

Power Vacance!!



沖縄から日本の未来をつくる
ジャングリア沖縄の挑戦

株式会社ジャパンエンターテイメント

事業概要

事業内容：	沖縄の大自然をコンセプトとしたテーマパーク事業 (飲食ビジネス・物販ビジネス・協賛ビジネス・宿泊ビジネス含む)
対象地：	旧オリオン嵐山ゴルフ倶楽部 / 賃借面積 約120ha
事業面積：	約60ha(原生林18ha含む)
雇用数：	約1,500人
開業：	2025年7月25日
設立会社：	株式会社ジャパンエンターテイメント (名護市) 2018年6月設立
株主：	オリオンビール株式会社・株式会社リウボウ・株式会社ゆがふホールディングス 近鉄グループホールディングス株式会社・株式会社JTB・株式会社刀他

観光立国日本の発展には地域観光の発展が必要不可欠 ただし多くの課題が山積

ブランド
力が弱い

観光人材
不足

渋滞
交通空白

地域に
お金が
落ちない

日本各地に共通する観光課題を
沖縄がフロンランナーとして解決していく

沖縄
ブランド
の向上

観光人材
の
育成

渋滞対策
交通利便性
の向上

地域と
「稼ぐ構造」
を構築

日本の「観光産業」発展に貢献し
日本を強くする！

ジャングリア沖縄は
“変化の起点”となる

日本各地に共通する観光課題を フロントランナー沖縄から解決していく

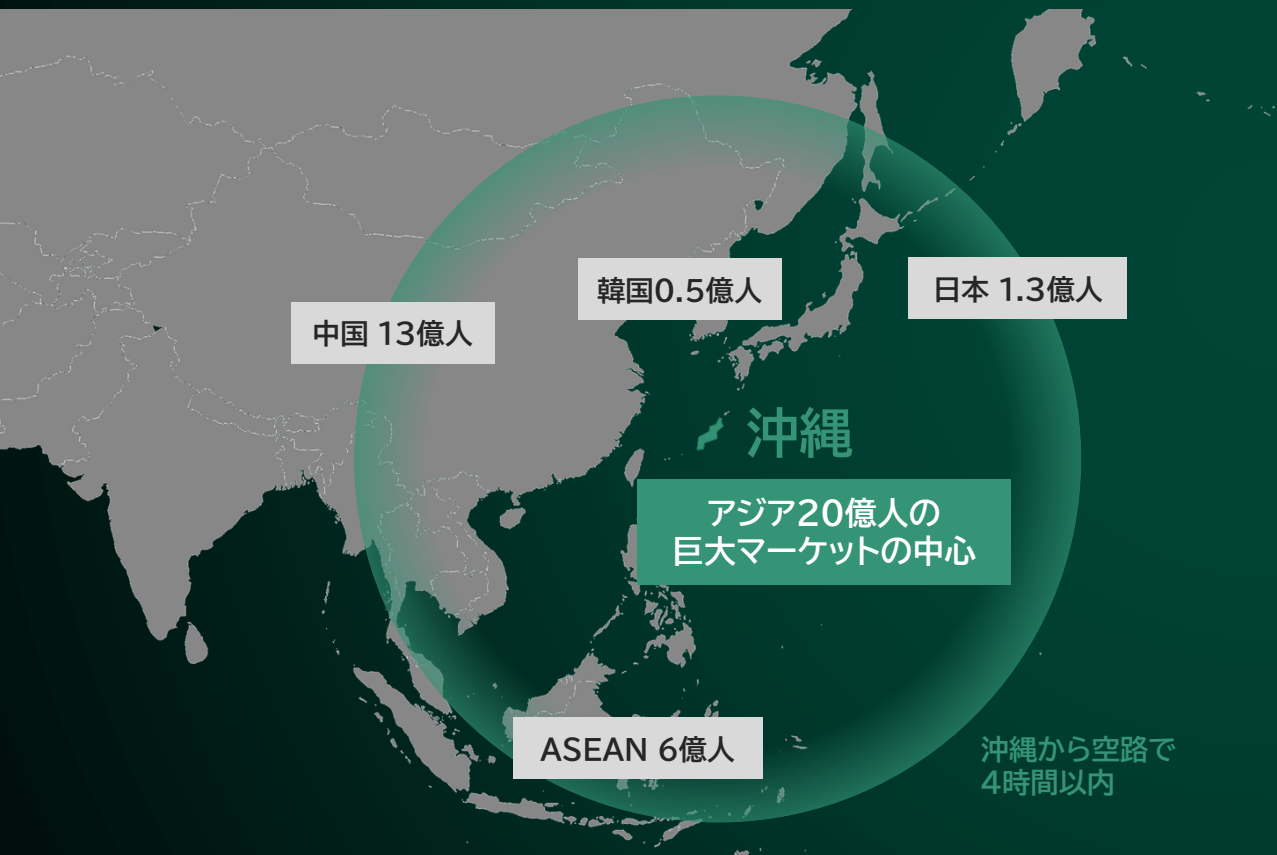
沖縄
ブランド
の向上

観光人材
の
育成

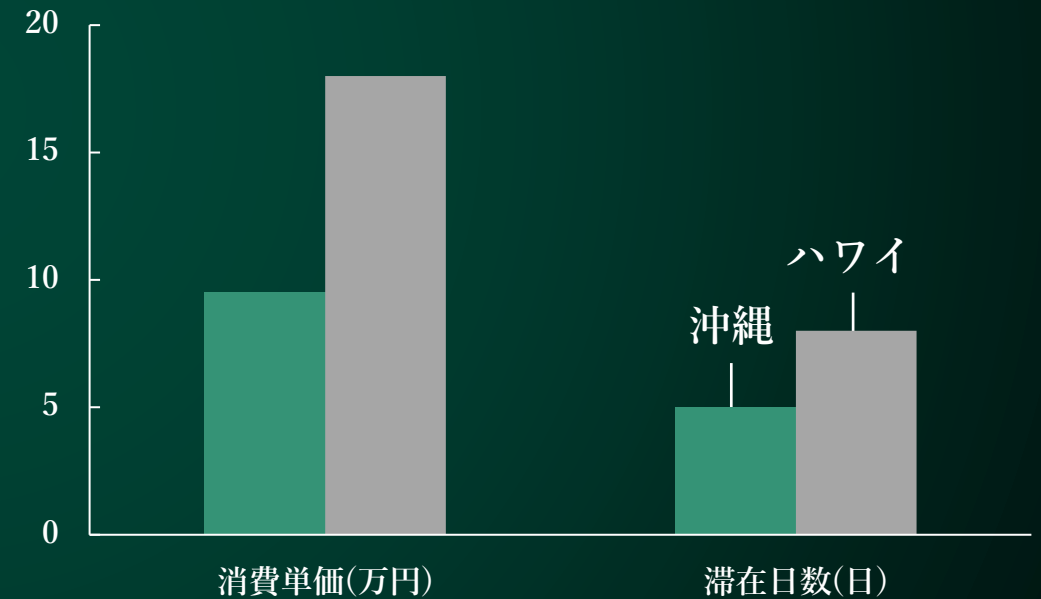
渋滞対策
