

日本版DMO形成・確立計画

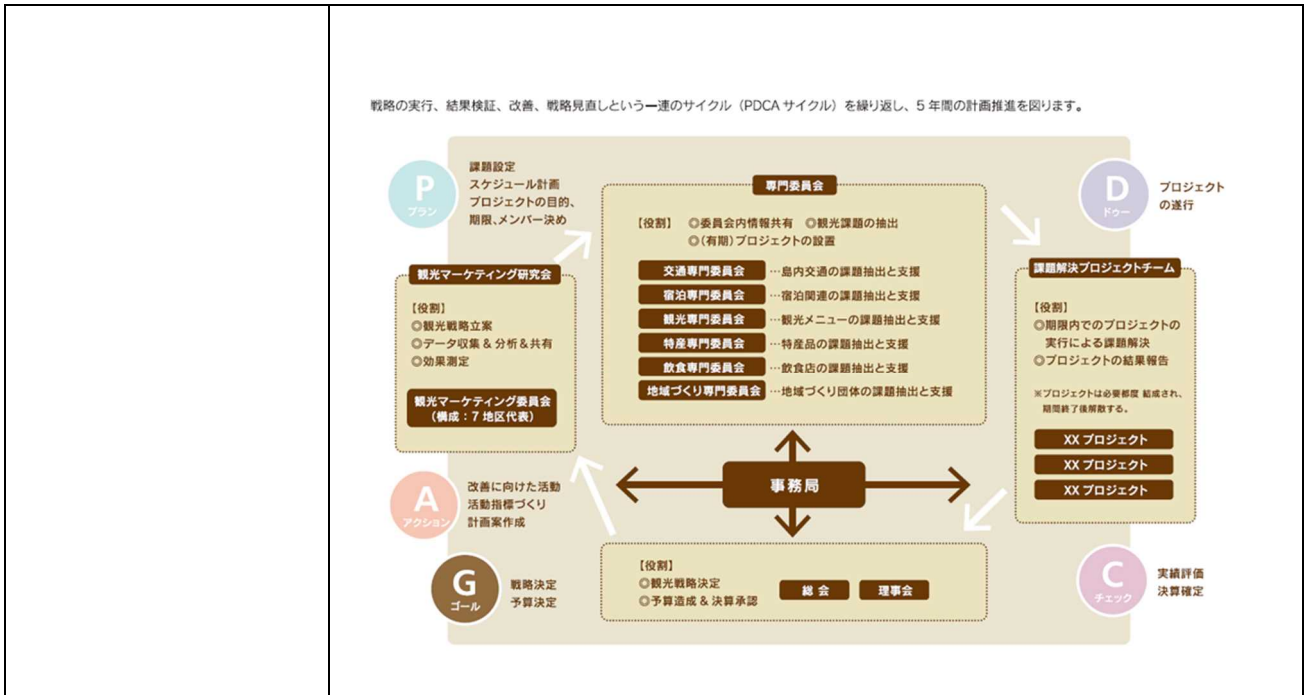
1. 日本版DMOの組織

申請区分	地域連携DMO	
日本版DMO候補法人の名称	(一社)あまみ大島観光物産連盟	
マーケティング・マネジメント対象とする区域	区域を構成する地方公共団体名 奄美市・龍郷町・大和村・宇検村・瀬戸内町	
所在地	鹿児島県奄美市	
設立時期	平成28年12月1日	
職員数	6人	
代表者(トップ人材:法人の取組について対外的に最終的に責任を負う者)	有村 修一 (有村商事株式会社)	平成30年5月に会長就任。「石油」「酒類」「米穀」の総合卸として奄美群島の生活に密着した事業を展開している島内有数の企業の社長。各分野への顔も広く意志決定等において関係機関の調整においても重要な役割を担っている。
DMO推進における各部門の統括	境田 清一郎 【専従】	長年民間で観光業に従事していた経験から(一社)あまみ大島観光物産連盟の事務局長として、事業実施に伴い地域の様々なパイプ役となっており、課題解決へ向け積極的に動いている。
奄美大島DMOプロジェクトリーダー・マーケティング戦略	勝 眞一郎 サイバー大学教授	現サイバー大学IT総合学部教授。その知識技能を活用し郷里である奄美市において平成25年度より産業創出プロデューサーに任命され活動している。
各種データの分析・収集等(マーケティング)の責任者(専門人材)	山下 久美子 【専従】	ダイビングインストラクター、奄美大島観光協会を経て現職。観光コーディネーターとして、観光統計及びマーケティングの研修も受け数値に基づいた観政策の提言も行っている。
各部門(島内受入体制の整備)の責任者(専門人材)	沖元 真実 【専従】	民間企業で島内外での情報発信業務に従事し島外へのプロモーションに加え来島者に対する効果的な島内情報の発信を行う。
各部門(着地型旅行商品の造成・販売)の責任者(専門人材)	恒吉 美智子 【専従】	島外でまち歩きガイドや着地型旅行商品造成の経験があり、奄美の中心商店街の人や店舗、特産品の紬などを活かした着地型旅行商品の造成を行っている。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	奄美市紬観光課・龍郷町企画観光課・大和村企画観光課 宇検村産業振興課・瀬戸内町商工観光課 (各地区の観光施策・観光地ハード整備・特産品等の調整)	
