

## 13. インターンシップ特別コース

従来の職場体験型インターンシップではなく、新しく「価値創造型インターンシップ」として、6月～12月に日本トランスオーシャン航空の機内販売商品企画、web制作企画、8月に2週間集中 東洋大学との合同インターンシップとして、JALJTA セールスの着地型旅行商品開発企画の3つの企画に取り組む。

### (1) 日本トランスオーシャン航空 機内販売商品企画

担当：観光産業科学部観光科学科3年 女子2名

テーマ：「機内販売を通して地元貢献する」

「宮古島ならではの商品を発掘し、販売を通じて宮古島をアピールする！」

ターゲット：20～40代の女性

販売商品：宮古島「海工房」の貝殻ピアス。「ちゅらちゅらピアス」と命名。

販売期間：平成29年9月～10月の2ヶ月間 JTA全路線の機内にて販売。

目標：販売数130個、売上350,000円

結果：販売数187個、売上454,110円

スケジュール：



JTAからの「機内販売を通して地元貢献する」というコンセプトを元に提案された、「宮古島ならではの商品を発掘し、販売を通じて宮古島をアピールする！」という課題に取り組んだ。JTAの利用客層からターゲットを20～40代女性と決め、ターゲット層へのwebアンケートを実施。県内外からの170名程の結果を元に、実際に宮古島へ行き、候補となる商品を探した。

機内での販売には大きさ、容器など制約もあり、商品検分し、絞り込んだ結果、宮古島のショップ「海工房」が手掛ける天然貝ピアスを商品に選んだ。販売形態、納品数、清算方法、利益配分など商談をし、2ヶ月間の協力を得た。売上目標から販売計画を作ると共に、「ちゅらちゅらピアス」という名前や、セールスポイントなどを考え、客室乗務員・役員へのプレゼンを経て、2ヶ月間販売した。



## (2) 日本トランスオーシャン航空 web制作企画

担当：観光産業科学部観光科学科3年 男子2名、女子1名

テーマ：「宮古島の魅力を伝える」「若者のweb閲覧率を上げる」

ターゲット：20代女子

制作物：日本トランスオーシャン航空web美ら島物語内特設ページ「PHOTOGENIC TRIP」

公開期間：平成29年9月～10月の2ヶ月間

目標：若者の閲覧率を約2倍の20%にする（現状9.2%）

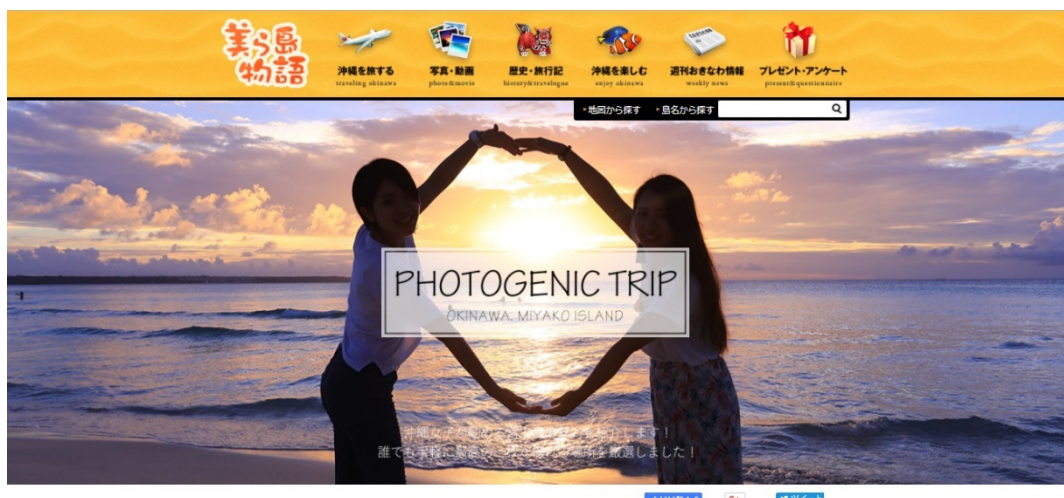
結果：人気コンテンツに次ぐ5番目の閲覧率を獲得したものの、若者の閲覧率は10.25%と1%増に終わる

