投票を参加者全員一票で行い、最多票を集めたものを『チャンプ本』とする
- というものです。

<宿題>

RESAS(Regional Economy and Society Analyzing System)を活用して、興味がある産業分野について調査する。



文責：地域連携推進課 宜志富知恵子

第3回サービス産業基礎概論 担当：宮里大八

外部講師：経済産業省商務情報政策局サービス政策課長補佐 山田大樹氏

第3回講義は経済産業省のサービス経営人材育成事業のご担当部署から山田大樹氏をお呼びして、「全国におけるサービス産業の現状と課題」について講義していただきました。

テーマは「GDP600兆円」目標に向けたサービス産業政策について。

- ・アベノミクス政策とは何か？
- ・政策を作るとは何か？（普段、国家公務員は何をやっているのか？）
- ・サービス産業政策とは何か？

をポイントに、普段聞けないとても為になるお話をしていただきました。

学生からは、

- ・「公務員」に対し持っていたマイナスイメージが変わった
- ・国が盛り上がるクリエイティブな政策を考えることが面白そう
- ・国の政策は身近なものではなかったが、話をきいて自分たちにも関係があると分かり、国に任せっぱなしではダメだと思った
- ・サービス産業の活性化をどうやっていくかについて話を聞きたい機会となった

- ・話を聞き、将来自分が社会にでるときに何を求められるか考えなければいけない
- ・今後就きたい職業に活かせる話が聞けた

などのコメントがあり、日頃意識していない経済や国の政策が、自らの生活や将来に与える影響等について考えるいい機会となりました。



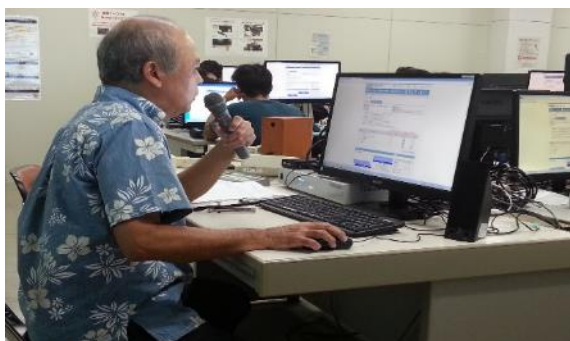
文責：地域連携推進課 宜志富知恵子

第4回サービス産業基礎概論 担当：宮里大八

外部講師：一般財団法人南西地域産業活性化センター 上席研究員 金城毅氏

第4回サービス産業基礎概論は、「経済センサスから読み解くサービス産業」の講義タイトルにて、一般財団法人南西地域産業活性化センターの上席研究員の金城 毅様に講義を行っていただきました。普段の教室ではなく、工学部にある総合情報処理センターのPC教室を活用して、実際に総務省の統計データから経済センサスを検索し、データ分析や必要とする情報収集の方法を学生は学んでいました。

初めての統計データの取り扱いに戸惑いはありましたが、多くの学生がチームや隣席の友人と協力して分析データを整理することができたようです。



文責：地域連携推進課 宜志富知恵子

第5回サービス産業基礎概論 担当：宮里大八

外部講師：沖縄振興開発金融公庫 企画調査部調査課長 比嘉努氏

第5回は、沖縄振興開発金融公庫企画調査部調査課 比嘉課長をお招きして、「沖縄経済ハンドブックから読み解く沖縄経済」について講義をしていただきました。沖縄の経済を「地勢」「人口・雇用」「県民所得・産業構造」「産業トピックス」「財政・金融」の側面から特徴をとらえ、解説いただきました。各項目ごとのまとめは以下の通りです。

●地勢：

日本の辺境だがアジアの主要都市からは近く、インバウンド、高速物流がさかん。長崎に次ぐ第2位の有人離島（39島）があり、狭い県土に米軍施設が全国の75%も存在。

●人口・雇用：

自然増が圧倒的に多く、出生率もNo.1。長寿の県とされているが、実は老年人口割合は全国最下位で、年少人口割合が全国一の「若い県」である。有効求人倍率は復帰後最高数値を更新中だが、全国では最下位クラス。大卒3年以内離職率はなんと5割という課題も。

●県民所得・産業構造：

県民所得は全国の7割程度で最下位。貯蓄水準は全国の4割弱。観光収入は1割、基地関連は復帰時と比較すると1/3まで減少。卸・小売業、宿泊・飲食サービス業の構成比が高い。

●産業トピックス：

サトウキビ、パイナップルは衰退、マンゴーや花卉が増加。製造業は食料・飲料（鮮度の関係）、窯業土石・金属・鉄鋼（輸送コストがかかるから）がメイン。泡盛出荷量は10年間マイナス推移。泡盛製造所は48か所（一覧掲載あり）。入域観光客数は初の700万人台。近年は5人に1人が外国人観光客。リゾートホテル分布は西海岸、特に恩納村に集中。（マップと客室数の記載あり）。那覇空港の国際物流ハブにより国際輸送量は、成田、関空、羽田に次ぐ4位。

●財政・金融：

沖縄振興予算は近年大幅増。自主財源は全国の半分だが、一括交付金制度が効果的。金利は低金利時代が続く。鹿児島銀行が進出し金利競争加速。地銀は資金量・融資量残高ともに増加。



文責：地域連携推進課 宜志富知恵子

第 6 回サービス産業基礎概論 担当：宮里大八

外部講師：沖縄県商工労働部中小企業支援課 主任 目取眞佳樹氏

第 6 回は、沖縄県商工労働部中小企業支援課より目取眞主任をお招きして、講義を行っていただきました。沖縄における中小企業の現状と課題というテーマで、まずは、「沖縄型ビジネスモデル構築事業業界動向調査」と「沖縄県買物動向調査」について、説明がありました。

「沖縄型ビジネスモデル構築事業業界動向調査」は、沖縄県特有の課題を抱える業界を調査し、同業界の現状及び課題を明らかにし、今後の方向性を示すための調査で、直近 26 年度は飲食業界の動向を調査したそうです。

こちら↓に調査報告書があります。第 5 章に経営モデル・成長モデルの展開に際しての具体的な着眼点や方策が記載されています。

<http://www.pref.okinawa.jp/site/shoko/keiei/kinyu/kakusyutyousajigyou.html>

沖縄県の飲食業の動向として、1500 億円の市場規模であること、開業率・廃業率とも全産業に比較して高く、全国と比較しても高いとのことでした。黒字店舗、赤字店舗、地元需要対応型店舗、観光需要対応型店舗、営業年数 3 年未満店舗のそれぞれの経営特性を示し、黒字店舗の経営特性を「飲食業の経営モデル」としているそうです。

「沖縄県買物動向調査」は、県内各地域の消費の動向を調査したもので、地元購買率や他市町村からの吸引状況等を明らかにしたものだそうです。調査によると、買物店舗は大型ショッピングセンター、買物場所を選ぶ基準は駐車場があること、地元購買率は 50%以上だが、町村部の人の買回品（婦人服、紳士服、靴、鞆等いくつかの商店を見て回り、価格、品質、デザインなどを比較・検討してから購入する商品）の地元購買率は低いこと、吸引力指数は北谷町が県内トップだが、低下が著しいなどが分かりました。

その後、「廃業率抑制のためにできること」というテーマで、全国と比較して高い廃業率の沖縄県で、事業者を支援する立場の人間として、この問題の解決方法について、グループディスカッションを行いました。学生からは、「黒字と赤字の企業を比較や大成功した企業とそうでない企業との比較をするよりも、モデルとなるよう黒字化している中でも少しでも黒字化している成長モデルを比較する」、「開業した後もフォローアップが出来るような開業相談室を作る」などの意見がでました。



文責：地域連携推進課 宜志富知恵子

第7回サービス産業基礎概論 担当：宮里大八

外部講師：公益財団法人沖縄県情報産業協会 事務局次長 渡真利哲氏

第7回の講義は、沖縄県情報産業協会 渡真利事務局次長をお招きして、産業別サービス産業の現状と課題（情報通信技術関連産業）についてお話いただきました。沖縄県が決めた重点産業として、観光、物流、情報があり、企業の成長には、「ひと」「もの」「かね」に加え、近年では「情報」も必要になってきており、情報産業は、欠かせないものになっているそうです。

沖縄県では、沖縄の厳しい雇用情勢や、地理的要因による製造業を振興する上での不利な状況などに着目し、情報通信関連産業の振興と集積を図ることを目的とし、平成10年に「沖縄マルチメディアアイランド構想」という情報産業施策を策定。平成14年度から23年度まで振興計画による支援・施策を実施、その後、平成24年度から「おきなわ Smart Hub 構想」へ移行し、情報通信関連産業の発展に取り組んでいるというお話でした。

沖縄マルチメディアアイランド構想では、高度IT人材育成、IT企業誘致・活性化事業、国際IT人材育成、アジアIT研修センター、UIターンIT人材確保支援などにより、生産額1391億→3482億、雇用者数8600人→31845人、進出企業数54社→237社と大幅に増加したとのことでした。

おきなわ Smart Hub 構想は、「沖縄21世紀ビジョン基本計画」の施行に伴い、平成24年度から10年の情報通信関連産業が継続的に発展するための基本方針で、新たな価値創造に貢献しともに発展するアジア有数の国際情報通信ハブの形成を目指し、現在進行中だそうです。

グループディスカッションは、「沖縄をよりよい社会にするためにあったらいいITサービス」というテーマで話し合い、

学生からは、

- ・バス停のIT化をし、今どこにいるか、どれくらいで到着するかなど、スマホのアプリを持っていない高齢者や子供にも分かるようにする
- ・車の自動運転により、高齢者の事故率減少、外出機会の増加に貢献するというアイデアができました。



文責：地域連携推進課 宜志富知恵子

第 8 回サービス産業基礎概論 担当：宮里大八

外部講師：沖縄県文化観光スポーツ部観光政策課 主査 比嘉真之氏

今回は、沖縄県観光政策課の比嘉主査をお招きし、沖縄県における観光産業の現状と課題についてお話いただきました。

沖縄県が掲げる観光振興基本計画によると、平成 33 年度までに、

- (1) 観光収入 1 兆円
- (2) 観光客一人当たり消費額 10 万円
- (3) 平均滞在日数 5 日
- (4) 人泊数 4027 万人泊（国内 3152 万人泊、外国空路 875 万人泊）
- (5) 入域観光客数 1000 万人（国内 800 万、外国 200 万）

