

企画書



GAJUMARU

Find and Share from OKINAWA

首里城復興応援広場を活用した 常設ブース設置プロジェクト

令和7年7月

一般社団法人カルチャーパレット沖縄

1. 企画概要

プロジェクト名	GAJUMARU
主催者	一般社団法人カルチャーパレット沖縄
協力団体	関連する自治体や協賛企業、クリエイター団体など
設置場所	那覇空港国際線ターミナル内「首里城復興応援広場」
設置目的	沖縄の地域産品・クリエイター作品のプロモーション及び販売

Gajumaru とは？

CONCEPT

県民の根強い人気にスポットを当てた、ホットな沖縄をお届け。
沖縄を愛する人々から、とっておきのラインナップをあなたへ。

最近の沖縄を踏まえた“空港の新スポット”となる空間「ガジュマルセクション」

従来の沖縄



最近の沖縄



新スポットとなる空間作り



2. 狙い・目的

3つの狙い



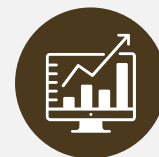
那覇空港の重要性

国際線ターミナルを活用した観光客向けのブース設置のメリット



沖縄文化の発信

沖縄の独自性、文化、伝統を国内外に広める意義



地域経済への貢献

地元クリエイターの支援、観光客の消費拡大

7つの目的・メリット

- 1 高い訪問者数と購買力のある顧客層へのアプローチ**
国際線ターミナルは購買意欲の高い国内外の観光客が多く集まる場所
- 2 沖縄の魅力を世界に発信できる場**
現地でしか入手できない沖縄ブランドの希少性をアピールし、知名度を海外に広げる効果
- 3 旅の思い出やお土産需要に応える商品展開**
空港ならではの旅行者の待ち時間を活用し、記念品やお土産の購買行動に期待
- 4 ブランド認知とリピート消費の促進**
多言語対応やデジタルプロモーションで帰国後もリピート購入や他者への紹介を促進
- 5 地域経済の活性化と地元クリエイター支援**
世界に向けた発信と販路拡大および国際的なフィードバックによる質の向上
- 6 空港の信頼性と利便性**
高いセキュリティと信頼性が確保されており、顧客にとって安心して買い物ができる環境
- 7 多言語対応や文化的理解の促進**
外国語対応スタッフやサインを活用し沖縄の文化や商品の理解を促進。国際的な交流の場

3. ターゲット層：入域観光客概況

主な顧客層：インバウンド観光客。主に、来沖が最も多く見込まれる台湾からの観光客をメインターゲットとする。

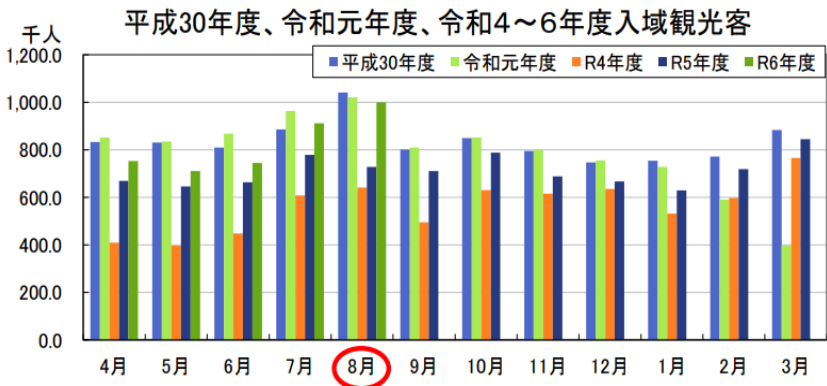
県内への入域観光客数は順調に回復・増加傾向

- R6年8月の入域観光客数は100万人に到達
- 対前年同月比で33ヵ月連続の増加
- R6年8月の入域国内客は対前年同月比+21.6%
- R6年8月の入域外国客は対前年同月比+140.1%

入域観光客数(令和5年度との比較)

区分	R6年度	R5年度	増減数	増減率	構成比
国内客	768,500 人	632,200 人	+ 136,300 人	+ 21.6%	76.9%
空路	766,100 人	628,700 人	+ 137,400 人	+ 21.9%	76.6%
海路	2,400 人	3,500 人	△ 1,100 人	△ 31.4%	0.2%
外国客	231,500 人	96,400 人	+ 135,100 人	+ 140.1%	23.2%
空路	130,800 人	71,600 人	+ 59,200 人	+ 82.7%	13.1%
海路	100,700 人	24,800 人	+ 75,900 人	+ 306.0%	10.1%
合計	1,000,000 人	728,600 人	+ 271,400 人	+ 37.2%	100.0%

