観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和７年８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	一般社団法人北谷ツーリズムデザインラボ	
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 沖縄県中頭郡北谷町	
所在地	沖縄県北谷町	
設立時期	平成２８年６月２８日	
事業年度	７月１日から翌年６月３０日までの１年間	
職員数	６人【常勤４人（正職員１人・出向等３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） 久高　唯明 株式会社 オー・エス・ディー	北谷町をメインに地域発展に直結する店舗開発事業を展開、多くの企業誘致等地域価値向上に取り組んでいる。自らも当該区にテナントビルを所有し、観光地域づくり、地域活性化の実績を持っている。
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） 奥原　悟「専従」 株式会社　奥原商事	40年の経営ノウハウの下、独自のマーケティングで、地域一体活性化の取り組みによるまちづくりを行い、地域の発展において、大きな実績に繋がっている。 また、地域住民とのコンセンサスを図る等観光地域の課題解決にも尽力している。 ※特定の経歴や資格など要件は設けていない。
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） 安村　祥子「専従」 株式会社　ソフィア	４０年余、沖縄県内の商工会職員として従事し、２０１５年からは事務局長として小規模事業者等の経営に寄り添い事業発展に貢献、伴走型支援に定評がある。また、ふるさと納税や地域特産品開発等、地域が一体となった発展に従事するとともに、自立型経済の立役者として貢献した実績を持っている。
事業執行責任者	（氏名） 美底　清順 美浜リアルエステート 株式会社	北谷町観光コアエリアにおいて宿泊施設を所有し、観光客の誘客手法に定評がある。北谷町西海岸を拠点に、宿泊をともなう観光地域として育て上げた実績を持っている。

様式１

プロモーション、イベント及び旅行業務取り扱い	（氏名） 奥原　ゆかり「専従」 一般社団法人 北谷ツーリズムデザインラボ	プロジェクトマネージャーとしての組織運営の経験を持ち、当法人の事務局長として従事している。旅行業の資格を取得、企画販売を行い観光客誘客に取組んでいる。特に台湾との関係性作りには定評があり、またＳＮＳを中心としたプロモーション、年間を通してイベントの企画運営を担っている。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	沖縄県中頭郡北谷町　建設経済部観光課	
連携する事業者名及び役割	・北谷町観光協会 （町内観光関連団体等との連携、観光情報の発信） ・北谷町商工会 （経済活動の推進、町内商工事業者との連携・支援） ・交通事業者 （地域内交通を通して観光動向の分析・情報の提供） ・旅行業事業者 （着地型観光商品企画・販売、受入体制の推進） ・北谷町漁業協同組合 （海業及び関連事業者を通しての観光振興、海域資源・環境を活かした地域活性化） ・（一社）デポアイランド通り会 （集客イベント開発、情報発信、観光コアエリアとしての魅力創出）	
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	【該当する登録要件】 観光関連産業の関係者、宿泊事業者、交通事業者、商工会、行政が参画し、本法人が事務局を務める協議会を設置 ・代表または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、観光関連団体、経済団体、商店街等幅広い分野の関係団体の代表者が参画。 ・当組織は積極的に商工会、観光協会等 町内観光関連団体及び北谷町と誘客事業やプロモーション等で、連携を通して観光地域のありかたについて特に現場実務者間でのスピード重視の運営推進を図っている。	
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	・定期的に防犯活動、観光振興や防災等における意見交換を開催、地域住民に誇りの持てる観光地域づくり、持続する観光地域づくりに取組んでいる。 ・地域の自治会やボランティア団体と観光客が集中するエリアの緑化や清掃活動を行い、世界から選ばれる観光地域づくりに取組んでいる。	

様式１

法人のこれまでの活動実績

【活動の概要】

事業	実施概要
情報発信・プロモーション	・主たる観光地域の飲食店情報及び店舗情報のパンフレット制作・配布 ・旅行情報専門雑誌への広告掲載 ・ＳＮＳ等ＷＥＢサイトへの動画投稿、配信 ・ｗｅｂ番組放送・配信 ・打ち上げ花火の開催 ・海外での情報発信、プロモーションイベントの実施
受入環境の整備	・観光客のエリア内シャトルサービス ・公共空間の整備 ・フリーＷｉ－Ｆｉの整備 ・防犯カメラによる安全確保 ・ウォーカブルな地域づくりの整備 ・観光リゾートエリアの景観整備 ・航空会社と連携した観光客の利便性向上に資する整備
観光資源の磨き上げ	・ウィンターイルミネーション事業 ・ＡＲＴ　ＤＩＳＴＲＩＣＴイベントの実施 ・異文化発信型交流イベントの実施 ・沖縄文化発信型交流イベントの実施 ・景観改良及び維持活動の実施 ・フォトジェニックの拡充 ・観光地域を活用した交流イベントの開発