連携する事業者名及び役割	(一社)奄美群島観光物産協会(旅行業・奄美群島プロモーション) 奄美大島観光協会(観光受入・観光流通) 瀬戸内町観光物産協会(観光受入・観光流通) 宇検村観光物産協会(観光受入・観光流通・特産品振興) 笠利まちづくり実行委員会(着地型観光メニュー造成) NPO法人すみようヤムランド(着地型観光メニュー造成)	

(別添)様式1

	<p>大和村まほろば館(観光受入・特産品振興) NPO法人TAMASU(着地型観光メニュー造成) いしよむんネットワーク(水産物特産品振興) 魔女っ娘あまみ(農林産物特産品振興) 奄美大島商工会議所(企業振興) 地元金融機関(企業振興・ビジネスマッチング) 地元交通事業所(旅行商品事業・二次交通対策事業)</p>
<p>官民・産業間・地域間との持続可能な連携を図るための合意形成の仕組み</p>	<p>(該当する要件) 関係団体を各種分野ごとの6つの専門委員会を設置 交通専門委員会・宿泊専門委員会・観光専門委員会・特産専門委員会 飲食専門委員会・地域づくり専門委員会(行政)</p>
<p>地域住民に対する観光地域づくりに関する意識啓発・参画促進の取組</p>	<p>情報発信サイト「あまみつけ。」PRとDMO形成周知のために島内7か所で啓発イベントを開催。また、観光課題の抽出に関する会議の開催等を行う。</p>
<p>法人のこれまでの活動実績</p>	<p>観光戦略・マーケティング戦略の策定 DMOワークショップの開催 WEB機能強化事業(WEBプラットフォーム構築) 着地型観光メニューの造成・ブラッシュアップ 交流人口動態調査の実施 クリーンキャンペーン(海岸清掃)の実施 チャレンジショップの開催 専門人材の育成</p>
<p>実施体制</p>	<p>(実施体制の概要) (一社)あまみ大島観光物産連盟が母体となり、行政、宿泊業者、飲食業者、交通事業者、特産品事業者など多様な関係者が参画することで官民が連携した運営を実施している。(専門委員会を組織)</p> <p>(実施体制図)</p> <p>—般社団法人あまみ大島観光物産連盟にDMO機能を持たせ、図に示した各団体・組織と連携を図り、重点施策を実施していきます。</p> <p>●ワンストップサービスの提供 ●マーケティングデータ収集 ●顧客管理</p>

