

観光地域づくり法人形成・確立計画

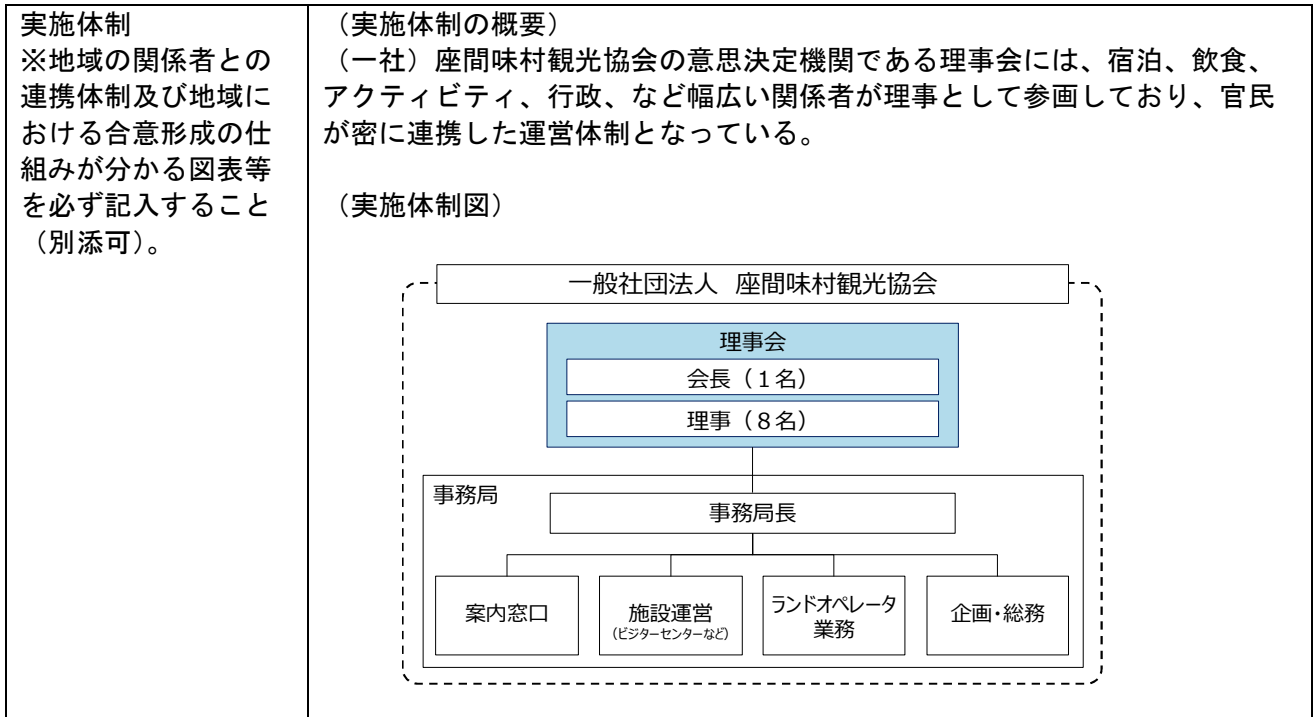
1. 観光地域づくり法人の組織

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) 座間味村観光協会	
マーケティング・マネ ジメント対象とする 区域	座間味村	
所在地	沖縄県島尻郡座間味村	
設立時期	平成 24 年 10 月 1 日	
職員数	13 人【常勤 6 人（正職員 3 人・出向等 3 人）、非常勤 7 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) 阿武 靖士 (出身組織名) コーラルダイバーズ オーナー	ダイビングサービス コーラルダイバーズのオー ナーとして長年地域観光に携わり、地域のまとめ 役としての役割を果たしてきた。
データ収集・分析等 の専門人材（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) 谷口 洋基「専従」 (出身組織名) (一社) 座間味村観光 協会	元阿嘉島臨海研究所研究員であり、現在は（一 社）座間味村観光協会の事務局長を務める。
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) 中林 このみ「専従」 (出身組織名) (一社) 座間味村観光 協会	(一社) 座間味村観光協会の会計担当。持続可能 な運営のため、運営収支や財源確保に関する検討 を行う。
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」と記入す ること	(氏名) 眞壁 史恵「専従」 (出身組織名) (一社) 座間味村観光 協会	(一社) 座間味村観光協会の修学旅行等の受け入 れ担当。受け入れ調整のほか、県外イベント等 で修学旅行等の商談を行う。
各部門（例：旅行商 品の造成・販売）の責 任者（専門人材）	(氏名) ジェイミー セルナ (出身組織名) 座間味村役場	インバウンド担当。観光案内窓口での訪日外国人 対応のほか、多言語表記、英語アナウンスなど を行う。

