

## 観光地域づくり法人形成・確立計画（様式1） 記入にあたっての留意点

- ・様式1について、本記入要領に従い、簡潔かつ明瞭に記入すること。
- ・各項目に設定された枠内に記載内容が収まらない場合は、枠組みを拡大する等して記入すること。
- ・各項目の記載枠については、適宜、行や欄の追加等を行ってよい。
- ・記入にあたっては、「観光地域づくり法人の登録制度に関するガイドライン」を参照すること。
- ・記入にあたっては、各項目について構想段階のものであっても可能とする。  
ただし、構想段階の項目は、必ず赤字で記入すること。  
加えて、構想段階の項目については、設定された枠内に、必ず各項目の実現・実行に向けたスケジュール等を明確に赤字で記入すること。

次ページ以降に記入し、提出すること。

## 観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和 5 年 7 月 31 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・地域連携DMO、 <u>地域DMO</u>	
観光地域づくり法人 の名称	(一社)くめじまDMO	
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 沖縄県島尻郡久米島町(はての浜を含む)	
所在地	沖縄県島尻郡久米島町字仲泊 966-33	
設立時期	令和2年5月19日	
事業年度	令和5年4月1日～翌年3月31日までの1年間	
職員数	7人【常勤2人(契約職員2人)、非常勤5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) 中村 幸雄 (出身組織名) 久米島町役場 現副町長	(一社)くめじまDMOの代表理事 プロジェクト推進室、企画財政課に在籍中に全島 wi-fi、FM久米島設立、久米島海洋深層水プロ ジェクト、久米島ゼロカーボンシティ宣言等、本 町の主要施策を主導。 観光まちづくりを牽引しうる存在。
データ分析に基づい たマーケティングに 関する責任者(CM O: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) 前田 豊「専従」 (出身組織名) (一社)くめじまDMO	(一社)くめじまDMOの事務局長 アメリカ留学後、東京の上場企業数社にて勤務。 前職ではビジネストラベルマネージメントのコン サルタンティング業務を経験し、現職に至る。久 米島の地域観光づくりビジョンの策定や観光統計 業務の中心的役割を担う
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) 瀬口 航「専従」 (出身組織名) 株式会社沖縄銀行	職務経歴は、沖縄銀行入社後、支店勤務にて融資 窓口・リテール渉外業務を経験し、現在は久米島 町と沖縄銀行間の包括連携協定に基づき、久米島 町に出向派遣されている。 現在は、主に経理・財務・決算・税務、社内規程 の改正、作成を担当。
各部門(例:プロモ ーション)の責任者 (専門人材) 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	(氏名) 前田 豊「専従」 (出身組織名) (一社)くめじまDMO	東京の上場企業数社にて勤務。前職ではビジネ ストラベルマネージメントのコンサルタンティング 業務を経験し、現職に至る。主に情報収集・分 析・情報発信(SNS含む)を担当。

連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 沖縄県久米島町 商工観光課（観光施策、地域振興）</li> <li>・ 沖縄県文化観光スポーツ部観光振興課（観光施策の連携協力）</li> </ul>				
連携する事業者名及び役割	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 久米島町観光協会（観光情報発信、誘客イベント、観光施策の連携協力）</li> <li>・ 久米島商工会（地域総合支援、商工業者支援）、</li> <li>・ 久米島紬事業協同組合（伝統工芸産業の活用）</li> <li>・ 久米島漁業協同組合（漁業体験プログラムの提供、6次産業化商品開発）</li> <li>・ JAおきなわ久米島支店（6次産業化による商品開発、農泊の推進）</li> <li>・ 沖縄観光コンベンションビューロー（観光施策の連携協力）</li> </ul>				
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>候補 DMO である（一社）くめじま DMO の理事に、経済 5 団体（観光協会、JAおきなわ久米島支店、久米島漁業協同組合、久米島紬事業協同組合、久米島商工会）の各代表が就任、行政が監事となり理事会（年 4 回）、総会を開催。年に数回、経済 5 団体の事務局長レベル会議も実施することで合意形成や連携の強化を行っている。島内の宿泊事業者、交通事業者、観光関連事業者、商工業者の多くが観光協会か商工会、もしくは両方の会員に加入しており、情報を共有できる仕組みづくりをしている。</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>住んでよし、訪ねてよし、受け入れてよしの“観光まちづくり”のためには、地域住民による観光事業に対する理解と協力が得られることが不可欠となる。そのため年に 1 回程度、観光地域づくりに携わる地域住民への啓発・目的共有のため事業の説明会等、今後の当団体の方向性に対して協議を行う場を設け、久米島で生活する人も満足する観光振興に取り組む。</p>				
法人のこれまでの活動実績	<p><b>【活動の概要】</b></p> <table border="1" data-bbox="432 1279 1409 1984"> <thead> <tr> <th data-bbox="432 1279 619 1323">事業</th> <th data-bbox="619 1279 1409 1323">実施概要</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="432 1323 619 1984">情報発信・プロモーション</td> <td data-bbox="619 1323 1409 1984"> <p>主な事業実績 （令和 2 年度） 久米島観光プロモーション事業/久米島町より受託 国内の 3 世代に向けたブランドコンセプト確立と台湾に向けたインバウンドプロモーション事業 SNS を活用した地域の情報発信 （令和 3 年度） 久米島観光プロモーション事業/久米島町より受託 教育旅行誘致に向けたマーケティングと豪州に向けたインバウンドプロモーション事業 （継続）SNS を活用した地域の情報発信 （令和 4 年度） （継続）SNS を活用した地域の情報発信 JTA/RAC 機内誌(5.6月号)への記事掲載による情報発信</p> </td> </tr> </tbody> </table>	事業	実施概要	情報発信・プロモーション	<p>主な事業実績 （令和 2 年度） 久米島観光プロモーション事業/久米島町より受託 国内の 3 世代に向けたブランドコンセプト確立と台湾に向けたインバウンドプロモーション事業 SNS を活用した地域の情報発信 （令和 3 年度） 久米島観光プロモーション事業/久米島町より受託 教育旅行誘致に向けたマーケティングと豪州に向けたインバウンドプロモーション事業 （継続）SNS を活用した地域の情報発信 （令和 4 年度） （継続）SNS を活用した地域の情報発信 JTA/RAC 機内誌(5.6月号)への記事掲載による情報発信</p>
事業	実施概要				
情報発信・プロモーション	<p>主な事業実績 （令和 2 年度） 久米島観光プロモーション事業/久米島町より受託 国内の 3 世代に向けたブランドコンセプト確立と台湾に向けたインバウンドプロモーション事業 SNS を活用した地域の情報発信 （令和 3 年度） 久米島観光プロモーション事業/久米島町より受託 教育旅行誘致に向けたマーケティングと豪州に向けたインバウンドプロモーション事業 （継続）SNS を活用した地域の情報発信 （令和 4 年度） （継続）SNS を活用した地域の情報発信 JTA/RAC 機内誌(5.6月号)への記事掲載による情報発信</p>				

