

観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和5年7月18日

1. 観光地域づくり法人の組織

申請区分 ※該当するものを ○で囲むこと	広域連携DMO・ <u>地域連携DMO</u> 地域DMO	
観光地域づくり法人の名称	(一社) あまみ大島観光物産連盟	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	区域を構成する地方公共団体名 鹿児島県奄美市、龍郷町、大和村、宇検村、瀬戸内町	
所在地	鹿児島県奄美市名瀬末広町14-10	
設立時期	平成28年12月1日	
事業年度	(例) 4月1日から翌年3月31日までの1年間	
職員数	7人【常勤6人(正職員5人)、非常勤1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) ※必ず記入すること	(氏名) 有村 修一 (出身組織名) 奄美大島商工会議所 有村商事(株)	有村商事(株)の代表取締役社長また、奄美大島商工会議所会頭として、地域の様々なパイプ役となっており、在任期間中、様々な取組で成果を挙げている。
データ分析に基づいたマーケティングに関する責任者(CMO：チーフ・マーケティング・オフィサー) ※必ず記入すること	(氏名) 沖元 真実 (CMO)	(一社) あまみ大島観光物産連盟職員
財務責任者(CFO：チーフ・フィナンシャル・オフィサー) ※必ず記入すること	(氏名) 山田 春輝 (CFO)	(一社) あまみ大島観光物産連盟事務局長
各部門(例：プロモーション)の責任者(専門人材)	(氏名)	

※各部門責任者のうち専従の者については、氏名の右横に「専従」と記入すること						
各部門（例：旅行商品の造成・販売）の責任者（専門人材）	（氏名） 恒吉美智子「専従」 （出身組織名） 公益社団法人鹿児島県観光連盟	鹿児島県観光連盟等で勤務、国内旅行業務取扱管理者として、旅行商品造成や着地型旅行商品の開発・支援事業を実施する能力を持つ。				
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	鹿児島県奄美市紬観光課、龍郷町企画観光課、大和村企画観光課、宇検村企画観光課、瀬戸内町水産観光課 ・それぞれの行政区域での観光プロモーションや受入整備					
連携する事業者名及び役割	（一社）奄美群島観光物産協会（観光 PR、マーケティング） 奄美大島観光協会（団体観光 PR、受け入れ） 奄美空港ターミナルビル（株）（空港での総合案内）					
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	【該当する登録要件】① （概要）観光資源の関係者、宿泊事業者、交通事業者、商工会、行政が参画し、本法人が事務局を務める協議会を設置 〔参考〕登録要件 ①取締役、理事など観光地域づくり法人の意思決定に関与できる立場で行政、文化、スポーツ、農林漁業、交通等の幅広い分野の関係団体の代表者が参画 ②観光地域づくり法人が主導して行政や関係団体をメンバーとするワーキンググループなどの委員会等を設置					
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	・住民意識調査を毎年行っている。 ・地域住民への啓発を目的とした地元コミュニティ FM ラジオの番組に職員が出演している（令和 5 年度は休止）					
法人のこれまでの活動実績	<table border="1"> <thead> <tr> <th>事業</th> <th>実施概要</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>情報発信・プロモーション</td> <td>○平成 28 年度 【平成 28 年度 DMO 推進事業】 ー計画推進事業 観光消費・動態調査（マーケティングデータ収集）観光戦略の立案（DMO 勉強会や視察研修、まちづくりセミナーの開催等） ーWEB 機能強化事業 WEB プラットホーム（のんびり奄美）の CMS 化と WEB プロモーションサイト（あまみっけ。）の構築。 ーメディアプロモーション事業 首都圏でのメディアプロモーション（シネアド、ステッカー配布、WEB 広告、SNS プロモーション、テレビ番組制作） ーイベント事業 奄美観光の具体的なイメージを定着させるイベントの開催（ガイドブック発刊、「奄美音楽祭」「Setting Sun Around Festival」「あまみっけ。の日」） ーサンセットプロモーション事業 夕日を活用した新たな観光ルートの構築及びプロモーション（紹介記事作成（90 本）、サンセットマップ、タレントによる</td> </tr> </tbody> </table>	事業	実施概要	情報発信・プロモーション	○平成 28 年度 【平成 28 年度 DMO 推進事業】 ー計画推進事業 観光消費・動態調査（マーケティングデータ収集）観光戦略の立案（DMO 勉強会や視察研修、まちづくりセミナーの開催等） ーWEB 機能強化事業 WEB プラットホーム（のんびり奄美）の CMS 化と WEB プロモーションサイト（あまみっけ。）の構築。 ーメディアプロモーション事業 首都圏でのメディアプロモーション（シネアド、ステッカー配布、WEB 広告、SNS プロモーション、テレビ番組制作） ーイベント事業 奄美観光の具体的なイメージを定着させるイベントの開催（ガイドブック発刊、「奄美音楽祭」「Setting Sun Around Festival」「あまみっけ。の日」） ーサンセットプロモーション事業 夕日を活用した新たな観光ルートの構築及びプロモーション（紹介記事作成（90 本）、サンセットマップ、タレントによる	
事業	実施概要					
情報発信・プロモーション	○平成 28 年度 【平成 28 年度 DMO 推進事業】 ー計画推進事業 観光消費・動態調査（マーケティングデータ収集）観光戦略の立案（DMO 勉強会や視察研修、まちづくりセミナーの開催等） ーWEB 機能強化事業 WEB プラットホーム（のんびり奄美）の CMS 化と WEB プロモーションサイト（あまみっけ。）の構築。 ーメディアプロモーション事業 首都圏でのメディアプロモーション（シネアド、ステッカー配布、WEB 広告、SNS プロモーション、テレビ番組制作） ーイベント事業 奄美観光の具体的なイメージを定着させるイベントの開催（ガイドブック発刊、「奄美音楽祭」「Setting Sun Around Festival」「あまみっけ。の日」） ーサンセットプロモーション事業 夕日を活用した新たな観光ルートの構築及びプロモーション（紹介記事作成（90 本）、サンセットマップ、タレントによる					

