観光地域づくり法人形成･確立計画

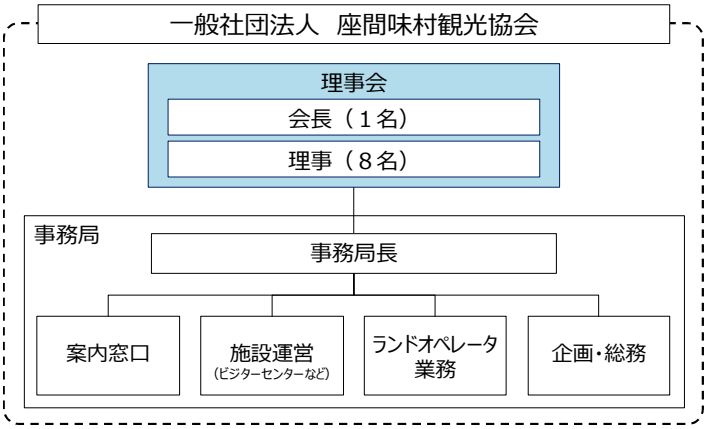
記入日：令和７年７月２５日

１．観光地域づくり法人の組織

申請区分 ※該当するものを〇で囲むこと	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）座間味村観光協会	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	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	
事業年度	４月１日から翌年３月 31 日までの１年間	
職員数	17 人【常勤 7 人（正職員 6 人・出向等 1 人）、非常勤 10 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） 宮里　祐司 （出身組織名） ケラマカヤックセンター	(一社)座間味村観光協会の会長。ケラマカヤックセンターのオーナーとして長年地域の観光に携わっており、これまで座間味村議会議員を 3 期務めた経験を有する。
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） 谷口　洋基「専従」 （出身組織名） （一社）座間味村観光協会	阿嘉島臨海研究所研究員として 17 年間勤務、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）	氏名） 開尾　宏美「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団体旅行等の受け入れ担当。

様式１

<table>
<tr><td>※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</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>インバウンド対応の責任者（専門人材）</td><td>（氏名）
バティスト・ジュヌヴェ・グリゾリア
（出身組織名）
座間味村役場</td><td>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。</td></tr>
<tr><td>連携する地方公共団体の担当部署名及び役割</td><td colspan="2">座間味村役場船舶観光課</td></tr>
<tr><td>連携する事業者名及び役割</td><td colspan="2">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）
座間味マリンレジャー協会（シーカヤック、SUP 等のマリンレジャープログラムの提供）
座間味村ホエールウォッチング協会（ホエールウォッチング等のプログラムの提供）
座間味村漁業協同組合（商品企画）
環境省（国立公園ステップアッププログラム、ビジターセンターの活用）</td></tr>
<tr><td>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</td><td colspan="2">【該当する登録要件】①
（概要）DMO である（一社）座間味村観光協会の理事会は、行政、マリンレジャー、宿泊、飲食業等の分野に携わる関係者の代表で構成</td></tr>
<tr><td>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</td><td colspan="2">定期的に住民参加型の各種講習会等を開催するほか、地域住民への啓発を目的としたシンポジウムやワークショップを開催</td></tr>
<tr><td>法人のこれまでの活動実績</td><td colspan="2">【活動の概要】
<table>
<tr><th>事業</th><th>実施概要</th></tr>
<tr><td>情報発信・プロモーション</td><td>・県内外における観光プロモーション（ツーリズム EXPO ジャパン等）
・SNS を活用した地域の情報発信
・ビジターセンターでの地域の情報発信</td></tr>
<tr><td>受入環境の整備</td><td>・国立公園ビジターセンター「さんごゆんたく館」および「青のゆくる館」の管理・運営および観光案内窓口での地域の情報発信</td></tr>
<tr><td>観光資源の磨き上げ</td><td>・海岸清掃（観光客参加型のビーチクリーン「マナティプロジェクト等」）
・令和 5 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
・令和 5 年度慶良間諸島国立公園（阿嘉地域）海域の適正利用推進業務</td></tr>
</table></td></tr>
</table>

