観光地域づくり法人形成･確立計画

記入日：令和７年６月１１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）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 奄美市・龍郷町・瀬戸内町・宇検村・大和村	
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	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５人（正職員４人・出向等１人）、非常勤２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 （株）有村商事	㈱有村商事の代表取締役社長、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、様々な取り組みでリーダーシップを発揮している。
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） ショースタク　幸子	一社）あまみ大島観光物産連盟職員（専従） 看護師としての勤務経験があり、奄美群島地域通訳案内士としての活動もしている。 また、米国での生活経験もあり当 DMO のインバウンド業務やクルーズ船受入業務を担当している。
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） 山　田　　春　輝	一社）あまみ大島観光物産連盟事務局長（専従） 奄美市役所を退職後、奄美市社会福祉協議会事務局長を経て、令和５年度から当連盟の事務局長として勤務し、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っている。
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は、氏名の右	プロジェクトリーダー （氏名）勝　　眞一郎 （出身組織名） サイバー大学教授 鹿児島大学大学院 特任教授	総務省地域アドバイザーや奄美市総合戦略会議の座長などを務め、地域づくり戦略等についてのプロモーションに高い能力を持つ。 また、一社）あまみ大島観光物産連盟のプロジェクトリーダーとして DMO の各種事業について指導や助言を行っている。

様式１

<table>
<tr><td>横に「専従」と記入すること</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>各部門（例：旅行商品の造成･販売）の責任者（専門人材）</td><td></td><td></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">奄美市紬観光課・龍郷町企画観光課・瀬戸内町水産観光課・
大和村企画観光課・宇検村企画観光課
・市町村間の情報交換を通し地域連携 DMO としての役割や対策等の協議を行うと共に連盟の理事としても事業運営等に助言を行う。</td></tr>
<tr><td>連携する事業者名及び役割</td><td colspan="2">・（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・受入れ）
・奄美空港ターミナルビル（空港での総合案内）</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】②
（概要）観光事業者、宿泊事業者、交通事業者、飲食事業者、特産品事業者、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、商店街、行政、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</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">・住民意識調査を毎年行っている。</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>〇平成 28 年度
【平成 28 年度 DMO 推進事業】
・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）
・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。
・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）
・イベント事業
奄美観光の具体的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」）
・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 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）

〇平成 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）</td></tr></table></td></tr>
</table>

様式１

			○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為の広報・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 ○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ビティを利用する方向けの料金助成事業事務局 ○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ビティを利用する方向けの料金助成事業事務局 ○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ビティを利用する方向けの料金助成事業事務局 ○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 【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ビティを利用する方向けの料金助成事業事務局	

様式１

		○令和５年度 【令和５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 WEB プロモーションサイト（あまみっけ。）（のんびり奄美）のリニューアル 【令和５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イベント、コンベンション、学生スポーツ合宿やゼミ活動を奄美大島で行う団体への料金助成事業事務局。 ○令和６年度 【令和６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。）（のんびり奄美）のリニューアルを行い、WEB サイト（あまみの、）へ一本化し強化を図った。 【令和６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イベント、コンベンション、学生スポーツ合宿やゼミ活動を奄美大島で行う団体への料金助成事業事務局。
	受入環境の整備	○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 ○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。 ○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） 【令和元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。 ○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）

			【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。 【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と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。 【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） 【令和２年度奄美群島エコツーリズム魅力体験事業】 ・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 【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 【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 【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。当初は奄美市だけで行っていたが、島内５市町村へ拡大した。 ○令和３年度 【令和３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 【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。 【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） 【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 【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を実施 【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 ○令和４年度 【令和４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 【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 【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 【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 【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。	