スケジュール：



JTAのwebサイト「美ら島物語」の「20代の閲覧数を増やすためのweb制作」という課題解決のため、「若年層へ宮古島の魅力を発信する！」というテーマで取り組んだ。ターゲットを「20代の女子旅」に決め、宮古島を訪問し、取材先の検討と景勝地の取材を行った。景勝地以外の場所については、取材・web掲載の許可を取り、再度宮古島に渡り、経営者に話を聞くなどの取材をした。

その後、webの方向性を決めるため、「県外学生の旅行に対する意識調査アンケート」をかねてから大学間連携をしている千葉商科大学に依頼し、学生170名（有効回答数）の結果から、インスタグラムに載せたい写真や動画をwebに掲載し、公開後は各ポイントの情報をツイッターで拡散するという手法をとることにした。女性目線ということから、宮古島の地図を手書きにしたり、女性が共感するような写真や文章を考え、構成し、役員へのプレゼンを経て、「PHOTOGENIC TRIP」として公開した。



[http://www.churashima.net/rk\\_mission/index.html](http://www.churashima.net/rk_mission/index.html)

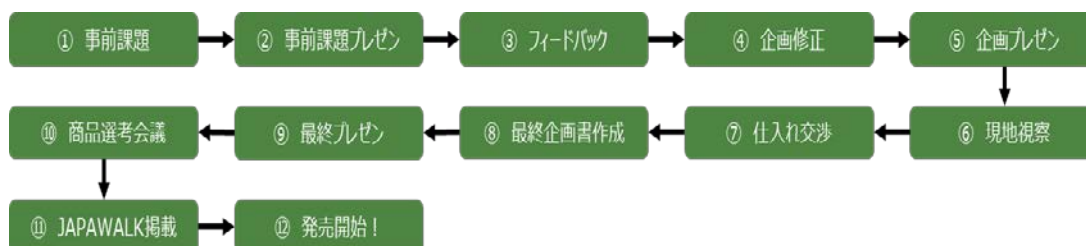
### (3) 東洋大学合同インターンシップ JALJTA セールス 着地型旅行商品企画

担当：観光産業科学部産業経営学科 3年 女子 2名（東洋大学国際地域学部生 4名）

テーマ：「インバウンドをターゲットとした着地型旅行商品」を企画する

ターゲット：訪沖外国人観光客

スケジュール：



東洋大学国際地域学部の4名が来沖し、合同インターンシップとして、着地型旅行商品企画に取り組んだ。沖縄について勉強してきている東京の学生と、地の利が活かせる沖縄の学生とのコラボレーションで、2週間で立案から商品化までを行うという企画で、お互いに足りない部分を補完しつつ5つのプランが誕生した。

アジアからのインバウンドに対する旅行商品企画という課題で、旅行プランの計画、視察、見学先や協力先企業との商談、利益率の計算などを行い、泡盛の酒造めぐり（見学）、空手（施設見学と体験）、手作りかりゆしウェア（体験）、コザナイト（見学、体験、飲食）、ハローキティの観光タクシーでのフォトジェニックスポット巡りの5つのプランを作り、9月中旬から販売した。着地型ということで、沖縄に滞在中に1日でまわれるプランとなっていて、お土産がセットになっていたり、安全性に考慮してガイドを付けたり、アジアのインバウンドに人気のキャラクタータクシーを利用するなど、随所に工夫を凝らしたプランとなった。

## 6/2 インターンシップ特別コース 担当：平野典男

JTA×琉球大学 インターンシップ特別コースがいよいよ始まりました。このコースは、昨年度開講したグローバルサービス経営入門において、日本トランスオーシャン航空の施設見学や講義を通じて見えた課題解決策を、シンポジウムで提案したところ、価値創造型のプログラムとして実現させたいとのお話をいただき、包括連携協定の締結を経て、「課題解決型インターンシップ」として取り組むものです。

今年度は、JTAの機内販売商品企画、web制作企画、東洋大学との合同インターンシップとして、JALJTAセールスの着地型旅行商品企画に取り組みます。

初の試みとなる、JTA企画の参加者は3年次5名で、機内販売チーム、webチームに分かれて、JTAより提案のあったお題について取り組んでいきます。

今回は、JTA本社にて、自己紹介、概要説明、ディスカッションが行われ、ターゲットとする場所、コンセプト、機内販売チームには、販売目標、利益目標の提示、webチームには、JTAのwebサイト美ら島物語の分析と課題などの説明がありました。

