

観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和3年10月15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 ・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 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	
職員数	7人【常勤6人(正職員6人・出向等0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) 沖元 眞実「専従」 (出身組織名) ・NPO 法人ディ (氏名) 宮里 薫 (出身組織名) 大阪国際経済振興セ ンター	地元コミュニティFMラジオ等で10年間勤務。観光地域マーケティングについて高い知見と能力を持ち、ホームページの運用・保守、著作権整理、島民向けの広報や情報発信をしていた。 海外での移住経験があり、インバウンドに対する関心も高く、実務経験を活かした施設管理システム開発にも対応していた。また、クルーズ船受入窓口も務める。
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) 境田清一郎「専従」 (出身組織名) 奄美大島観光物産協 会・観光部会	本DMO事務局長として、ホテル支配人から役員、観光協会の部会長や市議員などで地域活性化に取り組む中で財務管理から予算執行などを通してマーケティングやマネジメント業務に従事し、本DMO組織の中核となり官民連携で広域的な観光振興を推進している。
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	(氏名) 山下久美子「専従」 (出身組織名) 奄美大島観光協会	奄美大島観光協会で7年間勤務。奄美群島島コーディネーターとして国内外のプロモーションに高い能力を持ち、国内旅行業務取扱管理者でもある。

(別添) 様式 1

<p>は、氏名の右横に「専従」と記入すること</p>	<p>(氏名) 町田美香 ・ 県大島支庁</p>	<p>接客や事務業務に従事、観光拠点情報発信事業の観光案内所で来島者管理、情報発信に務める。</p>				
<p>各部門(例:旅行商品の造成・販売)の責任者(専門人材)</p>	<p>(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</p>	<p>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。</p>				
<p>連携する地方公共団体の担当部署名及び役割</p>	<p>鹿児島県奄美市細観光課、龍郷町企画観光課、大和村企画観光課、宇検村企画観光課、瀬戸内町商工観光課 ・ 景観、道路、空港、港湾等の社会資本整備や多言語看板等の設置等、ハード面での受け入れ環境整備や条例制定等法制面の整備を担う。</p>					
<p>連携する事業者名及び役割</p>	<p>(一社) 奄美群島観光物産協会(商品造成) 奄美大島商工会議所(二次交通・特産品・飲食) 奄美大島観光協会(宿泊、着地・体験型観光) 地元金融機関(融資・マーケティングデータ)</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>【該当する登録要件】①② (概要) 観光資源の関係者、宿泊事業者、交通事業者、商工会議所等、行政が参画し、本法人が事務局を務める専門委員会を設置 [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</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>定期的に住民参加で「中長期観光戦略策定委員会・マーケティング委員会」のワークショップを開催するほか、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「あまみつけ。たより」を毎週月曜日放送。会員向け月報「あまみつけ。通信」を発行して、入会促進に取り組んでいる。</p>					
<p>法人のこれまでの活動実績</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="459 1480 646 1534">事業</th> <th data-bbox="646 1480 1458 1534">実施概要</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="459 1534 646 1964"> <p>情報発信・プロモーション</p> </td> <td data-bbox="646 1534 1458 1964"> <p>[平成 28 年度 DMO 推進事業] ・ 具体事業内容:平成 27 年度の地方創生先行型交付金(上乘せ)による組織構築事業から加速化交付金の組織強化事業で「WEB プロモーションサイト(のんびり奄美)」構築とメディア/イベントプロモーションで「WEB プラットホームサイト(あまみつけ。)の広報周知」した。 [平成 29 年度 DMO 推進事業] ・ WEB マーケティングを活用した機能強化でマーケティングデータに基づく WEB サイトの改修による情報発信を実施 [平成 30 年度観光拠点情報発信事業] ・ 奄美空港におけるイベント(機織り・着付け体験)実施</p> </td> </tr> </tbody> </table>		事業	実施概要	<p>情報発信・プロモーション</p>	<p>[平成 28 年度 DMO 推進事業] ・ 具体事業内容:平成 27 年度の地方創生先行型交付金(上乘せ)による組織構築事業から加速化交付金の組織強化事業で「WEB プロモーションサイト(のんびり奄美)」構築とメディア/イベントプロモーションで「WEB プラットホームサイト(あまみつけ。)の広報周知」した。 [平成 29 年度 DMO 推進事業] ・ WEB マーケティングを活用した機能強化でマーケティングデータに基づく WEB サイトの改修による情報発信を実施 [平成 30 年度観光拠点情報発信事業] ・ 奄美空港におけるイベント(機織り・着付け体験)実施</p>
事業	実施概要					
<p>情報発信・プロモーション</p>	<p>[平成 28 年度 DMO 推進事業] ・ 具体事業内容:平成 27 年度の地方創生先行型交付金(上乘せ)による組織構築事業から加速化交付金の組織強化事業で「WEB プロモーションサイト(のんびり奄美)」構築とメディア/イベントプロモーションで「WEB プラットホームサイト(あまみつけ。)の広報周知」した。 [平成 29 年度 DMO 推進事業] ・ WEB マーケティングを活用した機能強化でマーケティングデータに基づく WEB サイトの改修による情報発信を実施 [平成 30 年度観光拠点情報発信事業] ・ 奄美空港におけるイベント(機織り・着付け体験)実施</p>					