※外国客には、海路における乗務員等27,500人を含む。



参照：沖縄県「令和6年8月入域観光客統計概況」

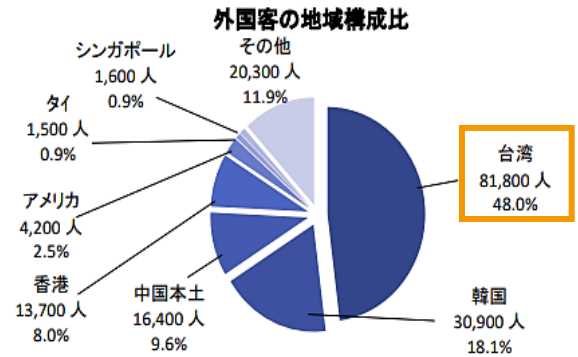
依然として入域外国客の割合は台湾が最も多い

- R6年6月の入域外国客の地域構成比は台湾が最も多い
- 台湾からの入域経路は空路56,200人、海路25,600人
- 毎月約5万人以上の台湾人が那覇空港国際線ターミナルを利用している

外国客 空路・海路の国籍別入域状況

区分	空路				海路			
	R6年度	R5年度	増減率	構成比	R6年度	R5年度	増減率	構成比
台湾	56,200 人	30,300 人	+85.5%	46.5%	25,600 人	0 人	皆増	51.7%
韓国	30,500 人	19,800 人	+54.0%	25.2%	400 人	2,800 人	△85.7%	0.8%
中国本土	11,300 人	900 人	+1155.6%	9.3%	5,100 人	0 人	皆増	10.3%
香港	13,600 人	13,400 人	+1.5%	11.2%	100 人	0 人	皆増	0.2%
アメリカ	2,300 人	1,300 人	+76.9%	1.9%	1,900 人	700 人	171.4%	3.8%
タイ	1,500 人	400 人	+275.0%	1.2%	0 人	0 人	—	0.0%
シンガポール	1,500 人	400 人	+275.0%	1.2%	100 人	0 人	皆増	0.2%
その他	4,000 人	1,600 人	+150.0%	3.3%	16,300 人	6,100 人	+167.2%	32.9%
合計	120,900 人	68,100 人	+77.5%	100.0%	49,500 人	9,600 人	+415.6%	100.0%

※海路の「その他」には、乗務員等14,400人を含む



参照：沖縄県「令和6年6月入域観光客統計概況」

3. ターゲット層：ペルソナ・消費傾向

台湾から家族旅行の40代女性（10人グループ）

名前	陳美美
性別	女性
年齢	43歳
職業	会社員
住まい	台湾台北市
年収	300万 車2台、自宅所有
家族構成	両親：65歳/定年退職/毎月15万円の年金を受け取る 旦那：40歳/会社員/年収300万円 長女：6歳/小学生 長男：5歳/幼稚園
性格	- 明るく社交的 - 生活を楽しみ、新しいことに挑戦するのが大好き



属性	行動属性
趣味	- 日本旅行(10回以上) - グルメ楽しみ - 休日は子どもと一緒に出かけることが多い
休日の過ごし方	- 家族全員で一緒に出かけることを大切にしている - 休日には家族旅行を計画する
購買行動	- 日用品：Handsや3COINS、ダイソーなどで日本製商品を買う - 食料品：日本にきたときは、少し贅沢して高級な料理を味わう - 衣料品：子どものために日本製の服を選ぶ - 嗜好品：ブランドや日本特産品、お土産など、日本ならではの記念になるものを買う。
買い物をする時の思考	- 普段は節約してるけど、旅行のときくらいは自分にご褒美 - ちょっと高いけど、日本製なら品質も安心だし長く使える。 - これは台湾ではなかなか手に入らないから、今のうちに買ってこよう。
よく利用するSNSと利用傾向	- Facebook：「彭大家族愛旅行」や「沖縄自由旅行」などのグループで、観光プランをよくリサーチしている。 - Instagram：閲覧メイン、飲食店やホテル情報など検索で使うこともある

台湾から友達旅行30代の女性(4人グループ)

名前	張花花
性別	女性
年齢	31歳
職業	会社員
住まい	台湾高雄市
年収	230万
家族構成	両親：65歳/定年退職/毎月15万円の年金を受け取る
性格	- 明るく社交的 - 気になることは何でも試してみたいタイプ



