観光地域づくり法人形成･確立計画

記入日：令和７年　８月　７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）くめじまＤＭＯ	
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 沖縄県島尻郡久米島町（はての浜を含む）	
所在地	沖縄県島尻郡久米島町	
設立時期	令和 2 年 5 月 19 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 2 人（契約職員 2 人）、非常勤 5 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） 中村　幸雄 （出身組織名） 久米島町役場　現副町長	（一社）くめじまＤＭＯの代表理事 プロジェクト推進室、企画財政課に在籍中に全島 wi-fi、ＦＭ久米島設立、久米島海洋深層水プロジェクト、久米島ゼロカーボンシティ宣言等、本町の主要施策を主導。 観光まちづくりを牽引しうる存在。
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） 中村　幸雄 （出身組織名） 久米島町役場　現副町長	（一社）くめじまＤＭＯの代表理事 プロジェクト推進室、企画財政課に在籍中に全島 wi-fi、ＦＭ久米島設立、久米島海洋深層水プロジェクト、久米島ゼロカーボンシティ宣言等、本町の主要施策を主導。 観光まちづくりを牽引しうる存在。
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） 賀数　美寿々「専従」 （出身組織名） （一社）くめじまＤＭＯ	一般社団法人まちづくりうらそえを経て現職。 現在は主に経理・財務担当業務及び観光町づくりに必要な書類作成や調査などもおこなっている。
各部門（例：プロモーション）の責任者（専門人材）	（氏名） 三木　雅之「専従」 （出身組織名）	東京のＩＴ企業にて 23 年間勤務、ＩＴ関連の知識を保持し、デジタル関連の知識とプロジェクト管理者の経験を活かし広く業務まとめを担う。