	受入環境の整備	<p>(令和2年度)</p> <p>久米島町観光セミナーを開催(テーマ:町民にとっての訪問者を考える~沖縄市の事例を通して~)/令和2年度久米島観光プロモーション事業(久米島町より受託)</p> <p>(令和3年度)</p> <p>台湾人観光客の受入れ体制づくりセミナーを開催/令和3年度訪日グローバルキャンペーン等に対応したコンテンツ造成事業(沖縄総合事務局より受託)。台湾マーケットをターゲットとした「海や空、久米島の食」を構成要素とした体験型商品を造成</p> <p>(令和4年度)</p> <p>地域一体となった観光地の高付加価値事業 環境に配慮した持続可能な周遊観光促進事業</p>
	観光資源の磨き上げ	<p>(令和2年度)</p> <p>誘客多角化等のための魅力的な滞在コンテンツ造成に向けた実証調査事業/観光庁より受託 「久米島の海と食の魅力体験イベント(久米島漁協満祭)」開催</p> <p>(令和3年度)</p> <p>訪問者満足度調査業務 観光消費額や宿泊調査、満足度調査などを行う。 久米島紬新コンテンツ造成 久米島紬に焦点を当てた「久米島紬を知る WALK」を開催 訪日グローバルキャンペーン等に対応したコンテンツ造成事業「久米島の夜空満喫体験」/沖縄総合事務局より受託 台湾マーケットをターゲットとした「海や空、久米島の食」を構成要素とした体験型商品の造成事業 (継続)久米島漁協満祭 2021 開催 「くめじまーけっと朝市」/久米島町トライアル・サウンディング事業申請。農業者、及び加工業者支援として朝市を2回開催</p> <p>(令和4年度)</p> <p>(継続)久米島漁協満祭 2022「海の幸を食べてくだ祭」開催 久米島ブランディング事業/久米島町より受託 久米島でしか味わうことができない「食」を開発 「久米島よくばりざんまい」(令和5年4月販売開始)</p> <p><b>【定量的な評価】</b> コロナ禍ではあったが、コンテンツ造成で観光資源の磨き上げや SNS を活用して、できるだけ多くの地域情報を発信するなどの対策を講じてきた。また、町民や関係者に向けたセミナーを開催し、コロナ収束後の観光客受入れ体制づくりを行った。</p>

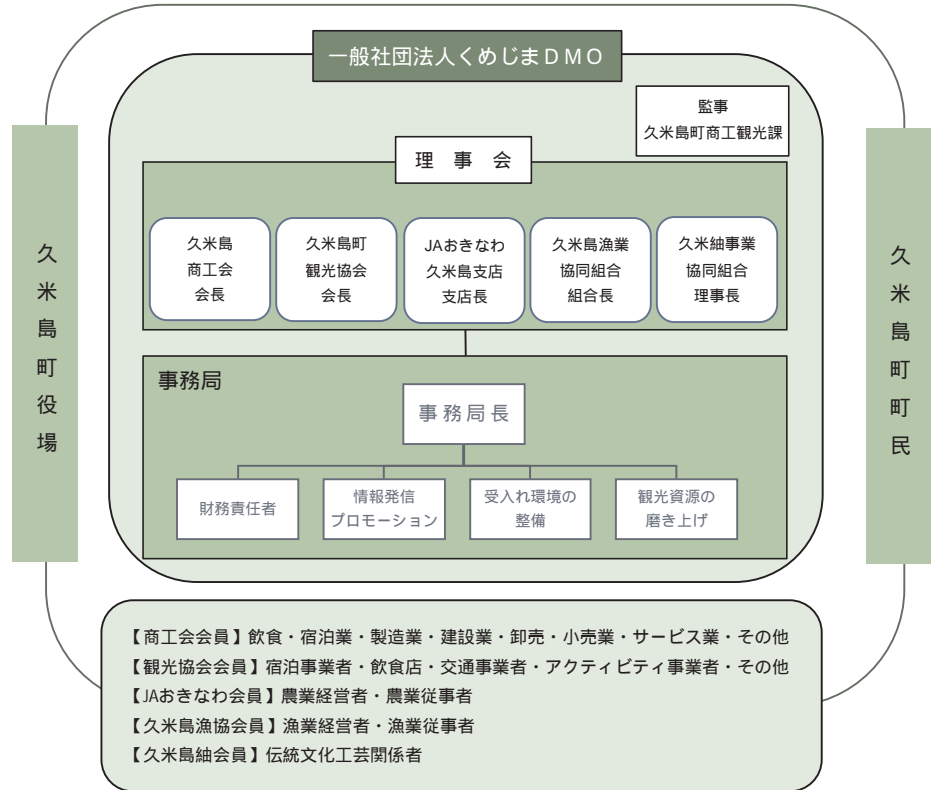
**実施体制**

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）くめじまDMOが中心となり、構成メンバーである経済5団体を含め、久米島町の町民や観光関連事業者など多様な関係者が参画することによって、島内が一体となって連携した運営を実施していく。