属性	行動属性
趣味	- 海外旅行(10回以上) - 休みの日は友達と旅行に出かけする。 - ダイビングやヨガ
休日の過ごし方	- 登山やダイビングなど、新しい体験にチャレンジするのが好き - 自分の好きなことに時間を使う
購買行動	- 日用品：Handsや3COINS、などで日本製商品を買う - 食料品：日本にきたときは、少し贅沢して高級な料理を味わう - 衣料品：日本で流行っている服を買うのが楽しみ - 嗜好品：かわいくて、記念にもなるような価値のある雑貨や陶器を買う。
買い物をする時の思考	- 普段は節約してるけど、旅行のときくらいは自分にご褒美 - ちょっと高いけど、日本製なら品質も安心だし長く使える。 - これは台湾ではなかなか手に入らないから、今のうちに買ってこよう。
よく利用するSNSと利用傾向	- GOOGLE MAP：お店の名前を検索して、ネットの口コミを見てから行くかどうかを決める。 - Instagram：閲覧メイン、飲食店やホテル情報など検索で使うこともある

4. 出店条件・販売商品

■ 出店募集対象

沖縄県内のクリエイター、メーカー、事業者（特産品や工芸品等の製造・販売を行う方）

■ 販売区分

A) 飲食販売：パン、スイーツ、弁当、野菜、加工品など ※火気厳禁

B) 飲料販売：アルコールを含む飲料の提供

C) 物品販売：雑貨、アロマ、マッサージ、ワークショップなど

■ 応募資格

地域要件：沖縄県内での事業活動を行っていること

商品要件：沖縄県産品を販売しているまたは沖縄県内で製造していること

その他要件：事業者としての法的登録や許可証、販売に関する資格があること
（食品の場合は保健所の許可など）



取扱いアイテムイメージ

選考基準

1. 商品品質：沖縄の伝統技術や素材を活かし、デザイン性が高く魅力的であるか
2. 国際的訴求力：外国人観光客に対して沖縄の魅力を効果的に伝えられるか
3. 地域性と希少性：沖縄独自の価値を持ち、他の地域では手に入らない商品であるか
4. ストーリー性：商品の製作背景や作り手の物語が明確であり、発信できるか

※外部有識者を含む選考会による審査を行う。

5. ブースデザインとコンセプト

コンセプト

「幸福」「繁栄」の意味を持つ沖縄の象徴的な樹木「ガジュマル」をメインアイコンに据え、そこに幸せ（＝消費者、出店者）が集まってくるようなイメージを想起。「Gajumaru」を通して沖縄への関心が高まる、もしくは、改めて好きになる、何周しても違う沖縄も味わえる、そんな光景をビジョンとしています。