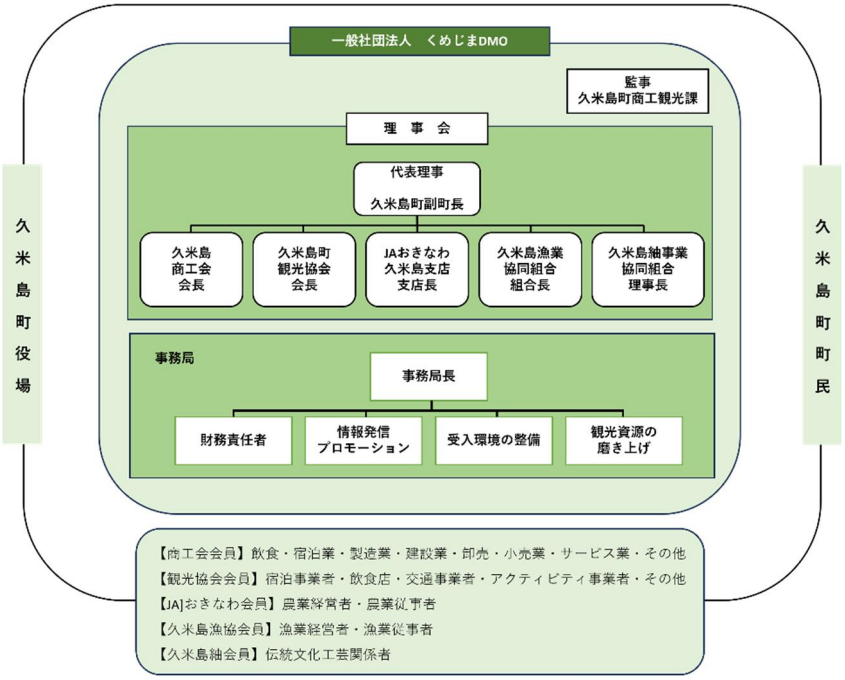
様式１

<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>（一社）くめじまＤＭＯ</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>（氏名）
〇〇　〇〇
（出身組織名）
（株）〇〇</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">沖縄県島尻郡久米島町　商工観光課</td></tr>
<tr><td>連携する事業者名及び役割</td><td colspan="2">・久米島町観光協会（観光情報発信、誘客イベント、観光施策の連携協力）
・久米島商工会（地域総合支援、商工業者支援）、
・久米島紬事業協同組合（伝統工芸産業の活用）
・久米島漁業協同組合（漁業体験プログラムの提供、6 次産業化商品開発）
・JA おきなわ久米島支店（6 次産業化による商品開発、農泊の推進）
・沖縄観光コンベンションビューロー（観光施策の連携協力）</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">代表理事を久米島町副町長、理事に、経済 5 団体（観光協会、ＪＡおきなわ久米島支店、久米島漁業協同組合、久米島紬事業協同組合、久米島商工会）の各代表が就任、行政が監事となり理事会（年 4 回）、総会を開催。年に数回、経済 5 団体の事務局長レベル会議も実施することで合意形成や連携の強化を行っている。島内の宿泊事業者、交通事業者、観光関連事業者、商工業者の多くが観光協会か商工会、もしくは両方の会員に加入しており、情報を共有できる仕組みづくりをしている。</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">住んで良し、訪ねて良し、受け入れて良しの“観光まちづくり”のためには、地域住民による観光事業に対する理解と協力が得られることが不可欠と考え、観光地域づくりに携わる地域住民への啓発・目的共有のため事業の説明会等、今後の当団体の方向性に対して協議を行う場を設け、久米島で生活する人も満足する観光振興に取組む。</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>・ＳＮＳを活用した地域の情報発信
・ＪＴＡ／ＲＡＣ機内誌への記事掲載
・雑誌「島へ」掲載
・リクルート社発行情報誌（ＭＯＯＫ）掲載
・テレビ放映（アゲアゲめしにてり久米島特集）（ぐしけんさん久米島島ぐるめ特集）</td></tr></table></td></tr>
</table>

	受入環境の整備	・地域一体となった観光地の高付加価値事業 イーフエリアのホテル・飲食店等の改修及び島民及び観光客が自然と集う場所の整備 ・ＥＶカート実証実験 島の 2 次交通の改革のための実証実験 ・久米島ブランディング事業 島を訪れる人々のおもてなし料理（ブランド）の販売及びＰＲ
	観光資源の磨き上げ	（令和 2 年度） ①誘客多角化等のための魅力的な滞在コンテンツ造成に向けた実証調査事業/観光庁より受託 「久米島の海と食の魅力体験イベント（久米島漁協満祭）」開催 （令和 3 年度） ①訪問者満足度調査業務 観光消費額や宿泊調査、満足度調査などを行う。 ②久米島紬新コンテンツ造成 久米島紬に焦点を当てた「久米島紬を知る WALK」を開催 ③訪日グローバルキャンペーン等に対応したコンテンツ造成事業「久米島の夜空満喫体験」/沖縄総合事務局より受託 台湾マーケットをターゲットとした「海や空、久米島の食」を構成要素とした体験型商品の造成事業 ④(継続)久米島漁協満祭 2021 開催 ⑤「くめじまーけっと朝市」/久米島町トライアル・サウンディング事業申請。農業者、及び加工業者支援として朝市を 2 回開催 （令和 4 年度） ① （継続）久米島漁協満祭 2022「海の幸を食べてくだ祭」開催 ② 久米島ブランディング事業/久米島町より受託 久米島でしか味わうことができない「食」を開発 「久米島よくばりざんまい」（令和５年４月販売開始） （令和 6 年度） ・久米島ブランディング事業受託。新たな「食」として「久米島ぐるっと島ぐるめ」の開発

【定量的な評価】

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）くめじまＤＭＯが中心となり、構成メンバーである経済５団体を含め、久米島町の町民や観光関連事業者など多様な関係者が参画することによって、島内が一体となって連携した運営を実施していく。 **【実施体制図】**  ※宿泊事業者、交通事業者については、観光協会か商工会もしくはその両方に加入している。 観光協会会員（一例）⇒【宿泊事業者】久米アイランド・イーフビーチホテル・サイプレスリゾート久米島・ガーデンヒルズ・他民宿等合せて計 23 事業者。【交通事業者】久米島交通・相互タクシー・共栄タクシー