		<ul style="list-style-type: none"> ・観光満足度調査用の QR コード掲載のポスター・チラシを作成し奄美空港・名瀬新港・観光案内所に配置した。 ・観光に対する住民意識調査と観光従事者満足度調査の調査票を設計、島内観光施策の方向性を図った。 <p>[平成 30 年度奄美満喫ツアー助成事業]</p> <ul style="list-style-type: none"> ・商品造成・合宿・コンベンション・修学旅行・バスツアーへの助成事業の広報・周知業務に係る WEB 記事作成実施 <p>[平成 31 (令和元) 年度観光拠点情報発信事業]</p> <ul style="list-style-type: none"> ・WEB 機能強化 - 運営事業で WEB ディレクション・SNS 情報発信・SNS 広告を実施、WEB 機能強化 - 保守事業でサイトの保守管理と改修・あまみつけ。における記事作成と公開、既存記事の内容確認・alt テキスト挿入を行った。
	<p>受入環境の整備</p>	<p>[平成 28 年度 DMO 推進事業]</p> <ul style="list-style-type: none"> ・具体事業内容：奄美大島観光戦略・マーケティング戦略の策定や DMO ワークショップで理解度の醸成、プロジェクトリーダーの活用により事務局機能強化を図った。 <p>[平成 29 年度 DMO 推進事業]</p> <ul style="list-style-type: none"> ・DMO 事務局機能強化で専門人材の育成 (OJT) <p>[平成 30 年度観光拠点情報発信事業]</p> <ul style="list-style-type: none"> ・島内の観光情報の収集を図り、WEB サイトの機能を活かし、観光のワンストップ窓口として展開した。 ・SNS マーケティング事業により、広告の運用・管理、情報発信及び効果検証を行い、より奄美大島を多くの方に認知してもらい、交流人口増加を図った。 <p>[平成 30 年度奄美らしい観光スタイル構築事業]</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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業務で、クルーズ船の受入窓口となり、歓迎セレモニーや見送り、通訳案内士の育成、先進地視察実施 <p>[平成 30 年度移住体験ツアー等実施事業]</p> <ul style="list-style-type: none"> ・奄美大島への移住定住を考えている者をきっかけづくりとしてツアーを企画実施 <p>[平成 31 (令和元) 年度観光拠点情報発信事業]</p> <ul style="list-style-type: none"> ・観光戦略の礎を築くため、交流人口動態調査、観光従事者満足度調査、観光に対する住民意識調査を実施し KGI の設定を行った。 <p>[平成 31 年度インバウンド観光戦略策定事業]</p> <ul style="list-style-type: none"> ・自主財源確保の為 4 回委員会開催 現体制において重要な課題として考えられている「インバウンドマーケティング調査・世界自然遺産に向けた環境整備・DMO の人材育成・ビーチにおける安全確保・デジタルマーケティング活用・自然環境の保全・観光人材確保」等を解決する為に自主財源確保を目的とした委員会を開催し合意形成を図る。また、平成 30 年度までに行った交流人口動態調査及びマーケティング基礎調査の結果を活用して、宿泊税等の自主財源を確保した場合の収支見込みを算定し、島の観光課題の解消に向け、安定的かつ自律的な経営を行うことで、これらの課題を解決し島民観光幸福度の向上を目指した。

<p>観光資源の磨き上げ</p>	<p>[平成 29 年度 DMO 推進事業]</p> <ul style="list-style-type: none">・ 具体事業内容：奄美大島観光戦略/マーケティング戦略の推進で着地型観光メニューブラッシュアップ（メニュー開発・計画・集客・販売）、マーケティングデータの収集・解析で交流人口動態調査の継続と検証、 <p>[平成 30 年度観光拠点情報発信事業]</p> <ul style="list-style-type: none">・ 奄美群島振興交付金で奄美空港ターミナルビル内にて「チャレンジショップ」を実施し各島を代表する新たな特産品の展示販売実施、新規路線就航に伴い「ウェルカムイベント」実施。・ 着地型観光メニューへの誘導、開発支援、モニター体験で島内の他事業者のプログラムを体験することで自身の事業に活かす要素やプログラム提供者へのアドバイスをを行い、相互のレベルアップを図った。 <p>[平成 30 年度奄美らしい観光スタイル構築事業]</p> <ul style="list-style-type: none">・ 食イベントの企画運營業務で「D-1 グランプリ」を開催し、西郷どんぶりを発案オリジナルグルメ情報として「みしょらんガイド」に掲載新たな食文化の定着を目指した。 <p>[平成 30 年度奄美歴史浪漫探訪「幕末・明治」推進事業]</p> <ul style="list-style-type: none">・ 奄美大島の歴史を楽しんで学ぶ MAP 付パンフレットを作成「奄美歴史浪漫をめぐる 5 つの旅」コース設定新たな観光資源とした。 <p>[平成 31（令和元）年度観光拠点連携情報発信事業]</p> <ul style="list-style-type: none">・ 着地型観光メニューへの誘導・開発支援、講師招聘事業でお土産となる特産品パッケージデザインやファシリテーターによる着地型旅行商品の造成、組織強化の人材育成を図った。 <p>[令和 2 年度観光拠点連携情報発信事業]</p> <ul style="list-style-type: none">・ 着地型観光メニューへの誘導・開発支援、講師招聘事業 <p>[令和 3 年度観光拠点連携情報発信事業]</p> <ul style="list-style-type: none">・ 星空講習会（奄美の星空を楽しく知る）
<p>(定量的な評価)</p> <ul style="list-style-type: none">・ 観光地域づくりによる効果として、WEB サイトアクセス状況が 10% 余の増加、交流人口の拡大につながり、来訪者満足度も目標の 4% 以上の実績を推移している。平成 29 年 3 月の国立公園指定により世界自然遺産登録（2021 年 7 月 26 日）され、簡易宿泊所数が令和 3 年 6 月現在 7 年前の 2.5 倍へ増加して、新たな雇用創出に寄与した。地域住民の幸福度も観光客増の実感で 63% あり、観光業の経済効果が地域経済の活性化になっている旨理解し、DMO の役割が地域の思い描く観光地づくりであることへの機運醸成とマネジメントとコントロールができた。	