【定量的な評価】

・店舗情報パンフレット及び飲食店情報パンフレット発行については年間２０万部発行。

・旅行情報専門紙への掲載は引き続き同規模の掲載を行い広く告知を行なっている。

・打ち上げ花火においては、毎週土曜日に行っており、それに加え、バレンタインや子供の日、クリスマス等を含め年間５５回行なっている。

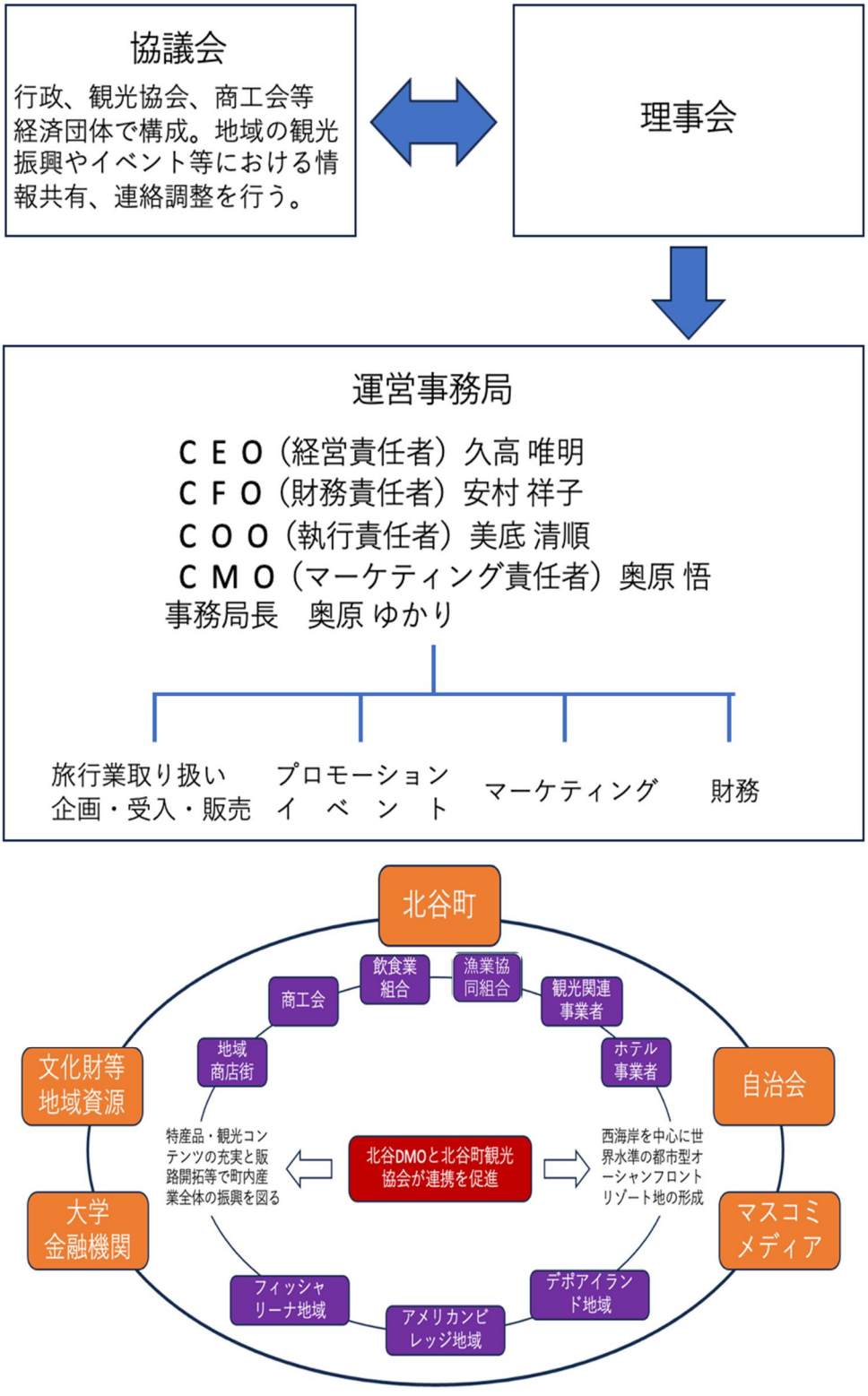
・地域住民による観光地域内の植栽手入れは週１回継続して行われ、住民と連携したおもてなしが継続されている。