(別添) 様式 1

<p>連携する地方公共団体の担当部署名及び役割</p>	<p>座間味村役場船舶観光課</p>								
<p>連携する事業者名及び役割</p>	<p>座間味村商工会（物産品の開発・提供） 座間味ダイビング協会、あか・げるまダイビング協会（ダイビングを活用したプログラムの提供） 座間味村ホエールウォッチング協会（商品企画） 座間味村海浜利用事業者連絡協議会（商品企画） 座間味村漁業協同組合（商品企画） 環境省（国立公園満喫プロジェクト、ビジターセンターの活用）</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>候補 DMO である（一社）座間味村観光協会の理事会に、行政、観光、宿泊、商工等の分野に携わる関係者の代表が参加。</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>・ 幅広い関係者が参画する「観光地域づくり検討会」を開催し、座間味観光に関する課題や成功事例の共有、意見の収集を行っている。</p>								
<p>法人のこれまでの活動実績</p>	<p>(活動の概要)</p> <table border="1" data-bbox="464 947 1437 1559"> <thead> <tr> <th data-bbox="464 947 647 992">事業</th> <th data-bbox="647 947 1437 992">実施概要</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="464 1003 647 1137"> <p>情報発信・プロモーション</p> </td> <td data-bbox="647 1003 1437 1137"> <p>・ 県内外における観光プロモーション ・ SNS を活用した地域の情報発信 ・ ビジターセンターでの情報発信</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="464 1149 647 1283"> <p>受入環境の整備</p> </td> <td data-bbox="647 1149 1437 1283"> <p>・ 令和2年度（補正予算）国立・国定公園への誘客の推進事業 地域の歴史・文化に係る旧道の整備と海岸清掃</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="464 1294 647 1559"> <p>観光資源の磨き上げ</p> </td> <td data-bbox="647 1294 1437 1559"> <p>・ 令和2年度慶良間諸島国立公園におけるサンゴ礁モニタリング調査業務 地域の主たる観光資源であるサンゴ礁の調査と行政および地域の関係団体を集めた情報連絡会の開催</p> </td> </tr> </tbody> </table> <p>(定量的な評価)</p> <p>コロナ禍で来村できない観光客が多いなか、SNS を活用してできるだけ多くの地域の情報を発信するなどの対策を講じてきた。また、地域関係者と協力して、コロナ収束後に向けて主たる観光資源であるサンゴ礁や陸域の清掃や整備を行ってきた。</p>	事業	実施概要	<p>情報発信・プロモーション</p>	<p>・ 県内外における観光プロモーション ・ SNS を活用した地域の情報発信 ・ ビジターセンターでの情報発信</p>	<p>受入環境の整備</p>	<p>・ 令和2年度（補正予算）国立・国定公園への誘客の推進事業 地域の歴史・文化に係る旧道の整備と海岸清掃</p>	<p>観光資源の磨き上げ</p>	<p>・ 令和2年度慶良間諸島国立公園におけるサンゴ礁モニタリング調査業務 地域の主たる観光資源であるサンゴ礁の調査と行政および地域の関係団体を集めた情報連絡会の開催</p>
事業	実施概要								
<p>情報発信・プロモーション</p>	<p>・ 県内外における観光プロモーション ・ SNS を活用した地域の情報発信 ・ ビジターセンターでの情報発信</p>								
<p>受入環境の整備</p>	<p>・ 令和2年度（補正予算）国立・国定公園への誘客の推進事業 地域の歴史・文化に係る旧道の整備と海岸清掃</p>								
<p>観光資源の磨き上げ</p>	<p>・ 令和2年度慶良間諸島国立公園におけるサンゴ礁モニタリング調査業務 地域の主たる観光資源であるサンゴ礁の調査と行政および地域の関係団体を集めた情報連絡会の開催</p>								