	<p>PR 協力、航空機内にて MAP 配布、レンタカーマグネット配布、体験プログラム実施、360°映像制作)</p> <p>○平成 29 年度 【平成 29 年度 DMO 推進事業】 －Web 機能強化 WEB プロモーションサイト（あまみっけ。）への記事制作（48 本）</p> <p>○平成 30 年度 【平成 30 年度移住体験ツアー実施事業】 －2 回の体験ツアー実施 【平成 30 年度奄美満喫ツアー助成事業事務業務】 －団体旅行向けの助成事業の利用促進を図るための広報・周知業務 【平成 30 年度奄美歴史浪漫探訪「幕末・明治」推進事業】 明治維新 100 年にあたることから、NHK 大河ドラマが放映された。そのロケ地やゆかりの地を巡るマップを制作 【平成 30 年度観光拠点連携情報発信事業】 －Web 機能強化 WEB プロモーションサイト（あまみっけ。）への記事制作（48 本）、スマートフォン向け機能対応、英語記事ページ制作 －イベント実施 奄美空港にて大島紬の機織りや着付け体験イベントを行った</p> <p>○令和元年度 【令和元年度観光拠点連携情報発信事業】 －Web 機能強化 WEB プロモーションサイト（あまみっけ。）への記事制作（12 本）、既存記事 425 本の修正 WEB プラットフォーム（のんびり奄美）へ会員 28 店舗の写真を収集 －イベント実施 奄美空港にて大島紬の機織りや着付け体験イベントを行った 【令和元年度奄美満喫ツアー助成事業事務業務】 団体旅行向けの商品やウェディングやアクティビティを利用する方向けの料金助成事業事務局</p> <p>○令和 2 年度 【令和 2 年度観光拠点連携情報発信事業】 －Web 機能強化 WEB プロモーションサイト（あまみっけ。）への記事制作（12 本）WEB プラットフォーム（のんびり奄美）と宿泊予約サイトへの連携見直し －イベント実施 奄美の星空を観光資源とし魅力ある体験プログラムにするための講座 【令和 2 年度外国人観光客をターゲットとして情報発信事業】 －インバウンド向けサイト「www.exploreamami.com」を構築。 【令和 2 年度奄美満喫ツアー助成事業事務業務】 団体旅行向けの商品やウェディングやアクティビティを利用する方向けの料金助成事業事務局</p> <p>○令和 3 年度 【令和 3 年度観光拠点連携情報発信事業】 －Web 機能強化 WEB プロモーションサイト（あまみっけ。）への記事制作（12 本）WEB プラットフォーム（のんびり奄美）へ特集ページ制作 PV 分析/SNS マーケティング 【令和 3 年度奄美満喫ツアー助成事業事務業務】 団体旅行向けの商品やウェディングやアクティビティを利用する方向けの料金助成事業事務局</p>	
--	---	--

		<p>○令和 4 年度 【令和 4 年度観光拠点連携情報発信事業】 -Web 機能強化 WEB プロモーションサイト（あまみっけ。）への記事制作（12 本）WEB プラットフォーム（のんびり奄美）へ特集ページ制作 PV 分析/SNS マーケティング</p> <p>【令和 4 年度奄美満喫ツアー助成事業事務業務】 団体旅行向けの商品やウェディングやアクティビティを利用する方向けの料金助成事業事務局</p>
	受入環境の整備	<p>○平成 29 年度 【平成 29 年度 DMO 推進事業】 -マーケティングデータの収集・解析 手渡しアンケートでの交流人口動態調査と Web を活用したマーケティングデータの収集</p> <p>○平成 30 年度 【平成 30 年度クルーズ船にターゲットを絞った情報発信・満足度向上プロジェクト】 -寄港時の通訳手配、送迎セレモニー実施 【平成 30 年度観光拠点連携情報発信事業】 -チャレンジショップ実施 奄美空港にてお土産品のテスト販売、周知。</p> <p>○令和元年度 【令和元年度観光拠点連携情報発信事業】 -観光満足度調査 観光客満足度、観光従事者満足度、住民意識調査を行った -チャレンジショップ実施 奄美空港にてお土産品のテスト販売、周知。17 店舗が参加【令和年度クルーズ船にターゲットを絞った情報発信・満足度向上プロジェクト】 寄港時の通訳手配、送迎セレモニー実施 【令和元年度二次交通利便性改善事業】 島内 4 会社をまとめたバス路全図時刻表冊子を制作 【令和元年度一集落 1 ブランドホームページ制作業務】 奄美市が地域活性化のために認定した 19 集落 21 個の集落ブランドを紹介するページを制作。 【令和元年度伝統工芸産業支援事業】 本場奄美大島紬における後継者の募集を I ターンや奄美ファンから広く募るために SNS を活用した情報発信を行った。</p> <p>○令和 2 年度 【令和 2 年度観光拠点連携情報発信事業】 -観光満足度調査 観光客満足度、観光従事者満足度、住民意識調査を行った -チャレンジショップ実施 奄美空港にてお土産品のテスト販売、周知。11 店舗が参加</p> <p>【令和 2 年度伝統工芸産業支援事業】 本場奄美大島紬における後継者の募集を I ターンや奄美ファンから広く募るために SNS を活用した情報発信を行った。</p> <p>【令和 2 年度地域観光資源の多言語解説整備支援事業】 奄美大島の概要や歴史・文化を外国人ライターによる現地取材を行い、彼らの視点から解説文を制作。</p> <p>【令和 2 年度奄美市外来植物調査駆除事業】 外来植物の分布調査と、駆除作業（延 94 名参加）</p> <p>【令和 2 年度奄美群島エコツーリズム魅力体験事業】</p>

	<p>認定エコツアーガイド及び通訳案内士などを対象とした検討会</p> <p>【令和2年度奄美市ダイビングスポット調査保全事業】 ダイビングスポット調査、ブイ係留、海岸清掃など</p> <p>【令和2年度市民向け宿泊・体験プログラム利用緊急経済支援プロジェクト】 コロナ禍における奄美市内の宿泊業者や体験プログラム事業者の事業経済支援</p> <p>【令和2年度島民向け宿泊・体験プログラム利用助成事業】 コロナ禍における市内の宿泊業者や体験プログラム事業者の事業経済支援 当初奄美市だけで行っていたが、島内5市町村へ拡大した。</p> <p>○令和3年度</p> <p>【令和3年度観光拠点連携情報発信事業】 一観光満足度調査 観光客満足度、観光従事者満足度、住民意識調査を行った</p> <p>【令和3年度伝統工芸産業支援事業】 本場奄美大島紬における後継者の募集を1ターンや奄美ファンから広く募るためにSNSを活用した情報発信を行った。</p> <p>【令和3年度奄美市外来植物調査駆除事業】 外来植物の分布調査と、駆除作業（延424名参加）</p> <p>【令和3年度島民向け宿泊・体験プログラム利用助成事業】 コロナ禍における島内の宿泊業者や体験プログラム事業者の事業経済支援</p> <p>【令和3年度国立公園での滞在型ツアー推進事業】 e-bikeを10台導入し、旅行代理店8社のモニターツアー実施</p> <p>【令和3年度九州におけるアドベンチャーツーリズムのコア人材育成事業】 奄美におけるアドベンチャーツーリズムの推進を目的とした研修会を実施</p> <p>○令和4年度</p> <p>【令和4年度観光拠点連携情報発信事業】 一観光満足度調査 観光客満足度、観光従事者満足度、住民意識調査を行った</p> <p>【令和4年度クルーズ船受入体制強化業務委託】 名瀬港に寄港するクルーズ船のための観光案内、通訳手配、送迎セレモニーを行った</p> <p>【令和4年度九州におけるアドベンチャーツーリズムのコンテンツ造成など実証事業】 ATコンテンツの開発、検討会・フィールドワーク・モニターツアーを行った</p> <p>【令和4年度地域観光資源の多言語解説整備支援事業】 奄美大島の動植物について外国人ライターによる現地取材を行い、彼らの視点から解説文を制作。 エコツアーガイドや通訳案内士と共有</p> <p>【令和4年度持続可能な観光地経営モデル形成事業】 持続可能な観光地づくりに必要な財源確保の一環として環境文化協力金のキャッシュレス寄付を実証実験した</p>
--	---