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】

沖縄県久米島町　人口：7,025 人（令和 7 年 3 月末時点）
那覇市から西約 100km の離島である久米島の海・山・人・歴史・文化を活用し、チーム久米島＝

全島民による「おもてなし」の体験型テーマパークを形成するため、久米島全体を区域としている。
島全体のコンセプトを大事にしながら、島内各地区の特性を踏まえた役割と取組みを町民一体となって進めていくことで、久米島にまた帰ってきたくなるような観光地づくりを推進していく。

【観光客の実態等】

久米島町の観光入込客数は 2016 年度の 11 万人をピークに 10 万人台で推移していたが、新型コロナウイルス感染症の影響により、2020 年度、2021 年度ともにそれまでの半数にまで落ち込んでしまった。2023 年度は 9 万人まで戻ってきてはいるものの、2024 年度は 88000 人となり微減しており、沖縄県の他の離島である石垣や宮古と比較しても停滞してしまっている。
久米島の認知度が十分ではなく、今の久米島の良さをアピールしつつ、観光客の潜在ニーズを掘り起こし久米島町観光振興基本計画にて目標にしている 15 万人を目指す。

【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】

〇歴史・文化

真謝集落/宇江城城跡/具志川城跡/登武那覇城跡/久米島博物館/久米島紬ユイマール館（織り染め体験プログラム）/上江洲家/兼城獅子舞

〇ビーチ・マリン

ハテの浜/イーフビーチ/シンリ浜/アーラ浜/熱帯魚の家等（自然岩場での熱帯魚観賞）

〇自然・景観

くめじまホタル館/畳石/比屋定バンタ/おばけ坂/五枝の松/ミーフガー/立神岩(火山由来の奇岩)
ラムサール条約湿地（散策等の体験プログラム）/ウミガメ館

〇食・物販

海ぶどう/もずく/久米島の泡盛/車えび/紅芋/海洋深層水/久米島紬/久米島赤鶏/山里ゆんたく市場/久米島味噌

〇スポーツ・イベント

久米島マラソン/シュガーライド久米島/パークゴルフ大会/角力大会/久米島まつり/エイサー大会/久米島産業まつり/久米島漁協満祭

〇その他

東北楽天ゴールデンイーグルスの春季キャンプを 2005 年 2 月より受入れ。2021 年～2022 年は新型コロナウイルス感染症のリスクに配慮してキャンプの開催を見送っていた。2023 年より２軍のキャンプが実施。

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

リゾートホテル	３軒	収容人員	８７２人
宿泊特化型ホテル	２軒	収容人員	１１２人
民宿	１５軒	収容人員	３０１人
ペンション・貸別荘	９軒	収容人員	６３人
ドミトリー・ゲストハウス	３軒	収容人員	３１人
ウィークリーマンション	２軒	収容人員	３７人
マンスリーマンション	１軒	収容人員	１１人
民泊	３軒	収容人員	１７人
旅館	１軒	収容人員	１６人

合計　　３６軒　　収容人員１，４６５人
（2024 年宿泊施設実態調査：2024 年 1 月末現在）

【利便性：区域までの交通、域内交通】

（一次交通）久米島までのアクセス

飛行機：那覇空港より久米島空港までは基本として１日６便（所要時間約 30 分　片道計 410 席）
　　夏休み期間　東京(羽田)空港より久米島空港まで１日１便(所要３時間　片道 165 席）