となっており、それに向けて様々な取り組みを行っているということでした。

まず、月による観光客数の差が最大の時（8 月）と最少の時（1 月）では 20 万人あり、観光業の収益や人材確保なども左右するため、平準化を図る施策として、春には家族旅や卒業旅行、秋には女子旅、冬にはシニアとターゲットを季節ごとに分け誘客を行ったそうです。今年度はそれを改良して、1 年を通じてターゲット別に魅力を提供、「どんな季節でもみんなが楽しめる+自分のライフスタイルに合った旅探し」を提案しているとのことでした。また、那覇空港は、羽田、伊丹につぐ 29 路線就航していることから、路線別に、季節に応じたプロモーションもしているそうです。

海外市場に向けては、旅行博への出展し海外のマーケットに直接働きかけたり、ドラマ・映画の誘致をしているということでした。日本でも、かつて、冬ソナ現象でロケ地ツアーが大盛況だったのは記憶に新しく、実際、韓国では、人気ドラマのロケ地ということで、昨年度来沖観光客が急増したという成果もでていたとのことでした。個人的には、韓国ドラマが日本で放映されると、韓流ファンの女性たちがまたロケ地めぐりをするので、国内からの観光客も数年遅れで増えるのではないかと感じました。

「Be.Okinawa」について。沖縄県では、グローバル観光ブランド「Be.Okinawa」を展開しています。昨年度、世界 15 カ国 17 地域で実施した市場特性調査を踏まえ、「Be.Okinawa」というキーコピーとロゴを決定し、沖縄の人々や訪問者の温かい笑顔のイメージや、市場毎の特性に対応したサブコピーを組み合わせ、各種メディアを活用しながら発信することで、「沖縄スタイルへの憧れ」等を創出し、海外市場における沖縄観光のブランド化を推進しているそうです。

沖縄観光の課題としては、

- (1) 年間を通じた入域観光客数平準化
- (2) 観光客一人当たり消費額の増加
- (3) ハード・ソフト両面の受入基盤の計画的整備
- (4) 航空路線、クルーズ路線等の安定確保及び拡大

があり、沖縄観光推進ロードマップを策定し取り組んでいくということでした。

グループディスカッションは、

「現在おおむね 76,000 円程度の観光収入をあと 10,000 円増やすにはどうしたらいいか」というテーマで行い、

学生からは、

- ・お金を使っている国（中国やオーストラリア）をターゲットに、よりお金を使ってもらう

- ・滞在中のホテルを同じところにせず、北部と中南部と別々に宿泊すると割引サービスがあるという特典をつけ、連泊してもらう。
- ・外国人観光客は、「沖縄にくる」のではなく「日本にくる」という人もいるので、お土産物を沖縄のものだけでなく、日本全国のもを揃える。
- ・お土産の新商品開発を行う。ブランド化する。
- ・海は見るものではなく遊ぶ場所となるように、マリンスポーツなどのレジャー施設を増やす。
- ・アミューズメントパーク誘致。
- ・沖縄独自素材を使用したコスメをもっとPRする。
- ・沖縄独自のファッションブランドを作る。
- ・公共交通機関の充実、質の向上。
- ・大型プール施設を作りウォータースライダーを設置する。
- ・中部エリアの素通りを改善できるような施設をつくる。

などの意見がありました。



文責：地域連携推進課 宜志富知恵子

第9回サービス産業基礎概論 担当：宮里大八

外部講師：沖縄県文化観光スポーツ部観光振興課 主査 加藤貴士氏

今回は、沖縄県文化観光スポーツ部観光振興課より加藤主査をお招きし、沖縄観光ブランド「Be.Okinawa」についてお話いただきました。沖縄観光ブランド「Be.Okinawa」は平成24年度沖縄観光イメージ浸透促進事業において、対象となる市場（15か国17地域）のプレミアムFIT層（※）をターゲットに「沖縄に対する期待」を把握し、県民の意向を調査、それらを踏まえて沖縄のプロポジションにふさわしいキーコピーということでした。

沖縄のプロポジションは、ターゲット層の期待と県民の意向が一致した、「美しい自然とあたたかい人たちに囲まれて、本島の自分を取り戻せる島」で、競合地と差別化できる沖縄独自の本質的な価値として設置。沖縄の人々の生き方そのものが、ストーリー性をもち、それに触れることで、沖縄を訪れた人々は、自らを振り返り、元気づけられる。それが、Be.Okinawaだそうです。

このブランディングを元にプロモーションをしかけ、来訪者が県内で年間+1万円の県産品消費来訪者が居住地で年間1万円の県産品消費を目指しているということでした。諸外国のブラ

ンディングの説明や、ブランディングとプロモーションの違いなども解説してくれました。

グループディスカッションは、「ブランディングを活用した観光と物産の連携」で、学生からは、

- ・泡盛のブランド化
- ・地元民案内のコアなツアー
- ・食べ歩き（沖縄にはあまりない）
- ・心に傷をおった人に沖縄の食・文化・自然にふれてもらい心の解放をはかる
- ・ウェディング事業に力をいれる（フォトウェディング・水中ウェディングなど）
- ・沖縄の東海岸を開発する
- ・工場見学や飲み比べをツアーに組み込む
- ・紅型のブランド化
- ・土産品の「沖縄っぼさ」の統一。（ハワイのお土産はどれもハワイっぼい。沖縄でしか買えない、沖縄の土産ってかわいいというイメージを確立する）
- ・SNSを利用して世界に発信 といったアイデアがでました。

※プレミアム FIT (Frequent Individual Tourist)

年に 1 回以上海外旅行に行く/パッケージツアーではなく個人旅行/一定クラス以上のホテルに宿泊（バックパッカーを除外するための条件）



文責：地域連携推進課 宜志富知恵子

第 10 回サービス産業基礎概論 担当：宮里大八

外部講師：沖縄県商工労働部アジア経済戦略課 主査 金城達雄氏

今回は、産業別サービス産業の現状と課題（国際物流ハブ関連産業）について、沖縄県商工労働部アジア経済戦略課 金城主査にお話をいただきました。講義に先立ち、学生へ、「これからは外国人と勝負をする時代。語学を含め、うちなーんちゅも国際的になるべき！」というメッセージをいただきました。

講義は

- ・沖縄の地理的優位性・沖縄国際物流ハブの経緯・ANA 沖縄貨物ハブの運航スケジュール
- ・那覇空港の国内路線数と国際路線数・沖縄国際物流ハブの主な特徴
- ・「沖縄国際航空物流ハブ活用推進事業」支援例・航空コンテナベース確保事業実施状況
- ・沖縄県の国際物流拠点構想・国の成長戦略・全国特産品のアジア展開イメージ図

・他県の活用事例（静岡・三重）・流通加工拠点の取り組み事例・商流構築サポートの必要性について説明がありました。

ANA は深夜便を利用し、全国から貨物を沖縄で集荷し、翌日には東京・大阪や全国の主要都市、そしてアジア諸国へ到着をする高速物流を実現していること。沖縄国際物流ハブは 24 時間体制で稼働、ドア to ドアの小口配送も可能ということ。輸出量は香港が 1 位で、これは国内に出すのと同じような条件で輸出できるからということ。ヤマト運輸のパーツセンター、ストックセンターにより、沖縄に在庫をしておき、必要に応じてすぐに出荷できるようになったということ。アジア路線のない空港やそもそも空港がない都道府県と提携して、沖縄を拠点にアジアへ特産品を輸出することができ、それにより生鮮食品も新鮮なまま届けられるようになったこと。商流の構築のために、沖縄大貿易会を開催していること。などが分かりました。

その後、金城さんが、昨年まで上海に駐在していたことから、中国の観光市場、物産市場の概況、福建省の取り組みなどの解説もありました。

グループディスカッションは、「中国人に県産品を買ってもらうには何をしたらよいか」というテーマで、学生からは、

- ・中国人が爆買いをするドラッグストアなどに県産品コーナーを作る
- ・クルーズ船のセンターに県産品を置く
- ・クルーズ船が寄港した際のツアーの食事を県産品にし、まずは知ってもらう
- ・パッケージを中国人の好みにする
- ・中国人はインターネットで情報を仕入れる人が多いので、SNS を利用して県産品を紹介する
- ・中国人はレンタカーを借りられないので、公共交通機関に広告やクーポンを置く
- ・免税店で県産品を売る
- ・クルーズ船のツアーに道の駅をいれ、中国語対応ができる人も置く
- ・県産品パンフレットを中国語表記する
- ・おまけをつける
- ・中国人に人気の芸能人に、県産品の PR をしてもらう

などのアイデアがでました。

また、中国人の留学生からは、琉球文化は中国文化と似ているので、中国にもある、中国でも買える、という物は買わない。たとえば、首里城は中国風なので行かないが、きれいな海は中国にはないので行くという意見もでました。



文責：地域連携推進課 宜志富知恵子

第 11 回サービス産業基礎概論 担当：宮里大八

外部講師：株式会社ウィズグループ 株式会社たからのやま 代表取締役 奥田浩美氏

今回は、株式会社ウィズグループ 株式会社たからのやま 代表取締役 奥田浩美氏をお招きし、産業別サービス産業の現状と課題（医療・福祉関連産業）についてお話いただきました。

IT を活用し、高齢者とつながる仕組みを作るということで、限界集落で、IT ふれあいカフェを作り、高齢者にタブレットをさわってもらい、高齢者とロボットのふれあいの場を作り、そこから得たことを企業にフィードバックしているということでした。ご自身のご両親が老々介護をされており、兄弟、孫などで LINE グループを作ったところ、高齢者は安否確認をされたい訳ではなく、LINE を通じて、子供たちが見えることが楽しみと分かったそうです。

ロボットとのふれあひも、高齢者はロボットに何かをしてほしいのではなく、何かをしてあげるのが楽しいのだそうで、あえて、ダメな子のロボットがいるほうが良いということでした。少子高齢化は、高齢者が増えるだけでなく、子供も減るので、高齢者が面倒をみたい、貢献したいと思っても、その対象がいなくなるという懸念があるそうです。

奥田さんからは、これからはチャレンジをしないと生き残れない。ワクワクしている大人に近寄ってみる（実はたくさんいる）。時代のスピードは速く、英語の情報が日本語になって入ってくる間に、次の情報が英語ででてくるので、日本語だけではダメな時代になっている。変化に強い人間がこれからは必要。と、多くのアドバイスをいただきました。