(別添) 様式 1



2. 観光地域づくり法人がマーケティング・マネジメントする区域

【区域の範囲が分かる図表を挿入】

【区域設定の考え方】
 沖縄県座間味村
 人口：915人(令和3年1月末現在)
 (概要)
 座間味村は、那覇市の西約40kmの東シナ海上に位置し、座間味島、阿嘉島、慶留間島の3つの有人島からなる離島村。サンゴ礁が高密度に群生する海は生物多様性と優れた海中景観、またザトウクジラの繁殖地であることが評価され、平成26年「慶良間諸島国立公園」に指定。
 (一社)座間味村観光協会は、座間味島に拠点を置くとともに、阿嘉・慶留間島では、阿嘉島に設立された環境省国立公園ビジターセンター「さんごゆんたく館」の運営委託を受けることで、3島それぞれのマーケティング・マネジメントを担うことができる体制を敷いている。

(別添) 様式 1

また今年5月に座間味島にオープンした国立公園ビジターセンター「青のゆるる館」の管理運営も行う。

【観光客の実態等】

平成27年～平成29年の3年間は観光客入込客数が10万人(地域人口の100倍強)を超えていたが、平成30年、令和元年は台風の影響で10万人をやや下回る結果であった。年間観光客の半数以上が夏期(5月～11月)に集中することと、船舶が一次交通であることから、台風接近の頻度が入込客数、延べ宿泊客数、消費額に大きく影響することとなる。また、島内の宿泊施設と船舶の定員に上限があるため夏期の受け入れを大幅に増やすことは困難であることから、夏期以外の入込客数と消費単価の増加を図る必要がある。昨年度からの新型コロナの影響で入込客数は半分ほどに落ち込んでいる。

【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】

※観光資源の活用方法についても記入すること

(観光施設)

- ・国立公園ビジターセンター「さんごゆんたく館」(平成30年3月オープン)
- ・国立公園ビジターセンター「青のゆるる館」(令和3年5月オープン)

観光客への情報提供、憩いの場、地域住民の会合の場として活用。

(自然)

・国立公園に指定されるサンゴ礁、慶良間諸島の多島海景観、白い砂浜、天然記念物ケラマジカ多くの観光客がダイビングなどのマリナクティビティやゆっくりとした時間を過ごす場となる。

(文化・歴史)

- ・琉球王朝時代の唐船貿易中継地。国指定重要文化財 高良家(船頭職の屋敷)
- ・鰹漁業創始の碑
- ・太平洋戦争米軍上陸第一歩の地。平和の塔、上陸第一歩の碑、集団自決の碑など
- ・各島で行われる神行事

マリナクティビティなどの自然だけでなく、島の戦跡や歴史、文化や人との関わりを求める観光客も多い。

(イベント)

・座間味ヨットレース(1978年～)、サバニ帆漕レース(2000年～)、座間味島祭り、阿嘉祭、ファン感謝月間、ホエールウォッチングフェスタ

島のイベントは、毎年楽しみにしている参加者や観光客も多く、重要な観光資源の一つである。

(その他)

- ・セーリング470級全日本チームの冬季キャンプ地にもなっている

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

	平成30年1月1日現在					
	座間味島		阿嘉島・慶留間島		合計	
	施設数 (軒)	収容人数 (人)	施設数 (軒)	収容人数 (人)	施設数 (軒)	収容人数 (人)
ホテル	2	180	2	81	4	261
民宿	38	736	26	515	64	1,251
コテージ	3	120	0	0	3	120
合計	43	1,036	28	596	71	1632

【利便性：区域までの交通、域内交通】

(一次交通)

- ・高速船(2～3往復/日) 那覇泊港から50分程度

(別添) 様式 1

<ul style="list-style-type: none"> ・フェリー（1往復/日） 那覇泊港から1時間30分程度 ・ヘリタクシー（オンデマンド）那覇空港から15分 <p>(二次交通)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・村営バス（座間味島） ・村内航路みつしま（座間味港～阿嘉港、座間味港～渡嘉敷村阿波連港） ・レンタカー、レンタバイク、レンタサイクル <p>【外国人観光客への対応】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・GIR（国際交流員）による多言語対応 ・ビジターセンターの展示はすべて多言語対応 ・多言語マップの作成（外国語6カ国語パンフレット、ルールブック） ・村内アナウンス（船舶運航ダイヤ変更など）の英語放送 ・村営船舶WEB予約 英語版運用 ・クレジットカード導入の普及促進 ・指差し会話シートを観光協会で作成し、各事業所へ配付 ・ベジタリアン食への対応、飲食メニューの多言語化 ・無料Wi-Fiの整備促進（フェリー船内Wi-Fiは英語対応） ・観光協会職員のインバウンドセミナーへの出席