**（実施体制図）**

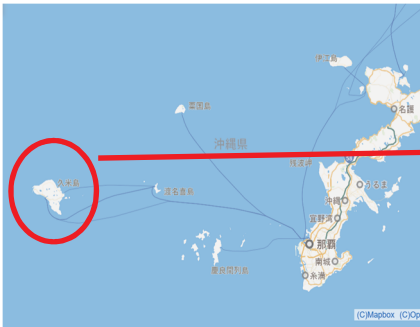


宿泊事業者、交通事業者については、観光協会か商工会もしくはその両方に加入している。

観光協会会員（一例）⇒【宿泊事業者】久米アイランド・イーフビーチホテル・サイプレスリゾート久米島・ガーデンヒルズ・他民宿等合わせて計 23 事業者。【交通事業者】久米島交通・相互タクシー・共栄タクシー

**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】

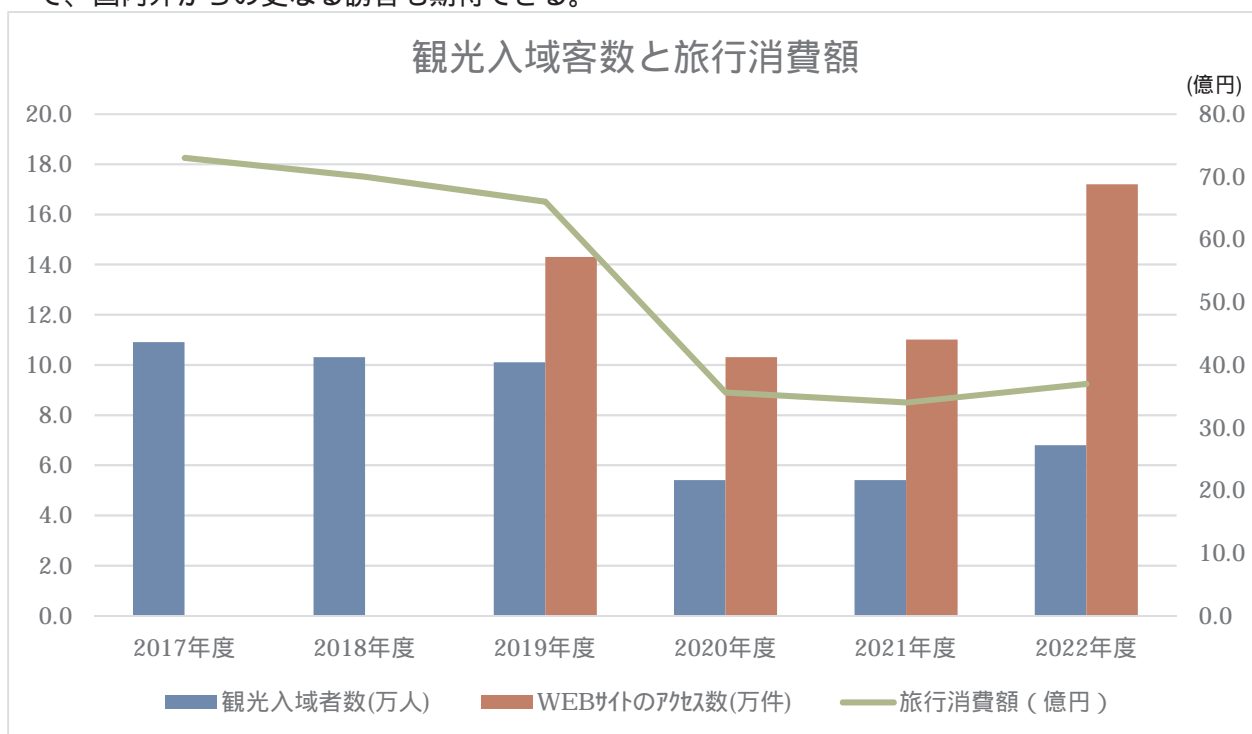
沖縄県久米島町 人口：7,450 人（令和 5 年 3 月末時点）

那覇市から西約 100km の離島である久米島の海・山・人・歴史・文化を活用し、チーム久米島＝全島民による「おもてなし」の体験型テーマパークを形成するため、久米島全体を区域としている。

島全体のコンセプトを大事にしなが、島内各地区の特性を踏まえた役割と取組みを町民一体となって進めていくことで、久米島にまた帰ってきたくような観光地づくりを推進していく。

### 【観光客の実態等】

久米島町の観光入込客数は 2016 年度の 11 万人をピークに 10 万人台で推移していたが、新型コロナウイルス感染症の影響により、2020 年度、2021 年度ともにそれまでの半数にまで落ち込んでしまった。沖縄県への訪問客数に対する割合は徐々に下がっている状況にある。久米島の認知が十分ではない部分も多いので、それらをアピールしつつ、観光客の潜在ニーズを掘り起こすことで、国内外からの更なる誘客も期待できる。



### 【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】

#### ○歴史・文化

真謝集落/宇江城城跡/具志川城跡/登武那覇城跡/久米島博物館/久米島紬ユイマール館（織り染め体験プログラム）/上江洲家/兼城獅子舞

#### ○ビーチ・マリンスポーツ

ハテの浜/イーフビーチ/シンリ浜/アーラ浜/熱帯魚の家等（自然岩場での熱帯魚観賞）

#### ○自然・景観

くめじまホテル館/畳石/比屋定バンタ/おばけ坂/五枝の松/ミーフガー、立神岩(火山由来の奇岩)ラムサール条約湿地（散策等の体験プログラム）

#### ○食・物販

海ぶどう/もずく/久米島の泡盛/車えび/紅芋/海洋深層水/久米島紬/久米島赤鶏/山里ゆんたく市場/久米島味噌

## ○スポーツ・イベント

久米島マラソン/シュガーライド久米島/パークゴルフ大会/角力大会/久米島まつり/エイサー大会  
/久米島産業まつり/久米島漁協満祭

## ○その他

東北楽天ゴールデンイーグルスの春季キャンプを 2005 年 2 月より受入れ。2021 年～2022 年は新型コロナウイルス感染症のリスクに配慮してキャンプの開催を見送っていた。2023 年より 2 軍のキャンプが実施された。