・沖縄観光の閑散期において毎年行われているウィンターイルミネーション事業は本年度も継続開となり、多くの誘客に結びつき地域ブランディングとして定評がある。

・地域自治会の空間を観光地域中心地と同様イルミネーション設置を行うことにより、地域住民による観光振興への共創が測られている。

・フォトジェニックは大手企業と連携した新規デザイン拡充を行なっている。

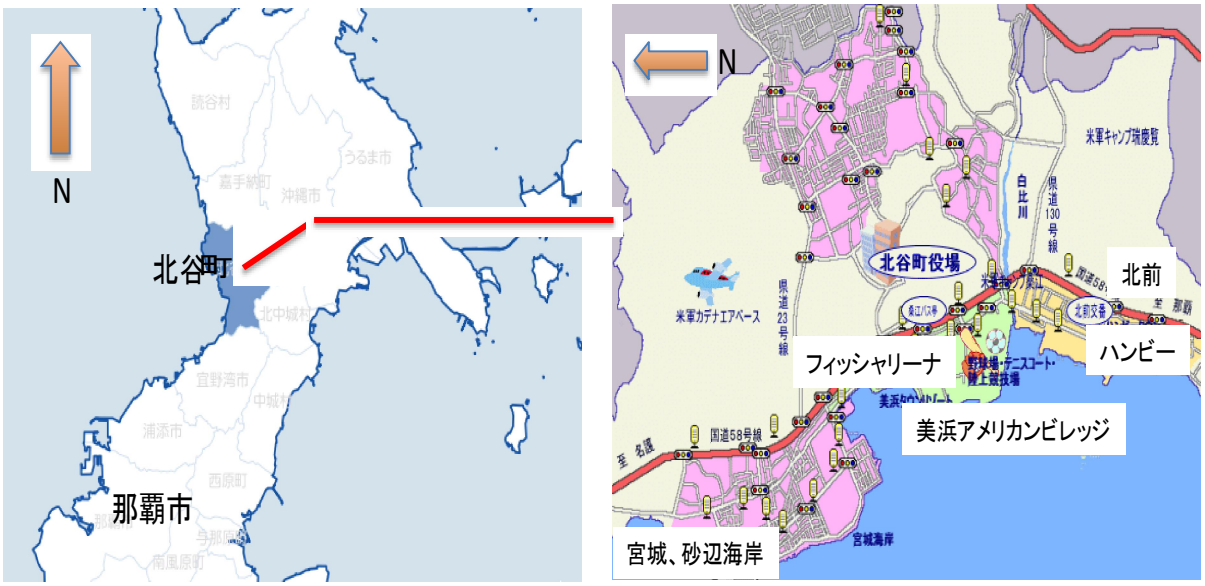
様式１

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】** 地域商店街、地域住民、行政、宿泊事業者、交通事業者、観光関連事業者、観光協会、商工会など多様な関係者と官民が連携した運営を実施。 **【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】

沖縄県中部西海岸に位置する北谷町はアメリカンビレッジ地域、フィッシャリーナ地域を中心にハンビー地域、宮城海岸と大きく４つの商業エリアとマリンアクティビティーエリアがあり各々人気の観光地となっている。西海岸地域一帯にホテルや観光施設が集中し、沖縄県中部全域の観光産業の牽引役として貢献し、近年は沖縄観光の一つのデスティネーションにもなっており、今後も大きな期待が寄せられている。さらに周辺市町村との連携による相乗効果も視野にいれ、北谷町における観光地域づくりの拡充を中心に据え、将来的には他市町村の観光協会や地域ＤＭＯ、県内の広域ＤＭＯとともに連携を図り、地域それぞれの特色ある観光地域づくりを推進していく。

【観光客の実態等】

北谷町は第６次北谷町総合計画の下、観光を北谷町の基幹産業とし、世界に通用するウォーターフロント観光リゾート地の形成に取り組んできた。特に、アメリカンビレッジ地区及びフィッシャリーナ地区においては官民連携により商業施設の充実、宿泊施設の充実が図られた。

結果、年を追うごとに国内観光客をはじめ台湾を中心にインバウンド客も増加し、観光収入が増え、最重要戦略として景観の改良など受け入れ環境整備を行い、さらに地域の魅力が向上してきた。