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
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。	座間味全体の観光情報が掲載されている、座間味村HPのアクセス状況を解析。
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予定。
日帰り客の割合	消費額の拡大に向けては宿泊数の向上が必要なことから、日帰り観光客の動向を把握する。	船舶チケットの購入情報から推計した宿泊統計を整備。
外国人の国籍別、月別入域客数	座間味村の特徴である欧米系外国人の入域状況を確認するとともに、月別での動向を把握することで、日本人客が減少する秋～冬にかけての誘客の可能性を検討。	船舶利用者データ
船舶欠航率	どの時期にどの程度欠航するかを分析し、ツアー開催時期の検討や観光客への適切な情報発信の方法を検討。	船舶運航データ
メンバーシップ集計	座間味村のファンで組織される有料メンバーシップ「座間味村アイランダーズネットワーク」のメンバーリピート来訪率など。	船舶WEB予約データ集計
満足度アンケート（環境省）	船内、窓口で実施している観光客アンケートを活用し、来訪者の属性や満足度、期待していることなどを調査	船内、ビジターセンター窓口

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

座間味村は、美しいサンゴ礁の海に恵まれているため、以前から多くのダイバーが訪れる島であった。近年はダイバーのみならず様々なマリナクティビティを楽しんだり、島の静かな環境や歴史・文化を目的とする観光客も増えている。そのため村民の大半がなんらか形で観光に関わっている観光立村である。環境変動や海洋汚染が叫ばれる昨今、DMOを中心に、地域の主たる観光資源であるサンゴ礁の海や自然を保全しつつ観光資源として活用する持続可能な観光地づくりを目指す。

(2) 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"> ・ 国立公園に認定される美しい自然 ・ ビジターセンター等の施設の整備 ・ ダイバーなどの間での高い認知度 ・ 座間味島及び古座間味ビーチがミシュランガイドなど欧米系の旅行雑誌、ウェブサイト等に取り上げられ、欧米系外国人への一定の認知が進んでいる ・ 多言語化が推進されるなど、事業者の外国人の受入体制整備の意識が高い ・ 村内に異なる特色を持つ3島があり、幅広い顧客を魅了 ・ 那覇からのアクセス（高速船で50～70分） ・ 教育旅行フェアへの出展などで、教育旅行の市場への認知度が高まっている ・ 需要が高まるトレッキングに適した陸域 ・ 外国客のうち欧米が4割以上 	弱み (Weaknesses) <ul style="list-style-type: none"> ・ マリン体験が主たる商材であり、気象条件に左右されやすい ・ 観光現場での会話面での多言語対応の遅れ（多言語表示などは一定進んでいる） ・ キャッシュレス化が十分とはいえない ・ 宿泊施設のバラエティが少なく、宿泊する客層が多様化されづらい ・ 阿嘉島、慶留間島においてバス等二次交通がない ・ 船舶の欠航リスク ・ 宿泊施設の規模が小さく、大規模な教育旅行を受けられない（学校統廃合などがあり、教育旅行の1校あたりの受入人数が大きくなる傾向） ・ 小規模離島ゆえの地域医療体制の脆弱性（新型コロナ等ではリスクが高い）
外部環境	機会 (Opportunity) <ul style="list-style-type: none"> ・ 国立公園認定による認知度の向上 ・ 沖縄観光コンベンションビューローでの修学旅行フェアなどへの支援事業の展開 ・ 教育旅行商材として「離島」の優位性 ・ エコツーリズムの認知度向上 	脅威 (Threat) <ul style="list-style-type: none"> ・ 外資系ホテルや民泊事業者によるインバウンド取込の加速 ・ 沖縄本島、石垣・宮古のリゾート開発の本格化による顧客争奪戦の激化 ・ 少子化による教育旅行生の減少 ・ 教育旅行における本島周遊の固定ルート化 ・ ダイビング人口の減少 ・ 地方創生による全国的な観光客獲得競争の激化 ・ 夏場の台風、冬場の北風など気象条件による入域の困難さ