(別添) 様式 1

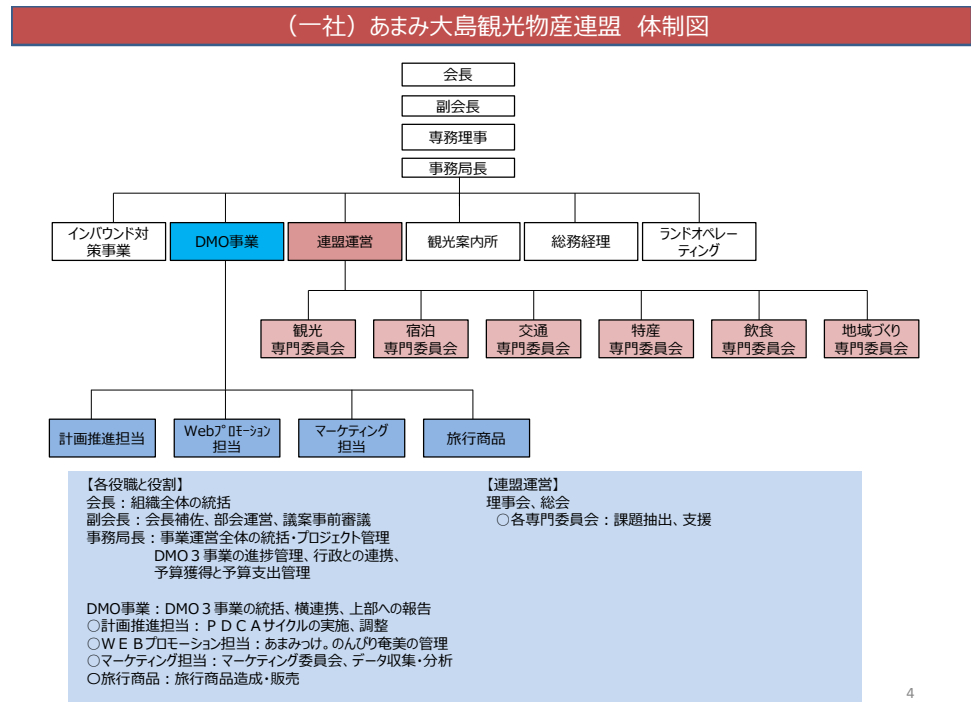
実施体制

※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が母体となり、メンバーには、行政、宿泊業者、飲食業者のみならず、交通事業者、文化財団、民泊、アクティビティ、農林水産業、商工業等はもちろん、各種団体(本場奄美大島紬協同組合・本場奄美大島紬販売組合・鹿児島県酒造組合奄美支部・あまみ農業協同組合・鰹漁業生産組合・奄美大島青年会議所・奄美大島商工会議所・奄美看護福祉専門学校・社会福祉法人)など多様な関係者が参画する官民が密接に連携した運営を実施。

(実施体制図)

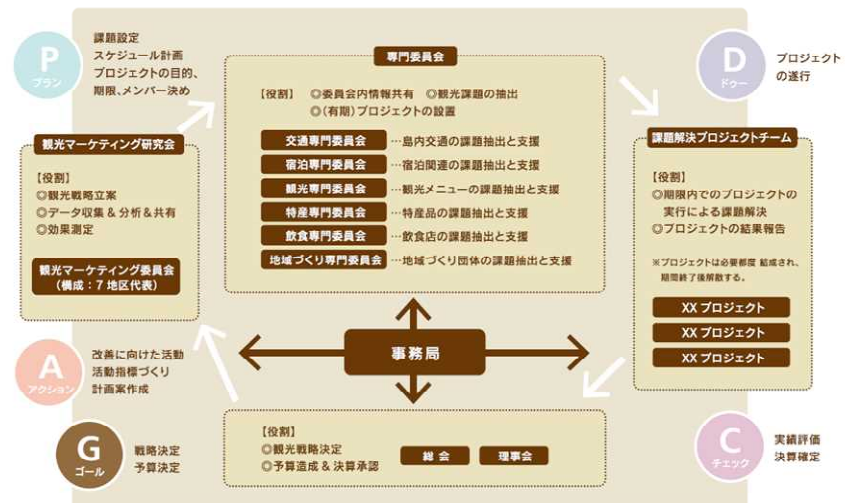


奄美大島中長期観光戦略

■PDCAサイクル

6-② PDCA サイクル

戦略の実行、結果検証、改善、戦略見直しという一連のサイクル(PDCAサイクル)を繰り返し、5年間の計画推進を図ります。



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】

「奄美大島 5 市町村」



【区域設定の考え方】

・奄美大島は、奄美群島の日本復帰（昭和 28 年 12 月 25 日）以降「奄美群島振興特別措置法」奄美群島広域事務組合構成の下、生活基盤の整備を中心に振興が図られ、常に奄美は一つの精神で区域を構成する地方公共団体 5 市町村が連携し、入島口の奄美空港は唯一である、顧客の視点に立ち、旅行商品の開発、周遊パス、体験プログラムの企画など連携した取組を実施している。