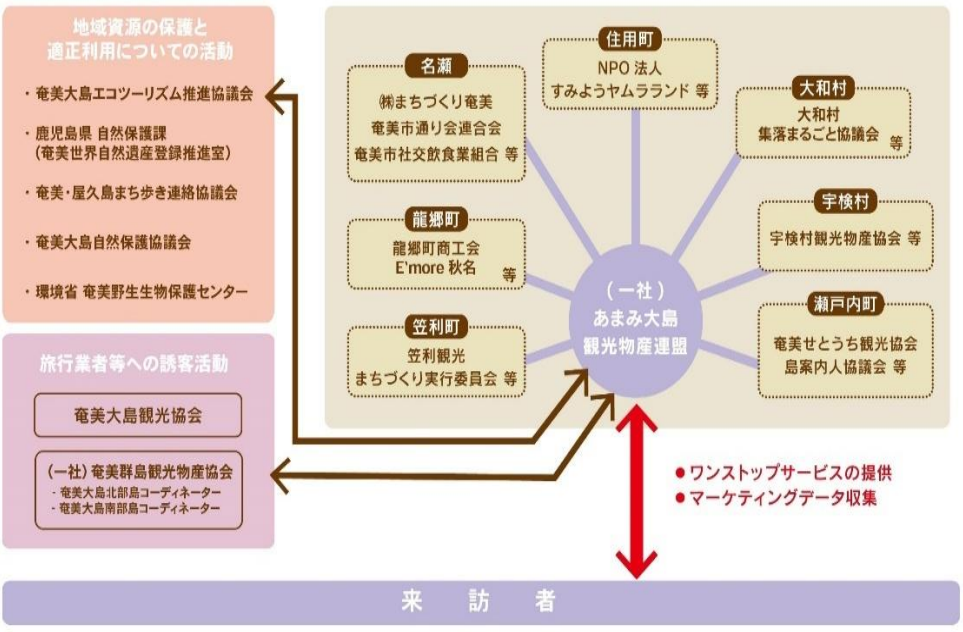
		○令和５年度 【令和５年度観光拠点連携情報発信事業】 ・観光満足度調査 観光客満足度、観光従事者満足度、住民意識調査を行った 【令和５年度クルーズ船受入体制強化業務委託】 ・名瀬港に寄港するクルーズ船のための観光案内、通訳手配、送迎セレモニーを行った。 【令和５年度奄美大島周遊観光受入環境事業】 ・自転車やＥバイクといった、人力による移動手段で旅を楽しむ旅行者に向けた、ルート情報や観光体験の魅力を発信するとともに、受入体制の整備を図った。 ○令和６年度 【令和６年度観光拠点連携情報発信事業】 ・観光満足度調査 観光客満足度、観光従事者満足度、住民意識調査を行った 【令和６年度クルーズ船受入体制強化業務委託】 ・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。 【クリーンキャンペーンの実施】 ・大島本島内の景勝地２ヶ所の清掃を行った
	観光資源の磨き上げ	○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 ○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 【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 ○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 ○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 ○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 ○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

様式１

		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 ・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して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 ○令和５年度 【令和５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 ○令和６年度 【令和６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 講師を招聘しパッケージプランの提案方法とリスクマネジメントの考え方について２回の講演を行った

【定量的な評価】

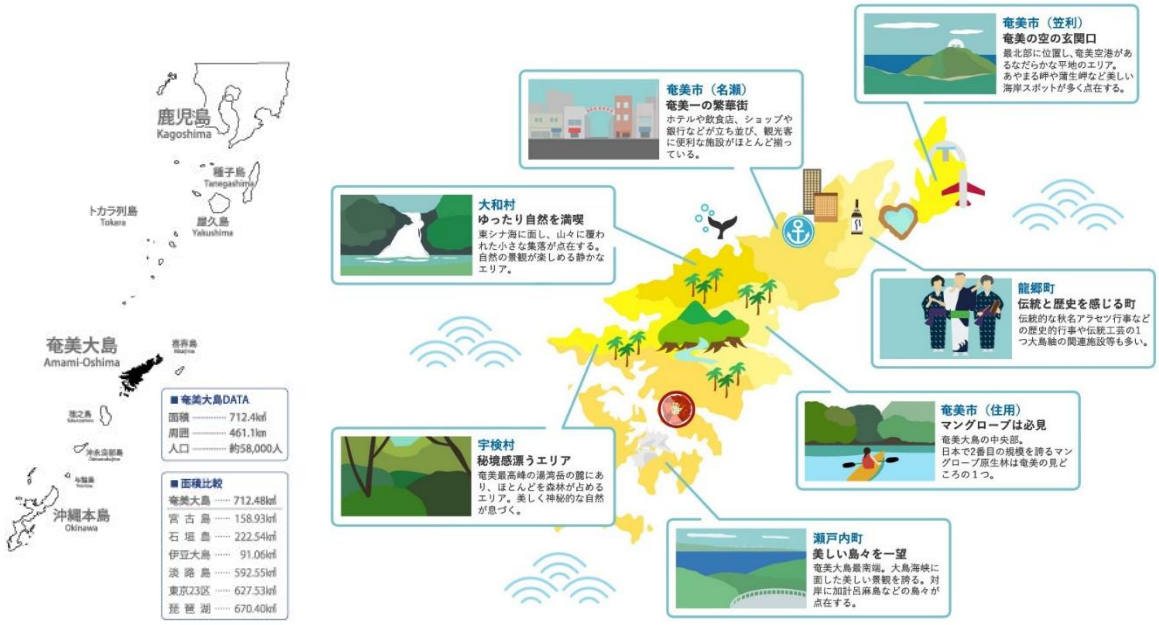
平成 27 年　422,527 人（対前年比　28,873 人：　7.3%）
平成 28 年　431,740 人（対前年比　9,213 人：　2.2%）
平成 29 年　473,704 人（対前年比　41,964 人：　9.7%）
平成 30 年　529,587 人（対前年比　55,883 人：　11.8%）
令和元年　530,349 人（対前年比　762 人：　0.1%）
令和２年　313,838 人（対前年比△219,511 人：△40.8%）
令和３年　331,412 人（対前年比　17,452 人：　5.6%）
令和４年　414,798 人（対前年比　83,386 人：　25.2%）
令和５年　483,877 人（対前年比　69,079 人：　16.7%）
令和６年　496,984 人（対前年比　13,107 人：　2.7%）