北谷町は、街の発展とともに観光客も増え続け、令和元年度において延べ宿泊者数１，０２６，７１８人（内インバウンド２１１，８２６人）とった。しかし、令和２年より新型コロナウィルス感染症拡大により大幅に減少、３８９，８９６人（インバウンド１２，５００人）となった。沖縄県全体においては、令和３年は国際航路の閉鎖も続き、国内観光客のみの３０１万６，８００人で、令和元年度比７１４万７，１００人減と厳しい状況であった。それに伴い消費額も大幅に減少していた。令和６年では９９５万２，７００人となり前年比１４２万１，０００増（１６．６%増）となった。

【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】

〇アメリカンビレッジエリア

アメリカ西海岸漂う観光商業エリア。約１，５００台の無料駐車場を完備し、若者を中心に賑わっている。北谷町の風物詩である「シーポートちゃたんカーニバル」では地元のエイサー団体の出演のほか、海上花火等を観光客にも楽しんでもらっている。また、アメリカンビレッジで行われているイルミネーションは夜を彩る光のアートとして定評があり、２０２０年８月より毎週土曜日に行われる打ち上げ花火は来訪者へ夢と希望を与えるイベントとなっている。

様式１

〇フィッシャリーナエリア
　アメリカンビレッジに隣接し、大型宿泊施設が集中したエリア。早朝より散策が楽しめ、ファミリー層、アクティブシニア等、老若男女問わず利用され、アメリカンビレッジとの相乗効果もあり、北谷町西海岸の観光関連事業に大きく貢献したエリアとなっている。

〇デポアイランドエリア
　ウォーターフロントに面し、宿泊施設と商業施設が一体となり、非日常空間が演出されたリゾートエリア。セレンディピティーなリアル空間体験価値が感性を刺激され、多様な方々を集客するエリアとなっている。

〇ハンビーエリア
　１９８１年アメリカ米軍基地返還後整備されたエリア。南北約１，５００ｍの海岸線に整備された安良波公園は美しい白い砂浜のビーチで海水浴やマリンアクティビティーが楽しめる。

〇宮城海岸エリア
　海岸線の約２Ｋｍに及び遊歩道が整備され、ダイビングやサーフィンなど海と遊ぶマリンスポーツのメッカとして観光客、地域の若者から人気のエリア。また、外国人住宅が集まっており、夕方には地域の人々や外国人の家族連れに出会えるお勧め地域。

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】
〇宿泊施設と収容能力（沖縄県宿泊施設実態調査：令和６年１２月３１日現在）
・宿泊施設件数　　１３９件
・　客　室　総　数　２，７０３室
・最大収容人数　９，０６０人

【参考】

沖縄県全体	沖縄県(離島を除く)	離　島
・宿泊施設件数 4,251 件	・宿泊施設件数 2,756 件	・宿泊施設件数 1,495 件
・客室総数 64,371 室	・客室総数 47,428 室	・客室総数 16,943 室
・最大収容人数 188,425 人	・最大収容人数 140,748 人	・最大収容人数 47,677 人

【利便性：区域までの交通、域内交通】

北谷町は県中部に位置し、那覇空港より国道５８号線と海岸線２つの幹線道路からアクセスできる。沖縄自動車道の沖縄南インターにも近く県内観光施設へのアクセスも便利な位置にある。

〇公共交通

・那覇空港から２０番、１２０番を利用し、約１時間を要し桑江停留所で下車し徒歩７～８分。

名護西線、読谷線、中部線、謝苅線、石川北谷線、北谷～イオンモール線、

国体道路線、名護西空港線、読谷おもろまち線、謝苅おもろまち線（路線バス、１１路線）

・空港リムジンバス（空港～那覇市～北谷町）

・北谷ゲートウェイ（空港～那覇直通）

〇主要道路

・国道５８号線、県道２３号線、県道２４号線、県道１３０号線、沖縄西海岸道路

〇利便性

・沖縄自動車道（高速道路）沖縄南出口から域内まで１５分。那覇空港から約２０キロ・所要時間、車で３５～４０分

【外国人観光客への対応】

- ＪＮＴＯ（日本政府観光局）認定の公共施設である北谷町観光情報センターの北谷町観光協会による運営
- 多言語（中国語、韓国語、英語）エリアマップの発行
- 電子多言語ブック（英語、繁体字、簡体字、韓国語、フランス語、ドイツ語、タイ語）によるエリア紹介パンフレットの発行
- 多言語ＨＰの運用
- フリーＷｉ－Ｆｉの設置
- 防犯カメラを設置、安全安心な観光地域の推進
- 夜間常駐警備による安全安心は観光地域の推進