また、観光資源の面からみてもコンセプトとして共通する点が多く、一体的にワンストップ窓口を図る奄美大島 5 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】

・奄美大島の観光客入込客数は LCC などの就航により毎年増加傾向であり、令和元年約 53 万人と過去最高を記録、クルーズ船の寄港もあり、外国船籍は平成 30 年度が 22 回中 9 回 (18,533 名)、令和元年度は 21 回中 7 回 (9,831 名) で訪日外国人による経済効果に寄与しているが、令和 2 年度は 0 であった。今年の 7 月 26 日の世界自然遺産委員会で登録が決定期待は高まっている状況であるがコロナでセーブされている。交流人口動態調査の中では滞在日数も、KPI の 3.0 日に迫り増加し、旅行消費額も増加現象で、ますます観光地域づくり DMO の役割にも期待があり、5 市町村と連携してマネジメントとコントロールにより、観光客の満足度向上につながっている。

【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】

・奄美大島の観光コンテンツは、地域資源を活用(体験プログラム等)したものがほとんどで、島人(しまっちゅ)との関係性も深く、他の島と差別化される多様な生物が生息する森(原生林散策等)や亜熱帯の海(釣り・ホエールウォッチング等)を持った自然(まち歩き等)と八月踊りやシマ唄のような生活文化が奄美大島のコンテンツとしての魅力であり、国立公園指定が生態系管理型に加え環境文化型も島人の魅力を最大化すると思われ、アドベンチャーツーリズムを推進している。

また、マリンスポーツのダイビングをはじめ、国際大会(サーフィン)、シーカヤック大会も開催され注目を集めている。マングローブ原生林をカヌーで散策や戦跡めぐりなど歴史浪漫探訪も興味を示している。あわせて、奄美大島からの離島(加計呂麻島、与路島、請島)も魅力的な存在です。

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

・奄美大島で旅館業許可施設 317 軒(内ホテル・旅館 51 軒) 2,179 室 5,369 名収容、住宅宿泊事業届出 17 軒と簡易宿所が 84% を占め施設規模が小さいことがわかる。

域内分布は、奄美市：153 軒(1,519 室/3,229 名収容)・龍郷町：49 軒(251 室/858 名収容)
大和村：10 軒(33 室/131 名収容)・宇検村：9 軒(45 室/142 名収容)
瀬戸内町：96 軒(331 室/1,009 名収容)であり、奄美市に集中している。

【利便性：区域までの交通、域内交通】

(別添) 様式 1

<p>(1) 奄美大島までのアクセス</p> <p>① JAL・JAC・RAC、羽田・伊丹・福岡・沖縄各一便と鹿児島 8 便、喜界島 3 便、徳之島 2 便、沖永良部（徳之島経由）・ヨロン 1 便</p> <p>② peach (LCC)・・・成田・関西 各 1 便</p> <p>③ JAC 徳之島—沖永良部—沖縄・・・1 日 1 便 平成 30 年 7 月から ・奄美群島アイランドホッピングルート</p> <p>④ SKY 中部—鹿児島・鹿児島—奄美・1 日 2 便 平成 30 年 8 月から</p> <p>⑤ 航路：毎日上り下り鹿児島—名瀬—徳—沖—与—沖縄</p> <p>⑥ 奄美名瀬—屋久島「F波の上」上り便が 4 日に 1 回寄港 2 名以上の予約で寄港 ・平成 30 年 3 月から</p> <p>⑦ 鹿児島—喜界島—名瀬—古仁屋—徳（平土野）・・・週 3 便</p> <p>⑧ 鹿児島—喜界島—名瀬—古仁屋—徳（平土野）—沖（知名）週 2 便</p> <p>(2) 域内交通</p> <p>① 公共交通機関：4 社（しまバス・南部交通・大和村営バス・加計呂麻バス）</p> <p>② レンタカー：18 社-852 台</p> <p>【外国人観光客への対応】</p> <p>(1) JNTO 外国人観光案内所認定（カテゴリー 1）</p> <p>(2) クルーズ船受入窓口として行政と通訳案内士との連携</p> <p>(3) 奄美市国際交流員（GIR）の観光案内所配置</p> <p>(4) GDS による「GSTC 認証」TOP100 選・取得</p>
--

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。	運営サイト「のんびり奄美」「あまみつけ。」を活用してPV数調査の実施。
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。
交流人口動態調査	観光客に対する観光満足度向上を測るため。	QRコードでの調査を自主事業として実施。
旅行消費額	観光振興の地域に対する経済波及効果を測るため。	QRコードでの調査を自主事業として実施。
延べ宿泊者数	宿泊・滞在日数による経済効果増加を測るため。	QRコードでの調査を自主事業として実施。
来訪者満足度	宿泊・食事・土産・観光施設・自然景観・ホスピタリティ・公共交通機関の利便性別に測り、各事業所へ改善を喚起するため。	QRコードでの調査を自主事業として実施。
リピーター率	再来訪者を増加させることによるオーバーツーリズムの軽減を測るため。	QRコードでの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

