

観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和6年 10月18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・ <u>地域DMO</u>	
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	5人【常勤4人（正職員1人・出向等3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） 久高 唯明 株式会社 オー・エス・ディー	北谷町をメインに店舗開発の経営者として多くの企業誘致に結びつけ地域価値向上に取り組んでいる。自らも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活性化に取り組み、大きな実績に繋がっている。 ※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） 比嘉 朝旬「専従」 株式会社 ソフィア	沖縄県内の金融機関、株式会社琉球リースの役員を歴任。財務・会計に精通している。運営収支や財源確保に関する検討及び執行責任を担う。
事業執行責任者 COO	（氏名） 美底 清順 美浜リアルエステート 株式会社	北谷町内に宿泊施設を所有し、観光客の誘客手法に定評がある。北谷町西海岸を拠点に、宿泊をとまなう観光地域として育て上げた実績を持っている。

プロモーション及び旅行商品の企画販売	(氏名) 奥原 ゆかり「専従」 (一社) 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り組んでいる。一方、SNS を中心としたプロモーションを担っている。
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	
連携する事業者名及び役割	<ul style="list-style-type: none"> ・ 北谷町観光協会 (町内経営連団体等との連携、観光情報の発信) ・ 北谷町商工会 (経済活動の推進、町内商工業者との連携・支援) ・ 交通事業者 (地域内交通を通して観光客の利便性向上活動) ・ 旅行業事業者 (着地型観光商品企画・販売、受入体制の推進) ・ デポアイランド通り会 (集客イベント開発、情報発信) ・ 北谷漁業協同組合 (海業及び関連産業の振興、海域資源・環境を生かした地域活性化) 	
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>【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</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 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、の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、地域経済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意見交換等を重ねており、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	<ul style="list-style-type: none"> ・ 定期的に住民と地域防犯、観光振興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に取り組んでいる。 ・ 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り組んでいる。 	