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	観光による経済効果把握のため	モニタリング店舗による売上高による結果
延べ宿泊者数	宿泊者数の推移を把握するため。	北谷町内へ宿泊した人の出発地別人数。 ＊観光予報プラットフォーム活用
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。	北谷町観光動態調査による結果
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。	北谷町観光動態調査による結果
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。	https://www.chatan-do.com/ https://www.depot-island.co.jp 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。	自治会へのアンケート調査またはヒヤリングをとおして毎年実施。
主要観光地域の車両通行量	主たる観光集積地への来訪者総数を把握するため	トラフィックカウンターを活用し、西海岸エリアへの車両侵入総数を集計結果。

様式１

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
北谷町は長年、「観光において顔の見えないまち」として知名度が低く、かつ目立った産業がない自治体であった、１９８１年軍用施設の一部変換をきっかけに、土地の有効活用を行うため公有水面をうめたて、商業施設として開発を計画沖縄県内において知名度が上昇してきた。しかし、県内では大型ショッピングセンターなどの商業施設が相次ぎ開業、北谷町はその影響もあり集客力の低下をまねいていた。こうした地域の課題に対し、観光地域づくり法人（ＤＭＯ）を中心として地域内の魅力の創出を積極的に行い、既存の観光資源を活用するとともに新規資源創出を開発した観光地域づくりを図り、大幅な観光誘客に結びついた。今後も公共空間を創出した魅力ある観光地域づくりに取組み、交流人口の増加につなげることとしている。

（２）地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	**強み（Ｓｔｒｅｎｇｔｈｓ）** ・地域人材自らの力による取り組みや街づくりを実施。 ・　芸能・イベント、海岸等の自然環境、異国情緒のある街並、スポーツ施設の充実等の観光資源を有している。 ・リゾートとショッピングが同時に楽しめる商業施設が充実している ・主要観光集積エリアには１１棟のホテルがあり、今後も新たなホテル建設が予定されている。 ・アメリカンビレッジ地域はテレビ番組やＳＮＳ等で紹介されるケースが多く、県外・海外（台湾、香港、韓国）で認知度が高い ・民間事業者の沿岸整備や景観改良により魅力的な空間が整備されている。 ・行政によるビーチ改良工事が行われており、ビーチアクティビティーとしての誘客に有利。	**弱み（Ｗｅａｋｎｅｓｓｅｓ）** ・　地域にプロデューサー等の人材が不足しているためプロモーションやマネジメント観光地域づくりに乏しい。 ・　交通渋滞や駐車場の不足、２次交通、地域内交通等　の交通手段が不十分である。 ・　幅広い年齢層に対応した夜間時の観光メニューが少ない。 ・　体験型観光メニューやアクティビティー等が不足している ・　自発的なメディア戦略（広告展開・ＰＲ 展開・情報発信）が十分に行われていない ・　観光入域客における基礎データが不足している。 ・　地場特産品が少なく、お土産品販売としての地域調達率が悪い。
外部環境	**機会（Ｏｐｐｏｒｔｕｎｉｔｙ）** ・那覇空港から北谷に至る西海岸沿いに新たなる道路（沖縄西海岸道路）が整備され、２次交通路線が便利になっている。 ・円安基調が続き海外からの誘客に有利 ・円安により日本人による海外旅行の自粛によって沖縄旅行が代替となる。	**脅威（Ｔｈｒｅａｔ）** ・大型商業施設の開業により競争激化 ・為替の変動、急加速なインフレ等による観光客の減少が懸念される。 ・本島北部地域へ国内観光客及びアジア全体をターゲットとしたテーマパークが開業したため、素通り観光の懸念がある

※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
沖縄県民
・観光地域のありかたとして、観光客としては地域の住民との交流も観光目的の一つと捉えている。観光地域として、観光客に偏った属性ではなく地域住民が楽しんでいるエリアに観光客を誘客したいと考えている。地元住民より観光客が客単価は高い傾向にあることから地域住民を遠ざけることなく、地域に愛される地域としたい。

〇選定の理由
・観光地域づくりに最も大事なことは、地元住民との共存・共創による地域づくりであり、県民に愛される観光地域づくりを目指すべく、沖縄県民の後押しを必要とすることと観光客には地元の人との交流を持たせたいため。