・奄美大島5市町村では、人口減少が進んでおり、就業者数の最も多い第3次産業従事者が約8割を占めなか、少子高齢化等の影響で人員不足と人材育成難の傾向にある。こうした地域の課題に対し、観光地域づくり法人(DMO)を中心として既存の観光資源を活用した観光地域づくりを図り、エコツアーガイドや地域通訳案内士など雇用の創出や担い手不足の解消、交流人口の増加につなげることをしている。

(2) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	強み (Strengths) ・亜熱帯の海と多様な生態系 ・シマ(集落)の文化(シマ唄、八月踊り等)と有名アーティストの輩出	弱み (Weaknesses) ・島内公共交通の不便と観光商品、お土産品不足 ・高級宿泊施設と受入窓口の整備不足
外部環境	機会 (Opportunity) ・国立公園の指定(平成29年3月) ・世界自然遺産への登録・令和3年7月 ・LCC(関東、関西)の就航 ・国際クルーズ船の寄港	脅威 (Threat) ・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 ・新型ウイルスの感染拡大

※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

○第1ターゲット層 ・欧米豪と香港・台湾を中心とした東南アジアの富裕層や20~30代並びに国内の大衆富裕層のアクティブな男女
○選定の理由 ・国立公園指定(生態系管理型+環境文化型)され、世界自然遺産候補地であり、他地域と比較して当該ターゲット層の来訪が見込め、また市場としても今後拡大傾向にあるため、「奄美大島中長期観光戦略2022~2026」を基に設定。
○取組方針 ・観光満足度調査の充実などにより新規、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。
○ターゲット層 ・自然、アクティビティ、異文化交流を愛し、自然環境と文化に理解のある男女
○選定の理由 ・国立公園の環境文化型を活かすことにより、アドベンチャーツーリズム・サイクルツーリズムを先取りする傾向にあるため、「奄美大島中長期観光戦略2022~2026」を基に設定。
○取組方針 ・世界自然遺産登録を見据え、来訪嗜好が拡大するよう観光資源を磨き上げる。
○ターゲット層 ・まち(シマ)歩き、奄美トレイルコースの魅力・インスタ映えを好む男女

(別添) 様式 1

○選定の理由

- ・公共交通の不便さを克服し、健康志向でサイクリング・トレッキング・ウォーキングを行い、自然環境に配慮する傾向があるため、「奄美大島中長期観光戦略 2022～2026」を基に設定。

○取組方針

- ・世界自然遺産登録地として、奄美トレイルマップを有効に活かす。

(4) 観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	<ul style="list-style-type: none"> ・ 幸せの島 ー唄う島ー人と自然のふれあい ・ 生命 (いのち) にぎわう亜熱帯のシマ (自然) ~森と海と島人 (しまっちゅ) の暮らし (文化)
②コンセプトの考え方	<ul style="list-style-type: none"> ・ 生物多様性を持つ海と森を保全し、集落 (シマ) の暮らし文化とともに後世に継承し、住民の幸福に寄与することを目指し、世界自然遺産登録で自然環境を保全保護し、奄美らしい観光商品と受け入れ、集落 (シマ) の暮らしを豊かにする。 ー「島民の幸福度アップ」ー

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。	<ul style="list-style-type: none"> ・ 専門委員会、ワーキンググループ、HP、毎週 FM ラジオ、月会報で事業報告書の説明会 ・ 地域連携DMOを中心として、地域の関連事業者を集めてコミュニケーションの場を三ヶ月に1回程度設けるとともに、関連事業者に対してのコンサルティング (マネジメントとコントロール) 等を実施。 ・ 毎週月曜日に地元コミュニティ FM ラジオ放送、毎月一回「あまみつけ。通信」を発行して、活動の意義・内容・成果、KPIの達成状況や取組による地域経済・社会の変化の分析結果等の事業報告し、地域の関係者に説明を行うとともに、HPで公表する。
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	<ul style="list-style-type: none"> ・ 飲食店や宿泊施設、お土産、観光施設、交通をはじめとする地域が提供する観光サービスに係る満足度調査を QR コードで実施し毎月公表する。
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	<ul style="list-style-type: none"> ・ ワンストップ窓口の実施、SNSを利用した効果的なプロモーション (WEBプロモーションサイト「あまみつけ。」、WEBプラットフォーム「のんびり奄美」) の実施 ・ 英語版観光情報 web サイト「エクスプロア・アマミ」開設令和3年7月

※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。

(別添) 様式 1

(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	15,000 (250)	19,000 (150)	10,500 (120)	12,000 (50)	15,000 (70)	18,000 (100)
	実績	18,557 (105)	21,278 (128)	11,574 (21)	()	()	()
●延べ宿泊者数 (千人)	目標	575 (5.7)	619 (6.2)	456 (0.9)	620 (2.5)	770 (5.0)	820 (6.0)
	実績	821 (4.7)	868 (4.9)	477 (0.9)	()	()	()
●来訪者満足度 (%)	目標	52.0 (54.0)	54.0 (60.0)	55.0 (60.0)	60.0 (62.0)	62.0 (64.0)	64.0 (66.0)
	実績	57.0 (60.0)	59.0 (68.0)	62.2 (65.0)	()	()	()
●リピーター率 (%)	目標	32.0 (0.1)	34.0 (0.3)	34.0 (0.4)	35.0 (0.5)	38.0 (0.5)	39.0 (0.6)
	実績	35.0 (0.5)	38.0 (0.5)	34.8 (0.1)	()	()	()