今後、機内販売チームは、商品検討、リサーチ、販売候補発表、確定、プレゼンなどを経て実際に機内販売が行われ、webチームは、テーマ確定、ロケハン、取材内容決定、プレゼンを経て

web 制作、web 掲載が行われます。

学生に貴重な経験をさせてくださる JTA の懐の深さに感謝しつつ、学生ならではの発見に期待もしています。



文責：観光産業科学部 宜志富知恵子

## 6/9 インターンシップ特別コース 担当：平野典男

2 回目は、前回提示されたテーマに沿って各チームが考えた内容の発表がありました。全体での総括を JTA の皆様からいただき、チームに分かれて更に煮詰めていきました。

機内販売チームは、JTA の方からワゴンの大きさや、1 回のフライトに搭載できる数、機内販売に向かない包装や割れ物の扱いなどを教えていただきました。その上でどういう商品にしていくか、今回の発表を踏まえアンケートを実施ということになりました。

web チームは、ターゲットをどこにするか、検索すれば色々な情報が手に入る今、どういった情報がほしいのかなど、掘り下げていくことになりました。



文責：観光産業科学部 宜志富知恵子

## 6/23-24 インターンシップ特別コース 担当：平野典男

6/23-24 の 2 日間に渡り、今回のテーマである「宮古島」へ、学生、JTA、琉大教職員の総勢 11 名で行き、機内販売チーム、web チームの活動が始まりました。

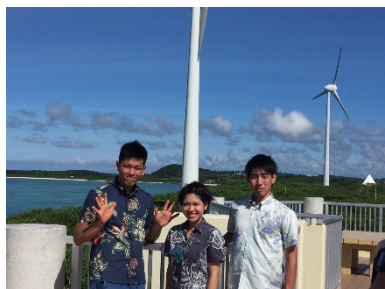
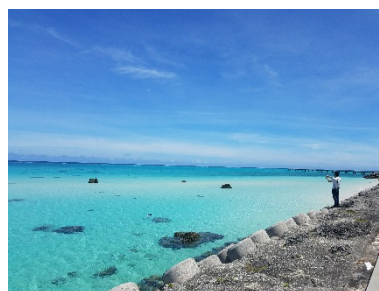
機内販売チームは、前回から今回までの間にアンケートを実施し、170 人程度のデータを集めました。そのデータと、元々自分たちで集めていた情報から、訪問先を決め、アポイントを取っており、早速訪問しました。

商品をしぼり、販売条件を提示し、交渉まで行いました。実際に販売できるのは1店舗から1商品なので、後日連絡をするという形で終了。それを2店舗分行き、初日の交渉は終了しました。

その後、宮古新報、宮古毎日新聞、宮古テレビを訪問し、今回のプロジェクトについて説明をしました。(後日記事にさせていただきました)

2日目は、前日に目をつけていたお店をいくつか訪問し、候補となる商品について確認をしました。学生の話し合いの結果、売上目標はどの商品を選んでも不安としてついてくるので、商品が気に入っている、販売条件がすべてクリア、さらにこの企画そのものに賛同し協力してくれることから、商品を決定し、再度訪問をして、より詳細な手続き等話し合いました。

web チームは、事前にテーマが絞り切れていないということもあり、実際に自らの目で、島内を視察して周りました。こちらは、ターゲットを20代女子としてはみたものの、男性が多いチームということもあり、女子目線に苦労していたようです。宮古島のJTAの方からお話を伺ったり、実際の視察を元に見えてきたテーマについて、次週までに調整をし、取材先を決定し、アポイントを取り、再度宮古島に行くことにしました。