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】** 

様式１

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】

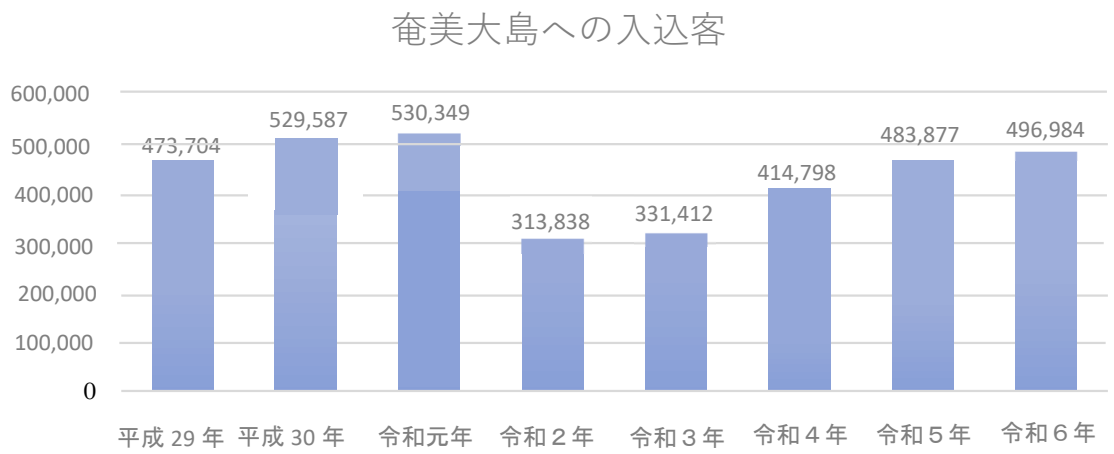
奄美大島は平地が少なく山に囲まれているため、各集落間の行き来は島内でも船を使うことが主であった。そのため、集落ごとの文化や独立性の高い島民性が育まれていった。

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整備されていったが、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 年の平成の市町村合併により、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 28 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、新型コロナ感染症の蔓延により令和２年は入込客が抑えられ、前年の半分ほどに落ち込んだ。令和６年末にかけてはコロナ前の 93%まで回復してきた。