フェリー：那覇泊港（とまりん）から久米島兼城港まで１日 2 便（所要時間約 3 時間）

（二次交通）久米島内のアクセス

公共交通：路線バス

その他　：レンタカー、タクシー、レンタルサイクル・レンタルバイク、

【外国人観光客への対応】

・外国人観光客向け観光パンフレットの配布（多言語対応）
・島内防災施設（役場具志川庁舎、仲里庁舎）、観光施設（久米島空港、兼城フェリーターミナル）にて公衆無線 LAN の提供
・受入れ体制づくりとしてセミナーや研修を開催

今後のインバウンド誘客の底上げを図っていくためにも、既存の HP やパンフレット、観光案内サイン、アナウンス等の多言語対応状況の点検を行い、改善に向けた対応を実施していく。
対応窓口を含め、島内の多言語での対応が可能な窓口や人材の情報を整理し、積極的な活用を図るとともに、研修等を行い多言語対応人材の育成・確保を推進していく。

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。	アンケート調査を年 2 回実施。
延べ宿泊者数	宿泊者数の推移を把握するため。	宿泊事業者より情報を収集
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。	アンケート調査を年２回実施。
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。	アンケート調査を年２回実施。
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。	久米島町観光協会 HP のアクセス数を収集。
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。

様式１

４．戦略

（１）地域における観光を取り巻く背景

・コロナ禍前の久米島町では順調に観光客数が増加していたが、沖縄県全域に対する割合は減少傾向であった。認知が十分ではない部分も多いため、久米島の魅力を PR しつつ、観光客の潜在ニーズを掘り起こすことで、誘客を促進する必要がある。
観光地域づくりをＤＭＯが中心として、新規コンテンツの創出や磨き上げ、既存の観光資源を活用した観光地域づくりを図り、新たな雇用の創出や担い手不足の解消をおこなう。

（２）地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	**強み（Strengths）** ●はての浜に代表される美しい海洋資源 ●年間を通して静かにゆっくりと過ごせる環境 ●久米島ならではの豊富な食材(車海老、海ぶどう、もずく、泡盛、赤鶏、ビール等) ●伝統文化(久米島紬、やちむん、沖縄角力、エイサー、古典民謡) ●豊かな自然環境と資源 ●釣り客の増加 ●久米島らしさ＝素朴さ、のどかさからくる豊かさや温かな島民の人柄	**弱み（Weaknesses）** ●ゆっくり過ごせる観光施設等の不足 ●海以外の資源の活用不足 ●観光コンテンツ不足 ●PR 不足 ●宿泊・観光施設の整備が不十分 ●久米島ブランド力を確立できていない ●観光地としての知名度が低い ●沖縄県内の島との不十分な差別化 ●地域内連携の弱さ ●雨天時・冬季のコンテンツが少ない ●観光現場での多言語対応の遅れ ●キャッシュレス化の遅れ
外部環境	**機会（Opportunity）** ●本島から航空機にて 35 分で来島できる ●沖縄県入域観光客数の増加による離島への来島者増加の可能性 ●リタイア組によるロングステイの増加 ●海外からの修学旅行客増加の可能性	**脅威（Threat）** ●沖縄本島、その他離島のリゾート開発による顧客争奪戦の激化 ●台風などの悪天候による交通手段の欠航 ●少子化による修学旅行の減少

※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
【静かにゆったりと離島観光を楽しみたい層】

〇選定の理由
・静かで美しい久米島の自然、ゆっくりと流れる島時間の中で、久米島ならではの体験を楽しんでもらう。
・久米島は多様な観光資源があり、幅広い世代が楽しむことができる。

〇取組方針
・久米島紬ややちむんの工芸、釣りやダイビングなどのマリンレジャー、島人との交流を含めた体験型観光、地元食材を使った料理を中心とした久米島グルメなどコンテンツを増やす。 訪問者アンケートの結果を分析し、どう磨き上げるのか検討し取組みに繋げていく。
・地域一体となり、宿泊施設や飲食店の改修を行うことで高付加価値化へ繋げていく。