	<p>観光資源の磨き上げ</p> <p>○平成 29 年度 【平成 29 年度 DMO 推進事業】 －観光地域づくり 体験プログラムのブラッシュアップ（集落歩き、エコロード散策、大島紬フォトツアー） プログラム造成を学ぶための講師招聘</p> <p>○平成 30 年度 【平成 30 年度奄美・屋久島世界自然遺産観光連携事業】 －現地視察及びモニターツアー実施 【平成 30 年度食イベント企画運営事業】 －ご当地グルメ「西郷どんぶり」の開発</p> <p>【平成 30 年度観光拠点連携情報発信事業】 －着地型観光メニューへの誘導、開発支援 講師を招聘し 3 回の講演を行った －プログラム体験 サイクリングツアーと漁業体験</p> <p>○令和元年度 【令和元年度観光拠点連携情報発信事業】 －着地型観光メニューへの誘導、開発支援 講師を招聘し 2 回の講演を行った －プログラム体験 シマ博覧会プログラムを 3 つ体験し記事を書く</p> <p>○令和 2 年度 【令和 2 年度観光拠点連携情報発信事業】 －着地型観光メニューへの誘導、開発支援 講師を招聘し講演を行った</p> <p>○令和 3 年度 【令和 3 年度観光拠点連携情報発信事業】 －着地型観光メニューへの誘導、開発支援 環境に影響が少ないグリーンスローモビリティの識者を招いての講演・試乗会を行った</p> <p>○令和 4 年度 【令和 4 年度観光拠点連携情報発信事業】 －着地型観光メニューへの誘導、開発支援 ガイドツアーにおけるリスクマネジメントの識者を招いての研修会を行った</p> <p>－イベント事業 人気のある金作原トレッキングツアーの混雑解消の一旦となるべく世界自然遺産エリア内にある役勝エコロードの調査とツアー造成など利用促進を図った</p> <p>【定量的な評価】 奄美大島への入込客（鹿児島県観光統計より）</p> <table border="1"> <tr> <td>平成 27 年</td> <td>422,527 人</td> <td>（対前年比</td> <td>28,873 人</td> <td>：</td> <td>7.3%</td> </tr> <tr> <td>平成 28 年</td> <td>431,740 人</td> <td>（対前年比</td> <td>9,213 人</td> <td>：</td> <td>2.2%</td> </tr> <tr> <td>平成 29 年</td> <td>473,704 人</td> <td>（対前年比</td> <td>41,964 人</td> <td>：</td> <td>9.7%</td> </tr> <tr> <td>平成 30 年</td> <td>529,587 人</td> <td>（対前年比</td> <td>55,883 人</td> <td>：</td> <td>11.8%</td> </tr> <tr> <td>令和元年</td> <td>530,349 人</td> <td>（対前年比</td> <td>762 人</td> <td>：</td> <td>0.1%</td> </tr> <tr> <td>令和 2 年</td> <td>313,838 人</td> <td>（対前年比</td> <td>△219,511 人</td> <td>：</td> <td>－40.8%</td> </tr> <tr> <td>令和 3 年</td> <td>331,412 人</td> <td>（対前年比</td> <td>17,452 人</td> <td>：</td> <td>5.6%</td> </tr> <tr> <td>令和 4 年</td> <td>414,798 人</td> <td>（対前年比</td> <td>83,386 人</td> <td>：</td> <td>25.2%</td> </tr> </table>	平成 27 年	422,527 人	（対前年比	28,873 人	：	7.3%	平成 28 年	431,740 人	（対前年比	9,213 人	：	2.2%	平成 29 年	473,704 人	（対前年比	41,964 人	：	9.7%	平成 30 年	529,587 人	（対前年比	55,883 人	：	11.8%	令和元年	530,349 人	（対前年比	762 人	：	0.1%	令和 2 年	313,838 人	（対前年比	△219,511 人	：	－40.8%	令和 3 年	331,412 人	（対前年比	17,452 人	：	5.6%	令和 4 年	414,798 人	（対前年比	83,386 人	：	25.2%
平成 27 年	422,527 人	（対前年比	28,873 人	：	7.3%																																												
平成 28 年	431,740 人	（対前年比	9,213 人	：	2.2%																																												
平成 29 年	473,704 人	（対前年比	41,964 人	：	9.7%																																												
平成 30 年	529,587 人	（対前年比	55,883 人	：	11.8%																																												
令和元年	530,349 人	（対前年比	762 人	：	0.1%																																												
令和 2 年	313,838 人	（対前年比	△219,511 人	：	－40.8%																																												
令和 3 年	331,412 人	（対前年比	17,452 人	：	5.6%																																												
令和 4 年	414,798 人	（対前年比	83,386 人	：	25.2%																																												