『成功する人はチャンスを遠ざける「あいうえお」を使わない』（あ：あきらめ い：言い訳 う：後ろ向き え：遠慮 お：思い込み）ということで、個人ワークで、自分自身のあいうえおを書き出す作業を行い、グループディスカッションでは、どんなロボットがあったらいいかについて考えました。学生からは、

- ・忙しい女性にネイルをしてくれるロボット
- ・お母さんのために、料理のレシピをだしてくれたり、冷蔵庫の中身を教えてくれるロボット
- ・自宅にいても住民票や通院状況など個人情報が引き出せるロボット
- ・視力の悪い人に対してボヤケないように見えるロボット
- ・おじいちゃんの将棋相手ロボット
- ・恋愛シミュレーションができるロボット
- ・沖縄で問題になっている孤食の子供に親が作る料理を出してくれるロボット
- ・認知症のおばあちゃんのために、行動記録をとり共有できるロボット
- ・翻訳してくれるロボット など多くのアイデアがでました。



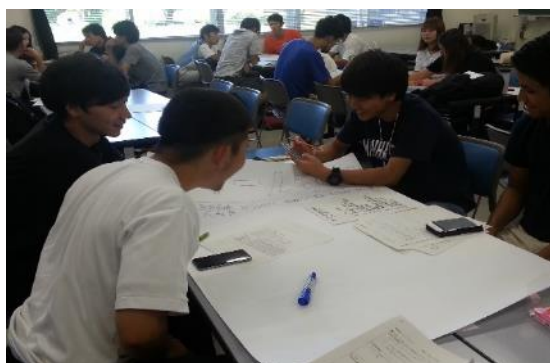
文責：地域連携推進課 宜志富知恵子

第 12 回サービス産業基礎概論 担当：宮里大八

今回は、グループワークの日でした。オリエンテーション時に決めたグループに分かれての作業になりました。以下の項目について取り組みます。

- 1.グループ名
- 2.メンバー（学籍番号・氏名）
- 3.サービス産業分野
- 4.産業規模（国内、県内）
- 5.事業所数
- 6.事業者数
- 7.課題
- 8.課題解決に向けて
- 9.2020 年の成長見込み
- 10.成長戦略モデル
- 11.個別ヒアリング
- 12.最終提言

各グループ、取り上げる分野を決め、その課題をまずは考えます。その後、その業界の方に、課題が本当に現状の課題になっているかを確認し、解決策を考えるというものです。最終回には、グループごとに発表があります。



文責：観光産業科学部 宜志富知恵子

第 13 回サービス産業基礎概論 担当：宮里大八

外部講師：経済産業省 電力・ガス取引監視等委員会事務局 東 哲也氏

今回は、経済産業省 電力・ガス取引監視等委員会事務局 東哲也氏をお招きし、産業別サービス産業の現状と課題（電気・ガス・水道関連産業）について、お話いただきました。主に、電力の自由化についての講義で、電力供給の仕組みから、電力自由化への歩み、諸外国の自由化などの枠組みのお話がありました。電力自由化の改革は、1995 年から始まり、現在は第 5 次改革に入り、今まで、大規模工場、中規模工場などの高圧需要にのみ認められていた自由化が、家庭などの小売りも含めた全面自由化になったということでした。

また、小売全面自由化により競争が始まったことを受けて、参入事業者数や、各事業者の特徴、付帯サービス、申込状況などをデータで解説していただきました。小売自由化により、8兆円の市場が開放され、ガス会社、通信会社などが参入したということです。それにより、再生エネルギーや、地産地消の事業者もでてきており、消費者の選択肢が増える一方で、その仕組みを理解する力も必要になると感じました。

国内外の動向や今後の見通しは、合併も含め大きくなる事業者と、地域に根付く小さい事業者の二極化が進むことになっていき、アジア市場は、日本の14倍もの規模があり、海外市場のポテンシャルも意識していくことになるだろうということでした。

グループディスカッションは、電力自由化で、どんなサービスがあるといいか、どれくらい料金が下がるなら買ってもいいか、というテーマで行われ、学生からは、

- ・ 2割～3割安くなれば買ってもいい
- ・ 省エネにこだわりがある会社なら乗り換える
- ・ マイルやポイントと提携
- ・ 電気、ガス、水道など公共料金の一括請求
- ・ 携帯のように一定量は使い放題、余ったら繰り越し可能
- ・ 契約すると公共 Wi-Fi が使い放題
- ・ 申込みがネットでできる
- ・ 学割、家族割、無料キャンペーン
- ・ 節約したい主婦向けに、節約量を設定し達成できたらスーパーで使えるクーポンがもらえる
- ・ 季節割引（夏に割引） という意見がありました。



文責：観光産業科学部 宜志富知恵子

第14回サービス産業基礎概論 担当：宮里大八

外部講師：株式会社レキオスホールディングス 代表取締役社長 宜保文雄氏

今回は、株式会社レキオスホールディングス 宜保社長をお招きし、産業別サービス産業の現状と課題（不動産関連産業）についてお話いただきました。

1. 不動産を知る

不動産には、土地・建物・住居系（戸建・集合住宅）・商業系（店舗・事務所・宿泊施設等）・事業系（メガソーラー）などがあり、社会インフラの基盤となっており、不動産はすべての産業に関わっているということでした。

2.不動産業の種類

不動産取引業と不動産賃貸業・管理業とに分かれており、本土では、どちらかだけを行っている会社が多いが、沖縄では両方扱っているそうです。

3.不動産業界の課題

高齢化・建物の老朽化・市街地の衰退・土地利用の非効率・自然災害による被害などの課題があり、高齢化による独居老人や孤独死の増加。昭和 30～40 年代に都市化した地域の老朽化。家主の高齢化により建て直し費用が出せない。住人も高齢化しており他の物件が借りられない為建て直しが進まない。同じ敷地内に別の親族が相続した建物がある場合は、建て直しが家主の一存で決められない。などの事例があるそうです。

4.起業と目的

宜保社長ご自身の経験から、高齢者や母子家庭などでは、金銭的な理由、保証人がたてられないなどの理由で、部屋を貸してもらえないことが多く、嫌な思いをする人がいなくなるように、誰もが安心して生活できるようにとの思いから、19歳で県内初の家賃保証会社を設立したということでした。「あったらいいな」を未来を見据えて具現化すると、未常識が常識になるそうで、この30年間で、貸す側の不安解消と借りる側の安心のために、24時間有人対応ホットラインや少額短期保険会社を作り、低所得者層の教育格差や情報格差をなくすため、レキオスBBやレキモを設立されたそうです。

5.目的型経営

レキオスホールディングスには、負のスパイラルを解消し、困っている人の助けになる！住みよい社会を作る！という目的があり、展開する事業の分野がバラバラなのも、その解決に必要なものを事業としているからということでした。経営＝手段（道具）であり、目的にこだわるからこそ、業種業態にはこだわらないのだそうです。

学生にも、これから就職活動の際、業種で選ぶと失敗する、将来に向けて、目的をしっかりとつことが大切という、熱いメッセージもいただきました。

グループディスカッションは、「レキオスって何屋さん？」というテーマで、学生からは、

- ・未来をつくる会社
- ・社会的弱者の救済屋さん
- ・オールラウンドカンパニー
- ・あったらいいなを実現するサービス屋さん
- ・社会貢献屋さん
- ・パイオニ屋さん
- ・正義の味屋さん などの意見がありました。



文責：観光産業科学部 宜志富知恵子

第 15、16 回サービス産業基礎概論 担当：宮里大八

15 回、16 回は 2 週に渡り、グループプレゼンテーションでした。観光、飲食、交通、宿泊、小売など各グループが選択したサービス産業について、以下の内容について、各グループの発表がありました。

- 1.グループ名
- 2.メンバー（学籍番号・氏名）
- 3.サービス産業分野
- 4.産業規模（国内、県内）
- 5.事業所数
- 6.事業者数
- 7.課題
- 8.課題解決に向けて
- 9.2020 年の成長見込み
- 10.成長戦略モデル
- 11.個別ヒアリング
- 12.最終提言

今回で最終講義でしたが、サービス産業の各分野ごとの現状、課題などが分かったと思います。この講義を通して、「チーム力」「情報収集能力」「データ分析力」「思考力」「アイデアを生み出す力」がついたのではないのでしょうか。



文責：観光産業科学部 宜志富知恵子

10. 講義「グローバルサービス経営入門」

「グローバルサービス経営入門」では、沖縄県内企業の国際展開の状況を学ぶとともに、沖縄県内の宿泊、飲食、物流等サービス業を行っている企業の経営実態を把握し、企業経営の課題等にかかるディスカッションを行う。具体的には、公的機関関係者による講義と企業訪問による研修を実施する（週末を利用した集中講義）。最終日にサービス産業の労働生産性を高める取組の先進事例紹介等を行うシンポジウム（社会人も対象）を実施する。

	講義内容	外部講師
1 日目	11月19日（土） オリエンテーション（3限～5限） 沖縄県のサービス産業を取り巻く状況と沖縄総合事務局の取り組み（授業）	沖縄総合事務局経済産業部商務通商課
2 日目	11月20日（日） 企業訪問（ホテル、旅行会社）（1限～5限）	株式会社 KARIYUSHI LCH 沖縄ツーリスト株式会社
3 日目	11月23日（水・祝） 企業訪問（航空会社、物流企業）（1限～5限）	日本トランスオーシャン航空株式会社 沖縄ヤマト運輸株式会社
4 日目	11月27日（日） まとめ（3限～5限）	

1 日目 グローバルサービス経営入門 担当：下地芳郎 上地恵龍
外部講師：沖縄総合事務局経済産業部商務通商課通商係長 桃原聡子氏

グローバルサービス経営入門の集中講義 1 日目は、沖縄総合事務局経済産業部商務通商課通商係長 桃原聡子氏をお招きし、「沖縄県のサービス産業を取り巻く状況と沖縄総合事務局の取り組み」についてお話いただきました。まずは、国内全般の話で、アベノミクスの成長戦略や課題、名目 GDP600 兆円に向けた成長戦略「日本再興戦略 2016」の概要、官民戦略プロジェクト、サービスチャレンジプログラム、おもてなし規格認証、IT 導入支援事業などのサービス産業の生産性向上に向けての取組についての説明がありました。

次に沖縄県の現状について、全国に比べて卸売・小売業と、宿泊業・飲食サービス業の企業数、従業員数が多いにも関わらず、付加価値額や労働生産性は低いという説明があり、労働生産性をあげるために、業務の効率化や新規顧客・商圏の拡大が必要だということでした。学生からは、付加価値額と労働生産性について多くの質問があり、全国に比べて低い所得や最低賃金などの話にもおよび、関心の高さがうかがえました。