〇取組方針
・屋外空間におけるイベント等の開催を行うことで、認知度を高めていく。
・公共空間を新たに創出し、歩いて楽しめるまちとして定着を目指す。

〇第２ターゲット層
国内観光客とし、特に大学卒業新社会人、及び小学校高学年～中学生のお子様を持つ４５歳前後を中心としたファミリー層
・国内観光客は減少傾向にあるが日本人宿泊観光消費額は約２０兆円、訪日外国人は増加傾向であるが約８兆円で日本人観光客の４０％である。

〇選定の理由
・新社会人→旅行入門者として、インパクトある北谷町西海岸のファン作りを図る
・４５歳前後を中心としたファミリー層→社会環境に興味を持ち始めたお子様に沖縄旅行として非日常空間を味わってもらい、家族での沖縄旅行の思い出づくりをしてもらう。また、お子様の社会的自立時に旅行計画の際、北谷訪問を第一候補としてもらう。

〇取組方針
・異国情緒あふれる空間、非日常空間の整備
・フォトジェニックの拡大

〇第３ターゲット層
インバウンド　アジア圏（台湾）
・インバウンドは年々増加傾向であるが日本国内における旅行消費額役３３兆円に対し、２４％にとどまっている、しかし人口減少を鑑み、訪日客数は増加に向け取り組む。

〇選定の理由
・沖縄は台湾にとって一番近い日本であり、日本観光の入り口となる。
・インバウンドは空路で２時間以内のアジア圏を第１ターゲットとする。
・台湾は親日かつ、親沖縄であり旅行消費額アジア他地域に比べ大きい。

〇取組方針
・地域商店街と連携した現地プロモーション
・夕陽を活用したブランディング

（４）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	〇交流・共感・共創による感性文化のまちづくり 〇海浜リゾート＆エンターテインメント・パークシティ 〇日常と非日常空間の融合 〇夕日を活用したブランディング
②コンセプトの考え方	〇公共空間の創出及び利活用 〇芸能・イベント、海岸等の自然環境、異国情緒のあるショッピング街、各種スポーツ施設の充実等の観光資源を有しており、これらの包括的商品化で観光客の期待する街を地域住民と創り上げる。

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。	ＤＭＯ（北谷ツーリズムデザイン・ラボ）と行政、町内ホテル事業者、観光関連事業者等が連携した事業を生み出すことにより、地域の多様な関係者の参画を促していく。観光業が本町の産業基盤になっている関係もあり、関係団体とのコミュニケーションの場を設け連携意識を図る。これからの当法人との観光関連に対する取り組みについては情報共有の上で実施を行う。 特に、地域住民との信頼関係の構築には、地域住民とのイベント等の取り組みを通して醸成していく。エリアとしては観光客来訪中心の西海岸エリアの現状の共有をおこなっている。
	・季節ごと、イベントごと等の来訪者状況について行政を中心に情報提供を行うとともに観光振興策についての協議をおこなう。

	・域内商店街や観光関連事業に対し、情報を提供するとともに、意見交換をおこなう。 ・交通事業者の提供する情報をもとに将来の来訪者予測を行い観光地経営に活かす。
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	・観光コアエリアの観光関連事業者等との意見交換をおこない効果検証及び方針を構築する。
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	・フォト・動画・施設案内等、最適な配信方法による運営を行う。 ・観光協会や町内観光関連団体と情報を共有し、多方面からのＳＮＳ等での配信を行なっていく。

※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	2,064	2,160	2,376	3,200	3,500	3,700
		( )	(100)	(150)	(450)	(500)	(500)
	実績	3.340	4,369	5,234			
		( )	(187)	(664)			
●延べ宿泊者数（千人）	目標	430	450	495	850	1,000	1,100
		( )	( )	( )	(90)	(95)	(100)
	実績	628	1,022	910.3			
		(0.8)	(26.9)	(91.7)			
●来訪者満足度（%）	目標	70	70	70	70	70	70
		( )	( )	( )	( )	( )	( )
	実績	67	72	93			
		( )	( )	( )			
●ﾘﾋﾟｰﾀｰ率（%）	目標	30	30	30	35	35	35
		( )	( )	( )	( )	( )	( )
	実績	62	64	37			
		( )	( )	( )			

※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】

・北谷町における観光動態調査、自主事業による人流調査・分析に加え、沖縄県の調査等を加味した上、当法人の検討会において検討し決定した。

・新型コロナウィルス感染症の影響で観光客が激減、２０２０年（令和２年）から数値目標の変更を行ったが、２０２３年（令和５年）感染症５類に変更後観光客の戻り具合を考慮している。