文責：観光産業科学部 宜志富知恵子

## 7/1-2 インターンシップ特別コース 担当：平野典男

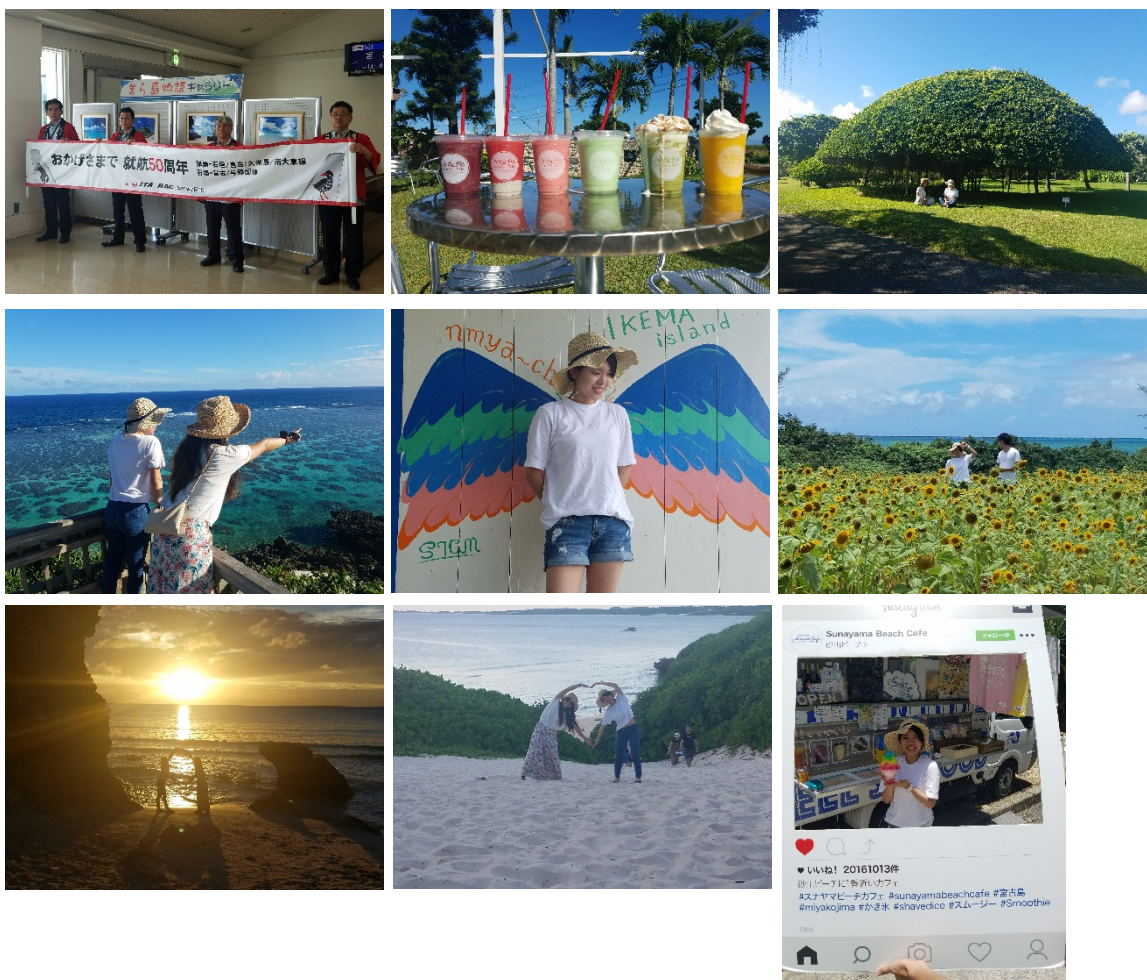
今回は web チームのみの活動でした。機内販売チームは前回までに宮古島での活動は終わっているため、来月のプレゼンに向けて、データのとりまとめや資料作成をしています。

web チームは、前回からの1週間で、女子旅を掘り下げ、撮影スポットを決定し、お店にはアポイントを取り、スケジュールを組み、いざ出発！

予定していたところを周り、行きたくなるような写真を撮影し、お店の方にお話を聞き、1日目を終わりました。アポイントを取ったにも関わらず、仕入れにいくために閉店していたお店もあり、地元の方いわく、「これぞ宮古流」という様子も垣間見れました。

2日目はどしゃぶりの雨でしたが、晴れるまであと1時間という予測がでていたので、予定を後ろにずらして、取材を行いました。

どのお店の方も、この企画を説明すると、快く協力してくださいました。また、web の完成を楽しみにしてくださっており、宮古の「人の温かさ」も感じた取材の旅となりました。