## 【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

リゾートホテル	3 軒	収容人員	8 7 2 人
宿泊特化型ホテル	2 軒	収容人員	1 1 2 人
民宿	1 5 軒	収容人員	3 0 1 人
ペンション・貸別荘	6 軒	収容人員	4 8 人
ドミトリー・ゲストハウス	3 軒	収容人員	3 1 人
ウィークリーマンション	2 軒	収容人員	3 7 人
マンスリーマンション	1 軒	収容人員	1 1 人
民泊	3 軒	収容人員	1 7 人
旅館	1 軒	収容人員	1 6 人
合計	3 6 軒	収容人員	1 , 4 4 5 人

(2022 年宿泊施設実態調査：2022 年 10 月末現在)

## 【利便性：区域までの交通、域内交通】

## (一次交通) 久米島までのアクセス

飛行機：那覇空港より久米島空港までは基本として 1 日 7 便 (所要時間約 30 分 片道計 460 席)

夏休み期間 東京(羽田)空港より久米島空港まで 1 日 1 便(所要 3 時間 片道 165 席)

フェリー：那覇泊港(とまりん)から久米島兼城港まで 1 日 2 便 (所要時間約 3 時間)

## (二次交通) 久米島内のアクセス

公共交通：路線バス

その他：レンタカー、タクシー、レンタルサイクル・レンタルバイク、  
く～みん号(夏休み期間の定期観光バス)

## 【外国人観光客への対応】

- ・外国人観光客向け観光パンフレットの配布(多言語対応)
- ・島内防災施設(役場具志川庁舎、仲里庁舎)、観光施設(久米島空港、兼城フェリーターミナル)にて公衆無線 LAN の提供を開始
- ・受入れ体制づくりとしてセミナーや研修を開催

今後のインバウンド誘客の底上げを図っていくためにも、既存の HP やパンフレット、観光案内サイン、アナウンス等の多言語対応状況の点検を行い、改善に向けた対応を実施していく。

対応窓口を含め、島内の多言語での対応が可能な窓口や人材の情報を整理し、積極的な活用を図るとともに、研修等を行い多言語対応人材の育成・確保を推進していく。

### 3 . 各種データ等の継続的な収集・分析

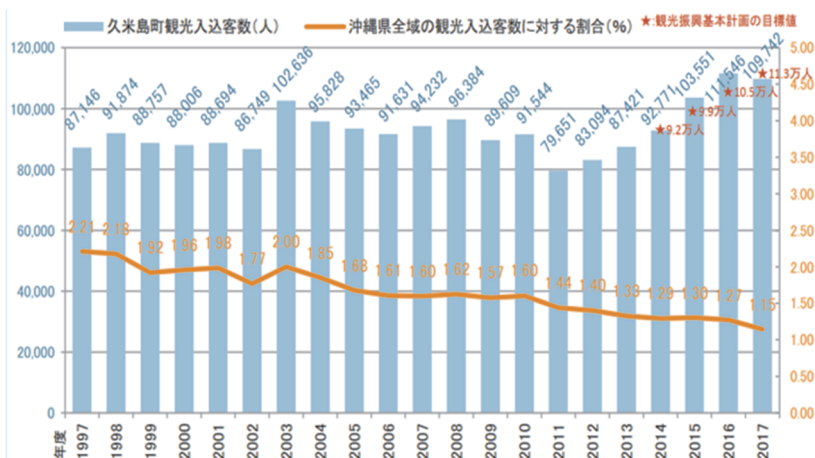
収集するデータ	収集の目的	収集方法
旅行消費額	来訪者の消費活動の動向を分析し、消費単価向上に繋げるため。	アンケート調査を年 2 回実施。
延べ宿泊者数	宿泊者数の推移を把握するため。	宿泊事業者より情報を収集
来訪者満足度	来訪者の満足（不満足）に繋がっている要因を分析し、戦略立案に繋げるため。	アンケート調査を年 2 回実施。
観光入域者数	観光客数増加を目指し、ひとつの指標としているため。	久米島町観光協会で集計しているデータを活用。
リピーター率	リピーター顧客の動向を把握し、戦略立案に繋げるため。	アンケート調査を年 2 回実施。
WEBサイトのアクセス状況	地域に対する顧客の関心度や施策の効果等を把握するため。	(一社)久米島町観光協会 HP のアクセス数を収集。
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。
主要施設の入場者数	主要施設への来訪人数を測定し、訪問者の指向を把握する。	久米島博物館、ユイマール館からの収集データを活用。
平均宿泊日数	観光地経営の活動計画に対する戦略データとするため	アンケート調査を年 2 回実施。

### 4 . 戦略

#### ( 1 ) 地域における観光を取り巻く背景

地域経済、社会等の状況を踏まえた観光地域づくりの背景

・コロナ禍前の久米島町では順調に観光客数が増加していたが、沖縄県全域に対する割合は減少傾向であった。認知が十分ではない部分も多いため、久米島の魅力を PR しつつ、観光客の潜在ニーズを掘り起こすことで、誘客を促進する必要がある。