※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】

・持続可能な観光指標を数値として設定することで、交流人口動態調査のKPI達成に向けてPDCAサイクルによるデータ分析と改善を行い、観光満足度の向上を図り、DMOの使命である「住民の幸福に寄与」することができるように、2021年度は「世界自然遺産登録」の効果を期待したがコロナでセーブされた。世界自然遺産の価値の解かるお客様でリピーター率のアップを目指すことと、観光産業が総合産業であり地域経済への波及効果が大きいことを理解させる目的がある。

【設定にあたっての考え方】

●旅行消費額

・奄美大島への入込客数に対する宿泊者数の割合と個人消費額から算出、毎年5～8%増加を期待した。

●延べ宿泊者数

・会員の宿泊施設による毎月の「宿泊延べ数」報告に基づき算出した。

●来訪者満足度

・体験プログラムが「自然」と「文化」の活用であり、利用増加により触れ合う機会が多く「人」の魅力を強みとして、満足度の向上につながると設定した。

●リピーター率

・世界自然遺産登録でメディア露出や路線回復で新規来島者やリピーターが増加していることを世界自然遺産登録地としての効果を勘案した。

(2) その他の目標

指標項目		2018	2019	2020	2021	2022	2023
		(H30) 年度	(R1) 年度	(R2) 年度	(R3) 年度	(R4) 年度	(R5) 年度
●住民幸福度 (%) (意識調査)	目標	56.0 (56.0)	58.0 (58.0)	63.0 (60.0)	65.0 (62.0)	69.0 (64.0)	70.0 (65.0)
	実績	- (-)	52.0 (52.0)	63.0 (63.0)	()	()	()
●宿泊施設の稼働率 (%)	目標	74.0 (0.3)	76.0 (0.3)	65.0 (0.3)	75.0 ()	79.0 ()	80.0 ()
	実績	76.0 (0.38)	70.0 (0.35)	51.0 (0.01)	()	()	()
○サイト閲覧状況 (千PV)	目標	1,619 (81)	1410 (81)	1,027 (20)	1,450 (44)	1,620 (60)	1,700 (80)
	実績	1,105 (55)	1,140 (55)	1,338 (57)	()	()	()

※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】

- ・持続可能な観光指標を数値として設定することで、達成に向けてPDCAサイクルによるデータ分析と改善を行い、住民幸福度と宿泊施設の稼働率向上を図り、航空路線が回復でき、奄美大島のワンストップ窓口として宿泊予約数の増加やサイト閲覧PVの向上を目指すことにより、リピーターを増やし観光産業が総合産業であり地域経済への波及効果が大きいことをPR、DMOの使命である「住民の幸福に寄与」する目的がある。

【設定にあたっての考え方】

●住民幸福度 (%) (意識調査)

- ・体験プログラムとして、まち(集落)歩き等が盛んになり、観光客との交流機会が多くなっており、マーケティング調査の「住民意識調査」を実施することにより算出。毎年5~8%増を基準に設定しているが、2021年7月世界自然遺産登録を踏まえた設定としたが、住民としてはオーバーツーリズム(観光公害)と協力金徴収を想定した。

●宿泊施設の稼働率

- ・会員の宿泊施設による毎月の「宿泊延べ室数」報告に基づき算出した。

●サイト閲覧状況

- ・ウェブプラットフォーム「のんびり奄美」の多言語対応やウェブプロモーションサイト「あまみっけ。」のライターによる記事掲載や英語版観光情報webサイト「エクスプロア・アマミ」で情報発信を行い、アクセス数を確認する。

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

(別添) 様式 1

年(年度)	総収入(円)	内訳
2018 (H30) 年度	36,609,640 (円)	【国からの交付金・補助金】 10,052,000 【県からの補助金】 1,000,000 【市町村からの補助金】 4,000,000 【受託事業】 8,719,455 【事業収入】 2,729,016 【会費】 3,077,500 【特定財源(負担金)】 市町村会費 : 8,500,000
2019 (R1) 年度	38,077,971 (円)	【国からの交付金・補助金】 10,052,000 【県からの補助金】 1,000,000 【市町村からの補助金】 4,000,000 【受託事業】 8,719,455 【事業収入】 2,729,016 【会費】 3,077,500 【特定財源(負担金)】 市町村会費 : 8,500,000
2020 (R2) 年度	68,397,478 (円)	【国からの交付金・補助金】 5,000,000 【県からの補助金】 1,000,000 【市町村からの補助金】 4,000,000 【受託事業】 44,917,428 【事業収入】 1,780,000 【会費】 3,180,000 【雑収入】 20,050 【特定財源(負担金)】 市町村会費 : 8,500,000
2021 (R3) 年度	25,141,000 (円)	【国からの交付金・補助金】 5,000,000 【県からの補助金】 1,000,000 【市町村からの補助金】 4,000,000 【受託事業】 1,436,000 【事業収入】 1,930,000 【会費】 3,255,000 【雑収入】 20,000 【特定財源(負担金)】 市町村会費 : 8,500,000
2022 (R4) 年度	25,406,000 (円)	【国からの交付金・補助金】 5,000,000 【県からの補助金】 1,000,000 【市町村からの補助金】 4,000,000 【受託事業】 1,436,000 【事業収入】 2,150,000 【会費】 3,300,000 【雑収入】 20,000 【特定財源(負担金)】 市町村会費 : 8,500,000
2023 (R5) 年度	25,946,000 (円)	【国からの交付金・補助金】 5,000,000 【県からの補助金】 1,000,000 【市町村からの補助金】 4,000,000 【受託事業】 1,436,000 【事業収入】 2,600,000 【会費】 3,390,000 【雑収入】 20,000 【特定財源(負担金)】 市町村会費 : 8,500,000