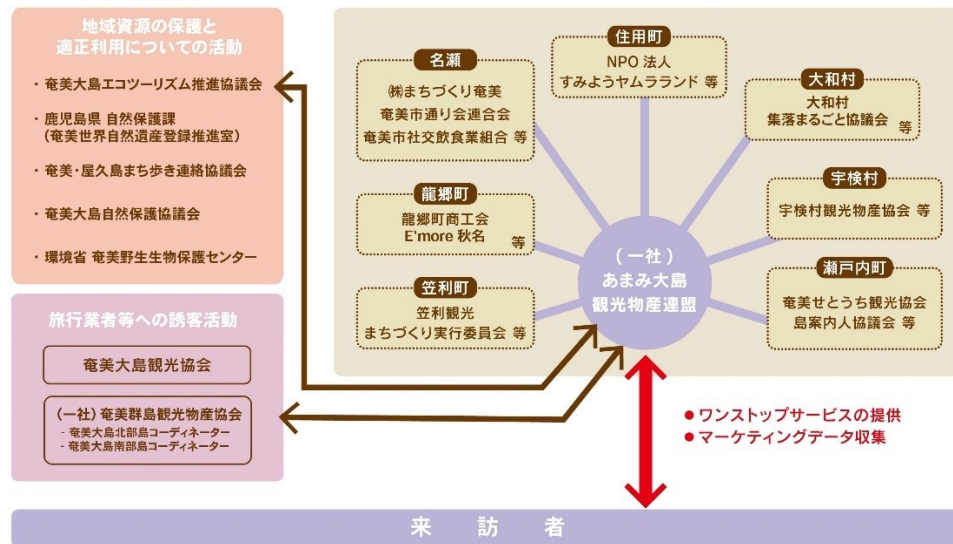
実施体制

※地域の関係者との連携体制及び地域における合意形成の仕組みが分かる図表等を必ず記入すること（別添可）。

【実施体制の概要】

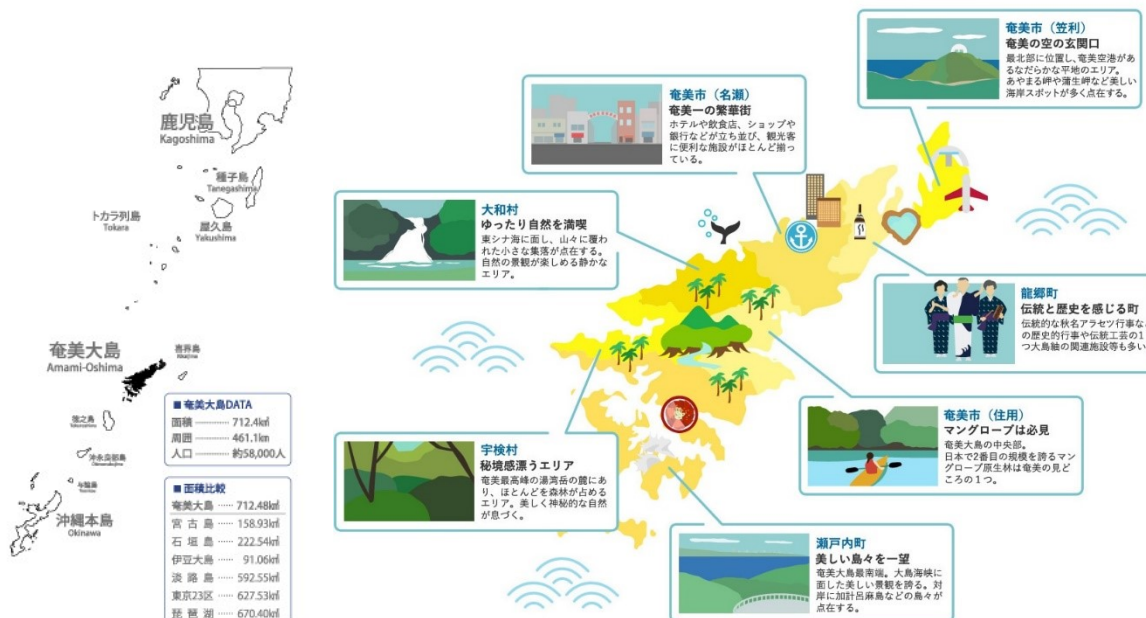
（一社）あまみ大島観光物産連盟の会員（交通、宿泊、観光、特産品、飲食、行政）を核に各地域の観光協会・団体と、旅行業者等へ誘致活動を行う団体、地域資源の保護と適正利用の活動を行う団体との連携を図り実施している。

【実施体制図】



2. 観光地域づくり法人がマネジメント・マーケティングする区域

【区域の範囲が分かる図表を挿入】



【区域設定の考え方】

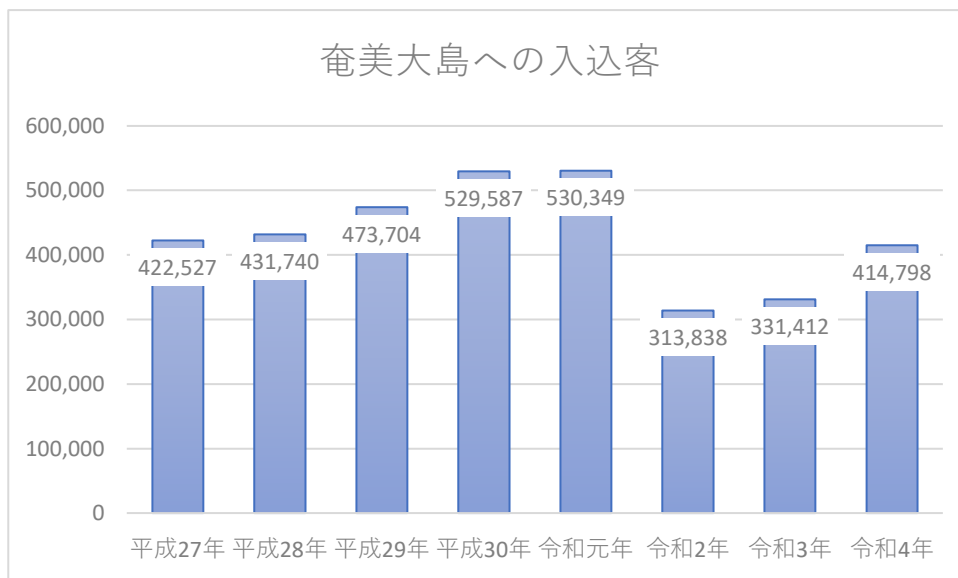
奄美大島は平地が少なく山がちなため、各集落間の行き来は島内でも船を使うことが主であった。そのため、集落ごとの文化や独立性の高い島民性が育まれていった。

また昭和 28 年に日本復帰後、奄美群島振興特別措置法により道路事情は改善されていったが、周辺離島を含む広域にわたる行政範囲をカバーするために数多くの市町村が置かれていた。

平成 18 年までにはこれらが 5 つにまとまったが、他の分野と同じく観光分野もそれぞれの行政で施策を行っていた。

しかし当然ながら、来訪者のためには奄美大島一体となった窓口が必要と考えられ、また、世界自然遺産登録後の観光の在り方も鑑み平成 27 年に当連盟が発足した。

【観光客の実態等】



平成 29 年の LCC 就航以降、入込客は順調に増えていたが、新型コロナウイルス感染症の蔓延により令和 2 年は世界自然遺産に登録されるという奄美大島にとって歴史的な年であったが、入込客は抑えられ、前年の半分ほどに落ち込んだ。令和 4 年の終わりにかけては少しずつ回復する傾向がみられている。

○観光満足度調査

項目	平成30	令和元	令和2	令和3	令和4
旅行全体の満足度	56.33%	59.06%	62.24%	47.70%	45.05%
宿泊の満足度	39.59%	42.42%	41.93%	35.47%	30.69%
食事の満足度	48.57%	49.11%	47.50%	39.61%	38.66%
土産の満足度	33.06%	30.09%	32.47%	26.93%	26.37%
公共交通機関の利便性	25.31%	23.03%	26.53%	11.67%	9.44%
観光施設	27.76%	25.78%	27.27%	29.38%	29.74%
自然景観	68.98%	72.51%	74.40%	61.29%	57.17%
ホスピタリティ	51.84%	50.30%	53.53%	41.92%	36.67%
観光客の宿泊日数	2.49泊	2.60泊	2.61泊	2.80泊	2.72泊
観光客の消費額	¥51,566	¥57,508	63,354	¥65,082	¥64,525
観光客のリピーター率	35.10%	38.04%	34.82%	34.64%	35.84%

現在の悩ましい問題として、LCC によるチケットの安さで奄美大島を旅行先に選んだ観光客が実際に来訪し、希望していたような旅先とは違うというようなミスマッチが起きているように思う。奄美大島についてはまだ知られておらず、正しく認知される努力が我々DMOのやるべき課題であると感じる。

【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】

○観光施設

- ・奄美パーク（田中一村記念美術館）
- ・奄美市歴史民俗資料館
- ・宇宿貝塚史跡公園
- ・奄美群島国立公園ビジターセンター：奄美自然観察の森
- ・奄美 龍郷 島ミュージアム
- ・南洲流謫跡
- ・奄美洋展示館
- ・奄美市立博物館
- ・島尾敏雄記念室（県立奄美図書館内）
- ・本場奄美大島紬協同組合
- ・黒潮の森 マングローブパーク
- ・奄美大島世界遺産センター
- ・環境省奄美野生生物保護センター
- ・宇検村歴史民俗資料展示室
- ・瀬戸内町郷土館
- ・せとうち海の駅
- ・加計呂麻島展示・体験交流館