※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

(別添) 様式 1

<p>○第1ターゲット層 マリンアクティビティ愛好家</p>
<p>○選定の理由</p> <ul style="list-style-type: none">・ SUP やカヤックなどのマリンアクティビティは、座間味村の海を活かした主要な集客コンテンツである。特にダイビング客は宿泊日数が長く、かつリピーターになる傾向が見られる。・ また、ダイビング・リピーター客は夏期以外でも訪れるため、観光消費を拡大する上で重要な顧客層。 <p>○取組方針</p> <ul style="list-style-type: none">・ ホームページや SNS を活用した情報発信を強化する。・ ビジターセンターを活用した多様な情報発信。・ マリンアクティビティ以外の楽しみ方を提供する。
<p>○ターゲット層 一人旅を好む層</p>
<p>○選定の理由</p> <ul style="list-style-type: none">・ 家族連れなど、他の同行者の旅行内容と比較すると、一人旅では、過去 10 回以上座間味村に訪れている人の割合が多く、また日帰りの多い海水浴などで無く、ダイビングなどの宿泊に繋がるアクティビティを好んで実施している傾向が見られる。・ 近年は一人で滞在のんびりした時間を過ごす観光客も増えている。・ 従って、一人旅の需要を上手く取り込み、座間味村の「ファン化」することで、長期でのリピーターに繋がる可能性がある。 <p>○取組方針</p> <ul style="list-style-type: none">・ 一人旅では、「人との出会いや交流」を期待する割合が他の属性に比べてかなり高いことから、交流イベントなどにも参加しやすい、ふれ合いを楽しめる雰囲気作りをしていく。・ 一人でも訪れやすい環境をつくる。宿泊施設によっては、一人での宿泊を敬遠することもあるため、一人旅に関するデータ等を共有して事業者の意識啓発を促進する。
<p>○ターゲット層 欧米からの外国人観光客</p>
<p>○選定の理由</p> <ul style="list-style-type: none">・ 年間 10 万人を超える入込客のうち、約 16%が外国人であり、そのうちの半数以上が欧米系の外国人であることが特徴・強みである。・ 欧米系（特に、フランスなど）は、長期滞在をする傾向が見られており、夏期・週末に限らず訪れることから、夏期以外の顧客獲得に重要な層と考えている。 <p>○取組方針</p> <ul style="list-style-type: none">・ 多言語対応を強化するとともに島内のキャッシュレス化をさらに進める。・ 英語対応可能な宿泊、マリン事業者を増やす。

(4) 観光地域づくりのコンセプト

(別添) 様式 1

①コンセプト	<p>「世界が恋する海」</p> 
②コンセプトの考え方	<p>座間味村の位置する慶良間諸島は、ケラマブルーと称される世界有数の透明度と美しいサンゴ礁を有する海域で、国内外からダイビングをはじめマリレジャーを目的とする観光客が多く訪れる。沖縄本島や石垣島、宮古島と比べると多少のアクセスの不便さはあるものの、自然の美しさは随一で、小規模離島ならではの親しみ易さがあるため、リピーターが多い。今後は、マリレジャーだけでなく、陸域の魅力の発掘や環境保護と一体となった観光の在り方を模索し、持続可能な観光地を目指す。</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
<p>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>	<p>村内の行政、事業者からなる座間味村観光協会理事会および総会の開催。幅広い事業者が参加する「観光地域づくり検討会」の開催。</p> <p>DMOである座間味村観光協会の理事会を年3回開催し、観光事業の方向性、新たな事業の取り組みなどを検討する。また、全会員を対象とした総会を年1回開催し、事業報告を行うとともに、事業者との意見交換を行う。また、必要に応じて観光地域づくり検討会を開催する。</p>
<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>	<p>船舶内およびビジターセンターでアンケート調査を行っており、観光客の期待や満足度を調査している。こうしたデータを活用しながら、地元事業者と課題を共有し、改善していく。</p>
<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>	<p>観光案内窓口も兼ねる座間味島、阿嘉島のビジターセンターで地域の自然、観光に関する情報を発信する。また、観光協会ホームページだけでなく、SNSを活用して地元のより細かな情報を発信していく。</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)