(別添) 様式 1



2. 日本版DMO候補法人がマーケティング・マネジメントする区域

【区域：奄美大島全域（離島含む）】

- 奄美市
- 龍郷町
- 大和村
- 宇検村
- 瀬戸内町



【区域設定の考え方】

奄美大島全体を一つの集客装置とみため、5市町村の枠にとらわれる事無く、行政や観光事業者、農/漁業、住民団体、NPOを含む地域全体の多様性をまとめるプラットフォーム機能としてのDMOの確立を目指し、奄美ブランドとして取り組むべき事業の方向性を揃えて施策を実行していくことが重要であり当該市町村で連携した区域設定とするのが適切である。

【観光客の実態等】

LCCの就航によりターゲットとしていたアクティブ世代の来島増加

(別添)様式1

クルーズ客船の寄港数増加による外国人観光客(アジア系)の増加

奄美大島への入込者数

H2年 422,527人 H28年 431,740人 H29年 473,704人

【観光資源：観光施設、商業施設、自然、文化、スポーツ、イベント等】

観光資源として、金作原原生林やマングローブなどの景観、海でのアクティビティが主であるが多様化する観光ニーズに対応するために集落や固有の文化、まち歩きにもスポットを当て商品造成を行っている。近年は、夕日ヨガイイベント等のありのまま自然を活用したイベントの開催も多い。

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

ビジネスホテルが多く民宿等を含めた収容可能人数は約4,300人(増加傾向)。その内の約40%が奄美市名瀬地区に集中している。

【利便性：区域までの交通、域内交通】

航空機：関東(成田・羽田)、関西(関空・伊丹)、福岡、沖縄は1日1便就航
鹿児島は1日8便就航

船舶：鹿児島～沖縄までの離島を繋ぐ定期路線あり

【外国人観光客への対応】

H30年度にクルーズ寄港回数(アジア系)が増加し多言語化やキャッシュレスの必要性について地域住民が認識。受入体制構築のため、多言語パンフレットの制作を進めている。また、インバウンドセミナーを開催し外国人観光客受入の機運を醸成しているところある。

3. 各種データ等の継続的な収集・分析

収集するデータ	収集の目的	収集方法
交流人口動態調査(調査資料添付)	KPIに係るデータ取得のため	年4時期(8回)空港と旅客ターミナルにて直接手渡しを行い返送してもらう。

4. 戦略

(1) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	強み(Strengths) <ul style="list-style-type: none">・ 亜熱帯の海・ 多様な生態系・ シマの文化(シマ唄)・ 有名歌手の輩出	弱み(Weaknesses) <ul style="list-style-type: none">・ 島内公共交通・ 受入窓口の整備不足・ 観光商品不足・ 宿泊施設不足

(別添) 様式 1

外部環境	機会 (Opportunity) <ul style="list-style-type: none">・ 国立公園の指定・ 世界自然遺産への登録・ 関西からの LCC 就航・ 国際クルーズ船の入港	脅威 (Threat) <ul style="list-style-type: none">・ 温暖化による生態系悪化・ 人による自然環境破壊・ 国内観光の競争激化
------	--	---