様式１

（令和４年度及び５年度実施：地域一体となった観光地の高付加価値化事業）
○ターゲット層 3 世代家族
○選定の理由 久米島は沖縄本島と比較して 3 世代家族の割合が低い状況であるため、同水準を目標値としている。3 世代家族の観光客に良い思い出を作ることにより、リピート率も上がると考えられる。また、単価向上のため。 ○取組方針 ・これまでの観光プロモーション事業で得たアンケート調査結果を活用し、観光客の動向・ニーズを把握し３世代家族を絞った効率的なプロモーションも行う。 ・３世代家族で楽しむことができるコンテンツ（久米島紬ややちむんの体験、釣りなどのマリンレジャー、島人との交流を含めた）体験型観光、地元食材を使った料理を中心とした久米島グルメなどコンテンツを増やす。 ・地域一体となり、宿泊施設や飲食店の改修を行うことで高付加価値化へ繋げていく。
○ターゲット層
○選定の理由 ○取組方針

（４）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	島民を含めた久米島の“すべての魅力”を活用した「チーム久米島」による“観光振興”
③ コンセプトの考え方	久米島観光の強みである東洋一美しいと言われるはての浜、イーフビーチなどの豊かな海洋資源でダイビングや SUP、浜辺の乗馬体験など海を活かしたアクティビティが豊富で、レジャー消費額は沖縄県全体の約 3 倍である。また、島全体が自然公園に指定されており、豊かな自然が残され、人も少ないためゆったりと島の魅力を味わうことができ、島民のホスピタリティへの満足度が高い【久米島町宿泊客アンケート調査】。重要文化財である久米島紬や沖縄角力、エイサーや古典民謡などの伝統文化も学べ、食に関しては生産量日本一の車えびや海ぶどう、久米島赤鶏や泡盛など久米島ならではの食材も豊富である。 久米島が誇る自然・歴史・文化・生業・食・温かな人柄を継承しながら訪れたいと感じられるように久米島の魅力を高めていく。背伸びをしない“ゆるやかな成長”とともに、久米島にしかない“価値の高い”観光を提供することを目指す。その先にある、“訪れる人”だけでなく、久米島で”生活する人”も満足する久米島ならではの観光を実現することが持続可能な観光地域づくりにつながる。

様式１

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。	くめじまＤＭＯ理事会（定例年４回） 事務局長会議（不定期　適宜）
	ＤＭＯの構成メンバーである経済 5 団体の長と久米島町役場を含め理事会を年 4 回開催し、戦略、事業の方向性などを確認。また年に数回、経済 5 団体の事務局長レベルとも年間のスケジュール等を共有し、各種協力や今後のコラボなどについて情報共有会議を開催。
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	飲食店や宿泊施設をはじめとする地域が提供する観光サービスに係る訪問者満足度調査（アンケート）を年に 2 回（繁忙期・閑散期各 1 回ずつ）、空港待合室と久米島フェリー船内にて実施。集計結果をＤＭＯ理事会や町役場とも共有しているが、関連事業者との共有及び改善に対する具体的な策を考える仕組みが必要。 旅行消費の増大やリピーターの確保に資する効果的な取組を行うためのＣＲＭ（顧客情報管理）によるデータマーケティングの実施を検討中。 （例）飲食店や宿泊施設をはじめとする地域が提供する観光サービスに係る品質保証制度を実施。
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	構成メンバーである久米島町観光協会が空港窓口での案内業務、観光協会 HP や SNS で町や会員の情報、観光コンテンツを発信、島外での誘客プロモーションを継続的に行っている。 ＤＭＯではＨＰとＳＮＳは地元の目線からの情報発信・拡散を継続しており、チーム久米島としての魅力の発信を強化している。 海外インバウンド向けでは、町からプロモーション事業を受託し、2020 年に台湾版 HP の作製及びアンテナショップを開催、2021 年には豪州版 HP を作製、同じくアンテナショップの開催をしている。 今後は「地域一体となった情報発信」を目指すべくＣＲＭの活用を中心にすることを前提に久米島町と調整中。