(別添) 様式 1

※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		2018 (H30) 年度	2019 (R1) 年度	2020 (R2) 年度	2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度
●旅行消費額 (百万円)	目標	3,800 (610)	3,900 (620)	4,000 (630)	2,000 (300)	4,000 (600)	4,100 (610)
	実績	3,327 (541)	3,317 (541)	集計中 (集計中)	- (-)	- (-)	- (-)
●延べ宿泊者数 (千人)	目標	96 (未設定)	97 (未設定)	98 (未設定)	50 (未設定)	98 (未設定)	99 (未設定)
	実績	79 (-)	80 (-)	集計中 (-)	- (-)	- (-)	- (-)
●来訪者満足度 (%)	目標	61.0 (未設定)	62.0 (52.0)	63.0 (53.0)	64.0 (54.0)	65.0 (55.0)	66.0 (56.0)
	実績	60.9 (52.0)	62.0 (61.5)	集計中 (集計中)	- (-)	- (-)	- (-)
●リピーター率 (%)	目標	51.0 (13.0)	52.0 (14.0)	53.0 (15.0)	54.0 (16.0)	55.0 (17.0)	56.0 (18.0)
	実績	52.7 (15.5)	52.3 (15.3)	集計中 (集計中)	- (-)	- (-)	- (-)

※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】

座間味村役場が保有するデータや、アンケート結果などを活用しながら、座間味村観光協会を中心にデータを分析している。

- ・旅行消費額・・・船舶内、観光案内窓口で実施するアンケート結果より
- ・延べ宿泊者数・・・船舶の乗船データより
- ・来訪者満足度・・・船舶内、観光案内窓口で実施するアンケート結果より
- ・リピーター率・・・船舶内、観光案内窓口で実施するアンケート結果より

【設定にあたっての考え方】

●旅行消費額

飲食店の増加、土産物の充実、キャッシュレス化などを踏まえた上で少しずつの増加を目標とする。2021年度はコロナ禍での影響を考慮。

●延べ宿泊者数

夏期はキャパシティいっぱいの観光客が訪れるため、秋～春にかけての誘客に努め、延べ宿泊者数を伸ばすことを目標とする。2021年度はコロナ禍での影響を考慮。

●来訪者満足度

来訪者の満足度は概ね高い評価を得ている(数値は「大変満足」の割合を示している)。今後も一次交通である船舶の新型化、受け入れ体制の改善、キャッシュレス化、ビジターセンターの新設などを通して満足度の向上を図る。

●リピーター率

初めての来訪者や日帰り観光客の満足度を上げることでまた訪れたい観光地を目指す。

(2) その他の目標

指標項目		2018 (H30) 年度	2019 (R 1) 年度	2020 (R 2) 年度	2021 (R 3) 年度	2022 (R 4) 年度	2023 (R 5) 年度
●平均滞在日数 (日)	目標	2.20 ()	2.21 ()	2.22 ()	2.23 ()	2.24 ()	2.25 ()
	実績	2.19 ()	2.19 ()	集計中 ()	- ()	- ()	- ()
●日帰り率 (%)	目標	39.8 ()	39.7 ()	39.6 ()	39.5 ()	39.4 ()	39.3 ()
	実績	43.1 ()	43.9 ()	集計中 ()	- ()	- ()	- ()

※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】
 繁忙期の宿不足や海水浴客の増加によって日帰り率が高まっている。そのため宿泊を望む観光客が船舶の予約がとれずあきらめるケースもあり、日帰り率を下げ、滞在日数を増加させることで旅行消費額の増加を目指す。