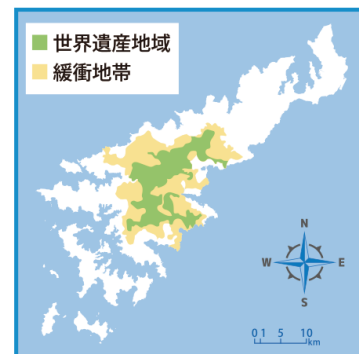
○商業施設

- ・原ハブ屋奄美
- ・大島紬村
- ・浜千鳥館
- ・夢おりの郷
- ・町田酒造
- ・奄美観光ハブセンター

○自然

2021年7月26日、奄美大島を含む「奄美大島、徳之島、沖縄島北部及び西表島（奄美・沖縄）」は、大陸などとの分離、近隣島しょとの分離・結合を繰り返して形成された独特の地史を背景に、世界的にも貴重な固有種や、絶滅のおそれのある動植物の生育地として非常に重要な地域であることから、世界自然遺産に登録された。

奄美大島が位置する場所は、気象条件において生物地理区の境界線「渡瀬ライン」が位置しており、生物生息域の北限と南限、両方の境目となる。これによって多様な生物が共存する稀有の島となっており、国土の面積の0.2%に満たない奄美大島において、国内全体の生物種の約13%が確認されている。



○文化

奄美群島の文化は、日本文化を基層としながら、琉球国統治時代に琉球文化の影響を受け、さらに長く続いた薩摩藩統治時代に鹿児島文化の影響も強く受けながら育まれてきた独特のものです。

[衣] 亜熱帯の自然環境に適応して、芭蕉布や大島紬等の染織文化が発達してきました。特に大島紬は、奄美大島の基幹産業として国内外に知られています。

〔食〕 日本にはない豚を食べる食文化があり、豚脂も盛んに利用されています。薩摩藩統治時代に、鹿児島県の料理の影響も強く受けています。代表的郷土料理として知られる「鶏飯」のルーツは、琉球起源説、鹿児島起源説など諸説あり、明らかではありませんが、奄美市笠利町を中心に食べられていた料理であり、奄美群島全域の伝統的料理ではありません。「油そうめん」は、沖縄の「ソーミンチャンプルー」と同じ料理と説明されることが多いのですが、必ずしもそうとはいえません。汁が多い「油そうめん」を奄美市笠利町や龍郷町で確認することができます。伝統的料理については、多様な地域性も含めて、まだまだ明らかにされていない課題が多いといえそうです。薩摩藩統治時代に黒砂糖生産が行われたため、黒糖を使用した菓子類もいろいろあります。

〔住〕 奄美大島・徳之島・加計呂麻島等を覆う森林は、古い時代から船や住宅の材料として利用されてきました。今日、自然保護の観点等から難しい局面を迎えていますが、林業も、戦後まで隆盛をきわめていた伝統的産業です。隆起サンゴ礁で森林がない喜界島・沖永良部島・与論島に対して、亜熱帯多雨林の照葉樹林で覆われている奄美大島・徳之島は、琉球国統治時代から造船業が重要な位置を占めていて、建築業も独自の発達を遂げてきました。特に、幕末以降、楔を使用して釘を使わず組み立てる現代のプレハブ住宅に通じる民家建築技術が確立（ヒキモン構造と呼ばれています）、奄美群島全域に普及しました。奄美市には、国指定重要文化財の「泉家住宅」、国指定登録有形文化財の「蘭家住宅」「旧安田家住宅」があります。奄美市立奄美博物館の敷地内にも、古民家と高倉が移築されています。

〔芸能〕 「八月踊り」と呼ばれる伝統的踊りが、各集落で行われているほか、「シマウタ」と呼ばれる独特の唄があり、若い世代にも人気があります。奄美群島の伝統的音楽文化は、与論島・沖永良部島が「琉球音階」が用いられるのに対して、徳之島・与路島・請島・加計呂麻島・奄美大島・喜界島が本土民謡等と同一の「律音階」が用いられています。

（奄美博物館 電子ミュージアム奄美「奄美の文化」）

○スポーツ

- ・奄美シーカヤックマラソン IN 加計呂麻大会
- ・加計呂麻島ハーフマラソン
- ・奄美ヨリヨリラン（ウルトラマラソン）

○イベント

- ・紬の日
- ・黒糖焼酎の日
- ・奄美民謡大賞
- ・大浜サマーフェスティバル
- ・奄美まつり他島内7か所での夏祭り
- ・日本復帰の日

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

○奄美群島の概況 11-7宿泊施設

	軒数	一般	団体
奄美市	148	2,706	1,978
大和村	10	130	88
宇検村	9	125	111
瀬戸内町	80	735	571
龍郷町	42	644	234
合計	289	4,340	2,982

【利便性：区域までの交通、域内交通】

○区域までの交通

飛行機でのアクセス			フェリーでのアクセス	
出発空港	飛行時間	運航会社	船名	航路
羽田空港	約2時間半	JALグループ	鹿児島～奄美群島～沖縄	
成田国際空港	約3時間	Peach	フェリー波之上	鹿児島航路 鹿児島(鹿児島新港) - 奄美大島(名瀬港) - 徳之島(亀徳港) - 沖永良部島(和泊港) - 与論島(与論港) - 沖縄(本部港) - 沖縄(那覇港)
伊丹空港	約2時間	JALグループ	フェリーあけぼの クインコーラルプラス クインコーラルクロス	
関西国際空港	約2時間	Peach	フェリーきかい	喜界・知名航路 鹿児島(鹿児島本港北ふ頭) - 喜界島(湾港) - 奄美大島(名瀬港) - 奄美大島(古仁屋) - 徳之島(平土野港) - 沖永良部島(知名港)
福岡空港	約1時間半	JALグループ	フェリーあまみ	
鹿児島空港	約1時間	JALグループ Skymark	鹿児島～トカラ列島～奄美大島	
那覇空港 ※經由便	經由地による	JALグループ	フェリーとしま2 (村営船)	鹿児島(鹿児島本港北ふ頭) - 口之島 - 中之島 - 諏訪之瀬島 - 平島 - 悪石島 - 小宝島 - 宝島 - 奄美大島(佐大熊港)
出発空港(奄美群島)				
喜界空港	約20分	JALグループ		
徳之島空港	約35分	JALグループ		
沖永良部空港 ※經由便	經由地による	JALグループ		
与論空港 ※經由便	經由地による	JALグループ		

○域内交通

フェリー

加計呂麻島について

- [行き方]古仁屋港から「フェリーかけろま」または海上タクシーで約20分。瀬相港と生間港がある。
- [島内交通] 島内は広く、山も多いので車が加計呂麻バスに乗るのがおすすめ。車はフェリーで運ぶが、島内でレンタルも可能。フェリーに乗せる場合は事前予約を。
- [飲食] 予約なしで入れる飲食店は少ないので、食料品は事前に準備して持ち込むか、予約を。