交通利便性
の向上

地域と
「稼ぐ構造」
を構築

ハワイよりも巨大人口圏を持ちながら市場を取り切れていない 平均消費額はハワイの半分以下



沖縄の訪日客は消費単価・滞在日数とも
ハワイの半分ほど(2019年)



(注)いずれも空路客。ハワイは国内客含む。為替レートは19年当時
(出所)観光庁、沖縄県、ハワイ州観光客

沖縄県と株式会社刀が沖縄ブランド強化に関する連携協定締結



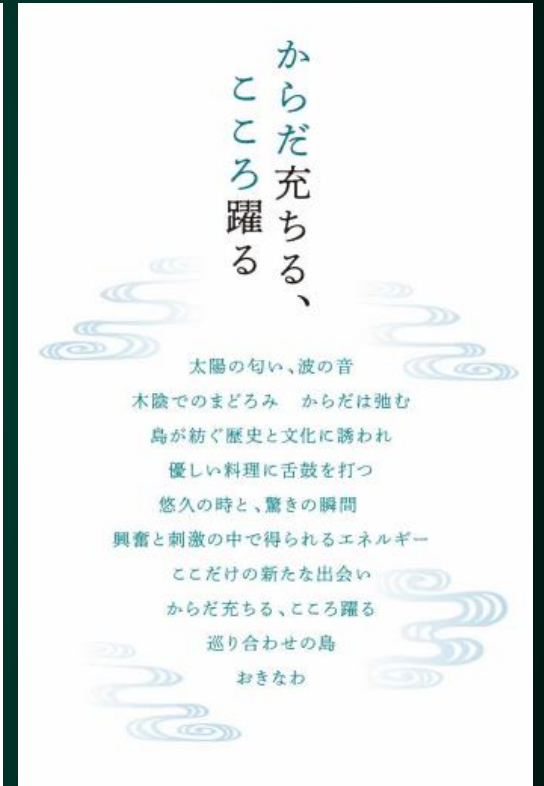
2022年3月17日

沖縄県×刀 沖縄ブランド強化に関する連携協定締結



2024年3月発表

「おきなわブランド戦略」



(出典) 沖縄県HP

東京ディズニーリゾートや
ユニバーサル・スタジオ・ジャパンと
ジャングルリア沖縄との違いは？

東京ディズニーリゾート
ユニバーサル・スタジオ・ジャパン



日帰りレジャー客が中心
施設そのものがメイン目的

ジャングリア沖縄



沖縄旅行中の観光客が中心

(来島客数約1,000万人 沖縄県人口約147万人)

旅の主目的は「沖縄」そのもの

(ジャングリア沖縄は旅の一部に過ぎない)

私たちが重視したのは、
「消費者がテーマパークに何を求めるか」
ではなく、
「消費者が沖縄への旅に何を求めるか」

人は旅にどんな価値を求めるのか？

沖縄を旅する人は「沖縄の旅」に何を求めているのか？

そして、私たちのパークは何を提供できるのか？



人の本能が「沖縄への旅」に求める価値

“興奮” “贅沢” “解放感”



PowerVacance!!