(2) 支出

年(年度)	総支出	内訳
2018 (H30) 年度	35,162,66 (円)	【一般管理費】 7,189,310 【情報発信・プロモーション(国内)】 16,000,000 【受入環境整備等の着地整備】 2,753,038 【コンテンツ開発(観光資源の磨き上げ)】 4,436,400 【マーケティング(市場調査、ブランド戦略等)】 2,783,920 【観光イベントの開催費】 2,000,000
2019 (R1) 年度	37,628,038 (円)	【一般管理費】 12,080,369 【情報発信・プロモーション(国内)】 10,000,000 【受入環境整備等の着地整備】 1,779,214 【コンテンツ開発(観光資源の磨き上げ)】 6,991,955 【マーケティング(市場調査、ブランド戦略等)】 1,727,500 【観光イベントの開催費等】 5,049,000
2020 (R2) 年度	66,686,207 (円)	【一般管理費】 9,965,489 【情報発信・プロモーション(国内)】 10,000,000 【受入環境整備等の着地整備】 1,800,000 【コンテンツ開発(観光資源の磨き上げ)】 39,841,428 【マーケティング(市場調査、ブランド戦略等)】 4,929,290 【観光イベントの開催費】 150,000
2021 (R3) 年度	25,141,000 (円)	【一般管理費】 12,300,000 【情報発信・プロモーション(国内)】 5,750,000 【受入環境整備等の着地整備】 1,405,000 【コンテンツ開発(観光資源の磨き上げ)】 3,536,000 【マーケティング(市場調査、ブランド戦略等)】 2,000,000 【観光イベントの開催費】 150,000
2022 (R4) 年度	25,406,000 (円)	【一般管理費】 12,400,000 【情報発信・プロモーション(国内)】 7,700,000 【受入環境整備等の着地整備】 1,570,000 【コンテンツ開発(観光資源の磨き上げ)】 1,436,000 【マーケティング(市場調査、ブランド戦略等)】 2,000,000 【観光イベントの開催費】 300,000
2023 (R5) 年度	25,946,000 (円)	【一般管理費】 12,820,000 【情報発信・プロモーション(国内)】 7,700,000 【受入環境整備等の着地整備】 1,680,000 【コンテンツ開発(観光資源の磨き上げ)】 1,436,000 【マーケティング(市場調査、ブランド戦略等)】 2,000,000 【観光イベントの開催費】 310,000

(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

・奄美大島5市町村の関連部署(観光、財務、税務担当)の課長及び奄美市議会議員、一部の宿泊事業者を対象に法定外目的税を中心とする観光財源の必要性について勉強会・検討会を実施し、観光財源の重要性と確保についての理解と一定の合意形成が見られた。あわせて、奄美市議会議員を対象に、法定外目的税を主軸とする観光財源に関する勉強会を開催し、議員間の意識醸成に取り組んだ結果、議員の理解を得ることができた。また、令和3年度観光庁日本版持続可能な観光ガイドラインモデル地区に選定され、環境文化協力金が徴収できないか「アンケート調査」を行う。その財源による奄美大島の観光振興における課題①自然の保護保全②海水浴場の安全管理③マーケティング調査の重要性④情報発信⑤マネジメント運営活動費、⑥人材不足の確保と育成などの解決に向け

(別添) 様式 1

取り組み、後世へ継承する自然環境、伝統文化や意見を活用した着地型旅行商品の造成・販売等であ
ドベンチャーツーリズム推進の方針である。

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

- ・奄美大島5市町村は、行政の枠組みに関係なく島外の観光客が奄美は一つであるという認識のもと、「幸せの島」を目指すビジョンに基づき、個々の観光ニーズを満たす情報の一元化と、地域情報や体験メニューを魅力的に見せるための発信手法を確立し、観光のワンストップ窓口を作ろうという1市2町2村の思いで、一般社団法人あまみ大島観光物産連盟を地域づくりの司令塔として期待している。
- ・鹿児島県は、令和3年度「稼げる」観光地域づくり推進事業で県内3DMOの人材養成講座を開催する。

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）

【他の地域連携DMOや地域DMOとの間で、重複区域に関する連携や役割分担等について協議を行った（行っている）か】

（例）エリアが重複する●●DMOとは、月に一度の連絡会を行い、各取組の意見交換を行っている。

【区域が重複する背景】

【重複区域における、それぞれのDMOの役割分担について】

※重複する活動がないか、第三者から見た際に合理的と捉えられる役割分担になっているか等を踏まえて記入すること。

【前述の役割分担等によって、効率的、効果的な活動の遂行が期待できるか】

10. 記入担当者連絡先

担当者氏名	境田清一郎
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
FAX番号	0997-57-6244
E-mail	info@amami-tourism.org

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	鹿児島県奄美市
担当者氏名	徳山一史
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	久保岳大
担当部署名 (役職)	企画観光課 観光係
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	後藤美穂子
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

(別添) 様式 1

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

法人名:一般社団法人あまみ大島観光物産連盟

登録区分名:地域連携「登録DMO」

(観光地域づくりのコンセプト:島民の幸福度アップ)