文責：観光産業科学部 宜志富知恵子

## 7/21 インターンシップ特別コース 担当：平野典男

機内販売チームのプレゼンの日でした。客室乗務員や女性職員の皆様に向けて、ターゲット、アンケート結果、候補商品、検分、選択した商品、アピールポイントなどプレゼンを行いました。

プレゼンに自己紹介を入れるなど、いくつかのアドバイスをいただきました。また、自分たちの思いを客室乗務員の皆様がお客様にどう伝えていくかという課題も見えたので、次回の役員プレゼンまでに準備して臨むことになります。



文責：観光産業科学部 宜志富知恵子

## 8/9 インターンシップ特別コース 担当：平野典男

機内販売チーム、web チームともに最終プレゼンを JTA の役員の皆様に向けて行いました。機内販売チームは前回のプレゼンから課題について取り組み、セールストークを考えました。web チームは「美ら島物語」の森山編集長と何度も調整をし、実際に公開する web ページの概要がまとまりました。

役員の皆様からの質問を経て、今回の企画はいずれも承認いただき、9月1日から実際に機内販売の開始と、web の公開となりました。

最後に、丸川社長より、ここにたどり着くまでの考えている時間が相当あったと思うが、そういう時間は学生ならではの時間で、社会に出るとそこまで深く考える時間があまり取れない。考えている時間が大事。その中で「突飛な意見」も出たと思うが、その部分を排除するのではなく、大切にするといい。学生のみなさんの思いが乗ると商品の価値もあがる。というお話をいただきました。広報活動として、8/24 に記者発表会を開催することになりました。



文責：観光産業科学部 宜志富知恵子

## 8/10 東洋大学との合同インターンシップ 担当：平野典男

東洋大学の学生4名と合同で行った、JALJTAセールス「着地型旅行商品企画」は、東洋大生が2週間沖縄に滞在し、本学の学生2名と共に、旅行商品を企画し実際に販売するというインターンシップです。

8/1から始まり、企画を練り直し、現地視察、仕入れ交渉なども学生たちが行い、本日最終企画書のプレゼンとなりました。

自分たちが考えたプランを、実際に視察や交渉をする期間は1週間しかないというタイトなスケジュールでしたが、観光だけでなく、体験プラン、工場見学プラン、撮影スポット巡りプランなど、いわゆるオプショナルツアーのような1日を過ごせるプランが並びました。

今回のインターンシップにより、商流を学ぶ以外にも、東京の学生からみた沖縄と、沖縄の学生からみた沖縄の違いを理解したり、沖縄にいると珍しいものではないことも、アレンジの仕方では観光素材として成り立つこと等多くを学べたようです。東洋大学の学生が調べてきた沖縄について知らないこともあったようで、改めて沖縄について学ぶ必要があることを痛感したそうです。

実際の旅行プランとして発売できるようJALJTAセールスに託し、東洋大学との合同インターンシップは終了しました。



文責：観光産業科学部 宜志富知恵子

## 8/24 記者発表会「ちゅらちゅらピラス」機内販売、特集webページ公開について

8月24日、日本トランスオーシャン航空株式会社（以下、JTA）と国立大学法人琉球大学観光産業科学部（以下、琉大観光産業科学部）は、記者発表会を開催し、9月1日より2ヶ月間、JTA 全路線で、学生が企画した「ちゅらちゅらピラス」の機内販売を開始することと、JTA のwebサイト「美ら島物語」に学生が企画した特集ページ「PHOTOGENIC TRIP」が公開されることを発表しました。

この企画は、「JTA×琉球大学 インターンシップ特別コース」における取り組みで、琉大観光産業科学部で実施している「産学連携サービス経営人材育成事業」の一環として、今年3月にJTAと包括連携協定を締結したことにより、開講したものです。従来の職場体験型としてではなく、課題解決型インターンシップという新しいスタイルを構築し、6月から機内販売商品企画とweb制作企画に学生主体で取り組んでまいりました。