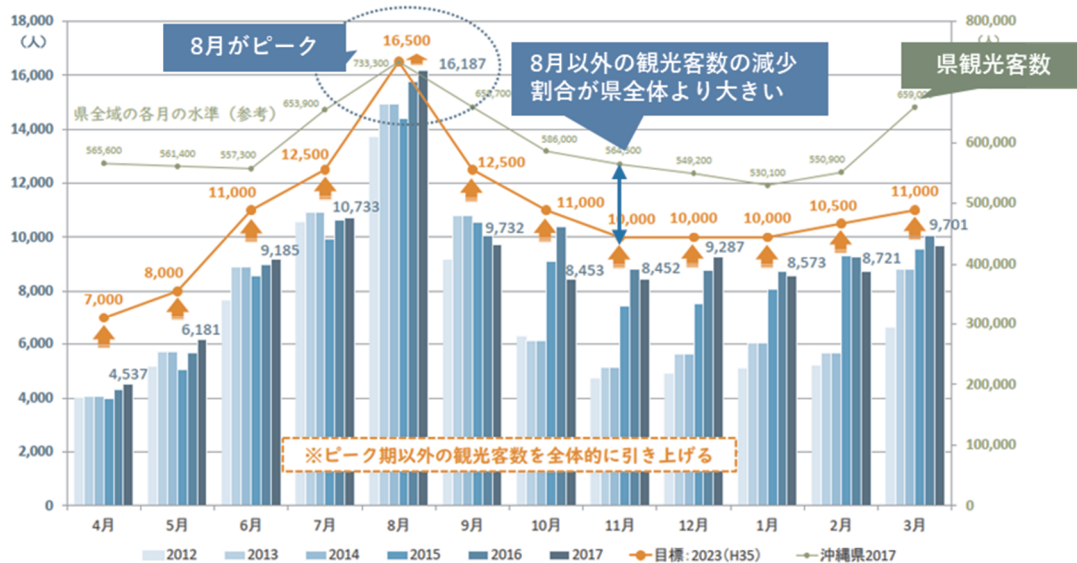
引用：久米島町観光振興計画

離島	認知度
石垣島	83.5%
宮古島	76.0%
西表島	69.2%
与那国島	54.3%
久米島	<b>54.2%</b>

引用：沖縄振興開発金融公庫



・夏のシーズンに訪れる人が多く、観光客の少ない4月では8月の観光客数の3分の1以下と偏りがある。



引用：久米島町観光振興計画

- ・観光客の属性は、夫婦・カップルと女性グループ客が多く、若年層～中年層が多いのが特徴。
- ・観光振興の推進役として久米島町観光協会が中心となり、旅プランや飲食・土産品、宿泊に関する情報発信、誘客イベントに取り組んできたなか、令和2年5月に久米島版DMO推進協議会（現くめじまDMO）を設立。多様な関係者が一丸となり、「観光まちづくり」を促進し地域活性化による「島民」、「観光客」、「多様な関係者」の満足度の最大化を目指している。
- ・各産業の横断的連携による、戦略的事業展開、効果的な観光振興に向けて、豊かな自然や食材、文化資源、海洋深層水を活用したさらなる観光の開発が望まれている。
- ・町の基本方針として「島民が主体となった観光まちづくりの推進」や「久米島観光の魅力・価値を高めるブランドづくり」が重点項目として掲げられている。

## (2) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	<p><b>強み (Strengths)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ハテの浜に代表される美しい海洋資源</li> <li>・久米島ならではの豊富な食材（車えび、海ぶどう、もずく、泡盛、赤鶏等）</li> <li>・伝統文化（久米島紬、やちむん、沖縄角力、エイサー、古典民謡）</li> <li>・島全体が自然公園に指定されており、豊かな自然が残されている</li> <li>・島の溪流、湿地帯がラムサール条約指定されており、久米島の固有種（クメジマボタル、キクザトサワヘビなど）が生息</li> <li>・久米島野球場、ホテルドーム、パークゴルフ場などのスポーツ関連施設が充実</li> <li>・海洋深層水関連産業（牡蠣や車えび、海ぶどう、サーモンの養殖、化粧品等）</li> <li>・フィッシング客の増加</li> <li>・久米島らしさ＝素朴さ・のどかさからくる豊かさや温かな島民の人柄</li> </ul>	<p><b>弱み (Weaknesses)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・観光地としての知名度、ブランド力</li> <li>・他圏域との不十分な差別化 ブランディング</li> <li>・地域内連携の弱さ</li> <li>・交通（ジェット便が少ない、島内交通の不便さ、夏場のレンタカー不足）</li> <li>・宿泊施設の満足度が低く、高付加価値化改修が必要</li> <li>・飲食店などの観光施設も老朽化しているところが多く、規模も小さい。また店舗数も少ない。</li> <li>・食材は豊富だが観光客向けの食を開発できていない</li> <li>・雨天時のコンテンツが少ない</li> <li>・公衆Wi-Fiの提供エリアが狭い</li> <li>・観光現場での多言語対応の遅れ</li> <li>・キャッシュレス化の遅れ</li> </ul>

外部環境	<b>機会 (Opportunity)</b>	<b>脅威 (Threat)</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・沖縄県入域観光客数 1,000 万人へ向けた離島への観光客増加の可能性</li> <li>・コロナの影響による修学旅行の海外からの振替増加の可能性</li> <li>・リタイア組によるロングステイの増加</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・沖縄本島、その他離島のリゾート開発による顧客争奪戦の激化</li> <li>・台風などの悪天候による交通手段の欠航</li> <li>・少子化による修学旅行の減少</li> </ul>