続いて、沖縄の成長戦略としては、アジアゲートウェイとしての発展をあげ、国際ハブや、健康・バイオ・IT 分野の取組について紹介がありました。沖縄総合事務局としては、ヘルスケア産業の振興に力をいれているそうで、その事業についての解説がありました。

休憩をはさみ、20日と23日の企業訪問について、私からスケジュールと注意事項について説明をし、その後、上地先生より、訪問先のかりゆしLCH、沖縄ツーリスト、沖縄ヤマト運輸、日本トランスオーシャン航空について、および、それぞれの業界についての事前学習を行いました。



文責：観光産業科学部 宜志富知恵子

2日目 グローカルサービス経営入門 担当：下地芳郎 上地恵龍
外部講師：株式会社 KARIYUSHI LCH 代表取締役社長 蔵岡伸治氏
沖縄ツーリスト株式会社 執行役員 マーケティング戦略室長 安部潤氏

集中講義2日目は、企業訪問でした。本事業初の試みとして、大型バスをチャーターしての講義となりました。今回は、株式会社 KARIYUSHI LCH 様、沖縄ツーリスト株式会社様のご協力をいただき、施設見学および講義を行いました。

まずは、LCHの3か所を、グループに分かれて見学させていただきました。営業中のホテルの、チェックアウト時間と重なったこともあり、お客様とお会いすることもあり、より生きた現場を見ることができました。LCHという新しいホテルの業態を見学し、ビジネスホテルともフルサービスホテルとも違う、LCHならではの工夫と、遊び心のある経営が分かりました。

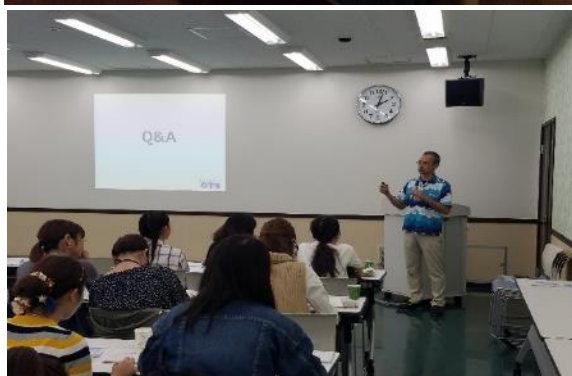
その後、沖縄かりゆしアーバンリゾート・ナハへ移動し、株式会社 KARIYUSHI LCH 蔵岡社長より、講義を受けました。LCHはLow Cost Hotelの略ですが、LOHAS Cleanliness and Happyという定義もあるそうで、安心、安全、快適、便利を追求しているということでした。また、LCHは始まって3年ということもあり、長期滞在を視野にいれつつ、今は、多くの方に利用してもらい、認知してもらうことに力を入れているということでした。

続いて、昼休みを挟み、豊崎の沖縄ツーリスト株式会社で安部執行役員より、講義を受けました。地域の行事をバスツアーに組み込んだり、銚子電鉄のネーミングライツを取得したり、地域に根差した取組の紹介がありました。今後はインバウンドだけでなく、第三国旅行も視野にいれたビジネスモデルを作っていくそうです。また、OTS レンタカーの取組として、ニュージーランドへ進出するというお話でした。

施設見学は、OTS レンタカー臨空豊崎営業所で、実際に多くの外国人観光客がいる中、4か国語対応のナビゲーションシステムや、自動運転補助機能が付いたレンタカー、交通ルールが異なる

る国の方への対応方法など、より安全に旅を楽しんでいただける工夫を見せていただきました。安全への啓蒙活動として、事故にあったレンタカーを敢えて展示していたり、県内ではよく見かける「外国人のお客様が運転しています」のステッカーなど、安全面に力を入れていることがわかりました。

その後、OTS レンタカー営業本部 平良副部長、中国語が話せる日本人スタッフの鉢嶺さん、中国人スタッフのレンさん、韓国人スタッフのキムさんの 4 名が学生からの質問に答えてくださいました。インバウンドが多い、アジアからの旅行者が多いということを聞いてはいても、実際に営業所で、外国語が飛び交う現場を見ると、数字で学んだ以上の現実を理解できたと思います。



文責：観光産業科学部 宜志富知恵子

3 日目 グローカルサービス経営入門 担当：下地芳郎 上地恵龍

外部講師：沖縄ヤマト運輸株式会社グローバルエキスプレス事業部グローバル事業推進課長 具志堅和也氏
日本トランスオーシャン航空株式会社 取締役 内間康貴氏

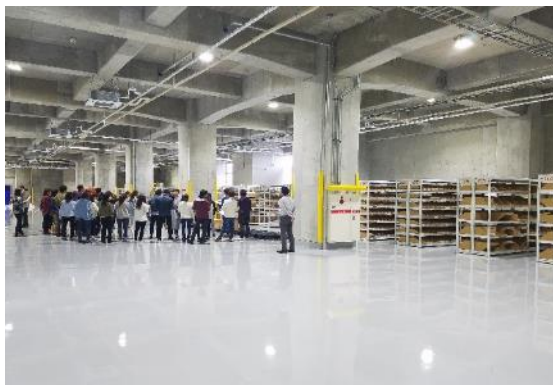
今回は、沖縄ヤマト運輸株式会社様、日本トランスオーシャン航空株式会社様のご協力の元、講義および施設見学を行いました。沖縄ヤマト運輸では、グローバルエキスプレス事業部グローバル事業推進課 具志堅課長に、宅急便の成り立ちや歴史、ラストワンマイルネットワーク、バリューネットワーキング構想について説明をいただきました。

また、国際物流ハブを活用したグローバル展開として、サザンゲートについて、農水産物の輸出拡大について、緊急パーツセンター、化粧品充填工場について教えていただきました。その後、

実際に緊急パーツセンターに行き、ずらりと並んだパーツや、保税区間を見学、化粧品充填工場は、祝日でお休みでしたが、通常は毎日稼働しているのだそうです。

午後には、日本トランスオーシャン航空のメンテナンスセンターを訪問しました。瀬長島から続く、センターへの道路は、途中でゲートがあり、関係者以外入れないようになっていました。今回は受講者、引率、バスドライバーおよびバスそのものの入講許可をいただき、メンテナンスセンターへ。内間取締役から日本トランスオーシャン航空の歴史、保有機材、沖縄らしさの演出方法などを学びました。

その後、2班に分かれ、整備工場の見学と、客室乗務員の緊急脱出訓練を体験しました。整備工場の見学では、ちょうど逆噴射のチェックを行うところで、搭乗しては見れない逆噴射の時に、機体がどうなっているかなどを見ることができました。緊急脱出訓練は、90秒で脱出しないと生死にかかわるそうで、救命胴衣にだいたいが時間がかかりましたが、これでいざというときに役立つのではないかと思います。



文責：観光産業科学部 宜志富知恵子

4日目 グローカルサービス経営入門 担当：下地芳郎 上地恵龍

今回は、集中講義3日目の23日から本日までの間に各自作成した、4企業を訪問した感想とまとめについて、学生の発表を行いました。12/2にシンポジウムがあり、そこで、各チームから半数が発表担当になっており、残りの半数が本日の発表を行いました。前に出て発表をするという経験は、普段の講義ではあまりないことなので、だいぶ緊張しているようでしたが、各自、自分の担当になっている企業以外についても、気づきや感想が多くありました。

今回は、1年次と2年次の学生が対象ですが、1年次の学生からは、先輩が、自分は「へえー」で終わってしまったことについて、企業の方に突っ込んで質問をしており、見習いたいという発表もあり、学年が混在したことで、いい刺激にもなったようです。やはり、「現場から学ぶ」というのは、大きな影響を与えるということが分かりました。

その後、チームごとに分かれ、シンポジウムの学生発表で使うプレゼンの作成時間となりました。下地先生から、感想だけでなく、提案を入れるという課題が出たので、見学時の気づきから各チーム課題解決のための提案を考えていました。上地先生からは、発表時の注意事項、資料作成の際の注意事項などの説明がありました。

講義は今回で終わりですが、プレゼン資料の作成は引き続き行い、上地先生の指導を受けつつ、当日を迎えることになりました。また、シンポジウムで、受付や場内案内、タイムキーパーなどのスタッフを各チームから1名ずつ立候補を募り、1年次の学生4名のスタッフが決まりました。



文責：観光産業科学部 宜志富知恵子

11.講義「MICE ビジネス概論」

沖縄県では2020年完成を目指して国内でも有数の大型MICE（マイス）施設（約4万平方メートル）整備を進めている。今後の沖縄観光は、物流産業など新たな産業振興策の展開を見据えて、「ビジネス」目的の旅行者への対応が重要になる。

MICEは経済効果だけでなく社会的効果の高い分野として国内外で積極的に取り組みが進められているが、同分野における専門人材は不足している。本講義では、MICEを取り巻く国内外の環境の理解、MICEの特徴についての理解、マイスプランナーなどの専門職、DMC（Destination・マーケティング・カンパニー）の役割、MICE関連産業理解などを主な内容とする。沖縄でのMICE提案に関する企画を立案に授業の中でプレゼンを行う。

	講義内容	外部講師
第1回	沖縄観光の現状及び国際観光の現状	
第2回	沖縄県のMICE現状	沖縄県文化観光スポーツ部観光整備課 MICEリゾート班
第3回	沖縄観光コンベンションビューローにおける取組	一般財団法人沖縄観光コンベンションビューロー
第4回	沖縄県東京事務所国際会議誘致班における取組	沖縄県東京事務所国際会議誘致班
第5回	DMC 沖縄の取組	株式会社 DMC 沖縄
第6回	DMC 沖縄の取組	株式会社 DMC 沖縄
第7回	万国津梁館見学 & 概要説明	万国津梁館
第8回	万国津梁館見学 & 概要説明	万国津梁館
第9回	大型 MICE 施設の概要	
第10回	与那原町の取組（観光まちづくり）	与那原町観光商工課
第11回	コンベンションの概要とビジネスの構造	株式会社コンベックス
第12回	PCOの役割と業務の概要	株式会社コンベックス
第13回	旅行会社のMICE誘致取り組み	株式会社 JTB 沖縄
第14回	旅行会社のMICE誘致取り組み	株式会社ジェイティービー
第15回	MICE提案書プレゼン	