○観光満足度調査

項目	平成 30	令和元	令和２	令和３	令和４	令和５	令和６
旅行全体の満足度	56.33%	59.06%	62.24%	47.70%	45.05%	48.46%	49.67%
宿泊の満足度	39.59%	42.42%	41.93%	35.47%	30.69%	34.55%	37.44%
食事の満足度	48.57%	49.11%	47.50%	39.61%	38.66%	40.46%	43.57%
土産の満足度	33.06%	30.09%	32.47%	26.93%	26.37%	27.58%	30.74%
公共交通機関の利便性	25.31%	23.03%	26.53%	11.67%	9.44%	9.47%	11.71%
観光施設	27.76%	25.78%	27.27%	29.38%	29.74%	31.67%	33.91%
自然景観	68.98%	72.51%	74.40%	61.29%	57.17%	59.10%	57.81%
ホスピタリティ	51.84%	50.30%	53.53%	41.92%	36.67%	42.46%	43.92%
観光客の宿泊日数	2.49 泊	2.60 泊	2.61 泊	2.80 泊	2.72 泊	2.61 泊	2.66 泊
観光客の消費額	¥51,566	¥57,508	¥63,354	¥65,082	¥64,525	¥71,808	¥73,594
観光客のリピーター率	35.10%	38.04%	34.82%	34.64%	35.84%	41.48%	40.59%

令和６年度は、満足度は全体的に回復しているが公共交通機関の利便性は以前として低い。調査項目全体としては回復傾向にあり、今後とも各事業所と連携を取り、リピータを増やしていきたい。

【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
- 奄美自然観察の森
- 奄美龍郷 島ミュージアム
- 西郷南洲流謫跡
- 西郷小浜公園
- 奄美海洋展示館
- 奄美市立博物館
- 本場奄美大島紬協同組合
- 黒潮の森 マングローブパーク
- 奄美大島世界自然遺産センター
- 環境省奄美野生生物保護センター
- アマミノクロウサギミュージアム QuruGuru
- 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
- 味の郷かさり
- 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
- 奄美温泉大和ハナハナビーチリゾート

○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］*奄美では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、鹿児島本土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。汁気が多い「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、古い時代から舟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「薗家住宅」「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
・奄美ヨーリヨーリラン（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ヶ所での夏祭り
・日本復帰の日

様式１

【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）

市町村	軒数	一般	団体
奄美市	１５７	３，１０９	１，９２３
大和村	１４	１５２	８８
宇検村	９	１２５	１１１
瀬戸内町	９３	９１０	４２０
龍郷町	５８	７７７	２９１
合　計	３３１	５，０７３	２，８３３