上記に加え、P E S T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 【静かにゆったりと離島観光を楽しみたい層】</p> <p>選定の理由</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・静かで美しい久米島の自然、ゆっくりと流れる島時間の中で、久米島ならではの体験を楽しんでもらう。</li> <li>・久米島は多様な観光資源があり、幅広い世代が楽しむことができる。 (元々訪れる層として夫婦・カップルと女性グループ客が多く、若年層～中年層が多い) 久米島町「第2次久米島町観光振興基本計画【2019年度～2023年度】」2019、p.54-55 (出典：宿泊客アンケート調査(2013・2018年度)) 久米島町「久米島町の新たな観光ビジョン」2018、p.13-14</li> </ul> <p>取組方針</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・久米島紬ややちむんの工芸、釣りやダイビングなどのマリンレジャー、島人との交流を含めた体験型観光、地元食材を使った料理を中心とした久米島グルメなどコンテンツを増やす。訪問者アンケートの結果を分析し、どう磨き上げるのか検討し取組みに繋げていく。</li> <li>・地域一体となり、宿泊施設や飲食店の改修を行うことで高付加価値化へ繋げていく。 (令和4年度実施：地域一体となった観光地の高付加価値化事業)</li> </ul>
<p>ターゲット層 【欧米系観光客(個人・少数グループ)】</p> <p>選定の理由</p> <p>久米島は沖縄本島と比べて欧米系の観光客が多い傾向にあるという強みがある。欧米系観光客は滞在期間が長く、旅行消費額が大きい。 久米島町「第2次久米島町観光振興基本計画【2019年度～2023年度】」2019、p.12 (出典：宿泊客アンケート調査(2013・2018年度)) 久米島町「久米島町の新たな観光ビジョン」2018、p.13-14</p> <p>取組方針</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・これまでの観光プロモーション事業で得たアンケート調査結果を活用し、観光客の動向・ニーズを把握し潜在的な顧客向け、ターゲットを絞った効率的なプロモーションを行う。</li> <li>・久米島紬ややちむんの体験、釣りやダイビングなどのマリンレジャー、島人との交流を含めた体験型観光、地元食材を使った料理を中心とした久米島グルメなどコンテンツを増やす。</li> <li>・地域一体となり、宿泊施設や飲食店の改修を行うことで高付加価値化へ繋げていく。</li> <li>・観光庁の令和4年度環境に配慮した持続可能な周遊観光促進事業を活用し、インバウンド受入れに向けた接遇の力を向上し、久米島の魅力発信の強化を行う。</li> </ul>

## (4) 観光地域づくりのコンセプト

コンセプト	島民を含めた久米島の“すべての魅力”を活用した「チーム久米島」による“観光振興”
コンセプトの考え方	<p>久米島観光の強みである東洋一美しいと言われるハテの浜、イーフビーチなどの豊かな海洋資源でダイビングやSUP、浜辺の乗馬体験など海を活かしたアクティビティが豊富で、レジャー消費額は沖縄県全体の約3倍である。また、島全体が自然公園に指定されており、豊かな自然が残され、人も少ないためゆったりと島の魅力を味わうことができ、島民のホスピタリティへの満足度が高い【2018年久米島町宿泊客アンケート調査】。重要文化財である久米島紬や沖縄角力、エイサーや古典民謡などの伝統文化も学べ、食に関しては生産量日本一の車えびや海ぶどう、久米島赤鶏や泡盛など久米島ならではの食材も豊富である。</p> <p>久米島が誇る自然・歴史・文化・生業・食・温かな人柄を継承しながら訪れたいと感じられるように久米島の魅力を高めていく。背伸びをしない“ゆるやかな成長”とともに、久米島にしかない“価値の高い”観光を提供することを目指す。その先にある、“訪れる人”だけでなく、久米島で“生活する人”も満足する久米島ならではの観光を実現することが持続可能な観光地域づくりにつながる。久米島町「第2次久米島町観光振興基本計画【2019年度～2023年度】」2019、p.17</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>くめじまDMO理事会（定例年4回） 事務局長会議（不定期 適宜）</p> <p>DMOの構成メンバーである経済5団体の長と久米島町役場を含め理事会を年4回開催し、戦略、事業の方向性などを確認。また年に数回、経済5団体の事務局長レベルとも年間のスケジュール等を共有し、各種協力や今後のコラボなどについて情報共有会議を開催。</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>飲食店や宿泊施設をはじめとする地域が提供する観光サービスに係る訪問者満足度調査（アンケート）を年に2回（繁忙期・閑散期各1回ずつ）、空港待合室と久米島フェリー船内にて実施。集計結果をDMO理事会や町役場とも共有しているが、関連事業者とその共有及び改善に対する具体的な策を考える仕組みが必要。</p> <p>旅行消費の増大やリピーターの確保に資する効果的な取組を行うためのCRM（顧客情報管理）によるデータマーケティングの実施を検討中。</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>現在、構成メンバーである久米島町観光協会が空港窓口での案内業務、観光協会 HP や SNS で町や会員の情報、観光コンテンツを発信、島外での誘客プロモーションを継続的に行っている。</p> <p>D M O では HP と Facebook は経済 5 団体や町民向けにセミナーの参加募集や事業の活動報告を中心に活用。Instagram、Twitter は地元の見線からの情報発信・拡散を継続しており、チーム久米島としての魅力の発信を強化している。</p> <p>海外インバウンド向けでは、町からプロモーション事業を受託し、2020 年に台湾版 HP の作製及びアンテナショップを開催、2021 年には豪州版 HP を作製、同じくアンテナショップを開催をしている。(HP は継続運用)</p> <p>今後は「地域一体となった情報発信」を目指すべく C R M の活用を中心にすることを前提に久米島町と調整中。</p>
---------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

## 6 . K P I (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 K P I

指標項目		2020 ( R 2 ) 年度	2021 ( R 3 ) 年度	2022 ( R 4 ) 年度	2023 ( R 5 ) 年度	2024 ( R 6 ) 年度	2025 ( R 7 ) 年度
旅行消費額 (百万円)	目標	8,100 ( )	8,600 ( )	4,300 ( )	5,120 ( )	5,940 ( )	6,810 ( )
	実績	3,560 ( )	3,400 ( )	3,700 ( )			
延べ宿泊者数 (千人)	目標		129 ( )	63 ( )	74 ( )	84 ( )	95 ( )
	実績	67 ( )	65 ( )	68 ( )			
来訪者満足度 (%)	目標	98 ( )	98 ( )	75 ( )	78 ( )	82 ( )	86 ( )
	実績	未実施 ( )	73.4 ( )	90.7 ( )			
リピーター率 (%)	目標	37 ( )	38 ( )	53 ( )	54 ( )	55 ( )	55 ( )
	実績	未実施 ( )	51.9 ( )	39.6 ( )			