(2) ターゲット

第1ターゲット層 アクティブな 20~30 代
選定の理由 「観光地めぐり」や「海水浴・マリレジャー」に関する体験意向が高く、郷土料理に対する関心も高くなる傾向がある。着地型旅行商品として造成していく「集落めぐり」「まち歩き」についても中高年代より関心を持っているため。また、LCC の就航や世界自然遺産登録を考慮しターゲットを選定。 取組方法 満足度調査の充実などにより再来訪意向につながる要因を分析し、分析結果に基づいてターゲット層に強力に訴求するコンテンツを磨き上げる。
第2ターゲット層 欧米豪を中心としたラグジュアリークラスのインバウンド
選定の理由 日本政策投資銀行・日本経済研究所の調査では、1 回当たりの旅行支出額の欧米豪インバウンドを中心としたマーケットの拡大戦略は観光推進のための有効な方策として挙げられており欧米豪各国は旅行収入・旅行支出の世界ランキングでともに上位 10 か国中 7 か国を占めており観光マーケットにおける存在感の大きさは明白であるとしている。また、日本は世界的に豊かな自然資源や珍しい野生生物が存在する国で歴史・文化の観点からも欧米豪の需要に対し強みをもっているとされている。 奄美大島は世界自然遺産登録を目指しており、生物多様性ホットスポット「ジャパン」の中でも、最も多様で独特な生物多様性を有している。また、IUCN レッドリストに掲載されている絶滅危惧種が 95 種含まれていることから、欧米豪の需要にマッチするものであるため選定。 取組方法 豊かな自然(風景)はもちろん、集落の踊りや唄の文化(情景)も同時に体験できるよう地域づくり団体や地域自治体と連携しメニュー造成を図る。また、ラグジュアリークルーズの誘致も行っていく。

(3) コンセプト

コンセプト 奄美大島固有の価値を最大化し提供する

(別添)様式1

コンセプトの考え方
 「生物多様性を持つ海と森を保全し、集落(シマ)の暮らし文化と共に後世に継承し住民の幸福に寄与すること」を奄美大島 DMO の使命とし、「世界自然遺産登録を視野に、奄美大島らしい観光商品と受入れの仕組みづくりによって、年間を通して観光客を受け入れ、集落(シマ)の暮らしを豊かにする」ことを観光戦略とする。

5. 関係者が実施する観光関連事業と戦略との整合性に関する調整・仕組み作り、プロモーション

項目	概要
戦略の多様な関係者との共有	6つの専門員会を組織し2か月に1度実施する会議において課題確認・課題解決へ向け協議を行っている (専門委員会) ・交通専門委員会(島内のバス・タクシー、船舶、航空事業者) ・宿泊専門委員会(島内のホテル、旅館等の宿泊事業者) ・観光専門委員会(島内のガイド業、観光施設等事業者) ・特産品専門委員会(島内の特産品製造・販売事業者) ・飲食専門委員会(島内の飲食店事業者) ・地域づくり専門委員会(島内5市町村の行政担当者)
観光客に提供するサービスについて、維持・向上・評価する仕組みや体制の構築	交流人口動態調査の結果を各専門委員会に共有することで課題を把握しサービスの維持・向上に繋げている。 (専門委員会) ・交通専門委員会(島内のバス・タクシー、船舶、航空事業者) ・宿泊専門委員会(島内のホテル、旅館等の宿泊事業者) ・観光専門委員会(島内のガイド業、観光施設等事業者) ・特産品専門委員会(島内の特産品製造・販売事業者) ・飲食専門委員会(島内の飲食店事業者) ・地域づくり専門委員会(島内5市町村の行政担当者)
一元的な情報発信・プロモーション	情報発信サイト「あまみつけ。」で、これまでの景観や観光施設のみではなく、そこに暮らす人、そこに根付く文化、変わらない風景等をテーマに島の魅力を発信している。

6. KPI (実績・目標)

(1) 必須KPI 【()内は目標】

指標項目	単位	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度
旅行消費額	円	44,895 (45,000)	44,895 (45,000)	47,782 (46,500)	(48,000)	(50,000)	(52,000)
延べ宿泊者数	千人	423 (430)	432 (435)	474 (440)	(445)	(450)	(455)
来訪者満足度	%	60 (60.4)	60 (60.8)	61 (45/64.2)	(62)	(64)	(66)

(別添)様式 1

リピーター率	%	38.5 (設定なし)	35.7 (設定なし)	31.9 (設定なし)	(31)	(30)	(30)
--------	---	----------------	----------------	----------------	------	------	------

年次及び目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

【検討の経緯】

年4時期(8回)実施するアンケート(空港、旅客ターミナルで手渡し)を集計することで各年のKPIを確定するため検討(報告)については年1回実施。
H30年度からはWeb化にて実施するため時期が偏らない通年のデータが取得できるようになり定期的な検討も可能になる。