第 1 回 MICE ビジネス概論 担当：下地芳郎

第 2 回 外部講師：沖縄県文化観光スポーツ部観光整備課 MICE リゾート班
主任 平良麻希子氏

第 1 回 MICE ビジネス概論は、本事業恒例となっている、追加登録希望者のくじびきが行われることなく、希望者 12 名の全員受け入れが決定し、オリエンテーション及び 1 回目の講義が行われました。オリエンテーションでは、講義日程と外部講師の紹介などの授業計画について説明がありました。この講義は 2 限連続で隔週開催なので、欠席をすると 2 回分抜けてしまう点について注意がありました。

講義は、まず、沖縄と世界の観光基礎知識として、

- ・ 沖縄県の 1 日当たりの観光客数
- ・ 沖縄観光のリピーター率
- ・ 沖縄に宿泊する観光客数の全国順位
- ・ 沖縄県の県民所得に占める米軍基地関係収入比率
- ・ 世界の海外旅行者数 の確認と解説がありました。

また、「観光」と「ツーリズム」の違いについて説明があり、旅行の目的は、レジャーだけではなく、ビジネスや知人・親戚訪問などもあり、そのように日常生活圏の外に出ることがツーリズム、楽しみが目的なものが観光ということでした。これからの沖縄観光は、「ハイブリッド・リゾート」への挑戦が必要で、ビーチリゾートや文化リゾートとしてだけでなく、ビジネスリゾートとしても確立させる必要があり、その手段の一つに MICE があるということでした。

第 2 回は、沖縄県文化観光スポーツ部観光整備課 MICE リゾート班 主任 平良麻希子氏による講義でした。沖縄県における MICE 誘致・振興に向けた取組について、MICE の定義、開催事例紹介に始まり、政府としての MICE の位置づけや取り組みや、沖縄県での MICE 施設、推進体制などの説明がありました。

MICE 開催は、経済効果・ビジネスの機会・イノベーション創出・都市の競争力とブランド力の向上などが期待されており、日本で 1 万人規模の国際会議が開催された場合、経済波及効果は約 38 億円、誘発税収額は約 1.6 億円になるそうです。MICE は、主催者と参加者の両方の財布からの消費効果が期待できるため、主催者側からは、MICE 関連産業の活性化、参加者側からは、観光・飲食・お土産などの消費増加につながるということでした。

また、MICE は団体旅行となるため、閑散期での開催が多く、沖縄の観光閑散期への対策としても注目されているというお話がありました。最後に 2020 年共用開始予定の与那原町にできる大型 MICE 施設の紹介がありました。

文責：観光産業科学部 宜志富知恵子

MICE ビジネス概論 担当：下地芳郎

第3回 外部講師：沖縄観光コンベンションビューロー 海外事業部

MICE 戦略推進課 主任 古波蔵修平氏

第4回 外部講師：沖縄県東京事務所 国際会議誘致班 副参事 雉鼻章郎氏

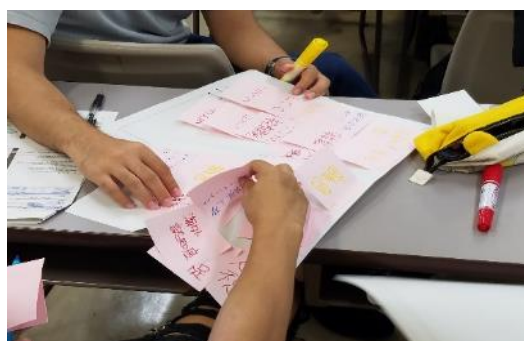
第3回は、沖縄観光コンベンションビューロー 海外事業部 MICE 戦略推進課 主任 古波蔵修平氏をお招きし、沖縄観光コンベンションビューローにおける取組として、MICE の誘致及び受け入れについてお話いただきました。なぜ誘致するのか、どう誘致するのか、どう受け入れるのか、国や他地域での取り組み の4点について説明がありました。

誘致する理由として、ビジネス・イノベーションの機会の創造、地域への経済効果、国・都市の競争力向上などがあり、誘致の方法として、MICE のカテゴリ別の誘致方法と実際の誘致活動について、詳細に渡り解説していただきました。

受け入れ方については、課題に対する対応や、MICE 支援事業の紹介がありました。苦労話や、必要な知識、身につく力など、生の声を聞くことで、イメージが湧いたのではないかと思います。

続いて第4回は、沖縄県東京事務所国際会議誘致班 副参事 雉鼻章郎氏をお招きし、沖縄県東京事務所国際会議誘致班における取組として、実際にどのような業務を行っているかについて、お話いただきました。東京事務所での業務や、沖縄県内にある MICE 施設、ホテルの大きさや収容人数、ユニークメニューの紹介とその課題、リゾート MICE を目指している沖縄県に不足している施設、どのような誘致活動をしているかなど、詳細に渡り説明がありました。

その後、ファシリテーションを行いました。演習テーマは、沖縄で MICE を行う場合の SWOT 分析で、グループ分けをし、マーカーと付箋、用紙を配布、アイスブレイク（自己紹介）、SWOT の書き出し、分類整理、発表と短時間ではありましたが、一通りの流れで行いました。ファシリテーションは、初めて経験した学生が多かったようですが、社会にでたあとも、使う場面があると思うので、流れや仕組みを理解するという点においては、いい経験だったと思います。



文責：観光産業科学部 宜志富知恵子

第5回・6回 MICE ビジネス概論 担当：下地芳郎

外部講師：株式会社 DMC 沖縄 代表取締役社長 徳田博之氏

今回は株式会社 DMC 沖縄 代表取締役社長 徳田博之氏をお招きし、民間企業である DMC がどう MICE に携わっているかという取組についてお話いただきました。

第5回はコーポレート MICE について、MICE の本質、コーポレート MICE の特徴、開催地沖縄の優位性などを取り上げました。まずは MICE の歴史として、元々 MICE という単語はマーケティングで使用していた造語であること、10 年くらい前までは、行政は支援しやすかった Convention を、民間が M/I/E をというのが主流であったというお話がありました。周囲の外国が M/I/E に取組、成功してきたことから、民間が扱う M/I/E も地域にとって有益なら誘致をするという方向性になってきたそうです。

民間企業にとっての MICE とは、効率的で効果的な経営手段であり、ある程度フォーマットがあるものをカスタマイズすると、比較的分かりやすく結果が得られるのだそうです。さらに、年間でスケジュールが生まれ、予算化されており、明確な目的があり、規模の予測ができ、毎年開催されるという特徴があるということでした。

沖縄を取り巻く市場環境としては、現場の実感として、2000 年のサミット以降躍進していること、沖縄開催にすると 20% コンベンション参加者が増えること、遊びの場からビジネス利用の場へと変容していること、3 年前から海外案件が急増していること、特に、グローバル企業のアジア太平洋地区本部が集中している香港・シンガポールからの問い合わせが多いこと、近年、タイと競合するケースが増えてきていることなどの説明がありました。

MICE の経済効果は、個人と主催者の 2 つのお財布があり、現在、主催者費用の 6 割は主催者の足元（主催者の地元）に落ちており、その例として、広報活動、ロゴマーク、配布資料、印刷物などの準備にかかる費用については、開催地の企業に発注がかかっているないので、そこを開催地で受け持つようになる必要があるということでした。

続いて、第6回は、DMC 沖縄が何をしているかというお話でした。DMC は、Destination Management 事業として、個別 MICE の開催効果を最大にする仕事と、Destination Marketing 事業として、MICE 開催地の価値を高め訴求する仕事をしているそうです。日本では、行政主体で MICE が開催されていたため、PCO を通じて旅行会社が世話をすることが多く、欧米では盛んな DMC という業態が取り入れられていなかったそうですが、より専門性が求められるようになり国内初の MICE 専門型 DMC の会社を立ち上げたそうです。

Destination Marketing 事業として、与那原町における MICE を核とした地域産業基盤構築事業、人材育成のための講座、商品開発、ユニークベニュー開発、産業育成のためのセミナー・ワークショップなどを扱っており、その事例の紹介がありました。Destination Management として、数多くある MICE の開催実績の中から、いくつかを実例と共に説明していただきました。



第7回・8回 MICE ビジネス概論 担当：下地芳郎
外部講師：万国津梁館のみなさま

今回は、万国津梁館にて講義と施設見学でした。万国津梁館は2000年の九州沖縄サミットの会場になったところで、なんと、その時の会場を再現してくださっていました。まず、副館長の金様による講義がありました。MICEの重要性として、高い経済効果、開催地域の振興・活性化、人的・文化的交流、ネットワークの構築という説明があり、中でも最も重要視されているのは、国際会議ということでした。国際会議には、団体ごとに定義があるようで、参加国、参加者総数、主催、開催期間などにより、国際会議にならないものもあるという説明がありました。

次に世界と日本のMICE開催数の解説があり、1990年代アジアのMICE市場において日本のシェアは50%もあり、現在は、シンガポール、中国、韓国、豪州などの台頭により、日本が独占できなくなっているというのが現状だそうです。国内に目を向けると、2015年の開催数で沖縄は8位だそうです。グローバルMICE都市、およびグローバルMICE強化都市に指定されている都市以外では1位という結果を残しているそうです。

続いて、万国津梁館についての説明がありました。万国津梁館は、サミット後一般共用が開始され、現在では、国際会議、インセンティブパーティ、個人利用のトゥシビー※1（生年祭）、リゾートウェディングなどに使用されているということでした。「万国津梁」とは、「世界の架け橋」を意味しており、1458年に尚泰久王が鑄造させ、首里城正殿に掲げていたという鐘に由来しているそうです。万国津梁館でのMICEは、リゾート型MICEであること、三方を海に囲まれたロケーション（グリーンフラッシュもみることができそうです）、亜熱帯の自然を堪能できる半屋外空間設計であること、プセナ岬内には会議場、ホテル、アクティビティが集積していること、テラスホスピタリティマインドなどの特徴があるということでした。

万国津梁館の天井には琉球松、シャンデリアは月桃、壁は琉球石灰岩など県産品を使用しているところも沖縄らしさが表れていると感じました。

講義の後は、サミットテーブルと、同時通訳ブースを使用させていただき、実際にサミットテーブルについての学生の英語での会話を、通訳ブースにいる学生が同時通訳をするという、またとない貴重な経験をさせていただきました。その際、司会の挨拶とともに、壁が開き、目の前にオーシャンビューが広がるという演出までしていただき、拍手喝采となりました。その後館内案内をクイズ形式で行い、最後に、サミットの時と同じように掲揚してくださった国旗の並び順などを教わり、万国津梁館の特徴の1つである「テラスホスピタリティマインド」に直接触れることができました。