【設定にあたっての考え方】
●旅行消費額
・地域の経済効果を測るため定量的数値を把握し、地域の成長の具合を確認する。
・北谷町で交通費および宿泊費以外の経済効果を当該エリア内において設定したモニタリング店舗の平均値で算出

●延べ宿泊者数
・観光消費において、交通、宿泊、飲食、お土産（物販）等があるが、当該地域へ宿泊することにより、滞留時間が伸びるとともに消費額も増えることから、宿泊者数の増加数を一つの指標とする。
・観光予報プラットフォームにおいて発表された北谷町へ宿泊した人数

●来訪者満足度
北谷町において実施している観光動態調査の結果
●リピーター率
北谷町において実施している観光動態調査の結果

（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
●(例)住民満足度 (%)	目標	75	75	75	75	75	75
		( )	( )	( )	( )	( )	( )
	実績	75	75	75			
		( )	( )	( )			
●観光情報ｾﾝﾀｰ利用者数 (人)	目標	21,000	29,000	32,000	35,000	35,500	36,000
		( )	( )	( )	( )	( )	( )
	実績	25,000	27,000	39,587			
		( )	(9,000)	(18,331)			
●西海岸ｴﾘｱ車両侵入台数(千台)	目標	6,300	6,600	6,900	7,200	7,400	7,600
		( )	( )	( )	( )	( )	( )
	実績	7,145	7,554	7,770			
		( )	( )	( )			

※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】
・沖縄県の観光動態及び当該地域の各種データをもとに当法人の検討会において検討し決定した。

・新型コロナウィルス感染症の影響で観光客が激減、２０２０年（令和２年)、数値目標の変更を行った。

【設定にあたっての考え方】
観光客が増加するに伴い、地域社会、地域住民に対する負担も増加すると考えられることから、観光客が増加することで地域貢献につながることを重視する。

●住民満足度
　観光地域においては従来地域に居住している方など多く地域住民への考慮なしでは観光地として成り立たないと考えている。観光客が地域に及ぼす負担を極力軽減すると同時に観光客が増えることにより、地域住民にプラスになる環境をととのえることが重要と考える。よって観光地域振興が地域住民に受け入れられることとなっているかを測る。
●西海岸エリア車両侵入台数
　北谷町は当町西海岸を世界へ通用するウォーターフロントリゾートエリアとして取り組んでいる。観光客の来訪は西海岸に集中していることから、当該エリアの魅力度、認知度を把握するため、エリア内へ進入する車両台数をカウントする。

７．活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

（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	23,926,986 円	収益事業　13,286,912 円 特別徴収　10,500,000 円 雑 収 入　140,074 円
2023(R5) 年度	21,279,045 円	収益事業　20,664,844 円 雑 収 入　614,201 円
2024(R6) 年度	36,544,081 円	収益事業　6,629,081 円 国･県等補助事業 5,000,000 円 非営利事業(花火)24,915,000 円
2025(R7) 年度	45,000,000 円	収益事業　15,000,000 円 国･県等補助事業 5,000,000 円 非営利事業(花火)25,000,000 円
2026(R8) 年度	45,000,000 円	収益事業 15,000,000 円 国･県等補助事業 5,000,000 円 非営利事業(花火)25,000,000 円
2027(R9) 年度	45,000,000 円	収益事業　15,000,000 円 国･県等補助事業 5,000,000 円 非営利事業(花火)25,000,000 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	18,953,157 円	一般管理費 18,953,157 円
2023(R5) 年度	21,018,618 円	一般管理費 20,841,731 円 雑　損　失　18,930 円

2024(R6) 年度	37,096,485 円	一般管理費　12,181,485 円 非営利事業(花火)24,915,000 円
2025(R7) 年度	45,000,000 円	一般管理費　15,000,000 円 国･県等補助事業 5,000,000 円 非営利事業(花火)25,000,000 円
2026(R8) 年度	45000,000 円	一般管理費　15,000,000 円 国･県等補助事業 5,000,000 円 非営利事業(花火)25,000,000 円
2027(R9) 年度	45000,000 円	一般管理費　15,000,000 円 国･県等補助事業 5,000,000 円 非営利事業(花火)25,000,000 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

・当法人における旅行商品の造成・販売及び地域内事業者に波及効果のあるイベントの造成・運営
・地方公共団体における宿泊税導入に向けての検討

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

一般社団法人北谷ツーリズムデザインラボは地域ＤＭＯ登録後、本町の観光地域づくりとして観光振興活動はもとより地域住民との交流事業をはじめ、北谷町の主となる観光地域において地域住民と共同での清掃活動や官民連携による景観改良、多様な事業者と協働した地域内ビジネス力の強化や観光地域ブランディングに取り組むなど、本町の観光振興計画との整合性を図りながら、持続可能な観光地域づくりを推進するべく本町の基幹産業とする観光振興に大きく貢献しております。