【設定にあたっての考え方】

旅行消費額 ・ 来訪者満足度

平成28年度に「奄美大島中長期観光戦略」を策定するにあたり、観光客へ行ったアンケート数値を基準とし設定した。

平成33年度に消費額20%増・満足度15%増を設定しそれに向けての各年度の数値を設定。

延べ宿泊者数

離島という地理的条件と一次交通の性質上、来島者のほとんどが宿泊を行うため入込客数の数値を活用している。奄美大島総合戦略における数値目標である入込客数の数値14%増を参考にしている(平成26年度393654人 平成31年度450,000人)

リピーター率

交流人口動態調査を基に平成30年度から設定。

今後は世界自然遺産登録等によりしばらくは新規の観光客の来島が見込まれるため減少で設定。

(2) その他の目標【()内は目標】

指標項目	単位	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度
HP閲覧数	PV	1350000 (1350000)	1321808 (1350000)	1346796 (1350000)	(1620000)	(1940000)	(2150000)
宿泊日数	泊	2.6(2.6)	2.6(2.7)	2.2(2.65)	(2.7)	(2.8)	(2.9)

項目及び年次・目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

【検討の経緯】

HP閲覧数

月毎のPV数およびPVに係る各種データを把握し、今後の記事内容・記事更新回数等の検討を行っている。

宿泊日数

交流人口動態調査により毎年検討を行っている。

【設定にあたっての考え方】

HP閲覧数

前身である奄美大島観光物産協会のHPの閲覧数を基に基準値を設定。

各年度は平成31年度まで世界自然遺産を見据えた閲覧増加を見込み20%増を目標に設定

宿泊日数

「奄美大島中長期観光戦略」策定時のアンケート数値により基準値を設定。

平成33年度に15%増の3.0泊を設定しそれに向け各年度の増加率を設定。

7. 活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

(1) 収入

年度	総収入(円)	内訳
28年度	141,412,639(円)	(内訳の区分例) 【国からの補助】130,000,000 (地方創生加速化交付金活用) 【市町村からの補助金】5,746,000 【会費収入】2,805,000 【受託事業】124,620 など
29年度	20,676,277(円)	(内訳の区分例) 【国からの補助】3,000,000 (地方創生推進交付金活用) 【市町村からの補助金】5,910,000 【会費収入】2,910,000 【受託事業】5,741,551 など
30年度	30,068,000(円)	(内訳の区分例) 【国からの補助】6,000,000 (奄美群島振興交付金活用) 【市町村からの補助金】10,000,000 【会費収入】3,120,000 【受託事業】10,000,000 など
31年度	30,068,000(円)	(内訳の区分例) 【国からの補助】6,000,000 (奄美群島振興交付金活用) 【市町村からの補助金】10,000,000 【会費収入】3,120,000 【受託事業】10,000,000 など
32年度	30,068,000(円)	(内訳の区分例) 【国からの補助】6,000,000 (奄美群島振興交付金活用) 【市町村からの補助金】10,000,000 【会費収入】3,120,000 【受託事業】10,000,000 など

(2) 支出

年度	総支出	内訳
28年度	139,259,023(円)	(内訳の区分例) 【一般管理費】6,409,341 【国内プロモーション(DMO)】90,000,000 【マーケティング】44,000,000 【観光イベントの開催費】2,000,000 など
29年度	20,141,023(円)	(内訳の区分例) 【一般管理費】6,778,841