【利便性：区域までの交通、域内交通】

○区域までの交通

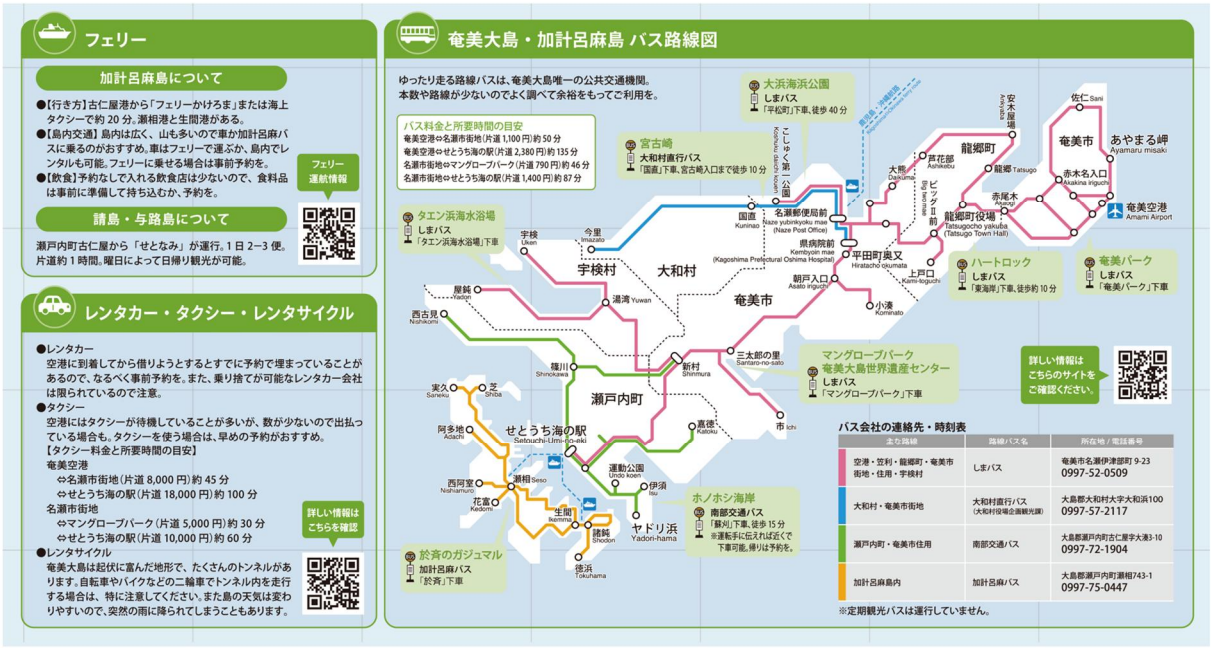
飛行機でのアクセス

出発空港	飛行時間	運航会社
羽田空港	約２時間半	JAL グループ
成田国際空港	約３時間	Peach
伊丹空港	約２時間	JAL グループ
関西国際空港	約２時間	Peach
福岡空港	約１時間半	JAL グループ
鹿児島空港	約１時間	JAL グループ Skymark
那覇空港 ※経由便	経由地による	JAL グループ
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 ※経由便	経由地による	JAL グループ
与論空港 ※経由便	経由地による	JAL グループ

フェリーでのアクセス

船名	航路
鹿児島～奄美群島～沖縄	
フェリー波之上 フェリーあけぼの クイーンコーラルプラス クイーンコーラルクロス	**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）
フェリーきかい フェリーあまみ	**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）
鹿児島～トカラ列島～奄美大島	
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）

○域内の交通



【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
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。
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。
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。

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はなく、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。最近、本土からのＩターン者が増えており、島の基幹産業が観光に移り変わろうとしている今、共に協力し奄美らしい観光地の姿を探っていかなければならない。

（２）地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	強み（Strengths） ・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が宿泊する ・山と海の近さを含め、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）	弱み（Weaknesses） ・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の為、二次交通への不満が多い ・インバウンドのための対策が遅れている ・魅力的な観光商品とお土産などがまだ少ない
外部環境	機会（Opportunity） ・インバウンドの回復 ・世界自然遺産に登録されたことによる沖縄との連携 ・屋久島との近さ（同じ県内に二つの世界自然遺産があるのは鹿児島県のみ）	脅威（Threat） ・旅に安さを求める層の増加 ・働く人口の減少（人手不足） ・オーバーツーリズムによる環境破壊 ・天候（災害・台風等による欠航） ・島外からの観光事業者の進出（ガイド等）

※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

〇第１ターゲット層
関東・関西の２大都市圏在住の 20 代～40 代

〇選定の理由
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。

〇取組方針
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ィ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。

○ターゲット層 自然に興味のある外国人の富裕層
○選定の理由 国が推奨している「地方における高付加価値なインバウンド観光地づくりモデル観光地 11 地域」に沖縄と共に選定されておりインバウンドへの対応が進められている為 ○取組方針 奄美・沖縄における外国人の動向を把握するための調査等を行い、外国人の奄美に対する認知度等をオンラインで把握し、対策を検討していく。
○ターゲット層 すべての日本国民
○選定の理由 メディアで奄美大島が取り上げられる機会が増え、奄美に興味を持っている人が増えているように感じる。（パンフレット等の送付依頼が増えている） ○取組方針 ホエールウォッチングやマングローブカヌーなど海外に行かなくても体験できる自然が多く残っており、WEB サイトや SNS を有効に活用し周知していく。

（４）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	誰もが訪れたくなる島、いつまでも暮らしたい島
②コンセプトの考え方	*「誰もが訪れたくなる島」*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。 *「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。

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。	①DMO 定例会/月１回 ②５市町村観光担当課月例会/年４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 ⑤インバウンド専門部会/年 2～3 回

	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 ⑤「第３次中長期観光戦略」策定に向けて奄美大島が目指すインバウンド戦略を協議する
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	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１７４名　令和７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。
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	・Web サイトの運営（「あまみの､」と英語サイト「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

※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	¥64,600	¥65,900	¥67,200	¥68,600	¥69,900	¥75,000
		（－）	（－）	（－）	（－）	（－）	（－）
	実績	¥64,525	¥71,808	¥73,594			
		（－）	（　）	（－）			
●延べ宿泊者数（千人）	目標	772	865	969	1,091	1,226	1,272
		（－）	（－）	（－）	（－）	（－）	（－）
	実績	789	884	925			
		（－）	（－）	（－）			
●来訪者満足度（%）	目標	63.5%	64.8%	66.1%	67.4%	68.7%	70.0%
		（－）	（－）	（－）	（－）	（－）	（－）
	実績	45.05%	48.46%	49.67%			
		（－）	（－）	（－）			
●リピーター率（%）	目標	35.5%	36.2%	37.0%	37.7%	38.4%	41.5%
		（－）	（－）	（－）	（－）	（－）	（－）
	実績	35.84%	41.48%	40.59%			
		（－）	（－）	（－）			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