	・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 **【定量的な評価】** ビジターセンターにおけるきめ細やかな観光情報の発信、SNS を活用した地域の情報発信に努めてきた。また、県内外の観光イベントにも積極的に出展し、地域の PR を行なってきた。さらに、地域の主たる観光資源であるサンゴ礁生態系を保全するためのモニタリング調査や調査データに基づいた地域住民との情報交換会を開催した。
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）座間味村観光協会の意思決定機関である理事会には、宿泊、飲食、アクティビティ、行政、など幅広い関係者が理事として参画しており、官民が密に連携した運営体制となっている。 **【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】

座間味村は、那覇市の西約 40㎞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であり、人口は 1000 人に満たない。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」に指定された。

（一社）座間味村観光協会は、当該地域の観光拠点となる座間味島の「青のゆくる館」、阿嘉島の「さんごゆんたく館」の 2 つの国立公園ビジターセンターの管理運営委託を受けており、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。

【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。年間観光客の大半が夏期（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、その年の台風接近等による船の運休の頻度が入込客数、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り、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。コロナ禍では入込客数がかなり落ち込んだが、現在はコロナ禍前と同等かそれ以上に増加している。その要因の一つとして、インバウンド観光客の大幅な増加が考えられる。

【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」

・国立公園ビジターセンター「青のゆくる館」

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。

（商業施設）

・シアタードーム

観光客、地域住民の地域の自然を学ぶ場として活用。

（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などが見られ、多くの観光客がダイビングなどのマリンアクティビティやゆっくりとした時間を過ごす場となっている。

（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

マリンアクティビティなどの自然体験だけでなく、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等

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となっている。

（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】

令和７年７月現在					
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）**
44	**1351**	**13**	**354**	**57**	**1705**

【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

・フェリー（１往復／日）　那覇泊港から 1 時間 30 分

・ヘリタクシー（オンデマンド）那覇空港から 15 分

（二次交通）

・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、電動キックボード、電動トゥクトゥク

【外国人観光客への対応】

・CIR（国際交流員）による多言語対応

・ビジターセンターの展示の多言語対応

・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

・キャッシュレス決済の普及促進

・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）

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。	船内、観光案内窓口にてアンケート調査を実施。
延べ宿泊者数	宿泊者数の推移を把握するため。	船舶利用者データを活用して実施。
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。	船内、観光案内窓口にてアンケート調査を実施。
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。	船内、観光案内窓口にてアンケート調査を実施。
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。	座間味の観光情報が掲載されている座間味村観光協会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。	聞き取り調査を実施。

平均滞在日数	旅行消費額、延べ宿泊者数の増加に繋げるため。	船舶利用者データを活用して実施。
日帰り率	日帰り客の割合の減少に繋げるため。	船舶利用者データを活用して実施。

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

座間味村は美しいサンゴ礁の海に恵まれた地域であるため、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ンアクティビティ、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環境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） ・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 つの島があり、幅広い顧客を魅了 ・那覇からのアクセス（高速船で 50 分） ・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 5 割以上	弱み（Weaknesses） ・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 ・宿泊業者の高齢化等のため素泊まりの宿が増え、小規模の教育旅行しか受入れられない ・小規模離島ゆえの地域医療体制の脆弱性（コロナ等ではリスクが高い）
外部環境	機会（Opportunity） ・国立公園認定による認知度の向上 ・エコツーリズムの認知度向上 ・観光客による SNS 等による情報発信	脅威（Threat） ・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 ・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

○第１ターゲット層 マリンアクティビティ―愛好家
○選定の理由 ・SUP やカヤックなどのマリンアクティビディは、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。 ○取組方針 ・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。
○ターゲット層 欧米からの外国人観光客
○選定の理由 ・ 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。 ・ 欧米系の観光客は、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。 ○取組方針 ・ 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。 ・観光案内窓口に国際交流員（現在フランス人が在籍）を配置し満足度の高い案内を実施。