※1 トウシビーとは・・・自分の干支の年を生まれ年といい、その年の旧正月後最初の干支の日に、無病息災を願って行うお祝いのことです。数え13歳から始まり、数え97歳まで12年毎に「トウシビー」があり、97歳の「カジマヤー」は盛大に行います。



文責：観光産業科学部 宜志富知恵子

第 9 回 MICE ビジネス概論 担当：下地芳郎

第 10 回外部講師：与那原町観光商工課 主事 宮平祥加氏

第 9 回は下地先生が、沖縄 MICE 振興戦略策定について取り上げました。なぜ MICE が重要か、既存施設との役割分担、オペレーションの重要性（いかに顧客のニーズを先取りできるか）、ポジショニング（ライバルをどこに設定するか）などについて説明がありました。その後、沖縄

の MICE の競争力を増すための「ユニークベニュー」と、「その場所での魅力的なパーティー」の提案をテーマに、グループディスカッションとなりました。

第 10 回は、与那原町観光商工課主事 宮平祥加氏による、「与那原町の取組」についての講義でした。まずは、与那原町の基礎情報（面積、人口、学校、伝統、名物など）や、与那原町の観光の取組について、説明がありました。

大型 MICE 施設の受入に向け、与那原町が取り組んでいることとして、町民の MICE についての理解度の向上のための、町民対象 MICE 啓蒙セミナーの開催、地域にお金が落ちる仕組みを作るための観光協会の設立や、MICE で発生する仕事を、発地ではなく与那原町で受注するための組織構築、留学生の力を借りるといった国際的な人材の育成、与那原町の周辺地域との協力体制の構築などがあるということでした。

その後、「アフターMICE を以下のジャンル別に考える」というグループディスカッションを行いました。

①チームビルディング、②エンターテイメント、③ケータリング、④パーティー、⑤回遊プログラム、⑥記念品から 3 つ程度の提案をする。沖縄の東海岸っぽいイメージのメニューにする。という条件の元、グループディスカッションになりました。

学生からの提案は以下のようになりました。

①チームビルディング

与那原町の名産品赤瓦を使い、チームごとにデザインを考え、赤瓦作りを体験する/野菜収穫/朝ヨガ/ウォークラリーをして温泉（猿人の湯）に行く/コースター作り/ビオスの丘でサバイバルゲーム/MICE 施設のヨットバスから出発するハーリーレースで結束力を強める/綱引き体験

②エンターテイメント

朝ウォーキング/与那原水路での屋形船（2020 年までに臭いなどの整備をする）/ひじき収穫/キラキラビーチで朝ヨガ、ノルディック/釣り（ヨナバルマジクを養殖し、釣ったら食べられる）

③ケータリング

タコライス発祥の金武町からキングタコス/キ口弁をチームで食べ仲を深める/中城の島大根のおひたし/沖縄っぽい弁当箱に東海岸の特産物を入れる/牛車デザインの回転寿司/与那原産ひじきのじゅーしー/北中城のアーサースープ

④パーティー

うるま市の闘牛場を使用し、スクリーンで闘牛を見る/闘牛場でバーベキュー/玉泉洞/屋台村を作り沖縄料理の提供/キラキラビーチでビーチパーティー

⑤回遊プログラム

ビオスの丘で水牛車に乗る、体験型アクティビティ/中城のパラグライダー/コザの夜の街めぐり/与那原の飲み屋めぐり（地酒があればそれを提供）/脱出ゲーム/パワースポットめぐり

⑥記念品

チームビルディングでコンテストを行い瓦のメダルを授与/パワースポットにちなんだグッズ/赤瓦コースター/赤瓦で闘牛を作り、闘牛の匂いのアロマスティックにする/サンライズを使ったポストカード、T シャツ

文責：観光産業科学部 宜志富知恵子

第 11・12 回 MICE ビジネス概論 担当：下地芳郎

外部講師：株式会社コンベックス 専務取締役 西川洋子氏

今回は、東京から、株式会社コンベックス 専務取締役 西川洋子氏に來校いただき、PCO についてお話いただきました。PCO は、Professional Congress Organizer で、MICE の M、I、C を運営する会社のことです。M、I、C は国土交通省観光庁の管轄で、主催者が PCO を通じて運営をするもので、E は経済産業省の管轄で、主催者が運営もする という違いがあるそうです。また、自治体・国は、予算の中で地元の活性化につなげる、PCO は利益を収める、学会・教会は名誉と MICE の目的も異なっているということでした。

続いて、MICE に関わる産業についてお話があり、MICE は観光産業ではホテル・交通・航空・旅行代理店などが関わっているものの、PCO、銀行（参加費）、税理士、システム運営（参加登録）、印刷（ちらし、プログラム）、輸送（備品）、広告代理店（PR）、音響、装飾、人材派遣、警備、ケータリング、エンタテインメントなどの非観光産業の方が多く関係しているということが分かりました。主催者は、会議や学会の発表内容等について考える必要もあることから、PCO が、主催者のイメージ・希望を具現化するためのコンサルティングをし、上記にあるすべての業務を代行する、会議・学会運営のプロフェッショナルであるということでした。そして、PCO の業務の流れとして、事前準備、当日運営について説明がありました。

その後グループディスカッションになり、「2020 年 2 月に 200 名での国際会議で、会場および宿泊先、パーティー会場を決める・予算は考えない・海外からもアクセスしやすい場所・思い出に残る場所」などの条件にあうところを全国から探し、場所とその理由を発表をし、自分のグループ以外でよかったところを投票で決めるというものでした。学生からは、京都、大阪、東京、金沢、箱根、九州など様々な意見がでました。



文責：観光産業科学部 宜志富知恵子

第 13・14 回 MICE ビジネス概論 担当：下地芳郎

外部講師：株式会社ジェイティービー国内事業本部観光戦略チーム日本版 DMO サポート室 山下真輝氏、
株式会社 JTB 沖縄交流事業部営業開発第二課長 河村雄一郎氏

今回は、旅行会社の MICE の取組ということで、株式会社ジェイティービー国内事業本部観光戦略チーム日本版 DMO サポート室 山下真輝氏、株式会社 JTB 沖縄交流事業部営業開発第二課長 河村雄一郎氏による講義でした。旅行会社が扱う MICE はインセンティブトラベルの分野が多く、主催者の課題を解決し、目標を達成することが目的ということでした。その為、主催者が求めているものをどれだけヒアリングできるかが重要なのだそうです。企業がインセンティブを行う目的は、「業績向上」「組織強化」があり、社員のパフォーマンスを高めるため「モチベーションの維持・向上」が欠かせないということでした。

<インセンティブトラベルの特性>

- ・主催者組織が目的に沿って成果をあげるための手段である
- ・インセンティブトラベルはエクスペリエンス型リワードの特性を活かし、旅行として施策展開するものである。
- ・内容も純粋にご褒美として旅行を提供するものから、期間中に様々なプログラムや仕掛けを組み込むなど、目的・予算・対象等企画性とクオリティには大きな乖離がある
- ・主催者の企画意図、組織体制、案件の規模、性格により主体となるプレイヤーが異なり、準備期間も異なる
- ・企業の経営・販売戦略と実績に直結する施策であるため、グロースドな環境で実施され、関係者以外に情報が伝わりにくいため、統計データの取得や集計が難しい

インセンティブトラベルを実施する業種・業界には一定の特徴があり、その需要は景気の動向、国・地域の経済発展段階や市場環境に大きく影響を受けるということでした。インセンティブトラベルをプランニングするには、成功に導くためのすべてのプロセスを俯瞰する必要があり、実施に関わる全ての機関との関係性と交渉力、創造力が求められるそうです。その後、事例紹介、実際に行う多岐にわたる業務の紹介があり、沖縄県のインセンティブトラベルの強みは、「ビジネスリゾート」ということが分かりました。

続いてグループディスカッションを行いました。テーマは「沖縄ならではのインセンティブパーティープランを考える」というもので、設定した企業の状況から、解決すべき課題、開催場所、テーマ、具体的な演出を考えました。課題をみつけ、その解決のために何をすべきか、社員のモチベーションをあげるにはどうするかという視点から、各グループがプレゼンを作成し、発表しました。



文責：観光産業科学部 宜志富知恵子

第 15・16 回 MICE ビジネス概論 担当：下地芳郎

本日はグループディスカッションの日でした。沖縄の MICE 振興に必要なユニークベニューとパーティーを提案するというもので、誰が主催か、参加者と規模、それを踏まえたユニークベニューとパーティーのプログラムを作成し発表を行いました。

インセンティブ、学会、社員旅行の他、ユニークベニューとして知られているガンガラーの谷で、ファッションショー開催や、宮古島の伊良部大橋を貸し切るなどのプランもありました。

講義としては 15 回で終了ですが、次の時限には、香港の観塘（かんとう）地域の学生たちとの交流会がありました。香港の学生から、香港の食文化、環境政策、エンターテイメントなどの香港の文化について紹介を受け、その後、グループ分けをし、各グループで自由に会話をする時間を設けました。お互いについて、文化についてなどすべて英語での会話となりましたが、いい刺激となったようです。香港の学生は、全員初めて日本に来たそうで、日本の学生の様子を知れてよかったということでした。

今回で MICE ビジネス概論の講義は終了です。M/I/C/E それぞれの特徴、それぞれ考えたブレゼン、各企業と MICE の関わり方など、様々な方面から MICE の側面をみることはできなかったのではないのでしょうか。



文責：観光産業科学部 宜志富知恵子

12.シンポジウム「サービス産業を盛り上げる！」

日 時：平成 28 年 12 月 2 日（金）13：30～16：00

会 場：ホテル JAL シティ那覇 ファミーユ

対 象：学生・社会人・一般

プログラム：

（司会）観光産業科学部産学連携サービス経営人材育成事業担当 宜志富知恵子

- ・事業紹介：下地芳郎 琉球大学観光産業科学部長
- ・基調講演：塩野谷和寛氏 経済産業省商務情報政策局サービス政策課長補佐
- ・事例報告：當山智士氏 一般社団法人沖縄県ホテル協会 会長
坂本公敏氏 一般社団法人沖縄県ホテル協会 副会長
- ・学生発表：観光産業科学部グローバルサービス経営入門受講生（1、2 年次）