■ 常設ブースイメージ図



※1ブース面積 約3m正方

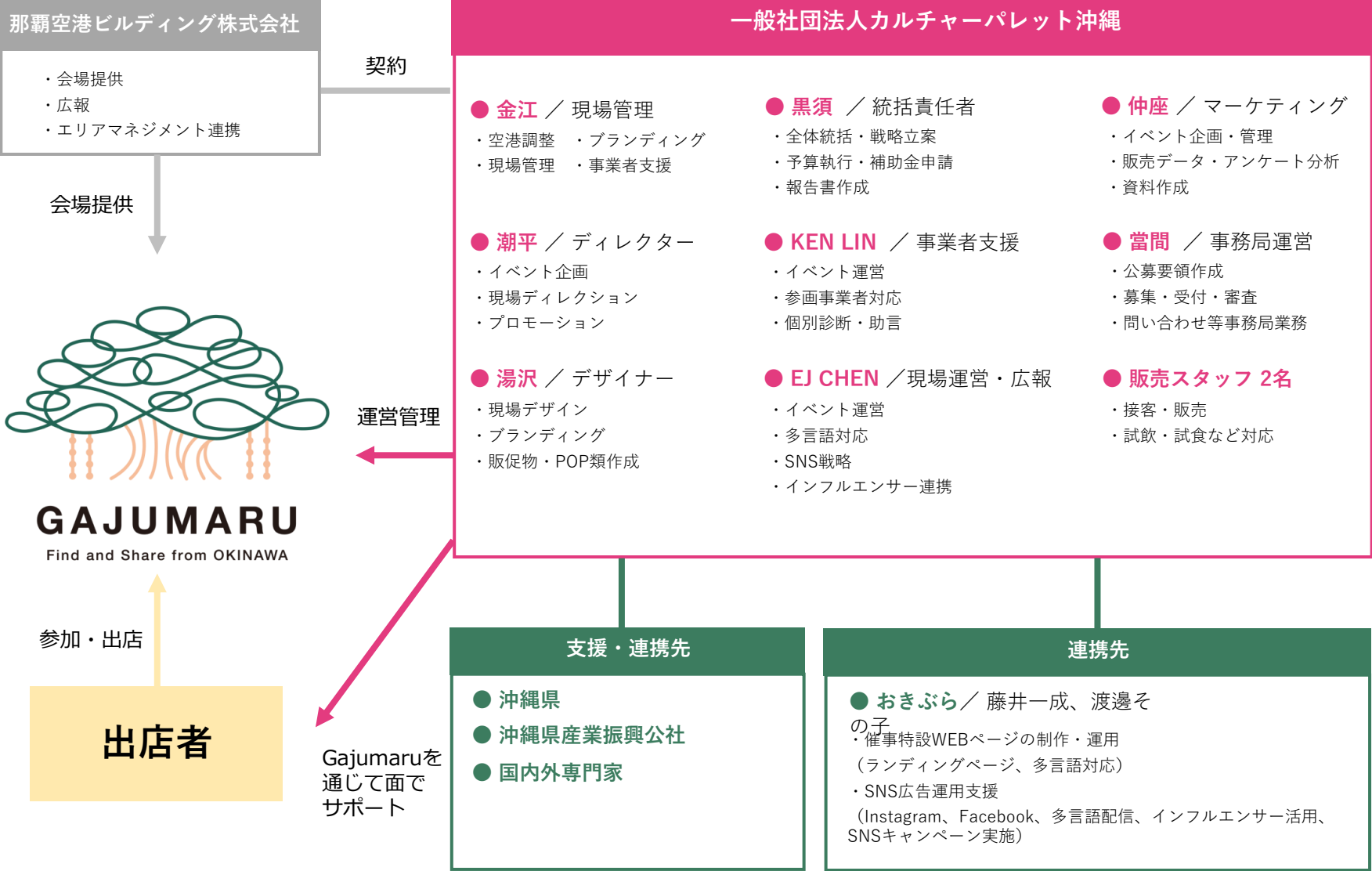
● ブース什器イメージ



● 空間、ベンチイメージ



6. 運営体制



7. 販促・マーケティング：那覇空港、モノレール、web/SNSとの連携（案）

主に那覇空港内、モノレール広告に出稿を行い、インバウンドに広くGajumaruの存在を認知させる。さらに、Web/SNSによる広告・宣伝も積極的に行うことで空港来訪前からの誘導が可能となり、集客効果の最大化を図る。

1

那覇空港内広告

電照看板



吊り下げ式
サイン



柱巻き広告



バナー広告



2

モノレール広告

ホームドア
ステッカー



階段上り口



窓上ポスター



中吊ポスター



3

Web/SNS広告

那覇空港HP



事務局SNS



google広告



FunPass活用
※詳細は次ペー
ジ参照



7. 販促・マーケティング：FunPassの活用

国際的なアプローチ：FunPassを活用した多言語対応、外国人観光客向けの案内

- 2023年打ち出した沖縄パッケージチケットFunPassは累計35,000セットを販売。
- 観光スポットの入場券、飲食券、商品購入割引券の3商材を自由に組み合わせが可能。消費者は最大約3,000円お得となる。

Okinawa FunPASS

2023年1月正式販売開始以来、35,000セット以上
が販売され、使用数(交換)は137,046回以上です。

市場シェアの部分では、観光客入境データを参考にして、今年の 2月における外国人旅行者の市場シェアは3%以上であり、台湾市場は6%以上に達しています。



8. 経営コンサルティング支援およびマッチング支援

出展者を対象とした各種支援を実施



経営コンサルティング支援

- 商品戦略の最適化
- 販売チャネルの拡大
- 経営改善のサポート
- ブランディングとPR戦略



事業展開に関するアドバイザリー支援

- 海外展開のサポート
- 新商品開発の支援



マッチング支援

- 国内外バイヤーとのマッチング
- 地元クリエイターとのコラボレーション
- 観光業界や地域団体との連携
- 行政や金融機関との連携サポート



定期的なフィードバックと改善提案

- 販売実績の分析
- 顧客フィードバックの収集