※各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

様式１

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	4300	5120	5940	7330	9310	11810
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	3700	4620	5772			
		（ ）	（ ）	（ ）			
●延べ宿泊者数（千人）	目標	63	74	84	95	109	124
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	68	77	76			
		（ ）	（ ）	（ ）			
●来訪者満足度（%）	目標	75	78	82	85	87	89
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	90.7	86	87			
		（ ）	（ ）	（ ）			
●リピーター率（%）	目標	53	54	55	55	56	57
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	39.5	49.8	51.5			
		（ ）	（ ）	（ ）			

※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】

島民、観光客、島内の観光事業者それぞれの満足の最大化を実現するために、久米島町の観光振興基本計画と連動し、無理のないゆるやかな成長を目指すことにしている。マーケティングの観点から下記項目をＫＰＩに設定している。

【設定にあたっての考え方】

●旅行消費額

島内における旅行消費額については、定期的に実施する訪問者アンケート調査によりデータを収集する。島全体で観光地経営への意識を醸成するため、島内唯一の高等学校の学生を中心に、空港及びフェリー船内において訪問者アンケート調査を継続実施する。

旅行消費額は観光客 1 人あたりの平均消費額から推計する。2024 年度の平均消費額は 65,206 円でした。2028 年度に 100,000 円を達成することを最終目標とする。

本年度（2025 年度）は、平均消費額をとすることを目標値とし、商品力強化や付加価値の高い体験型観光の提供、島内消費促進策の充実を図る。

●延べ宿泊者数

島内の宿泊事業者より延べ宿泊者数のデータを収集（全島収容人数の 9 割を収集）

●来訪者満足度

過去の宿泊客調査結果によれば、久米島旅行全体の満足度は「満足」と「ほぼ満足」を合わせて、前年度 86%から 2024 年度は 93%へと向上した。今後も、閑散期や荒天時にも楽しめるコンテンツの創出や、島のグルメ推進などの取組を通じて、さらなる満足度向上を図っていく。

●リピーター率
昨年度のアンケート結果によれば、久米島を訪問するリピーター客は年々増加しており、全体の 50%以上を占めている。これにより、今後も来訪者の再訪が期待できることから、リピーター率を毎年1%程度向上させることを目標とする。

（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
●住民満足度（%）	目標	67	69	71	73	74	75
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	43	49	61			
		（ ）	（ ）	（ ）			
●（例）宿泊施設の稼働率（%）	目標						
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績						
		（ ）	（ ）	（ ）			
●（例）ワンストップ窓口での宿泊予約数（件）	目標						
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績						
		（ ）	（ ）	（ ）			
●（例）メディア掲載回数（回）	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
※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】
島民、観光客、島内の観光事業者それぞれの満足の最大化を実現するために、久米島町の観光振興基本計画と連携し、無理のないゆるやかな成長を目指すことにしている。マーケティングの観点から下記項目を設定している。

【設定にあたっての考え方】
●（例）宿泊施設の稼働率
・・・

年度		**【収益事業】**17,000,000 **円** **【会費】**550,000 **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	13,422,634（円）	**【一般管理費】**7,775,635（円） **【情報発信、ブランディング事業】**5,646,999 **円**
2023（Ｒ５） 年度	17,291,822（円）	**【一般管理費】**7,675,549（円） **【情報発信、ブランディング事業】**9,616,273 **円**
2024（Ｒ６） 年度	18,726,350（円）	**【一般管理費】**11,662,822（円） **【情報発信、ブランディング事業】**7,063,528 **円**
2025（Ｒ７） 年度	23,500,000（円）	**【一般管理費】**10,000,000（円） **【情報発信、ブランディング事業】**13,500,000 **円**
2026（Ｒ８） 年度	25,500,000（円）	**【一般管理費】**10,000,000（円） **【情報発信、ブランディング事業】**15,500,000 **円**
2027（Ｒ９） 年度	28,000,000（円）	**【一般管理費】**10,000,000（円） **【情報発信、ブランディング事業】**18,000,000 **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