(別添)様式1

		【地域づくりプログラム(DMO)】1,300,000 【マーケティング】2,700,000 【観光イベントの開催費】3,500,000 など
30年度	30,068,000(円)	(内訳の区分例) 【一般管理費】8,312,000 【地域づくりプログラム等(DMO)】3,500,000 【マーケティング】2,500,000 【観光イベントの開催費】1,000,000 など
31年度	30,068,000(円)	(内訳の区分例) 【一般管理費】8,312,000 【地域づくりプログラム等(DMO)】3,500,000 【マーケティング】2,500,000 【観光イベントの開催費】1,000,000 など
32年度	30,068,000(円)	(内訳の区分例) 【一般管理費】8,312,000 【地域づくりプログラム等(DMO)】3,500,000 【マーケティング】2,500,000 【観光イベントの開催費】1,000,000 など

(3) 自律的・継続的な活動に向けた運営資金確保の取組・方針

(一社)あまみ大島観光物産連盟が主体となり、島内関係者へ向けたTIDやBIDの勉強会について講師を招聘し開催することでまずは意識付けから行っている。

また、物販販売や着地型旅行商品の販売等により自主財源の確保に取り組んでいる。将来的には指定管理業務なども視野に検討している。

8. 日本版DMO形成・確立に対する関係都道府県・市町村の意見

奄美大島を構成する5市町村(奄美市・龍郷町・大和村・宇検村・瀬戸内町)は、(一社)あまみ大島観光物産連盟を当該市町村における地域連携DMOとして登録を行いたいので(一社)あまみ大島観光物産連盟とともに申請します。

9. 記入担当者連絡先

担当者氏名	吉田 政樹
担当部署名(役職)	奄美市商工観光部細観光課 主査
所在地	鹿児島県奄美市名瀬幸町25-8
電話番号(直通)	0997-52-1148(直通)
FAX番号	0997-52-1364
E-mail	kanko@city.amami.lg.jp

10. 関係する都道府県・市町村担当者連絡先

(別添)様式1

都道府県・市町村名	奄美市
担当者氏名	吉田 政樹
担当部署名(役職)	商工観光部総観光課 主査
所在地	奄美市名瀬港町 13-1
電話番号(直通)	0997-52-1148(直通)
FAX 番号	0997-52-1364
E - m a i l	kanko@ci ty.amami.lg.jp

都道府県・市町村名	龍郷町
担当者氏名	久保 岳大
担当部署名(役職)	企画観光課 主査
所在地	大島郡龍郷町浦 110
電話番号(直通)	0997-69-4512(直通)
FAX 番号	0997-62-2535
E - m a i l	kikakukanko@town.tatsugo.lg.jp

都道府県・市町村名	大和村
担当者氏名	後藤 美穂子
担当部署名(役職)	企画観光課 主査
所在地	大島郡大和村大和浜 100
電話番号(直通)	0997-57-2111(代表)
FAX 番号	0997-57-2957
E - m a i l	kikaku@vill.yamato.lg.jp

都道府県・市町村名	宇検村
担当者氏名	竹下 世利人
担当部署名(役職)	産業振興課 主査
所在地	大島郡宇検村湯湾 915 番地
電話番号(直通)	0997-67-2211(代表)
FAX 番号	0997-67-2987
E - m a i l	sanshin@vill.uken.lg.jp

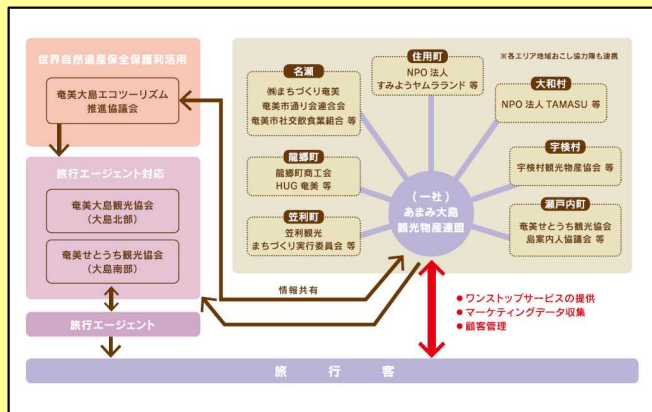
都道府県・市町村名	瀬戸内町
担当者氏名	里 朋樹
担当部署名(役職)	商工観光課
所在地	大島郡瀬戸内町古仁屋船津 23
電話番号(直通)	0997-72-1115(直通)
FAX 番号	0997-72-1120
E - m a i l	kanko@town.setouchi.lg.jp