<開催報告>

平成 28 年 12 月 2 日、ホテル JAL シティ那覇 ファミーユにおいて、琉球大学観光産業科学部産学連携サービス経営人材育成事業シンポジウムを開催しました。本シンポジウムは、琉球大学観光産業科学部において実施している、産学連携サービス経営人材育成事業「沖縄 2 1 世紀ビジョンを担うグローバルサービス経営人材の育成」プロジェクトの一環として行いました。

始めに、下地芳郎琉球大学観光産業科学部長より開会の挨拶と事業概要の説明があり、その後、経済産業省商務情報政策局サービス政策課長補佐 塩野谷和寛氏による基調講演が行われました。基調講演で、塩野谷氏は、2020 年に GDP600 兆円を達成するために、GDP の 75%を占めるサービス産業の生産性を向上させるため、サービス生産性の底上げ、新たなサービスフロンティア市場の創設、国際展開を 3 本柱に、基盤整備を進めていく。そのために IoT、FinTech、AI、ビッグデータの活用支援等を行う。新たなサービスフロンティア市場として、DMO を駆使した観光収益の増加や、スポーツ産業では、アリーナ・スタジアムを核に周辺整備をし、地域の振興につなげる。国際展開として、ハンズオン支援、座談会の開催などを行う。その基盤整備として、おもてなし認証制度の導入や、国・自治体・教育機関・事業者・地域金融機関などが連携してサービス地域拠点を設置、次代を担う経営者の不足を補うサービス経営人材の育成を、諸外国並みの高等教育ができるように支援していく。と述べられました。

続いて、一般社団法人沖縄県ホテル協会長 當山智士氏、副会長坂本公敏氏から、事例報告が行われました。當山氏、坂本氏からは、地域活性化のためには、縮小する国内市場への取組みが課題だが、内外観光交流客を引き込むというビジネスモデルは明確な解決策であり、沖縄県内の観光客 840 万人が平均 3.7 泊するという市場を、大きなチャンスとして捉えていく必要がある。また、観光における機会損失に目を向ける必要もある。機会損失の一例として、沖縄県内の土産物の 7 割は本土で作られているということがあげられ

る。その損失額は大きいので、経営者的な視点で協会として取り組んでいく。

ホテル業界としては、平準化もキーワードであり、GW、お盆、年末年始などに予約が集中すると、人材不足から高い料金を払って、悪いサービスを受けるということが起こるため、オフシーズン対策よりオンシーズン対策が必要になる。平準化されると、サービスも料金も整ってくる。休みの分散化を国にお願いしたい。週の中での平準化、地域の平準化も必要で、偏っていると、渋滞ロス、時間ロスなど多くの経済的ロスにつながる。

人材については、大学でより実践的な教育をし、商品を作り稼ぐモデルを考えることをやってほしい。ホテル業界としては、コーネル、ローザンヌのようなホテル経営学が学べる大学、観光のMBAが取れるような大学を沖縄に作り、幹部候補を育成できるようになってほしい。そうすることでホテル業界の地位向上にもつながる。近年は外国人スタッフの採用も多く、諸外国の価値観を共有できるメリットからダイバーシティも進んでいる。という現状について述べられました。

次に、11月におこなった1、2年次対象の集中講義「グローバルサービス経営入門」を受講した学生の発表がありました。沖縄県内のサービス産業を「現場から学ぶ」ために実施した企業訪問、施設見学、代表・役員からの講義を通じて、学生が考察した課題解決の提案を行いました。協力いただいた、株式会社かりゆしLCH、沖縄ツーリスト株式会社、沖縄ヤマト運輸株式会社、日本トランスオーシャン航空株式会社について、各チームより若者・学生目線での提案があり、日本トランスオーシャン航空株式会社 代表取締役社長丸川潔氏からは、「是非その提案を、一緒に企画し実施したい」とのコメントをいただきました。1、2年次の学生にとって、企業の代表以下多くの社員の方を前に、提案を行うというのは初めての経験で、各チーム遅くまで残って練習をしていました。だいぶ緊張していたようでしたが、貴重な機会となりました。

その後、集中講義とプレゼンの指導の担当をした、上地恵龍琉球大学観光産業科学部客員教授より講義の総括があり、協力企業からのコメント、参加者からの質疑応答と続きました。

本シンポジウムは、100名を超す参加者があり、大盛況のうちに終了しました。



下地学部長による挨拶・事業概要説明



塩野谷氏による基調講演



當山氏・坂本氏による事例報告



学生発表（かりゆし LCH チーム）



学生発表（沖縄ツーリストチーム）



学生発表（沖縄ヤマト運輸チーム）



学生発表（日本トランスオーション航空チーム）



上地先生による総括



各企業へ学生一同のお礼、及び訪問先企業の代表からのコメント



会場の様子



シンポジウム後の記念撮影

13.Island Tourism 特別セミナー

日 時：平成 29 年 2 月 18 日（土）13：00～17：30

会 場：琉球大学 法文学部棟 201 教室

対 象：学生・研究者・社会人

プログラム：

（司会）観光産業科学部産業経営学科 2 年 普天間加菜

- ・開会挨拶：下地芳郎 琉球大学観光産業科学部長
- ・特別講義：宮城博文氏 大阪商業大学総合経営学部准教授
「沖縄観光の現状と課題 -マーケティングの視点を通じて-」
Stephen Pratt 氏 香港理工大学ホテル&ツーリズムマネジメント学部准教授
「Sustainability Issues for Island Tourism」
蘇 哲仁氏 天主教輔仁大學レストラン・ホテル&施設経営学部教授
「Tourism and Culture in Taiwan」
- ・質疑応答・ディスカッション
- ・閉会挨拶：橋本俊作 琉球大学観光産業科学部産業経営学科長



下地学部長による開会挨拶



宮城准教授の講義



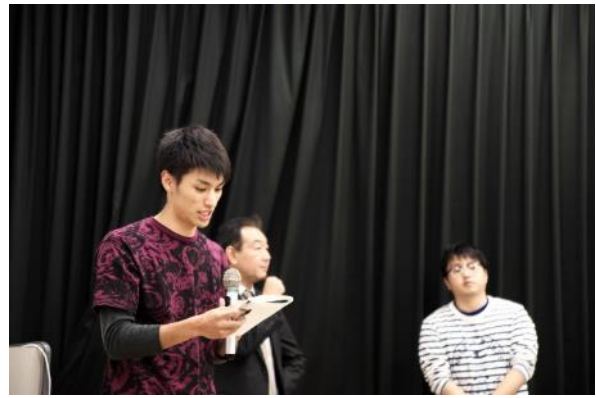
Pratt 准教授の講義



卒業生による講義の通訳



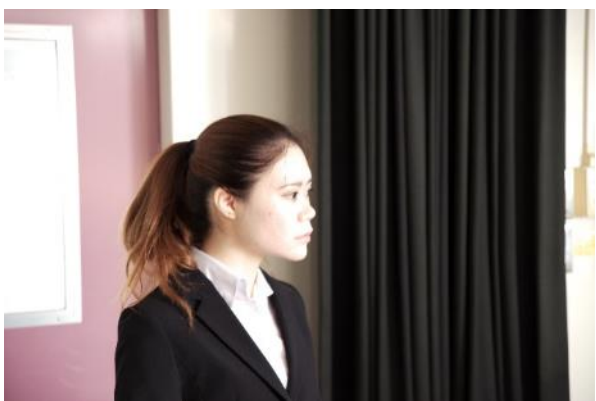
蘇教授による講義



卒業生による講義の通訳



質疑応答の様子



司会の普天間さん



会場の様子

14. サービス経営人材育成委員会

◆ サービス経営人材育成委員会とは

琉球大学観光産業科学部を中心に産業界、行政機関、産業支援機関で立ち上げたコンソーシアム機関で構成。今年度は、日本トランスオーシャン航空株式会社がコンソーシアムに加入し、委員会にも参加することとなった。

委員会では、「本プログラムにおいて本学が取り組む重要性」、「産業界から求められている人材像」、「沖縄の強みを生かしたサービス産業の構築」、「講義とインターンシップと連動した取り組み」、「国際法規や実務教育の専門性の高い人材育成」、「学生の就職やキャリアパスを描くようなコースの在り方」などの多くの幅広い意見を集約し、本事業全体の取り組みに反映している。

◆ 委員一覧

委員名	所属	役職
大門 貴司	沖縄経済同友会	事務局長
島尻 裕巳	沖縄県中小企業家同友会	事務局長
鈴木 洋一	沖縄県飲食業生活衛生同業組合	理事長
宮里 一郎	沖縄県ホテル旅館生活衛生同業組合	理事長
淵辺 美紀	(株)JCC	代表取締役副会長
田野 治樹	(株)みたのクリエイト	代表取締役社長
赤嶺 真一	沖縄ヤマト運輸(株)	代表取締役社長
東 良和	沖縄ツーリスト(株)	代表取締役会長
平良 朝敬	(一財)沖縄観光コンベンションビューロー	会長
古堅 勝也	(公財)沖縄県産業振興公社	産業振興部長
島袋 芳敬	(株)沖縄県物産公社	代表取締役社長
城間 立	(一財)南西地域産業活性化センター	事務局長
伊集 直哉	沖縄県商工労働部	産業政策課長
久田 友次郎	沖縄総合事務局経済産業部	商務通商課長
丸川 潔	日本トランスオーシャン航空(株)	代表取締役社長
下地 芳郎	琉球大学	観光産業科学部長

◆第3回 サービス経営人材育成委員会

○日時：平成28年8月3日（水）10:00～12:00

○場所：沖縄かりゆしアーバンリゾート・ナハ 6F 守礼

○次第：

- 1 開会
- 2 第2回サービス経営人材育成委員会議事要旨の確認
- 3 サービス経営人材育成委員会設置要項改訂について
- 4 前期講義報告
- 5 後期計画について
- 6 閉会

◆第3回 サービス経営人材育成委員会議事要旨

○出席者（委員15名、その他11名）：

[委員]