（４）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	「世界が恋する海」
②コンセプトの考え方	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立公園に指定されており、国内外からダイビングをはじめマリン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やすさがあるため、リピーターが多い。今後は、マリン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。

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。	・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。 ・行政、漁業組合、商工会、マリン事業者等からなるサンゴ礁の保全・再生に係る情報連絡会の開催。
	・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。 ・主要な観光資源であるサンゴ礁の現状と対策を検討するため現地調査結果に基づいた情報連絡会を年１回開催する。
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	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。
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	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一元的に発信する。また、観光協会ホームページのほか、SNS を活用して地元のより細かな情報を随時発信していく。

※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		2022 （Ｒ４） 年度	2023 （Ｒ５） 年度	2024 （Ｒ６） 年度	2025 （Ｒ７） 年度	2026 （Ｒ８） 年度	2027 （Ｒ９） 年度
●旅行消費額（百万円）	目標	3,000	3,500	3,600	3,700	3,800	3,900
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	2,714	3,413	3,447			
		（ ）	（ ）	（ ）			
●延べ宿泊者数（千人）	目標	60	61	62	63	64	65
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	57	65	60			
		（ ）	（ ）	（ ）			
●来訪者満足度（%）	目標	90.0	90.0	90.0	90.0	90.0	90.0
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	90.2	92.2	88.0			
		（ ）	（ ）	（ ）			

様式１

●リピーター率（%）	目標	50.0	50.0	50.0	50.0	50.0	50.0
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	45.4	49.5	54.0			
		（ ）	（ ）	（ ）			

※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。2022 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。2022 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」、「満足」、「やや満足」の割合を示している）。今後も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細やかな情報提供などを通して満足度の向上を図る。

●リピーター率
ビジターセンターでの満足度の高い運営を行い、村内二次交通をより充実したものにすることで、初めての来訪者や日帰り観光客の満足度を上げ、また訪れたい観光地を目指す。

（２）その他の目標

指標項目		2022（Ｒ４）年度	2023（Ｒ５）年度	2024（Ｒ６）年度	2025（Ｒ７）年度	2026（Ｒ８）年度	2027（Ｒ９）年度
●平均滞在日数（日）	目標	2.24	2.25	2.26	2.27	2.28	2.29
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	2.13	2.01	1.88			
		（ ）	（ ）	（ ）			
●日帰り率（%）	目標	44.6	44.5	44.4	44.3	44.2	44.1
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	49.7	52.9	57.0			
		（ ）	（ ）	（ ）			

※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ないケースもあり、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。

（１）収入

年（年度）	総収入（円）	内訳（具体的に記入すること）
2022（Ｒ４）年度	54,488,000（円）	【村からの補助金】 16,618,000 【収益事業】 35,173,000 【会費】 2,657,000 （円）
2023（Ｒ５）年度	58,828,000（円）	【村からの補助金】 17,539,000 【収益事業】 38,567,000 【会費】 2,722,000 （円）
2024（Ｒ６）年度	71,290,000（円）	【村からの補助金】 20,231,000 【収益事業】 48,137,000 【会費】 2,922,000 （円）
2025（Ｒ７）年度	72,000,000（円）	【村からの補助金】 20,000,000 【収益事業】 49,000,000 【会費】 3,000,000 （円）
2026（Ｒ８）年度	72,000,000（円）	【村からの補助金】 20,000,000 【収益事業】 49,000,000 【会費】 3,000,000 （円）
2027（Ｒ９）年度	72,000,000（円）	【村からの補助金】 20,000,000 【収益事業】 49,000,000 【会費】 3,000,000 （円）