【区域】 鹿児島県奄美市、瀬戸内町、龍郷町、
宇検村、大和村

【設立日】 平成28年12月1日

【登録日】 平成30年12月21日

【代表者】 有村 修一(会長)

【マーケティング責任者(CMO)】 沖元 眞実

【財務責任者(CFO)】 境田清一郎(事務局長)

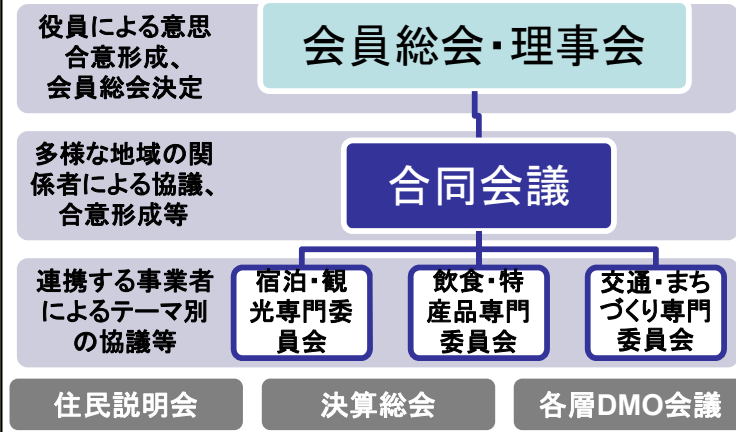
【職員数】 7人

(正職員6人、非常勤1人)

【連携する主な事業者】

(一社)奄美群島観光物産協会、
奄美大島商工会議所、奄美大島観光協会、
地元金融機関等

組織:実施体制



マーケティング・マネジメントする区域

- 【主な観光資源】
- ・多様な生物が生息する森や亜熱帯の海
 - ・国立公園指定H29.3 (環境文化型)
 - ・世界自然遺産登録 (2021.7.26)

「奄美大島
5市町村」



合意形成の仕組み

【概要】

観光資源の関係者、宿泊事業者、交通事業者、
商工会議所等、行政が参画し、本法人が事務局
を務める専門委員会を設置

法人のこれまでの活動実績

【情報発信・プロモーション】

- ・WEBプロモーションサイト構築事業
- ・Webプラットフォーム機能強化事業
- ・英語版webサイト「エクスプロア・アマミ」開設
- ・イベント事業 ・観光地クリーンキャンペーン
- ・観光拠点連携情報発信事業
- ・奄美歴史浪漫探訪推進事業

【観光資源の磨き上げ】

- ・サンセットビーチツアーの取組
- ・まち歩きガイド(人・集落・文化活用の着地型
旅行商品造成:あまみシマ博覧会)
- ・星空教室・キャンプインストラクター講座開催

【受入環境の整備】

- ・クルーズ船等によるインバウンド客対応のCIR
や通訳案内士、ATコーデ・ガイドの人材育成

戦略

【主なターゲット】

- ・欧米豪、東アジアの富裕層
 - ・国内の大衆富裕層
 - ・X,Y,Z世代のアクティブな男女
- 【ターゲットの誘客に向けた取組方針】**
- ・インバウンド観光戦略策定事業の推進
 - ・多言語解説整備支援事業の推進
 - ・観光ガイドマップ「のんびり奄美」
・多言語化(英語・韓国語・中国語(簡体字
繁体字))

- ・アドベンチャー・サイクルツーリズムの推進
・脱炭素(e-bike導入、モビリティの活用)
- ・SDGsモデル地区(日本版持続可能な観光
ガイドライン)のGSTC「TOP100選」認証
- ・DXの推進による観光サービスの変革

**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**

【多様な関係者との戦略の共有状況等】

- ・6専門委員会による合同会議と奄美大島
登録 DMO中長期観光戦略策定委員会開催
- ・地元FM「あまみエフエム」ラジオ 放送(毎週
月曜日) ・「あまみつけ。通信」月1回発行

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	15,000 (250)	19,000 (150)	10,500 (20)	12,000 (50)	15,000 (70)	18,000 (100)
	実績	18,557 (105)	21,278 (128)	11,574 (21)	()	()	()
延べ宿泊 者数 (千人)	目標	575 (5.7)	619 (3.5)	755 (3.5)	620 (2.5)	770 (5.0)	820 (6.0)
	実績	821 (4.7)	868 (3.3)	477 (0.9)	()	()	()
来訪者 満足度 (%)	目標	52.0 (54.0)	54.0 (60.0)	55.0 (60.0)	60.0 (62.0)	62.0 (64.0)	64.0 (66.0)
	実績	56.1 (60.0)	59.0 (68.0)	62.2 (65.0)	()	()	()
リピーター 率 (%)	目標	32.0 (0.1)	30.0 (0.3)	34.0 (0.4)	35.0 (0.5)	38.0 (0.5)	39.0 (0.6)
	実績	34.5 (0.5)	38.0 (0.5)	34.8 (0.1)	()	()	()

活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

【主な収入】 会費収入(一般、行政)約11.6百万円 ・事業収入10,0百
万円 ・収益事業(物品販売、旅行業手数料等) 約1.5百万円
・受託事業約27.9百万円 ・合計約51.0百万円

【総支出】 50.6百万円(一般管理費12.3百万円、事業費39.3百万円)

※令和 3年3月期決算

【自律的・継続的な活動に向けた運営資金確保の取組・方針】

・令和3年度「JSTS-Dモデル地区」として「環境文化協力金」アンケート調査