- ・大門 貴司（沖縄経済同友会 事務局長）
- ・島尻 裕巳（沖縄県中小企業家同友会 事務局長）
- ・鈴木 洋一（沖縄県飲食業生活衛生同業組合 理事長）
- ・中村 聡【代理出席】（沖縄県ホテル旅館生活衛生同業組合 専務理事）
- ・田野 治樹（株式会社みたのクリエイト 代表取締役社長）
- ・赤嶺 真一（沖縄ヤマト運輸株式会社 代表取締役社長）
- ・東 良和（沖縄ツーリスト株式会社 代表取締役会長）
- ・平良 朝敬（一般財団法人沖縄観光コンベンションビューロー 会長）
- ・古堅 勝也（公益財団法人沖縄県産業振興公社 産業振興部長）
- ・島袋 芳敬（株式会社沖縄県物産公社 代表取締役社長）
- ・城間 立（一般財団法人南西地域産業活性化センター 事務局長）
- ・伊集 直哉（沖縄県 商工労働部産業政策課長）
- ・久田 友次郎（内閣府沖縄総合事務局 経済産業部商務通商課長）
- ・丸川 潔（日本トランスオーシャン航空株式会社 代表取締役社長）
- ・下地 芳郎（琉球大学 観光産業科学部長）

[その他]

- ・島袋 司（一般財団法人沖縄観光コンベンションビューロー総務部広報課）
- ・崎原 かおり（沖縄県 商工労働部産業政策課主査）
- ・神谷 龍（内閣府沖縄総合事務局 経済産業部商務通商課通商係）
- ・新垣 清典（日本トランスオーシャン航空株式会社 人財部長）
- ・野沢 久（日本トランスオーシャン航空株式会社 路線事業部副部長）
- ・平野 典男（琉球大学観光産業科学部観光科学科長）
- ・橋本 俊作（琉球大学観光産業科学部産業経営学科長）
- ・上地 恵龍（琉球大学観光産業科学部客員教授）
- ・知念 肇（琉球大学観光産業科学部教授）
- ・大城 明緒（琉球大学観光産業科学部非常勤講師）
- ・宜志富知恵子（琉球大学観光産業科学部特命一般職員）

○議事内容

- 1 議事に先立ち、各委員・事務局より自己紹介があり、下地委員長より当事業の主旨説明があった。
- 2 第2回サービス経営人材育成委員会議事要旨の確認
資料2に基づき、下地委員長より要旨の確認を行った。
- 3 サービス経営人材育成委員会設置要項改訂について
資料3に基づき、委員会設置要項改訂の了承を得た。
- 4 前期講義報告
資料4に基づき、各担当より前期の講義報告を行った。それぞれに対し、各委員より意見があった。
- 5 後期計画
資料5に基づき、各担当より後期の講義計画について説明を行った。それぞれに対し、各委員より意見があった。

◆第4回 サービス経営人材育成委員会

○日時：平成29年3月10日（金曜日）10：00～12：00

○場所：沖縄かりゆしアーバンリゾート・ナハ 6F 守礼

○次第：

- 1 開会
- 2 第3回サービス経営人材育成委員会議事要旨の確認
- 3 サービス経営人材育成委員会委員紹介
- 4 後期講義報告及び28年度実施内容報告
- 5 29年度計画について
- 6 閉会

◆第4回 サービス経営人材育成委員会議事要旨

○出席者（委員9名、その他8名）：

[委員]

- ・大門 貴司（沖縄経済同友会 事務局長）
- ・鈴木 洋一（沖縄県飲食業生活衛生同業組合 理事長）
- ・中村 聡【代理出席】（沖縄県ホテル旅館生活衛生同業組合 専務理事）
- ・赤嶺 真一（沖縄ヤマト運輸株式会社 代表取締役社長）
- ・安部 潤【代理出席】（沖縄ツーリスト株式会社 執行役員マーケティング戦略室長）
- ・上江洲 豪【代理出席】（一般財団法人南西地域産業活性化センター 調査第2部長）
- ・久田 友次郎（内閣府沖縄総合事務局 経済産業部商務通商課長）
- ・丸川 潔（日本トランスオーシャン航空株式会社 代表取締役社長）

- ・下地 芳郎 (琉球大学 観光産業科学部長)
- [その他]
- ・桃原 聡子 (内閣府沖縄総合事務局 経済産業部商務通商課通商係長)
- ・神谷 龍 (内閣府沖縄総合事務局 経済産業部商務通商課通商係)
- ・森 洋平 (日本トランスオーシャン航空株式会社 路線事業部副)
- ・平野 典男 (琉球大学観光産業科学部 観光科学科長)
- ・橋本 俊作 (琉球大学観光産業科学部 産業経営学科長)
- ・知念 肇 (琉球大学観光産業科学部 教授)
- ・大城 明緒 (琉球大学観光産業科学部 非常勤講師)
- ・宜志富知恵子 (琉球大学観光産業科学部 特命一般職員)

○議事内容

- 1 委員会開会に先立ち、事務局 宜志富より、委員の紹介があった。
- 2 開会
下地委員長より開会の挨拶があった。
- 3 第1回サービス経営人材育成委員会議事要旨の確認
資料1に基づき、下地委員長より、議事要旨の確認を行った。
- 4 後期講義報告及び28年度実施内容報告
資料2に基づき、下地委員長より、後期講義報告、28年度実施内容報告があり、それぞれについて、各委員より意見があった。説明が必要な際には、各担当教員より説明があった。
- 5 29年度計画について
資料2に基づき、下地委員長より29年度計画について説明があり、取り組み内容について各委員より意見・助言があった。
- 6 閉会

参考資料 1

- ・ 産学連携サービス経営人材育成事業ホームページ

<http://ryudaicoc.jim.u-ryukyu.ac.jp/service/>



- ・ 産学連携サービス経営人材育成事業 facebook

<https://www.facebook.com/ryudai.sabisukeiei/>



参考資料 2

・ 中間報告会資料

平成 28 年度産学連携サービス経営人材育成事業中間報告会

日時：平成 28 年 10 月 28 日（金）～29 日（土）

場所：IPC 生産性国際交流センター（神奈川県三浦郡葉山町湘南国際村）

内容：事業の年度中間報告に加え、今後の産学連携人材育成事業の方向性や、将来的にサービス産業で求められる人材像についても議論。知見・ノウハウの共有を図り、サービス産業の経営人材育成に向けた共通認識を醸成するとともに、採択校間の関係強化を図る。

第 1 部 大学からの進捗報告・テーマ別討議

①産学連携事業の中間報告（各大学）

②テーマ別討議

第 2 部 全体討議・今後のサービス産業の人材育成のあり方

琉球大学 沖縄21世紀ビジョンを担うグローバルサービス経営人材の育成

上半期の成果

（飲食・宿泊等）

（1）大学における取組

- ・開発した7分野(宿泊・飲食・物流・交通・通訳・グローバル経営、MICE) 9プログラムのカリキュラムを講座化。上半期は4講座を開講し、延べ202人が受講。アンケートによると、95%が満足。
- ・HP及びfacebookページを作成、運用中。毎回の講義概要と講義風景等を掲載。
- ・サービス学会ポスターセッションに参加。
- ・学部改組におけるサービス経営人材育成の位置付けを検討中。

（2）企業・産業界との連携

- ・前期4講座において、18企業・団体と講師派遣体制を構築。
- ・ハイアットリージェンシー那覇沖縄の新規協力を得、講師派遣およびバックヤードを含む施設見学を実施。
- ・日本トランスオーシャン航空がコンソーシアムに参加。講師派遣および機体整備工場・客室乗務員訓練施設・空港施設見学等の協力を得、後期開講講座にて実施する。
- ・コンソーシアム機関で構成される、サービス経営人材育成委員会を実施。

下半期の動き（PR点、上半期の課題を踏まえた修正点）

- ・観光産業科学部で初めての講座となる、MICEビジネス概論を開講する。
- ・後期5講座において、16企業・団体より講師派遣を予定。
- ・グローバルサービス経営入門を1,2年限定の講座へと変更し、施設見学を行う集中講義およびシンポジウムを実施予定。専門科目を受講する前に、サービス産業の基礎知識を身に付ける。
- ・沖縄総合事務局の人材確保支援事業と連携を図り、講座への相互受け入れを実施。掲題事業に参加する他大学の学生が、本事業の一部講座を受講できる。今後、インターンシップの協力を検討する。
- ・千葉商科大学において、沖縄フェアを開催。初日に訪問し、学部長他サービス創造学部関係者との意見交換、物産展PRなどを行った。次年度以降、講義の相互受講を検討していく。

1

(参考資料)

HP <http://ryudaicoc.jim.u-ryukyu.ac.jp/service/>
 Facebook <https://www.facebook.com/ryudai.sabisukeiei/>

前期開講講座 受講者数		
区分	講座名	受講者数
専門科目	飲食ビジネス概論	43 (2年 6名,3年31名,4年6名)
専門科目	宿泊サービス概論	60 (2年 5名,3年49名,4年6名)
専門科目	通訳サービス概論	41 (2年13名,3年27名,4年1名)
基礎科目	サービス産業基礎概論	58 (2年22名,3年34名,4年2名)



サービス産業基礎概論 グループワーク



宿泊サービス概論
ハイアットリージェンシー那覇沖縄 施設見学



通訳サービス概論
グループディスカッション



飲食ビジネス概論
沖縄県飲食業生活衛生同業組合理事長 講義後集合写真

2

(参考資料)

前期講師派遣企業・団体	
1	株式会社ウィズグループ 株式会社たからのやま
2	ハイアットリージェンシー那覇沖縄
3	ヒルトン・ワールドワイド社
4	株式会社レキオスホールディングス
5	百名伽藍
6	株式会社えん沖縄
7	株式会社JCC
8	英語通訳案内士
9	沖縄県飲食業生活衛生同業組合
10	沖縄振興開発金融公庫 企画調査部
11	公益社団法人沖縄県情報産業協会
12	一般財団法人南西地域産業活性化センター
13	経済産業省商務情報政策局
14	経済産業省電力・ガス取引監視等委員会事務局
15	沖縄県商工労働部中小企業支援課
16	沖縄県商工労働部アジア経済戦略課
17	沖縄県文化観光スポーツ部観光政策課
18	沖縄県文化観光スポーツ部観光振興課


前期外部講師



第3回サービス経営人材育成委員会の様子



3



経済産業省 産学連携サービス経営人材育成事業
「沖縄21世紀ビジョンを担うグローバルサービス経営人材の育成」
平成28年度事業成果報告書

平成29年3月発行

国立大学法人琉球大学 観光産業科学部
産学連携サービス経営人材育成事業事務局

〒903-0213 沖縄県中頭郡西原町字千原1番地
TEL : 098-895-8980 FAX : 098-895-8187
E-MAIL : sa-bisukeiei@to.jim.u-ryukyu.ac.jp
URL : <http://ryudaicoc.jim.u-ryukyu.ac.jp/service/>
Facebook : <https://www.facebook.com/ryudai.sabisukeiei/>