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】

島民、観光客、島内の観光事業者それぞれの満足の最大化を実現するために、久米島町の第2次観光振興基本計画と連動し、無理のないゆるやかな成長を目指すことにしている。マーケティングの観点から下記項目をKPIに設定している。

## 【設定にあたっての考え方】

## 旅行消費額

島内における旅行消費額について、定期的に行う訪問者アンケート調査の中でデータを収集する。島全体で観光地経営への意識づくりをするため、島内唯一の高等学校の学生を中心にした訪問者アンケート調査を空港及びフェリー船内で実施する。

旅行消費額は観光客1人あたりの平均消費額より推計。平均消費額は、66,302円（2018年度久米島町宿泊者アンケート調査より）。

第2次久米島町総合計画において、目標値を74,279円（2025年）と設定。112%向上させることを目指している。

## 延べ宿泊者数

島内の宿泊事業者より延べ宿泊者数のデータを収集（全島収容人数の9割を収集）

## 来訪者満足度

過去の宿泊客調査結果によると、久米島旅行全体の満足度は「満足」と「ほぼ満足」を合せると96%と高い水準にあった。昨年度は数値が大きくなってしまったため目標値の見直しを行った。今後も受入れ体制の改善や宿泊施設の高付加価値化、キャッシュレス化の促進を行い、満足度の向上を図る。

## リピーター率

観光振興に対する来訪者の満足度を測るため実施。

過去のアンケート調査結果によると、久米島を訪問するリピーター客が増加しており、全体の50%以上を占めている。来訪者の再訪が期待できるため、リピーター率を毎年1%程度向上することを目標とした。

## (2) その他の目標

指標項目		2020	2021	2022	2023	2024	2025
		(R2) 年度	(R3) 年度	(R4) 年度	(R5) 年度	(R6) 年度	(R7) 年度
観光入域客数 (万人)	目標	11.8 ( )	12.2 ( )	6 ( )	7 ( )	8 ( )	9 ( )
	実績	5.4 ( )	5.4 ( )	6.8 ( )			
WEBサイトのアクセス ユーザー数 (万人)	目標			12.1 ( )	13.3 ( )	14.6 ( )	16 ( )
	実績	10.3 ( )	11.0 ( )	17.2 ( )			
住民満足度 (%)	目標		65 ( )	67 ( )	69 ( )	69 ( )	69 ( )
	実績	65.5 ( )	未実施 ( )	43 ( )			

久米島博物館 の入場者数 (人)	目標	4,031	4,167	2,150	2,365	2,600	2860
	実績	1,675	1,313	3,233			
ユイマール館 の入場者数	目標	3,641	3,765	1,944	2,138	2,352	2,587
	実績	1,236	1,035	2,193			
平均宿泊数 (泊数)	目標			2.64	2.71	2.79	2.89
		( )	( )	( )	( )	( )	( )
	実績		2.57	2.83			
		( )	10月のみ集計	8月のみ集計			

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】

島民、観光客、島内の観光事業者それぞれの満足の最大化を実現するために、久米島町の第2次観光振興基本計画と連携し、無理のないゆるやかな成長を目指すことにしている。マーケティングの観点から下記項目を設定している。

#### 【設定にあたっての考え方】

##### 観光入域客数

久米島町観光協会が毎月集計している久米島町入域観光客数を引用。第2次久米島町総合計画において、令和7年度の目標値を13.8万人と設定しているが、DMOでは新型コロナによる影響を鑑み下方修正している。

##### WEBサイトのアクセスユーザー数

久米島町観光協会HPのアクセスユーザー数の情報を頂き引用。令和4年度以降は前年の1.1倍向上することを目標値とした。

##### 住民満足度

チーム久米島によるおもてなしに重点を置き、島民を含めた久米島の「すべての魅力」を活用した観光振興を目指すことから、地域住民の満足度についても定期的にアンケートを取ることで満足度を測定していく。

##### 久米島博物館の入場者数

更なる認知度の向上を目指して、久米島博物館における有料利用者数の目標設定を行った。新型コロナの影響を鑑み令和4年度以降は目標値を下方修正している。

##### ユイマール館の入場者数

更なる認知度の向上を目指して、ユイマール館における利用者数の目標設定を行った。新型コロナの影響を鑑み、令和4年度以降は目標値を下方修正している。

##### 平均宿泊日数

滞在時間の増加により旅行消費費額の向上を目標とするため、年2回の訪問者満足度アンケートにて調査を行い算出。長期滞在客の増加を目指す。

## 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	25,320,103(円)	【市町村からの補助金】10,114,943円 【収益事業】14,705,160円 【会費】500,000円
2021(R3)年度	27,096,770(円)	【市町村からの補助金】9,800,000円 【収益事業】16,746,770円 【会費】550,000円
2022(R4)年度	14,436,363(円)	【市町村からの補助金】7,349,999円 【収益事業】6,536,364円 【会費】550,000円
2023(R5)年度	27,000,000(円)	【市町村からの補助金】9,500,000円 【収益事業】17,000,000円 【会費】500,000円
2024(R6)年度	30,500,000(円)	【市町村からの補助金】10,000,000円 【収益事業】20,000,000円 【会費】500,000円
2025(R7)年度	30,500,000(円)	【市町村からの補助金】10,000,000円 【収益事業】20,000,000円 【会費】500,000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	22,333,021(円)	【一般管理費】10,623,350円 【コンテンツ開発(観光資源の磨き上げ)】7,809,671円 【マーケティング(市場調査)】3,900,000円
2021(R3)年度	24,410,073(円)	【一般管理費】11,791,100円 【情報発信・プロモーション】1,800,000円 【マーケティング(市場調査)】10,818,973円
2022(R4)年度	13,422,634(円)	【一般管理費】7,775,635(円) 【情報発信、ブランディング事業】5,646,999円
2023(R5)年度	27,000,000(円)	【一般管理費】11,956,000(円) 【コンテンツ開発(観光資源の磨き上げ)】10,044,000円 【情報発信・プロモーション】2,000,000円 【マーケティング(市場調査)】3,000,000円