請島・与路島について

瀬戸内町古仁屋から「せとなみ」が運行。1日2〜3便。片道約1時間。曜日によって日帰り観光が可能。

奄美大島・加計呂麻島 バス路線図

ゆったり走る路線バスは、奄美大島唯一の公共交通機関。本数や路線が少ないのでよく調べて余裕をもってご利用を。

バス料金と所要時間の目安

- 奄美空港～名瀬市街地(片道1,000円)約50分
- 奄美空港～せとうち海の駅(片道2,380円)約135分
- 名瀬市街地～マングローブパーク(片道790円)約46分
- 名瀬市街地～せとうち海の駅(片道1,400円)約87分

バス会社の連絡先・時刻表

主な路線	路線/バス名	所在地/電話番号
空港・古利・龍郷町・奄美市街地・住用・宇検村	しまバス	奄美市名瀬伊部町 9-23 0997-52-0509
大和村・奄美市街地	大和村直行バス(大和町役場発着専用線)	大島郡大和村大字大和浜100 0997-57-2117
瀬戸内町・奄美市住用	南部交通バス	大島郡瀬戸内町古仁屋大字大3-10 0997-72-1904
加計呂麻島内	加計呂麻バス	大島郡瀬戸内町瀬戸743-1 0997-75-0447

※定期観光バスは運行していません。

レンタカー・タクシー・レンタサイクル

●**レンタカー**
空港に到着してから借りようとするよりも事前に予約で埋まっていることがあるので、なるべく事前予約を。また、乗り捨てが可能なレンタカー会社は限られていますので注意。

●**タクシー**
空港にはタクシーが待機していることが多いが、数が少ないので出っ掛ける場合も、タクシーを使う場合は、早めの予約がおすすめ。
【タクシー料金と所要時間の目安】
奄美空港
○名瀬市街地(片道8,000円)約45分
○せとうち海の駅(片道18,000円)約100分
名瀬市街地
○マングローブパーク(片道5,000円)約30分
○せとうち海の駅(片道10,000円)約60分

●**レンタサイクル**
奄美大島は起伏に富んだ地形で、たくさんのトンネルがあります。自転車やバイクなどの二輪車でトンネル内を走行する場合は、特に注意してください。また島の天気は気まぐれで、突然の雨に降られてしまうこともあります。

【外国人観光客への対応】

①外国人観光案内所

- ・奄美大島観光案内所（奄美市名瀬）JNTO 認定、カテゴリーパートナー

②観光情報

- ・外国人向け英語ホームページ（Explore Amami）運営 令和2（2020）年～
- ・観光パンフレット4か国語（英語、韓国語、繁体字、簡体字）平成30年（2018年）制作

③クルーズ船対応

- ・名瀬港寄港時に特例通訳案内士を配置

④認証

持続可能な観光地の国際的な認証団体「グリーン・デスティネーションズ」(オランダ)の表彰制度・2021年の「TOP100選」に選出。

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
入込客数	来訪者数の把握と、未来予測のため	鹿児島県大島支庁がとりまとめている航空と船舶の利用客データ
延べ宿泊者数	宿泊者数の推移を把握するため。	鹿児島県大島支庁と当連盟が協力し、主要な業者に毎月報告をもらう
来訪者満足度	来訪者の満足(不満足)に繋がっている要因を分析し、戦略立案に繋げるため。	アンケート調査を自主事業として実施。
旅行消費額	来訪者の消費活動の動向を分析し、消費単価向上に繋げるため。	アンケート調査を自主事業として実施。
リピーター率	リピーター顧客の動向を把握し、戦略立案に繋げるため。	アンケート調査を自主事業として実施。
WEBサイトのアクセス状況	地域に対する顧客の関心度や施策の効果等を把握するため。	Google Analytics を活用して実施。
住民満足度	観光振興に対する地域住民の理解度を測るため。	アンケート調査を自主事業として実施。
観光従事者満足度	観光振興に対する観光従事者の理解度を測るため	アンケート調査を自主事業として実施。

4. 戦略

(1) 地域における観光を取り巻く背景

昭和50年代頃まで基幹産業であった大島紬は、着物業界全体の市場縮小もあり、現在産業としては衰退しつつある。一方、観光地としてはあまり発展していない地域であったが、世界自然遺産登録を契機に多くの来訪者が見込まれることとなった。世界から価値のある地域と認められたことは、単に自然が素晴らしいだけでなく、人々が暮らしを営みながら自然を守ったことも理由の一つである。この島の基幹産業が観光に移り変わろうとしている時に、その事が来訪者、観光関連事業者、地域住民、そして自然環境のそれぞれにとって良い結果をバランスよくもたらさなくてはならないと私たちは考える。

(2) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	<p>強み (Strengths)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・世界自然遺産登録後の知名度の高まり ・大規模都市との直行便の多さ (成田、羽田、伊丹、関空、福岡) ・LCCの就航 ・離島ゆえ来訪者のほとんどは宿泊する ・まだ自然が開発されていない部分が多い ・文化的な要素が多い (シマ唄、ノロユタ信仰等) ・知られていない食文化 (ミキ、黒糖、島豚、魚類) 	<p>弱み (Weaknesses)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・名前だけが先行し情報があまり知られていない (来てみて島の大きさに驚かれる) ・レンタカーが主な移動手段な為、二次交通への不満が多い ・雨が多い地域だが雨の日の観光が難しい ・インバウンドのための施策がほとんどゼロ (島民の抵抗感もある) ・観光施策は、各行政単位か、群島単位であるため奄美大島としての展開が難しい。(例えばパンフレット1つとってもそれぞれで発行している。) ・宿泊施設が足りていない、また高級宿泊施設も少ない ・魅力的な観光商品とお土産などがまだ少ない
外部環境	<p>機会 (Opportunity)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・インバウンドの回復 ・屋久島との近さ (同県内の別の世界自然遺産があるのは鹿児島のみ) 	<p>脅威 (Threat)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・旅に安さを求める層の増加 ・働く人口の減少 ・オーバーツーリズムによる環境破壊

※上記に加え、PEST分析等の他のマーケティング分析手法を用いて分析を行っている場合は、その内容を記入 (様式自由)。

(3) ターゲット

<p>○第1ターゲット層 関東・関西の2大都市圏在住の20代~40代</p>
<p>○選定の理由 マーケティングデータからもこの層が7割を占めている。 また、奄美大島の観光は体験するものが多く、ある程度の体力が求められるため、受動的よりも能動的な年代の来訪者が満足度も高いと言える。 なお、30~40代はファミリー層も多く、その子供たちが将来のリピーターとなり得る可能性がある。</p> <p>○取組方針 マーケティングデータを見ると文化的体験の関心が高まっているが、まだ整備が行き届いていないので、コンテンツの磨き上げに力を入れる。 また、世界自然遺産登録地としてサステナブルな取組や体験を、次世代を担う子供たちへ紹介したい。</p>

