

「第12回 おきなわ観光意見コンクール」

“飲みニケーション”  
で広げる平和の輪



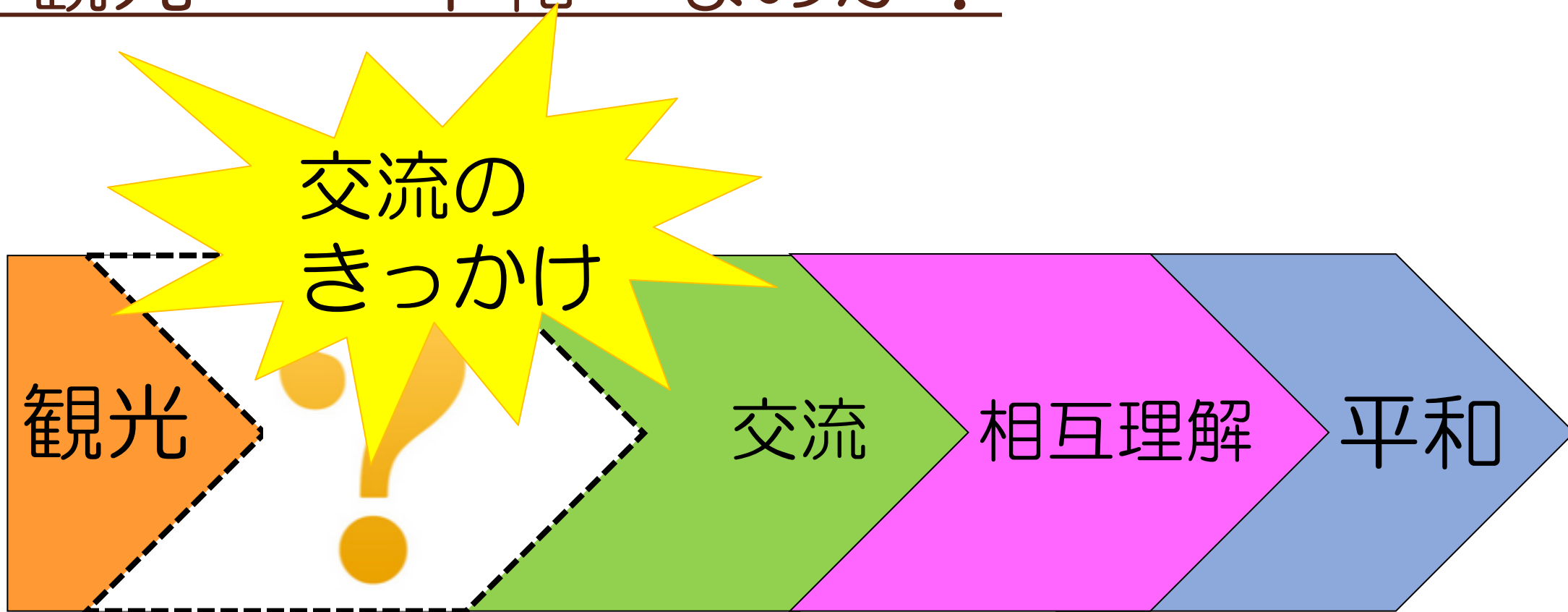
琉球大学

観光産業科学部観光科学科

4年 荻堂奈津紀



# “観光” = “平和” なのか？



“観光振興”が進めば、それだけで交流が進み、相互理解が深まり“平和”が訪れるのだろうか？





# 沖縄の観光資源“泡盛”の再生

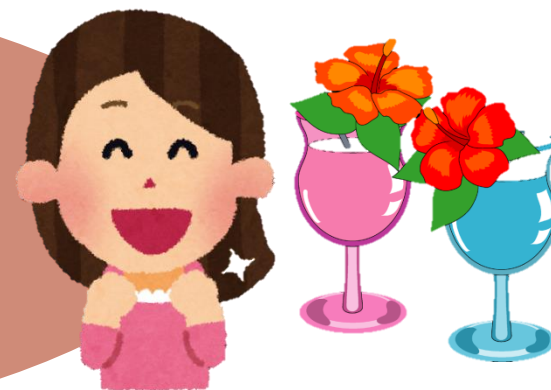


## 【現状】

- (一) 出荷量が減少傾向にある
- (一) 地元の若者の泡盛離れの深刻化
- (一) 全国的なアルコール離れの進行

## ところが、

- 泡盛カクテルが女性の間でブーム
- 料理サイトに泡盛カクテルの作り方が掲載  
→約71万件（2015/6/1時点）





# 沖縄の観光資源 “泡盛” の再興（続）

## 【アジアの “Spirits（蒸留酒）” 事情】

韓国

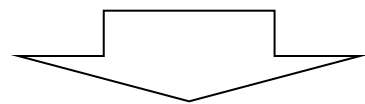
- 焼酎消費量世界一位
- ソジュ（韓国焼酎）が主流

中国

- 蒸留酒消費量世界一位
- ウィスキー、ブランデー、白酒（パイチュー）などが主流

ベトナム

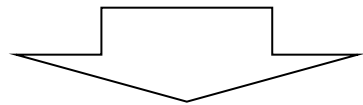
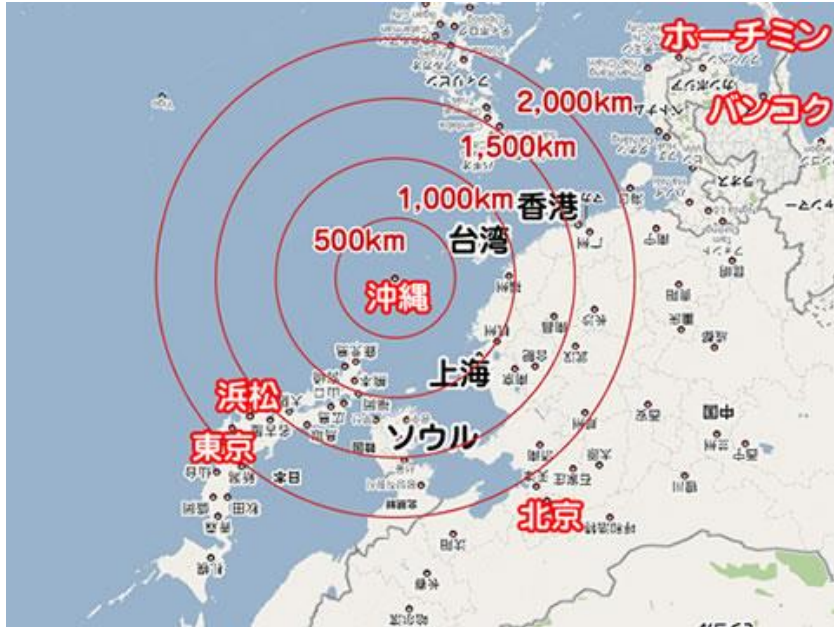
- ウォッカが主流
- ネプモイ、ルアモイ  
原料は米：日本人に馴染む etc.



アジアの “スピリッツ文化” を援用？