(奄美大島固有の価値を最大化し提供する)

【区域】奄美大島内
奄美市・龍郷町・大和村・宇検村・瀬戸内町
【設立時期】平成28年12月1日

【代表者】会長 有村 修一
【マーケティング責任者】山下 久美子
【職員数】6
【連携する主な事業者】
(一社)奄美群島観光物産協会
奄美大島観光協会
島内地域づくり団体 等

(表:実施体制)



(表:KPI(実績・目標))

指標項目	単位	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度
●旅行消費額	円	44,895 (45,000)	44,895 (45,000)	47,782 (46,500)	(48,000)	(50,000)	(52,000)
●延べ宿泊者数	千人	423 (430)	432 (435)	474 (440)	(445)	(450)	(455)
●来訪者満足度	%	60 (60.4)	60 (60.8)	61 (45/64.2)	(62)	(64)	(66)
●リピーター率	%	38.5 (設定なし)	35.7 (設定なし)	31.9 (設定なし)	(31)	(30)	(30)

・交流人口動態調査
空港および港にて出発客に対しアンケートを配布しKPI指標となる情報の収集を行っている。H30年度よりweb化し通年での収集を行う。

・各種専門委員会への共有
交流人口動態調査の結果を交通、飲食等6つの専門委員会で共有し課題解決に繋げている。

・SNSマーケティング
連盟のFacebook,Instagramに係る属性等を集約し施策に繋げる。

・観光業者向け満足度調査
観光客の旅行満足度向上には、接客時のサービスが大きなポイントでありそのサービス提供には事業者が業務に誇りをもって従事していることが不可欠であるため調査を行う。

・金作原利用適正化
世界自然遺産のコアゾーンである金作原のオーバーユースを防ぎ環境を保全するため国、県、交通事業者、エコツアーガイド等と連携し利用適正化へ向けたルール作りに取り組んでいる。

・サンセットプロモーション
奄美大島西海岸はサンセットポイントが多数あり、これまで東海岸が主である周遊ルートを見直し西海岸へ広げるよう取り組んでいる。

・利用者に合わせた自然体験の提供
金作原は現地までの移動時間や未舗装等で高齢者や時間的余裕のない観光客の利用が難しいが、島内中央部にある「自然観察の森」は身近に奄美の自然を感じることができる施設であるため利用者に合わせた案内を行うことのできる限り奄美の自然を体験してもらうよう取り組んでいる。



・集落の観光受入体制整備
年中行事である伝統文化に合わせた観光客の受入を行うための集落との調整や受入体制の構築に取り組んでいる。

・まち歩きプログラムの造成
多様化する観光ニーズに対応するため、島内の各集落や市街地をめぐるまち歩きプログラムの造成に取り組んでいる。

・ビーチでの観光客の安全確保
奄美大島の主要観光素材である「海」について、観光客に安全に利用してもらうため島内の海岸情報を集約し発信に取り組んでいる。

・船による早朝来島への対応
定期航路の奄美着が早朝5時であるため、早朝でも利用可能な飲食店舗や施設情報を提供している。

・観光地域づくり勉強会の開催
DMO推進には住民の意識醸成が不可欠である。行政や関係機関のみでなく地域住民への情報提供等に取り組んでいる。

・人材育成
クルーズ等によりインバウンドが増加しており対応人材の育成が急務である。行政からのCIRや地域通訳案内士を活用に取り組んでいる。

・各拠点との連携
島内の各ポイントの観光施設と観光・交通情報を共有することで点と点を結び線となりその線を広げて面になるような受入体制構築に取り組んでいる。