【設定にあたっての考え方】

●平均滞在日数
 旅行消費額、延べ宿泊数増加のため、滞在して楽しめるコンテンツと滞在することで体験できる人とのコミュニケーションをPRしていく。

●日帰り率
 平均滞在日数の目標を達成するために必要な日帰り客の減少を目標とする（日帰り→1泊に）。

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。

(別添) 様式 1

(1) 収入

年(年度)	総収入(円)	内訳
2018 (H30) 年度	77,390,000 (円)	【村からの補助金】 18,982,000 【収益事業】 57,378,000 【会費】 1,030,000 (円)
2019 (R1) 年度	54,487,000 (円)	【村からの補助金】 16,617,000 【収益事業】 36,845,000 【会費】 1,025,000 (円)
2020 (R2) 年度	84,142,000 (円)	【村からの補助金】 15,650,000 【収益事業】 68,492,000 【会費】 0 (円)
2021 (R3) 年度	61,175,000 (円)	【村からの補助金】 16,755,000 【収益事業】 43,360,000 【会費】 1,060,000 (円)
2022 (R4) 年度	62,530,000 (円)	【村からの補助金】 16,000,000 【収益事業】 45,500,000 【会費】 1,030,000 (円)
2023 (R5) 年度	62,530,000 (円)	【村からの補助金】 16,000,000 【収益事業】 45,500,000 【会費】 1,030,000 (円)

(2) 支出

年(年度)	総支出	内訳
2018 (H30) 年度	69,048,000 (円)	【一般管理費】 18,354,000 【情報発信・プロモーション】 1,411,000 【事業費】 48,476,000 【受入環境整備等の着地整備】 807,000 (円)
2019 (R1) 年度	48,403,000 (円)	【一般管理費】 16,498,000 【情報発信・プロモーション】 1,214,000 【事業費】 29,640,000 【受入環境整備等の着地整備】 1,051,000 (円)

(別添) 様式 1

2020 (R2) 年度	80,819,000 (円)	【一般管理費】 15,591,000 【情報発信・プロモーション】 49,915,000 【事業費】 14,043,000 【受入環境整備等の着地整備】 1,270,000 (円)
2021 (R3) 年度	60,616,000 (円)	【一般管理費】 17,817,000 【情報発信・プロモーション】 1,530,000 【事業費】 40,209,000 【受入環境整備等の着地整備】 1,060,000 (円)
2022 (R4) 年度	61,000,000 (円)	【一般管理費】 18,800,000 【情報発信・プロモーション】 1,530,000 【事業費】 39,610,000 【受入環境整備等の着地整備】 1,060,000 (円)
2023 (R5) 年度	61,000,000 (円)	【一般管理費】 18,800,000 【情報発信・プロモーション】 1,530,000 【事業費】 39,610,000 【受入環境整備等の着地整備】 1,060,000 (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

新たにオープンするビジターセンター内のカフェ、物販スペースでの売上により財源の確保を行う。

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

座間味村は、一般社団法人座間味村観光協会を当該地域における地域DMOとして登録したいので一般社団法人座間味村観光協会とともに申請します。

9. マーケティング・マネジメント対象区域が他の地域連携DMO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)

重複なし

(別添) 様式 1

10. 記入担当者連絡先

担当者氏名	谷口洋基
担当部署名 (役職)	一般社団法人座間味村観光協会事務局長
郵便番号	901-3311
所在地	沖縄県島尻郡座間味村字阿嘉 936-2
電話番号 (直通)	098-987-3535
F A X 番号	098-987-3536
E - m a i l	taniguchi@kankou.vill.zamami.okinawa.jp

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	座間味村
担当者氏名	松田 力
担当部署名 (役職)	座間味村船舶観光課 (課長)
郵便番号	901-3496
所在地	沖縄県島尻郡座間味村字座間味 109
電話番号 (直通)	098-987-2320
F A X 番号	098-987-2329
E - m a i l	senpaku01@vill.zamami.lg.jp

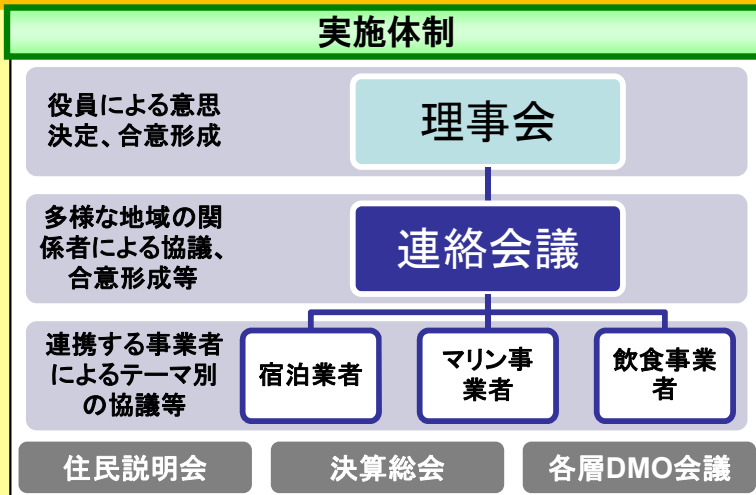
都道府県・市町村名	
担当者氏名	
担当部署名 (役職)	
郵便番号	
所在地	
電話番号 (直通)	
F A X 番号	
E - m a i l	