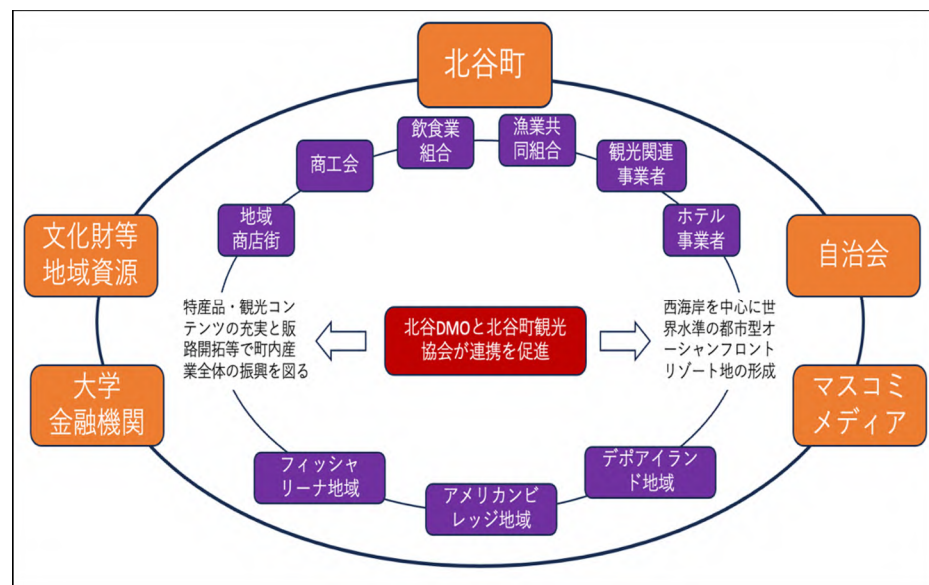
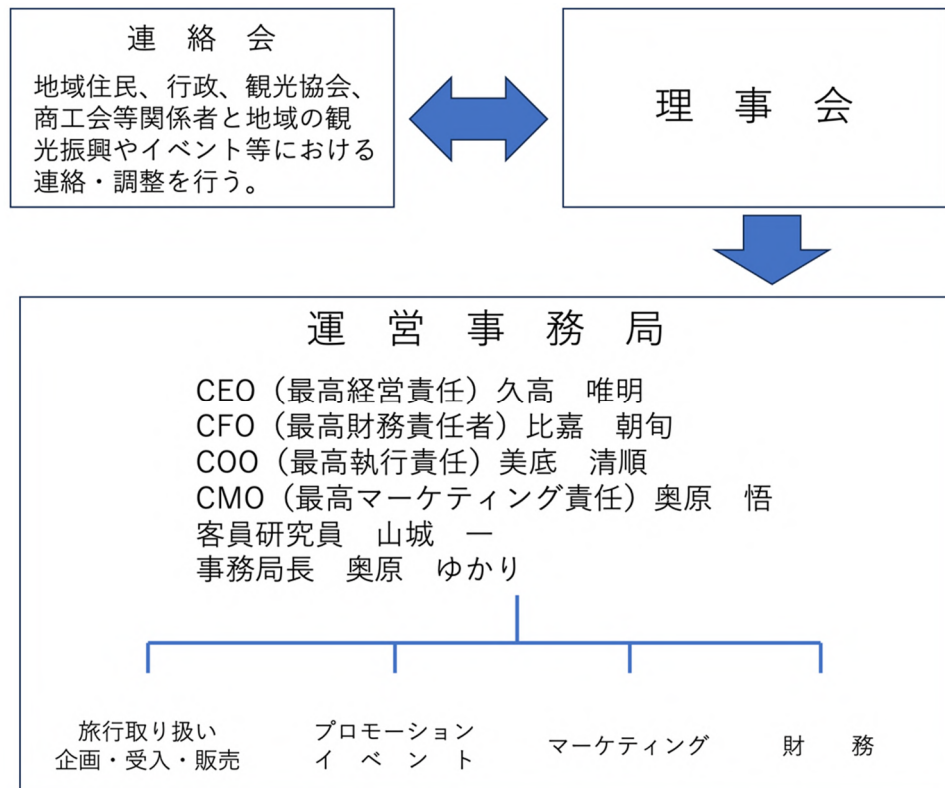
法人のこれまでの活動実績	【活動の概要】	
	事業	実施概要
	情報発信・プロモーション	<ul style="list-style-type: none"> ・主たる観光地域の飲食店情報及び店舗情報のパンフレット制作・配布 ・旅行情報専門雑誌への広告掲載 ・SNS 等 WEB サイトへの動画投稿、配信 ・web 番組放送・配信 ・打ち上げ花火の開催 ・台北での情報発信、プロモーションイベントの実施
	受入環境の整備	<ul style="list-style-type: none"> ・観光客のエリア内シャトルサービス ・公共空間の整備 ・フリーWi-Fi の整備 ・防犯カメラによる安全確保 ・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
	観光資源の磨き上げ	<ul style="list-style-type: none"> ・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 ・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】 <ul style="list-style-type: none"> ・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 13 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。 	

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】**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ィ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あり、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5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イ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る。令和5年では823万5,400人となり前年比となり、回復傾向で北谷町においても回復基調にある。

【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】

○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。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。県内各地よりミュージックアーティストが集まり、路上ライブなどが頻繁に行われている。北谷町の風物詩である「シーポートちゃたんカーニバル」では地元のミュージシャンやエイサー団体、海上花火等ローカルの祭りながら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飾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。

○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、北谷町西海岸一の観光関連事業に大きく貢献したエリアとなっている。

○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、非日常空間を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。

○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ナクティビティーが楽しめる。

○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】

○宿泊施設と収容能力（令和5年12月31日現在）

- ・ 宿泊施設件数 131件
- ・ 客室総数 2,692室
- ・ 最大収容人数 8,990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。

○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、謝苺線、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、謝苺おもろまち線（路線バス、11路線）
- ・空港リムジンバス
那覇市～北谷町直通

○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

○利便性

- ・沖縄自動車道（高速道路）沖縄南出口かには域内まで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)外国人観光案内所認定北谷町観光情報センターの北谷町役場による運営
- ・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
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。	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。	WEBによる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。	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自主事業として毎年実施。

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カウントする。
--------------	------------------------	--

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

北谷町有面積の50%以上が米軍基地に接収されたままで一次産業は全産業の0.2%にとどまっている。平坦地は米軍基地のままで町民は山間部に追いやられたままの生活を強いられ、第1次及び第2次産業が乏しいことから特産品開発にも影響を及ぼしている。唯一、西側が東シナ海に面していることから、自立のため埋め立て、商業地として開発に至っている。