# 沖縄の観光資源 “泡盛” の再生（続）



アジアの中継地  
“沖縄” の魅力

観光地（交流の場）



泡盛 &  
“世界の  
Spirits”  
を沖縄へ





# アイディアの内容

## 飲みニケーションで広げる平和の輪



“飲みニケーション”とは？

⇒酒席を共有し、  
コミュニケーションを図ること。

“飲みにケーション”で、  
貴重な観光資源“泡盛”を再興を図る！

怖

恥

緊張

交流の妨げとなっている垣根を  
障壁を飲みニケーションを通し、  
相互理解を深めよう！

**Spirits Festival  
in Okinawa**



アイディアの内容

# 周遊コース（案） - 本島一周編 -

## 那覇空港

泡盛まさひろギャラリー  
株式会社比嘉酒造（糸満市）  
【工場見学・試飲可能◎】

オリオンハッピーパーク（名護市）  
【工場見学・試飲可能◎】

琉球ガラス村（糸満市）  
【体験可能◎】



ヘリオス酒造（名護市）  
【工場見学・試飲可能】

ぬちまーす観光製塩  
ファクトリーぬちうなー（うるま市）  
【工場見学・ハンドエステ体験可能】

観光地

酒造所

※ “酒蔵” を中心に，所々で沖縄の文化，風習も体験！

# Spirits Festival in Okinawa

- メインターゲット  
国内外（特にアジア圏）観光客&県民
- 開催日  
11月1日（泡盛の日）から2日間
- カクテルコンテストの開催  
泡盛を使ったカクテルコンテスト
- ステージイベント：沖縄Maniaを増やす！
  - ① 沖縄の伝統芸能（文化発信の場）
  - ② 泡盛の記念ボトル  
（走る居酒屋の経由地で作成）で乾杯