日本各地に共通する観光課題を フロントランナー沖縄から解決していく

沖縄
ブランド
の向上

観光人材
の
育成

渋滞対策
交通利便性
の向上

地域と
「稼ぐ構造」
を構築

観光立県である沖縄において将来の沖縄観光を担う観光人材が不足

2022年度沖縄県調査

観光業が沖縄の発展に役割をはたしているか		
とても思う	52.6 %	85.0 %
やや思う	32.4 %	

観光業で働きたいか		
観光業で働きたい	4.7 %	16.2 %
同 やや働きたい	11.5 %	
観光業で働かせたい	15.3 %	

コロナ禍で更に観光業へのネガティブが醸成

高度観光人材の育成構想



「地域の価値」を「消費者の価値」に転換できる高度観光人材

「観光を学ぶなら沖縄だ！」



2023年2月27日

名城大学と産学連携に関する包括協定を締結



2024年10月21日

立命館アジア太平洋大学と産学連携に関する包括協定を締結

日本各地に共通する観光課題を フロントランナー沖縄から解決していく

沖縄
ブランド
の向上

観光人材
の
育成

渋滞対策
交通利便性
の向上

地域と
「稼ぐ構造」
を構築

ジャングリア交通対策の目的

①交通渋滞と事故の抑制

交通量増加に伴う発生しうる交通渋滞と交通事故発生リスクを低減させます

②地域住民の交通利便性の維持向上

渋滞の改善のみならず地域住民の交通利便性向上を図ります

③北部来訪者の観光利便性の向上

北部来訪者の観光における移動時の利便性向上を図ります

なぜ交通対策はうまくいったのか??

調査・予測に基づく早期対策

- 2020年に交通シミュレーションを実施し、渋滞懸念対策を行政に働きかけ
- その後も2021年・2024年と詳細調査を自主的に実施し、対策を主体的に検討

明確な対策コンセプトと基本方針策定

- 渋滞発生メカニズムを科学的なアプローチで検証し、交通対策の方針を明確化
- マイカー「抑制化」「分散化」「円滑化」という基本方針に基づき、複数の対策を検討

官・民・地域の連携対応

- 国・県・市町村・警察・NEXCOなどと交通対策ワーキンググループでの継続的な協議
- 住民説明会の複数回開催と地元行政区と連携した機運醸成と要請活動

渋滞抑制策のコンセプト

供給を可能な限り最大化 した上で
供給の範囲内で 需要をコントロール します

需要

来場者数
自家用車来場比率
来場時間帯

供給

公共交通機関の容量
駐車場台数
道路の処理能力

供給の最大化と需要の最適化の具体策

<需要>

① チケット販売数量設定による最適化

- 事前予約制の導入
- 供給の範囲内での入場券の販売上限の設定

② 駐車場分散による最適化

- 外部駐車場の分散配置
- 駐車料金の価格差の設定
- 有料駐車場の事前予約制の導入

③ 営業時間設定による最適化

- 来場予測に基づいた営業パターン
- 他の観光施設と比べて遅めの開園時間

<供給>

① 公共交通容量を最大化

- JUNGLIA EXPRESSの運行開始
- オンデマンド交通の実証実験
- フェリー・高速船等との連携

② 駐車場容量を最大化

- 6カ所計で約2,200台分を確保
- 追加台数確保のため交渉継続中

③ 道路処理能力を最大化

- 交差点改良・信号の適正化の要請
- 交通誘導員の配置および案内板の設置

日本各地に共通する観光課題を フロントランナー沖縄から解決していく



沖縄
ブランド
の向上

観光人材
の
育成

渋滞対策
交通利便性
の向上

地域と
「稼ぐ構造」
を構築

地域事業者と共に地域の価値を消費者の価値へ



伊江島産 緋桜牛の島みそロースト

天然醸造でつくられた前原みそでローストし、県産パッションフルーツとドラゴンフルーツのソース

月桃は沖縄固有の有用植物で昔から親しまれているものの、価値は商業化されておらず、多くの人がある価値を知る機会がないという課題が生じていた



生産工程の全てが沖縄で完結するスパ ジャングリア オリジナルアメニティ

リラックス効果のある月桃のエッセンシャルオイルをベースに、モズク、モリンガ、アロエベラ、シークワサーなど沖縄由来の植物を配合

沖縄から日本の“未来”をつくる



日本の観光産業発展を目指す

〃 沖縄から 日本〃の 未来〃を つくる

マーケティングとエンターテインメントの力
その地の魅力を消費者価値に転換し
訪れる人・住む人の人生を豊かにします。