久米島町や沖縄県からの補助金や受託事業収入及び会費を運営資金とし、地域事業者と一体となった課題解決や観光コンテンツ、プログラムの造成等で使える国の各種支援メニューへ申請を行い、継続して事業を運営できるよう取組む。

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

沖縄県久米島町は、令和５年３月付に登録ＤＭＯ法人となった一般社団法人くめじまＤＭＯを観光振興計画を推進する中核団体として位置付けている。

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】

（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	三木　雅之
担当部署名（役職）	事務局員
郵便番号	901-3124
所在地	沖縄県島尻郡久米島町 966-33
電話番号（直通）	098-851-9841
ＦＡＸ番号	098-851-9841
Ｅ－ｍａｉｌ	miki_m@kumejima-dmo.or.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	沖縄県島尻郡久米島町
担当者氏名	山里　正樹
担当部署名（役職）	商工観光課課長
郵便番号	９０１－３１９３
所在地	沖縄県島尻郡久米島町比嘉２８７０
電話番号（直通）	０９８－９８５－７１３１
ＦＡＸ番号	０９８－９８５－７０８０
Ｅ－ｍａｉｌ	mk-yamazato@town.kumejima.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	

（登録）【地域DMO】一般社団法人くめじまDMO

様式2

記入日：　令和　7年　8月　7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】
　沖縄県島尻郡久米島町（はての浜を含む）
【設立時期】　令和2年5月19日
【設立経緯】
①区域に観光協会があるが、役割分担等をした上でDMO新設
【代表者】　中村　幸雄
【マーケティング責任者（CMO）】　中村　幸雄
【財務責任者（CFO）】賀数　美寿々
【職員数】　7人（常勤2人（正職員2人）、非常勤5人）
【主な収入】
　収益事業　12百万円（2024年度決算）
【総支出】
　事業費　　百万円、一般管理費　11百万円（2024年度決算）
【連携する主な事業者】
　経済5団体（久米島町観光協会、久米島商工会、久米島漁業協同組合、久米島紬事業協同組合、JAおきなわ）、交通・宿泊事業者、観光関連事業者、沖縄観光コンベンションビューロー

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	4300（　）	5120（　）	5940（　）	7330（　）	9310（　）	11810（　）
	実績	3700（　）	4620（　）	5772（　）	—	—	—
延べ宿泊者数（千人）	目標	63（　）	74（　）	84（　）	（　）	（　）	（　）
	実績	68（　）	77（　）	76（　）	—	—	—
来訪者満足度（%）	目標	75（　）	78（　）	82（　）	85（　）	87（　）	89（　）
	実績	90.7（　）	86（　）	87（　）	—	—	—
リピーター率（%）	目標	53（　）	54（　）	55（　）	55（　）	56（　）	57（　）
	実績	39.5（　）	49.8（　）	51.5（　）	—	—	—

戦略

【主なターゲット】
　静かにゆったりと離島観光を楽しみたい人々
　3世代家族
【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
　・久米島紬ややちむんの工芸、釣りやダイビングどのマリンレジャー島人との交流を含めた体験型観光や地元食材を使った久米島グルメなど、観光コンテンツを増やしつつ磨き上げを行う
【観光地域づくりのコンセプト】
　住んでよし訪れてよし受け入れてよしの観光町づくり

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】
誘客多角化等のための、滞在コンテンツ造成に向けた実証事業
・島民と観光客が集う場所づくり
・久米島の特産品を活用した食づくり

【受入環境整備】
　・地域一体となった観光地の高付加価値事業
　・食のブランディング事業

【情報発信・プロモーション】
　・SNSを活用した地域の情報発信
　・テレビ放映（アゲアゲ飯）
　・JTARAC機内誌掲載