また、常にマーケティングに基づくインバウンド受け入れ環境整備を行い、中華民国台北市の観光事業者との交流や、ヨーロッパの観光先進地へも赴き、他国の観光推進体制の研究を行なっております。このような取り組みが本町の独自性のある観光地域の成長に生かされ、観光誘客の強化に繋がり、本町はもとより沖縄県観光産業及び沖縄県経済全体へ貢献しているものと認識しております。今後も本町の更なる観光振興発展のため当法人を支援して参ります。

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	奥原　悟
担当部署名（役職）	株式会社奥原商事　代表取締役
郵便番号	９０４−０１１５
所在地	沖縄県中頭郡北谷町字美浜９−１
電話番号（直通）	０９０−８８３６−１９３６
ＦＡＸ番号	０９８−９２６−３８３８
Ｅ−ｍａｉｌ	ｓａｔｏｒｕｏｋｕｈａｒａ＠ｇｍａｉｌ．ｃｏｍ

様式１

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	沖縄県　北谷町
担当者氏名	知念　憂樹
担当部署名（役職）	建設経済部　観光課　観光係長
郵便番号	９０４−０１９２
所在地	沖縄県中頭郡北谷町字桑江１丁目１番１号
電話番号（直通）	０９８－９８２－７７１４
ＦＡＸ番号	０９８－９２６－２１７４
Ｅ－ｍａｉｌ	ｙｕｋｉ＿ｔ＠ｃｈａｔａｎ．ｊｐ

（候補／登録）【地域DMO】一般社団法人北谷ツーリズムデザインラボ

様式2

記入日：　令和7年8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】
　沖縄県県中頭郡北谷町
【設立時期】 平成28年6月28日
【設立経緯】
　区域に観光協会はあるが、役割分担等をした上でDMOを設立
【代表者】 久高　唯明
【マーケティング責任者（CMO）】 奥原　悟
【財務責任者（CFO）】 安村　祥子
【職員数】 5人（常勤4人（正職員1人・出向等3人）、非常勤1人）
【主な収入】（令和6年度決算）
　収益事業　6.6百万円
　非営利事業　25百万円
【総支出】（令和6年度決算）
　一般管理費　12.2百万円
　非営利事業　25百万円
　国補助事業　　5百万円
【連携する主な事業者】
・観光協会・商工会・食業組合・北谷町漁業協同組合・地域商店街

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	2,064（　）	2,160（100　）	2,376（150）	3,200（450）	3,500（500　）	3,700（500）
	実績	3,340（0　）	4,369（187　）	5,234（664　）	—	—	—
延べ宿泊者数（千人）	目標	430（　）	450（　）	495（　）	850（90）	1,000（95）	1,100（100）
	実績	682（0.8　）	1,022（267.0）	910.3（91.7）	—	—	—
来訪者満足度（%）	目標	70（　）	70（　）	70（　）	70（　）	70（　）	70（　）
	実績	67（　）	72（　）	93（　）	—	—	—
リピーター率（%）	目標	30（　）	30（　）	30（　）	35（　）	35（　）	35（　）
	実績	62（　）	64（　）	37（　）	—	—	—

戦略

【主なターゲット】
　①沖縄県民
　②国内観光客
　③インバウンド（台湾）
【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
　①沖縄県民に対し、観光感覚でアプローチ
　②日常と非日常空間の融合によるアプローチ
　③統一感を持ったエリア演出・景観整備
【観光地域づくりのコンセプト】
　交流・共感・共創による感性文化のまちづくり
　「海浜リゾート＆エンターテインメント・パークシティー」

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】
・公共空間の整備
・交流イベントを活用した誘客
・夕陽を活用したブランディング
・フォトジェニックの拡充

【受入環境整備】
・景観改良による居心地良さの提供
・充実したフリーWi-Fiの提供
・夜間常駐警備・安全維持管理力
　メラによる安全安心な地域づり

【情報発信・プロモーション】
　・打ち上げ花火による集客
　・動画によるSNS配信
　・夕陽活用による配信
　・台北での現地プロモーション

【その他】
・異文化発信型交流イベント
・沖縄文化発信型交流イベント
・他市町村との連携した商品開発・プロモーションの実施
・台湾経済団体との協力体制構築