機内販売商品企画は、琉大観光産業科学部3年二階堂美南、照屋華楠の2名が担当し、JTAか



らの「機内販売を通して地元へ貢献する」というコンセプトを元に提案された、「宮古島ならではの商品を発掘し、販売を通じて宮古島をアピールする！」という課題に取り組みました。JTAの利用客層からターゲットを20～40代女性と決め、ターゲット層へのwebアンケートを実施。県内外からの170名程の結果を元に、実際に宮古島へ行き、候補となる商品を見つけました。機内での販売には大きさ、容器など制約もあり、商品検分し、絞り込みました。その結果、宮古島のショップ「海工房」が手掛ける天然貝ピアスを商品に選び、商談をし、2ヶ月間ご協力いただけることになりました。「ちゅらちゅらピアス」という名前や、セールスポイントなどを考え、客室乗務員へのプレゼン、役員へのプレゼンを経て、機内誌原稿を作り、いよいよ販売を迎えます。

Web制作企画は、琉大観光産業科学部3年仲村渠裕斗、大濱里穂、椋祐太郎の3名が担当し、JTAのwebサイト「美ら島物語」の「20代の閲覧数を増やすためのweb制作」という課題解決のため、「若年層へ宮古島の魅力を発信する！」というテーマで取り組みました。自分たちがどういう情報なら見るかというところからスタートし、ターゲットを「20代の女子旅」に決め、宮古島を訪問し、取材先の検討と景勝地の取材を行いました。景勝地以外の場所については、取材・web掲載の許可を取り、再度宮古島に渡り、実際に話を聞くなどして取材をしました。その後、webの方向性を決めるため、「県外学生の旅行に対する意識調査アンケート」をかねてから大学間連携をしている千葉商科大学に依頼し、学生170名(有効回答数)の結果から、インスタグラムに載せたい写真やwebに掲載し、公開後は各ポイントの情報をツイッターで拡散するという手法になりました。女性目線ということから、宮古島の地図を手書きにしたり、女性が共感するような写真や文章を考え、構成し、役員へのプレゼンを経て、いよいよ公開となります。

記者発表会には、新聞、テレビなど10社に参加いただき、今回の取組概要の説明の他、学生のプレゼンを披露し、JTA取締役路線事業部門長内間康貴氏、JTA執行役員客室部門長上原尚子氏、琉大観光産業科学部副学部長平野典男の挨拶、質疑応答、写真撮影と続き、最後に学生への個別インタビューで閉会となりました。



文責：観光産業科学部 宜志富知恵子

## 9/1 本日より「PHOTOGENIC TRIP」公開&「ちゅらちゅらピアス」販売

本日より、JTAweb サイト「美ら島物語」の特集ページ「PHOTOGENIC TRIP」の公開と、機内販売商品「ちゅらちゅらピアス」の販売が始まりました！！

web 及び機内販売商品は、本事業で開講した「JTA×琉球大学 インターンシップ特別コース」の一環で、JTA と包括連携協定を締結したことにより実現した企画です。

「PHOTOGENIC TRIP」は、学生が企画、マーケティング、取材交渉、取材、撮影、記事作成、構成を行った特集ページで、20 代女子旅をテーマに宮古島を紹介しています。

思わず写真が撮りたくなる、写真を取ったらインスタグラムで共有したくなる、そんな場所が満載のページができあがりました。学生の iphone で撮影してますので、現地へ行けば同じ写真が撮れること間違いなし！！宮古島へ行く方はもちろん、行った気分になりたい方にも、綺麗な写真が見たい方にも、おすすめのページです。

機内販売商品企画では、JTA 全路線で「ちゅらちゅらピアス」が本日より販売されます。こちら、学生がマーケティング、商品検分、取材、商談を行い、20～40 代女性をターゲットに、宮古島の「海工房」が天然貝を磨いて作ったピアスをプロデュース。「ちゅらちゅらピアス」という名前や、販売時のセールストークに至るまで考えました。オフィスで着けても違和感なく馴染む、プルメリアの形のピアスです。

ピアスは関係ないと思ったお父さん方！いつもお土産に悩んでいませんか？お土産に悩むお父さん方の強い味方です。奥様、お嬢様へのお土産にも喜ばれること間違いなしですよ！