北谷町の人口は29,000人足らずで、ここ2016年より人口は伸び悩んでいる。

ウォーターフロントの魅力とセレンディピティーな非日常空間を創出し、最大限に活かし、観光振興に取り組み、世界に通用する観光リゾート地を形成し経済的自立を図ることとしている。今後も引き続き景観改良を行いつつ「歩いて楽しめるウォーカブルなまち」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) <ul style="list-style-type: none"> ・ 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) <ul style="list-style-type: none"> ・ 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) <ul style="list-style-type: none"> ・ 那覇空港から北谷に至る西海岸沿いに新たな道路（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。 ・ 円安基調が続く海外からの誘客に有利 	脅威 (Threat) <ul style="list-style-type: none"> ・ 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。 ・

	・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。	・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の開業を控えている。
--	------------------------------------	---

※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

<p>○第１ターゲット層 沖縄県民</p>
<p>○選定の理由</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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環境客には地元の人との交流を持たせたいため。 <p>○取組方針</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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。
<p>○第２ターゲット層</p> <ul style="list-style-type: none"> ・国内観光客とし、特に大学卒業新社会人、及び小学生高学年～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 ・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。 <p>○選定の理由</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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。 <p>○取組方針</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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
<p>○第３ターゲット層 インバウンド アジア圏（台湾、香港、）</p>
<p>○選定の理由</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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。 <p>○取組方針</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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	<p>○交流・共感・共創による感性文化のまちづくり</p> <p>○海浜リゾート&エンターテインメント・パークシティ</p> <p>○非日常空間と非常体験の融合</p> <p>○夕日を活用したブランディング</p>
②コンセプトの考え方	<p>○公共空間の創出及び利活用</p> <p>○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。</p>

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
<p>戦略の多様な関係者との共有</p> <p>※頻度が分かるよう記入すること。</p>	<p>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。</p> <p>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地の西海岸エリアの現状の共有をおこなっている。</p> <p>DMOの事業内容や今後の計画等についての調整を行う会議は年2回実施。年6回行われる町内経済団体による定例会において情報交換等を行う予定である。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・季節ごと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。
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"> ・北谷町地域経済活性化連絡会において観光振興等について情報交換等をおこなう。
観光客に対する地域一体となった戦略に基づく一	<ul style="list-style-type: none"> ・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。

元的な情報発信・プロモーション	・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. K P I（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 K P I

指標項目		2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度	2025 (R7) 年度	2026 (R8) 年度
●旅行消費額 (百万円)	目標	2,315 ()	2,064 ()	2,160 (100)	2,376 (150)	3,200 (450)	3,500 ()
	実績	1,976 (0)	3,340 (0)	4,369 (187)			
●延べ宿泊者数 (千人)	目標	390 ()	430 ()	450 ()	495 ()	850 ()	1,000 ()
	実績	411 (12)	682 (0.8)	1,013 (26.9)			
●来訪者満足度 (%)	目標	50 ()	70 ()	70 ()	70 ()	70 ()	70 ()
	実績	85 ()	67 ()	72 ()			
●リピーター率 (%)	目標	52 ()	30 ()	30 ()	30 ()	35 ()	35 ()
	実績	30 ()	62 ()	64 ()			

※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】

- ・自主事業によるアンケート調査、人流調査・分析の上、当法人の検討会において検討し決定した。
- ・新型コロナウイ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、滞在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
 - ・WEB アンケートによる調査で把握
 - ・観光地域ブランディングに取り組むことにより来訪者の満足度が向上し、再来訪動機及び SNS 等のツール活用による当該地域の発信にもつながる。よって、来訪者の満足度数を把握指標とする
- リピーター率
 - ・WEB アンケートによる調査で把握
 - ・観光客が繰り返し来訪していることが街の魅力度の把握にもつながることからリピーター率調査を行う。ただし、成長期における観光客総入域者数との割合も考慮する必要性がある