2024 ( R 6 ) 年度	30,500,000 ( 円 )	【一般管理費】 12,000,000 ( 円 ) 【コンテンツ開発 ( 観光資源の磨き上げ ) 】 13,500,000 円 【情報発信・プロモーション】 2,000,000 円 【マーケティング ( 市場調査 ) 】 3,000,000 円
2025 ( R 7 ) 年度	30,500,000 ( 円 )	【一般管理費】 12,000,000 ( 円 ) 【コンテンツ開発 ( 観光資源の磨き上げ ) 】 13,500,000 円 【情報発信・プロモーション】 2,000,000 円 【マーケティング ( 市場調査 ) 】 3,000,000 円

**2022 ( R 4 ) 年度の決算は、2022 年 7 月 ~ 2023 年 3 月の変則決算になります。**

### ( 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

久米島町や沖縄県からの補助金や受託事業収入、及び会費を運営資金とし、地域事業者と一体となった課題解決や観光コンテンツ、プログラムの造成等で使える国の各種支援メニューへ申請を行い、継続して事業を運営できるよう取組む。また、令和 3 年度に造成した「久米島星空満喫体験」コンテンツを販売して収益化を図る。

## 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

沖縄県久米島町は、令和 5 年 3 月付に登録 DMO 法人となった一般社団法人くめじま DMO を観光振興計画を推進する中核団体として位置付けている。

## 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 )

--

## 10 . 記入担当者連絡先

担当者氏名	前田 豊
担当部署名 ( 役職 )	事務局長
郵便番号	〒901-3124
所在地	沖縄県島尻郡久米島町仲泊 966-33
電話番号 ( 直通 )	098-851-9841
F A X 番号	098-851-9841
E - m a i l	info@kumejima-dmo.or.jp



## 1 1 . 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	沖縄県久米島町
担当者氏名	濱元 尚哉
担当部署名(役職)	商工観光課 課長
郵便番号	〒901-3193
所在地	沖縄県島尻郡久米島町字比嘉 2870 番地
電話番号(直通)	098-985-7131
F A X 番号	098-985-7080
E - m a i l	n-hamamoto@town.kumejima.lg.jp

基礎情報

【マネジメント・マーケティング対象とする区域】

沖縄県島尻郡久米島町 (ハテの浜を含む)

【設立時期】 令和2年5月19日

【設立経緯】

区域に観光協会があるが、役割分担等をした上でDMO新設

【代表者】 中村 幸雄

【マーケティング責任者(CMO)】 前田 豊

【財務責任者(CFO)】 瀬口 航

【職員数】 7人(常勤2人(契約職員2人)、非常勤5人)

【主な収入】

収益事業：約16百万円(久米島観光プロモーション事業、訪日グローバルキャンペーン等に対応したコンテンツ造成事業)  
(2021年度決算)

【総支出】

約24百万円(一般管理費11百万円、事業費13百万円)(2022年度決算)

【連携する主な事業者】

経済5団体(一般社団法人久米島町観光協会、久米島商工会、久米島漁業協同組合、JAおきなわ久米島支店、久米島紬事業協同組合)及び交通事業者、宿泊事業者を含む、観光関連事業者、一般財団法人沖縄観光コンベンションビューロー

戦略

【主なターゲット】

- ・静かにゆったりと離島観光を楽しみたい層(夫婦、カップル、女性グループ等)
- ・欧米系観光客(個人・少数グループ)

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】

- ・久米島紬やちむんの工芸、釣りやダイビングなどのマリンレジャー、島人との交流を含めた体験型観光や地元食材を使った久米島グルメなど、観光コンテンツを増やしつつ磨き上げを行う。
- ・持続可能な周遊観光促進事業を活用し、インバウンド受入れに向けて魅力発信の強化を行う。

【観光地域づくりのコンセプト】

- ・住んでよし尋ねてよし受け入れてよしの観光町づくり

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】

- ・誘客多角化等のための魅力的な滞在コンテンツ造成に向けた実証調査事業(令和2年度) 漁協組合とオンラインイベント実施
- ・訪日グローバルキャンペーン等に対応したコンテンツ造成事業 星空満喫体験造成

- ・SNSを活用した地域の情報発信
- ・JTARAC機内誌掲載

【受入環境整備】

- ・久米島町観光セミナー(令和2年度)
- ・台湾人観光客の受入れ体制づくりセミナー(令和3年度)
- ・地域一体となった観光地の高付加価値化事業(令和4年度)
- ・環境に配慮した持続可能な周遊観光促進事業(令和4年度)
- ・地域一体となった観光地の高付加価値化事業(令和5年度)

【情報発信・プロモーション】

- ・久米島観光プロモーション事業(令和2年度：台湾、令和3年度：豪州)
- ・SNSを活用した地域の情報発信

- ・観光資源の磨き上げ
- ・JTARAC機内誌掲載



KPI(実績・目標)

( )内は外国人に関するもの。

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 (億円)	目標	81.0	85.0	43.0	51.2	59.4	68.1
	実績	35.6	34.0	37.0			
延べ宿泊者数 (万人)	目標			12.9	6.3	7.4	8.4
	実績	7.7	6.5	6.8			
来訪者満足度 (%)	目標	98	98	75	78	82	86
	実績	未実施	73.4	90.7			
リピーター率 (%)	目標	37	38	53	54	55	55
	実績	未実施	51.9	39.5			

記入日：令和5年 7月 31日