（２）支出

年（年度）	総支出	内訳（具体的に記入すること）
2022（Ｒ４）年度	24,650,000（円）	【一般管理費】 19,719,000 【情報発信・プロモーション】 1,820,000 【事業費】 2,242,000 【受入環境整備等の着地整備】 869,000 （円）
2023（Ｒ５）年度	22,740,000（円）	【一般管理費】 18,694,000 【情報発信・プロモーション】 1,928,000 【事業費】 1,528,000 【受入環境整備等の着地整備】 590,000 （円）
2024（Ｒ６）年度	33,897,000（円）	【一般管理費】 28,179,000 【情報発信・プロモーション】 2,270,000 【事業費】 2,542,000 【受入環境整備等の着地整備】 906,000 （円）
2025（Ｒ７）年度	34,700,000（円）	【一般管理費】 29,200,000 【情報発信・プロモーション】 2,300,000 【事業費】 2,600,000 【受入環境整備等の着地整備】 600,000 （円）
2026（Ｒ８）年度	34,700,000（円）	【一般管理費】 29,200,000 【情報発信・プロモーション】 2,300,000 【事業費】 2,600,000 【受入環境整備等の着地整備】 600,000 （円）
2027（Ｒ９）年度	34,700,000（円）	【一般管理費】 29,200,000 【情報発信・プロモーション】 2,300,000 【事業費】 2,600,000 【受入環境整備等の着地整備】 600,000 （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

DMO が運営するビジターセンター内のカフェ、物販の売上を軌道に乗せることで資金の確保を行う。また、新たな事業として、二次交通の脆弱な阿嘉島において電動トゥクトゥクのレンタル事業を 2024 年 6 月より開始している。

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

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。

様式１

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）

【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】

重複なし

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
ＦＡＸ番号	098-987-3536
Ｅ－ｍａｉｌ	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	仲宗根　寛
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
ＦＡＸ番号	098-987-2329
Ｅ－ｍａｉｌ	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）	
ＦＡＸ番号	
Ｅ－ｍａｉｌ	

様式１

（登録）【地域DMO】一般社団法人座間味村観光協会

様式2

記入日： 令和7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】
沖縄県島尻郡座間味村
【設立時期】 平成24年10月1日
【設立経緯】
区域の観光協会がDMOに移行
【代表者】 宮里　祐司
【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】 17人（常勤7人（正職員6人・出向等1人）、非常勤10人）
【主な収入】
　収益事業　48百万円、補助金　20百万円、会費　3百万円（令和6年度決算）
【総支出】
事業費　3百万円、一般管理費　28百万円、情報発信・プロモーション　2百万円（令和6年度決算）
【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

KPI（実績・目標）

※（　）内は外国人に関するもの。

項目		2022（R4）年度	2023（R5）年度	2024（R6）年度	2025（R7）年度	2026（R8）年度	2027（R9）年度
旅行消費額（百万円）	目標	3,000（　）	3,500（　）	3,600（　）	3,700（　）	3,800（　）	3,900（　）
	実績	2,714（　）	3,413（　）	3,447（　）	—	—	—
延べ宿泊者数（千人）	目標	60（　）	61（　）	62（　）	63（　）	64（　）	65（　）
	実績	57（　）	65（　）	60（　）	—	—	—
来訪者満足度（%）	目標	90.0（　）	90.0（　）	90.0（　）	90.0（　）	90.0（　）	90.0（　）
	実績	90.2（　）	92.2（　）	88.0（　）	—	—	—
リピーター率（%）	目標	50.0（　）	50.0（　）	50.0（　）	50.0（　）	50.0（　）	50.0（　）
	実績	45.4（　）	49.5（　）	54.0（　）	—	—	—

戦略

【主なターゲット】
マリンアクティビティ―愛好家

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
・SNS等を活用した情報発信
・現地でのワークショップ等の実施
・県内外における誘客促進イベントへの出展

【観光地域づくりのコンセプト】
「世界が恋する海」

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】
・サンゴ礁のモニタリング調査
・海域の適正利用の推進
・地元関係者と情報連絡会を開催

【受入環境整備】
・ビジターセンターの管理・運営
・ビーチクリーン活動

【情報発信・プロモーション】
・ツーリズムEXPOジャパン等によるプロモーション
・SNSによる情報発信
・ビジターセンターにおける情報発信