(4) 観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	誰もが訪れたい島、いつまでも暮らしたい島
②コンセプトの考え方	<p>「誰もが訪れたい島」には、来訪者にとって、奄美大島での宿泊や食事、移動、体験、そして、地域住民との出会いが感動的で満足のいくものとして記憶に残り、その記憶が共有・共感されることで、誰もが訪れたいと思うような島でありたいという思いを込めています。</p> <p>「いつまでも暮らしたい島」には、奄美大島の自然環境や文化の価値が尊重され、適切な利用管理と保全がなされることで、地域住民がいつまでも暮らしたいと思うような島でありたいという思いとともに、観光に従事する方々がやりがいと誇りを持って働ける環境づくりや来訪者と地域住民との交流の場づくりなどを通して、観光が地域住民の豊かな暮らしに結びつくようにとの思いを込めています。</p>

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 ※頻度が分かるよう記入すること。	<p>①DMO 定例会/月 1 回、②5 市町村観光担当課月例会/月 1 回 ③マーケティング委員会/年 1 回 ④専門委員会（当組織部会）/年 2～3 回</p> <p>①事務局と DMO プロジェクトマネージャ（非常勤）で進捗確認や問題共有を行っている ②5 市町村での観光施策や、ざっくばらんなことも含めを共有している ③キーパーソンを招いてマーケティングデータに基づいた分析を行っている ④③で出てきた提案や企画、懸念事項を問題解決するために話し合う</p>
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	<p>・奄美群島の自然・文化について深い知識と哲学を有し、来訪者に安全で質の高い体験を提供するとともに、地域の環境保全に責任を持つガイド」として奄美群島エコツーリズム推進協議会が認定している。 （認定者数 147名 令和4年度4月1日現在） 世界自然遺産登録エリア内にある金作原（森）を案内するにはこの資格が必要となる。</p>
観光客に対する地域一体となった戦略に基づく一元的な情報発信・プロモーション	<p>・Web サイトの運営（プロモーションサイト「あまみつけ。」。プラットフォームサイト「のんびり奄美」、英語サイト「Explore Amami」 ・観光パンフレット制作と配布 ・SNS の発信とメールマガジンの発行</p>

※各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

6. KPI（実績・目標）

※戦略や個別の取組を定期的に確認・改善するため、少なくとも今後3年間における明確な数値目標を記入すること。

※既に指標となりうる数値目標を設定している場合には、最大で過去3年間の実績も記入すること。

（1）必須KPI

指標項目		2020 (R2) 年度	2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度	2025 (R7) 年度
●旅行消費額 (1人当たり：円)	目標	— (—)	¥55,000 (—)	¥64,600 (—)	¥65,900 (—)	¥67,200 (—)	¥68,600 (—)
	実績	¥63,354 (—)	¥65,082 (—)	¥64,525 (—)			
●宿泊数 (1滞在での宿泊数)	目標	— (—)	3泊 (—)	2.66泊 (—)	2.71泊 (—)	2.76泊 (—)	2.82泊 (—)
	実績	2.61泊 (—)	2.80泊 (—)	2.72泊 (—)			
●来訪者満足度 (%)	目標	— (—)	68.0% (—)	63.5% (—)	64.8% (—)	66.1% (—)	67.4% (—)
	実績	62.24% (—)	47.7% (—)	45.05% (—)			
●リピーター率 (%)	目標	— (—)	— (—)	35.5% (—)	36.2% (—)	37.0% (—)	37.7% (—)
	実績	34.82% (—)	34.64% (—)	35.84% (—)			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

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】

関係者や専門家のアドバイスを受けながら、事務局で素案を作成し第2次中長期観光戦略策定で協議の上、決定した。

【設定にあたっての考え方】

●旅行消費額

実績：観光満足度調査で、奄美大島までの交通費を除く消費額の平均値を使用。

KPI：2020(R2)年度の実績を基準値として毎年度、前年度比2%増とする。

●宿泊数

実績：観光満足度調査で、一回の滞在で宿泊した数の平均値を使用。

KPI：2020(R2)年度の実績を基準値として毎年度、前年度比2%増とする。

●来訪者満足度

実績：観光満足度調査で、満足度を7段階で答えるもののうち大変満足と回答した割合を使用。

KPI：2020(R2)年度の実績を基準値として毎年度、前年度比2%増とする。

●リピーター率

実績：観光満足度調査で、来島回数を2回以上と回答した割合を使用。

KPI：2020(R2)年度の実績を基準値として毎年度、前年度比2%増とする。

(2) その他の目標

指標項目		2020 (R2) 年度	2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度	2025 (R7) 年度
●住民意識調査 (%)	目標	—	—	12.4%	14.3%	16.4%	18.9%
		(—)	(—)	(—)	(—)	(—)	(—)
	実績	12.1%	10.8%	41.5%			
		(—)	(—)	(—)			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

※各指標項目の単位を記入すること。

指標項目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】

関係者や専門家のアドバイスを受けながら、事務局で素案を作成し第2次中長期観光戦略策定で協議の上、決定した。

【設定にあたっての考え方】

●住民意識調査

実績：住民意識調査で、生活への影響を8段階で答えるもののうち生活が良くなったと回答した割合を使用。

KPI：2021(R3)年度の実績を基準値として毎年度、前年度比2%増をとする。

7. 活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

※少なくとも今後3年間について、計画年度毎に(1)収入、(2)支出を記入すること。

※現に活動している法人にあっては、過去3年間の実績も記入すること。

(1) 収入

年(年度)	総収入(円)	内訳(具体的に記入すること)
2020(R2) 年度	51,247,644(円)	【会費収入】 3,202,500円 【市町村からの補助金】 8,500,000円 【収益事業】 11,506,183円 【受託事業】 27,964,346円 【その他】 74,615円
2021(R3) 年度	39,780,048(円)	【会費収入】 3,240,000円 【市町村からの補助金】 8,500,000円 【収益事業】 11,750,078円 【受託事業】 16,204,333円 【その他】 85,637円
2022(R4) 年度	26,584,262(円)	【会費収入】 3,180,000円 【市町村からの補助金】 8,500,000円 【収益事業】 11,310,691円 【受託事業】 3,436,400円 【その他】 157,171円
2023(R5) 年度	29,352,400(円)	【会費収入】 3,225,000円 【市町村からの補助金】 8,500,000円

		【収益事業】	14,190,000 円
		【受託事業】	3,436,400 円
		【その他】	1,000 円
2024 (R6) 年度	26,352,400 (円)	【会費収入】	3,225,000 円
		【市町村からの補助金】	8,500,000 円
		【収益事業】	11,190,000 円
		【受託事業】	3,436,400 円
		【その他】	1,000 円
2025 (R7) 年度	26,352,400 (円)	【会費収入】	3,225,000 円
		【市町村からの補助金】	8,500,000 円
		【収益事業】	11,190,000 円
		【受託事業】	3,436,400 円
		【その他】	1,000 円