様式１

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。
　　2027(R9)年度については、2024(R6)年度の実績の２%増とした。
●延べ宿泊者数
実績：入込客数×観光客の割合（0.7）×宿泊日数
　　宿泊日数は、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%増をとする。
●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%増をとする。
●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%増をとする。
　　2027(R9)年度については、実績が目標より高かったので 2023(R5)年度の実績とした。

（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
●住民意識調査（%）	目標	12.40%	14.30%	16.40%	18.90%	21.70%	48.10%
		（－）	（－）	（－）	（－）	（－）	（－）
	実績	41.50%	52.60%	47.60%			
		（－）	（－）	（－）			
●Web サイトのアクセス状況（%）	目標	1,670,000	1,670,000	1,670,000	1,670,000	1,670,000	1,670,000
		（－）	（－）	（－）	（－）	（－）	（－）
	実績	1,765,945	1,420,188	1,138,723			
		（－）	（－）	（－）			
	目標						
		（　）	（　）	（　）	（　）	（　）	（　）
	実績						
		（　）	（　）	（　）			
	目標						
		（　）	（　）	（　）	（　）	（　）	（　）
	実績						
		（　）	（　）	（　）			
	目標						
		（　）	（　）	（　）	（　）	（　）	（　）
	実績						
		（　）	（　）	（　）			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

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】

世界自然遺産登録及びコロナ禍における全国旅行支援の影響でこの２年間の実績は上がったが、LCC の減便、世界自然遺産登録意識の薄れによる観光流入減少を鑑み、当初計画していた通りの目標数値を堅実に達成していく事を目標とする。

ＷＥＢについて

社会情勢等を考慮しマーケティング委員会において話し合いの結果設定した。

【設定にあたっての考え方】

●住民意識調査

実績：生活への影響を８段階で答えるものの内、生活が良くなったと回答した割合。（上位３）

●ＷＥＢについて

目標：過去のアクセス実績、社会情勢等を考慮しマーケティング委員会において話し合いの結果設定した。Ｒ９年度は過去３年間の実績の平均の２％増にした。

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	26,584,262（円）	【会費】 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	39,087,952（円）	【会費】 3,112,500 円 【市町村からの補助金】 8,500,000 円 【収益事業】 15,113,510 円 【受託事業】 12,102,981 円 【その他】 258,961 円
2024（Ｒ６）年度	30,857,045（円）	【会費】 3,236,250 円 【市町村からの補助金】 8,500,000 円 【収益事業】 11,514,159 円 【受託事業】 7,487,846 円 【その他】 118,790 円
2025（Ｒ７）年度	30,482,400（円）	【会費】 3,235,000 円 【市町村からの補助金】 11,000,000 円 【収益事業】 11,010,000 円 【受託事業】 5,236,400 円 【その他】 1,000 円
2026（Ｒ８）年度	30,482,400（円）	【会費】 3,235,000 円 【市町村からの補助金】 11,000,000 円 【収益事業】 11,010,000 円

		【受託事業】 【その他】	5,236,400 円 1,000 円
2027（Ｒ９） 年度	30,482,400（円）	【会費】 【市町村からの補助金】 【収益事業】 【受託事業】 【その他】	3,235,000 円 11,000,000 円 11,010,000 円 5,236,400 円 1,000 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	27,799,564（円）	【事務局費】 【自主事業】 【受託事業】	13,616,686 円 10,746,478 円 3,436,400 円
2023（Ｒ５） 年度	35,511,086（円）	【事務局費】 【自主事業】 【受託事業】	9,965,431 円 13,442,674 円 12,102,981 円
2024（Ｒ６） 年度	30,934,631（円）	【事務局費】 【自主事業】 【受託事業】	13,036,807 円 10,409,978 円 7,487,846 円
2025（Ｒ７） 年度	30,482,400（円）	【事務局費】 【自主事業】 【受託事業】	14,636,000 円 10,610,000 円 5,236,400 円
2026（Ｒ８） 年度	30,482,400（円）	【事務局費】 【自主事業】 【受託事業】	14,636,000 円 10,610,000 円 5,236,400 円
2027（Ｒ９） 年度	30,482,400（円）	【事務局費】 【自主事業】 【受託事業】	14,636,000 円 10,610,000 円 5,236,400 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に検討する」こととし､令和７年３月 21 日に検討委員会として「一人一泊 200 円の宿泊税を徴収するのが望ましい」ということを奄美市長に対し答申した。この検討委員会に当連盟からも委員として参加した。
・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ビティ手配、バイクや車いすの等のレンタル、物販などの収入が発生する事業を行っていきたい。