琉球大学 x JTA 南風にゆれるプルメリアピアス

自然素材を活かしmade in 宮古島のオリジナルアクセサリーを製作・販売する「海工房」より、天然貝を磨いて艶を出した手作りのピアスをお届けします。  
白蝶貝を使用したホワイと、ピンクシェルを使用したピンクの2色をご用意。沖縄の美しさがたくさん詰まったピアスが、あなたをさらにちゅらさん(美しい人)にしてくれます。  
本誌49ページに関連記事がありますので、ご覧ください。

ちゅらちゅらピアス

価格 2,700円 JALカード価格 2,430円

- 全長約2.5cm、本体部分：白蝶貝・ピンクシェル、金属部分：Silver925
- ※天然貝使用のため、色の古方に違いがあることをご了承ください。
- 重さはピアス各色一組の値段です。

私達が企画しました!  
琉球大学  
石川 亜美 さん  
左 佐藤 華穂 さん

<JTA 機内誌>



<PHOTOGENIC TRIP QR コード>

文責：観光産業科学部 宜志富知恵子

## 9/26 学生が企画した「着地型旅行商品」販売について

平成29年9月26日、株式会社 JALJTA セールスより、学生が企画した「着地型旅行商品」が発売されました。この企画は、「東洋大学との合同インターンシップ」における取り組みで、観光産業科学部で実施している「産学連携サービス経営人材育成事業」の一環として、実施しま

した。先に発表した、「JTA×琉球大学インターンシップ特別コース」での企画である「ちゅらちゅらピラス」の機内販売、web サイト「PHOTOGENIC TRIP」に続く、第三弾として、「東洋大学との合同インターンシップ」にて、沖縄本島内の「着地型旅行商品」を5つ企画しました。

本学からは、観光産業科学部3年赤嶺由佳子、宇良玲美の2名が参加し、東洋大学国際地域学部の4名と共に発案し、各施設へのヒアリング、商談を10日間で行い、JALJTAセールスの皆様へのプレゼンを経て、以下の5つの企画の商品化が実現しました。

①インスタ旅 ハローキティ特別コラボハイヤーで行く沖縄女子旅インスタ倶楽部

アジアからのインバウンドや女子に人気のハローキティとコラボしたタクシーを貸し切って沖縄南部を巡るツアー。認定をうけたプロの女性ドライバーの案内でインスタ映えのするスポットをまわる。運転免許がなくても、レンタカーを借りなくても、沖縄を満喫できるプラン。

②かりゆしウェア作り 世界にひとつだけのかりゆしウェアを作ろう！

オリジナルのかりゆしウェアを講師の指導のもと制作。4色の無地の生地と4種類の柄の生地と2種類のデザインから選び、1日で仕上げる。自作のかりゆしで沖縄を満喫できるプラン。

③泡盛酒造所巡り 琉球グラスで飲もう！3酒造巡りツアー

琉球ガラス村からプレゼントされた虹色の琉球グラスを手に、3つの酒造をまわり、泡盛の歴史を学びながら、酒造所ごとのこだわりを実際に味わう。マイグラスで試飲！という沖縄を満喫できるプラン。

④沖縄空手体験 沖縄空手を世界に発信！～芯から感じるうちな一魂～

空手発祥の地 沖縄。今年開館した「沖縄空手会館」で、沖縄空手の歴史に触れながら空手を学ぶ。お土産にももらえる道着を着た泡盛ボトル（未成年にはサイダー）も粹。外国人にも人気の空手を通して、沖縄を満喫するプラン。

⑤夜のコザまち歩き おきなわん×あめり感～ディープなコザの世界へご案内！～

アメリカ文化香るコザを地元ガイドが案内する夜の街歩きツアー。刺繍屋でタグをオーダーし、パークアベニュー通りやゲート通りを散策、ライブハウス or バーへと足を運ぶ。夜の街もガイド付きで安心。ディープなナイトツアーで沖縄を満喫できるプラン。

東洋大学の学生と交流したことで、県外から来る観光客の目線を学び、当たり前すぎて気が付かなかった沖縄の魅力や、沖縄に関する基本的な知識など、沖縄をいかに知らなかったかが分かり、このインターンシップ後に、改めて地元沖縄の観光地を巡ったということです。本学の学生にとっても、沖縄再発見の機会となりました。5つの旅行プランは、下記 URL にて申込みできます。 <https://www.japawalk.com/campaign/student-plan.html>



文責：観光産業科学部 宜志富知恵子