(2) 支出

年(年度)	総支出	内訳(具体的に記入すること)	
2020 (R2) 年度	50,583,864 (円)	【事務局費】	12,213,133 円
		【自主事業】	10,406,385 円
		【受託事業】	27,964,346 円
2021 (R3) 年度	38,926,110 (円)	【事務局費】	11,898,005 円
		【自主事業】	10,733,773 円
		【受託事業】	16,294,332 円
2022 (R4) 年度	27,799,564 (円)	【事務局費】	13,616,686 円
		【自主事業】	10,746,478 円
		【受託事業】	3,436,400 円
2023 (R5) 年度	30,688,400 (円)	【事務局費】	13,672,000 円
		【自主事業】	13,580,000 円
		【受託事業】	3,436,400 円
2024 (R6) 年度	27,688,400 (円)	【事務局費】	13,672,000 円
		【自主事業】	10,580,000 円
		【受託事業】	3,436,400 円
2025 (R7) 年度	27,688,400 (円)	【事務局費】	13,672,000 円
		【自主事業】	10,580,000 円
		【受託事業】	3,436,400 円

(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

・奄美市世界自然遺産課は「世界自然遺産に関する新たな財源創設検討委員会」を令和5年度から立ち上げ、「奄美大島が有する世界自然遺産の価値を『人類共通の財産』として維持するため、地元自治体に求められる行政需要に恒久的に対応できる財源確保を幅広く検討する」こととした。この検討委員会には島内の全市町村と当連盟も参加している。

・現在、奄美空港観光案内所では現在当連盟と奄美空港ターミナルビル(株)で運営を行っている。将来的には当連盟が運営を引き受け、利用者のサービス向上と宿泊やアクティビティ手配、E-バイクレンタル、物販などの収入が発生する事業を行いたい。

8. 観光地域づくり法人形成・確立に対する関係都道府県・市町村の意見

奄美大島 5 市町村の観光地づくりのまとめ役として期待し支えていく。

9. マネジメント・マーケティング対象区域が他の地域連携DMO（県単位以外）や地域DMOと重複する場合の役割分担について（※重複しない場合は記載不要）

※奄美大島は重複しない

10. 記入担当者連絡先

担当者氏名	山田 春輝
担当部署名（役職）	事務局長
郵便番号	894-0027
所在地	鹿児島県奄美市名瀬末広町 14-10
電話番号（直通）	0997-53-3240
F A X 番号	0997-57-6244
E - m a i l	info@amami-tourism.org

11. 関係する都道府県・市町村担当者連絡先

都道府県・市町村名	鹿児島県奄美市
担当者氏名	中 大喜
担当部署名（役職）	紬観光課 観光政策係長
郵便番号	894-0025
所在地	鹿児島県奄美市名瀬幸町 25-1
電話番号（直通）	0997-52-1148
F A X 番号	0997-52-1364
E - m a i l	kanko@city.amami.lg.jp

都道府県・市町村名	鹿児島県・龍郷町
担当者氏名	長谷場 涼太郎
担当部署名（役職）	企画観光課 戦略プロジェクト推進室
郵便番号	894-0104
所在地	鹿児島県大島郡龍郷町浦 110
電話番号（直通）	0997-69-4512
F A X 番号	0997-62-2535
E - m a i l	kikakukanko@town.tatsugo.lg.jp

都道府県・市町村名	鹿児島県・大和村
担当者氏名	藤村 雄樹
担当部署名（役職）	企画観光課 観光係
郵便番号	894-3105
所在地	鹿児島県大島郡大和村大和浜 100
電話番号（直通）	0997-57-2117
F A X 番号	0997-57-2161
E - m a i l	kikaku@vill.yamato.lg.jp

都道府県・市町村名	鹿児島県・宇検村
担当者氏名	竹下 世利人
担当部署名（役職）	企画観光課 観光係
郵便番号	894-3301
所在地	鹿児島県大島郡宇検村湯湾 915
電話番号（直通）	0997-67-2211
F A X 番号	0997-67-2987
E - m a i l	kikaku@uken.net

都道府県・市町村名	鹿児島県・瀬戸内町
担当者氏名	屋田 昂紀
担当部署名（役職）	水産観光課 観光振興係
郵便番号	894-1506
所在地	鹿児島県大島郡瀬戸内町古仁屋字船津 23
電話番号（直通）	0997-72-1115
F A X 番号	0997-72-1120
E - m a i l	kankou@town.setouchi.lg.jp

記入日： 令和5年7月25日

基礎情報

【マネジメント・マーケティング対象とする区域】

鹿児島県奄美市、瀬戸内町、龍郷町、宇検村、大和村

【設立時期】 平成28年12月1日

【設立経緯】

奄美大島観光物産協会が法人化してDMOを新設

【代表者】 有村 修一

【マーケティング責任者(CMO)】 沖元 真実

【財務責任者(CFO)】 山田 春輝

【職員数】 7人(常勤6人(正職員6人)、非常勤1人)

【主な収入】

会費等11百万円、収益事業11百万円、受託事業3百万円(令和4年度決算)

【総支出】

事務局費13百万円、自主事業10百万円、受託事業3百万円(令和4年度決算)

【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、奄美大島エコツーリズム推進協議会、奄美大島自然保護協議会など

KPI(実績・目標)

※()内は外国人に関するもの。

項目		2020 (R2)年	2021 (R3)年	2022 (R4)年	2023 (R5)年	2024 (R6)年	2025 (R7)年
旅行消費額 (一人当たり:円)	目標	— (—)	¥55,000 (—)	¥64,600 (—)	¥65,900 (—)	¥67,200 (—)	¥68,600 (—)
	実績	¥63,354 (—)	¥65,082 (—)	¥64,525 (—)	—	—	—
宿泊者数 (1滞在での宿泊数)	目標	— (—)	3泊 (—)	2.66泊 (—)	2.71泊 (—)	2.76泊 (—)	2.82泊 (—)
	実績	2.61泊 (—)	2.80泊 (—)	2.72泊 (—)	—	—	—
来訪者満足度 (%)	目標	— (—)	68.0% (—)	63.5% (—)	64.8% (—)	66.1% (—)	67.4% (—)
	実績	62.24% (—)	47.7% (—)	45.05% (—)	—	—	—
リピーター率 (%)	目標	— (—)	— (—)	35.5% (—)	36.2% (—)	37.0% (—)	37.7% (—)
	実績	34.82% (—)	34.64% (—)	35.84% (—)	—	—	—

戦略

【主なターゲット】

今後も継続して来訪することが期待される、関東・関西の2大都市圏在住の20~40代

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】

シマ唄や食事などの文化的体験への関心の高まりを踏まえて情報の提供や体験メニューなどの整備

【観光地域づくりのコンセプト】

誰もが訪れたい島、いつまでも暮らしたい島

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】

- ・役勝エコロードツアー造成
- ・e-bikeモニターツアー実施
- ・リスクマネジメント研修
- ・グリーンスローモビリティ研修

【受入環境整備】

- ・エコツアーガイドの案内
- ・クルーズ船受入時の対応
- ・観光満足度調査
- ・統合バス時刻表制作

【情報発信・プロモーション】

- ・3つのwebサイトの運営
 - のんびり奄美
 - あまみっけ
 - ExploreAmami
- ・ガイドマップの発行と配布
 - 年間8万部

【その他】

- ・トレイルマップ販売