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

鹿児島県奄美市・龍郷町・瀬戸内町・大和村・宇検村は、一般社団法人あまみ大島観光物産連盟を奄美大島５市町村における地域連携ＤＭＯとして登録したいので一般社団法人あまみ大島観光物産連盟と共に申請いたします。

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）

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
ＦＡＸ番号	0997-57-6244
Ｅ－ｍａｉｌ	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	金城　雅明
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
ＦＡＸ番号	0997-52-1364
Ｅ－ｍａｉｌ	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	山田　翔平
担当部署名（役職）	企画観光課　観光係主査
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
ＦＡＸ番号	0997-62-2535
Ｅ－ｍａｉｌ	kikakukanko@town.tatsugo.lg.jp

様式１

都道府県･市町村名	鹿児島県瀬戸内町
担当者氏名	満　　拓也
担当部署名（役職）	水産観光課　観光振興係長
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
ＦＡＸ番号	0997-72-1120
Ｅ－ｍａｉｌ	kankou@town.setouchi.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　観光係長
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
ＦＡＸ番号	0997-57-2161
Ｅ－ｍａｉｌ	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　観光係長
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
ＦＡＸ番号	0997-67-2987
Ｅ－ｍａｉｌ	kikaku@uken.net

（登録）【地域連携DMO】（一般社団法人あまみ大島観光物産連盟）

様式２

記入日：　令和7年6月11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】
奄美市、龍郷町、瀬戸内町、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）】　ショースタク　幸子
【財務責任者（CFO）】　山田　春輝
【職員数】　7人（常勤5人（正職員4人・出向等1人）、非常勤2人）
【主な収入】
会費等12百万円、収益事業12百万円、委託事業7百万円
（6年度決算）
【総支出】
事業費18百万円、一般管理費13百万円　　（6年度決算）
【連携する主な事業者】
（一社）奄美大島観光物産協会、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、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	￥64,600（　）	￥65,900（　）	￥67,200（　）	￥68,600（　）	￥69,900（　）	￥75,000（　）
	実績	￥64,525（　）	￥71,808（　）	￥73,594（　）	—	—	—
延べ宿泊者数（千人）	目標	772（　）	865（　）	969（　）	1,091（　）	1,226（　）	1,272（　）
	実績	789（　）	884（　）	925（　）	—	—	—
来訪者満足度（%）	目標	63.5%（　）	64.8%（　）	66.1%（　）	67.4%（　）	68.7%（　）	70.0%（　）
	実績	45.05%（　）	48.46%（　）	49.67%（　）	—	—	—
リピーター率（%）	目標	35.5%（　）	36.2%（　）	37.0%（　）	37.7%（　）	38.4%（　）	41.5%（　）
	実績	35.84%（　）	41.48%（　）	40.59%（　）	—	—	—

戦略

【主なターゲット】
・関東、関西の2大都市圏在住の20代～40代
・自然に興味のある外国人の富裕層
・すべての日本国民
【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
・世界自然遺産登録地として周知に向けた取り組みや体験メニューを次世代を担う子供を持つ親世代に紹介していく。
【観光地域づくりのコンセプト】
・誰もが訪れたくなる島
・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】
・着地型講師招聘事業
（宿泊者向けのパッケージツアーの提案方法に関する研修会）
（ガイド向けのリスクマネジメントの考え方に関する研修会）
【受入環境整備】
・クルーズ船受入時の対応
・観光満足度調査
・クリーンキャンペーン実施

【情報発信・プロモーション】
・2つのwebサイトの運営
（あまみの、・ExploreAmami）
・ガイドマップの発行と配布
（年間5万部）

【その他】
・トレイルマップ販売