(2) その他の目標

指標項目		2021 (R 3) 年度	2022 (R 4) 年度	2023 (R 5) 年度	2024 (R 6) 年度	2025 (R 7) 年度	2026 (R 8) 年度
●住民満足度 (%)	目標	70	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	13,000	21,000	29,000	32,000	35,000	
		()	()	()	()	()	()
	実績	10,599	25,000	27,000			
		(0)	()	(9,000)			
●西海岸エリア 車両侵入台数 (千台)	目標	6,000	6,300	6,600	6,900	7,200	7,400
		()	()	()	()	()	()
	実績	6,519	7,145	7,554			
		()	()	()			
	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】

- ・ 行政等、意見交換を行ったうえ、当法人の検討会において検討し決定した。
- ・ 新型コロナウイ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。
- ・ 着地型プログラムについてはエリア内の戦略に基づく観光振興のあり方から削除した。

【設定にあたっての考え方】

●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。

●観光情報センター（JNTO 認定外国人観光案内所）利用者数

- ・ 観光客の来訪者数推移の把握及び、地域において得られる情報取得状況の把握による地域に対する関心度を測る
- ・ 観光情報センター窓口を利用した来訪者に対し、国別訪問者数の調査を実施。（北谷町役場実施）

●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

※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）
2021（Ｒ３） 年度	14,778,569 円	収益事業 14,038,474 円 会 費 720,000 円 雑 収 入 20,095 円
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	32,000,000 円	収益事業 5,000,000 円 国・県等補助事業 25,000,000 円 イベント開催等 2,000,000 円

2025 (R 7) 年度	32,000,000 円	収益事業 5,000,000 円 国・県等補助事業 25,000,000 円 会費等 2,000,000 円
2026 (R 8) 年度	32,000,000 円	収益事業 5,000,000 円 国・県等補助事業 25,000,000 円 会費等 2,000,000 円

(2) 支出

年 (年度)	総支出	内訳 (具体的に記入すること)
2021 (R 3) 年度	18,953,157 円	一般管理費 18,953,157 円
2022 (R 4) 年度	16,964,996 円	一般管理費 16,964,99 円
2023 (R 5) 年度	21,018,618 円	一般管理費 20,841,731 円 雑 損 失 18,930 円
2024 (R 6) 年度	30,000,000 円	一般管理費 3,000,000 円 国・県等補助事業 25,000,000 円 イベント開催等 2,000,000 円
2025 (R 7) 年度	30,000,000 円	一般管理費 3,000,000 円 国・県等補助事業 25,000,000 円 イベント開催等 2,000,000 円
2026 (R 8) 年度	30,000,000 円	一般管理費 3,000,000 円 国・県等補助事業 25,000,000 円 イベント開催等 2,000,000 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は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、フランス、ドイツ等のヨーロッパ地域にも赴き、他国の観光推進体制の研究を行っております。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

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	木村 聡志
担当部署名（役職）	建設経済部 観光課 主任主事
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	kimura.satoshi@chatan.jp

都道府県・市町村名	沖縄県 北谷町
担当者氏名	知念 優樹
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

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)】比嘉 朝旬

【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】

収益事業 20百万円(令和5年度決算)

【総支出】

一般管理費 20百万円(令和5年度決算)

【連携する主な事業者】

・観光協会・商工会・飲食業組合・漁業共同組合・地域商店街

KPI(実績・目標)

記入日: 令和6年 10月 18日

※()内は外国人に関するもの。

項目		2021 (R3)年	2022 (R4)年	2023 (R5)年	2024 (R6)年	2025 (R7)年	2026 (R8)年
旅行 消費額 (百万円)	目標	2,315 ()	2,064 ()	2,160 (100)	2,376 (150)	3,200 (450)	3,500 (480)
	実績	1,976 (0)	3,340 (0)	4,369 (187)	—	—	—
延べ 宿泊者数 (千人)	目標	390 ()	430 ()	450 ()	495 ()	850 ()	1,000 ()
	実績	411 (12)	682 (0.8)	1,013 (26.9)	—	—	—
来訪者 満足度 (%)	目標	50 ()	70 ()	70 ()	70 ()	70 ()	70 ()
	実績	85 ()	67 ()	72 ()	—	—	—
リピーター率 (%)	目標	52 ()	30 ()	30 ()	30 ()	35 ()	35 ()
	実績	30 ()	62 ()	64 ()	—	—	—

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くり

【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