沖縄の雰囲気存分に  
堪能しながら、  
異文化交流  
を図る





# “トラムカー・レストラン” in Melbourne

- 車内で食事が楽しめる世界初の“走るレストラン”
- 1983年オーストラリアのメルボルンで営業開始
- 伝統のトラム(路面電車)を改装してありクラシックな雰囲気
- 現在に至るまでずっと観光シンボルのひとつである
- 観光客だけでなく、地元客からの人気もかなり高い





# “飲みにケーション” in the World

## 【オクトーバーフェスト】

- 640万人が700万リットルのビールを消費する世界一大きなビール祭り  
(72%：バイエルン、9%：ドイツの他の州、19%：海外)
- ドイツのバイエルン州ミュンヘン市で開催
- 1810年に始まり、現在も続いている
- 出店する企業、ビールメーカーはすべて地元ミュンヘンの企業





実現可能性

# Festivalの経済性



(類似イベント) 【西条市の酒祭り】

毎年10月上旬に25万人を迎え、灘（兵庫県）・  
伏見（京都府）と並ぶ酒都（しゅと）・西条で開催。



東広島市サイトより引用

(祭り) 運営費 = 約7,000万円  
来場者消費額 = 約20億円

オクトーバーフェスト（ビール祭）  
ミュンヘン市民消費割合  
= 約70%  
ミュンヘン市街客消費割合  
= 約30%

## Spirits Festival in Okinawaの（予測）経済規模

基礎按分比：H25年間観光客数，沖縄：広島 = 1：2

- ① 予測来訪者数 = 約12.5万人  
(西条) 25万人/2日 × 1/2
- ② 予測 (Festival) 運営費 = 3,500万円  
(西条) 7,000万円 × 1/2
- ③ 予測 (Festival) 来場者消費額 = 約10億円  
県内客：10億円 × 7/10 = 約7億円  
県外客：10億円 × 3/10 = 約3億円

# 経済波及効果の推計

※ 総経済効果

= 約13億8,000万円

実現可能性

直接効果

約8億4,000万円



1次波及

約4億1,000万円



2次波及

約1億3,000万円



## 【直接効果】

Festivalの「実行費 + 来場者消費」に含まれる内の県産品消費額。

## 【間接1次波及効果】

Festival関連産業に及ぶ波及効果に含まれる県産品消費額。

## 【間接2次波及効果】

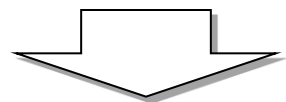
直接効果・間接1次波及効果が生み出す雇用が誘発する消費に含まれる県産品消費額。



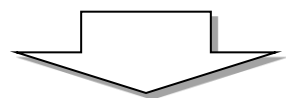
将来性  
・  
継続性

# 平和を築こう “沖縄の観光資源で”

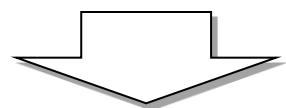
走る居酒屋



Spirits Festival  
in Okinawa



観光資源の再発掘



- 「Spirits Festival in Okinawa」のPR  
→ 将来的に出張バスも行う
- 酒造所や様々な酒の認知度向上
- 酒造メーカーの支援により、継続可能

- 伝統文化発信の場
- 伝統文化の披露を通じた  
交流・相互理解の場

- ① “泡盛”の再興  
貴重な観光資源，地元酒の再興を図る
- ② 観光産業の新しい役割  
“平和”を創る“観光”を生む

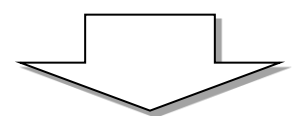


将来性・継続性

# 平和を築こう “沖縄の観光資源で” (続)

観光資源の再発掘

- ① “泡盛”の再生  
貴重な観光資源，地元酒の再生を図る
- ② 観光産業の新しい役割  
“平和”を創る“観光”を生む



相互交流 ⇒ 相互理解 ⇒ 平和



参考文献・資料

- 「経済効果入門」 小長谷一之・前川知史編 2014年出版 日本評論社
- 「泡盛百科」 <http://www.okinawa-awamori.or.jp/index.php> (最終閲覧日：2015/6/8)
- 「東広島市」 <http://www.city.higashihiroshima.hiroshima.jp/soshiki/31/e-sakematsuri.html> etc. (最終閲覧日：2015/6/8)
- 「H.I.S」 <http://activities.his-j.com/TourLeaf/MELOO11.htm> (最終閲覧日：2015/6/8)

etc.



コンテストへの参加を通じ、  
沖縄観光の過去を知り未来を考えました。



ご清聴ありがとうございました。