法人名:一般社団法人座間味村観光協会

登録区分名:地域DMO

【区域】 沖縄県島尻郡座間味村
 【設立日】 平成24年10月
 【登録日】 平成30年7月31日
 【代表者】 阿武靖士
 【マーケティング責任者(CMO)】
 谷口洋基
 【財務責任者(CFO)】
 中林このみ
 【職員数】 13人
 (常勤6人(正職員3人、出向等3人)、非常勤7人)
 【連携する主な事業者】
 環境省、座間味村商工会、座間味ダイビング協会、
 あか・げるまダイビング協会、座間味村漁協等

(観光地域づくりのコンセプトを記載)



マーケティング・マネジメントする区域

【主な観光資源】
サンゴ礁、文化・歴史、戦跡

合意形成の仕組み

【該当する登録要件】(該当番号)
 (1)観光地域づくり検討会
 【概要】幅広い事業者が参加し、より満足度の高い観光地に向けた検討会を実施。

戦略

【主なターゲット】
 ・20～50代のアクティブ層

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
 ・コロナ禍におけるSNS等を活用した情報発信
 ・リモートでのワークショップ等の実施の検討
 ・県内外における誘客促進イベントへの出展
 ・PR映像の作成

KPI(実績・目標)

※()内は訪日外国人旅行者に関する数値

項目		2018 (H30) 年度	2019 (R1) 年度	2020 (R2) 年度	2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度
旅行消費額 (百万円)	目標	3,800 (610)	3,900 (620)	4,000 (630)	2,000 (300)	4,000 (600)	4,100 (610)
	実績	3,327 (541)	3,317 (541)	集計中 (集計中)	- (-)	- (-)	- (-)
延べ宿泊者数 (千人)	目標	96 (未設定)	97 (未設定)	98 (未設定)	50 (未設定)	98 (未設定)	99 (未設定)
	実績	79 (-)	80 (-)	集計中 (-)	- (-)	- (-)	- (-)
来訪者満足度 (%)	目標	61.0 (未設定)	62.0 (52.0)	63.0 (53.0)	64.0 (54.0)	65.0 (55.0)	66.0 (56.0)
	実績	60.9 (52.0)	62.0 (61.5)	集計中 (集計中)	- (-)	- (-)	- (-)
リピーター率 (%)	目標	51.0 (13.0)	52.0 (14.0)	53.0 (15.0)	54.0 (16.0)	55.0 (17.0)	56.0 (18.0)
	実績	52.7 (15.5)	52.3 (15.3)	集計中 (集計中)	- (-)	- (-)	- (-)

法人のこれまでの活動実績

【情報発信・プロモーション】
 ・県内外における誘客促進
 (ツーリズムエキスポジャパンほか)
 ・修学旅行誘致
 ・SNSを活用したPR

【観光資源の磨き上げ】
 ・ビーチクリーン
 ・伝統・文化に関わる旧道の整備
 ・各種講習会の開催

【受入環境の整備】
 ・ビーチクリーン
 ・伝統・文化に関わる旧道の整備

観光関連事業者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

・地元自治体、環境省(国立公園)、観光関連事業者との戦略会議
 ・地元住民との情報共有
 ・コロナ禍における観光地としての新たな仕組み作りの検討

活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

【主な収入】 収益事業(修学旅行等) 約21百万円(R1年)

【総支出】 48百万円(一般管理費16百万円、事業費29百万円)
 ※令和元年度決算

【自律的・継続的な活動に向けた運営資金確保の取組・方針】
 国立公園ビジターセンターの管理運営