

第2次  
久米島町観光振興基本計画

【2019年度～2023年度】

2019年3月  
久米島町

# 目次

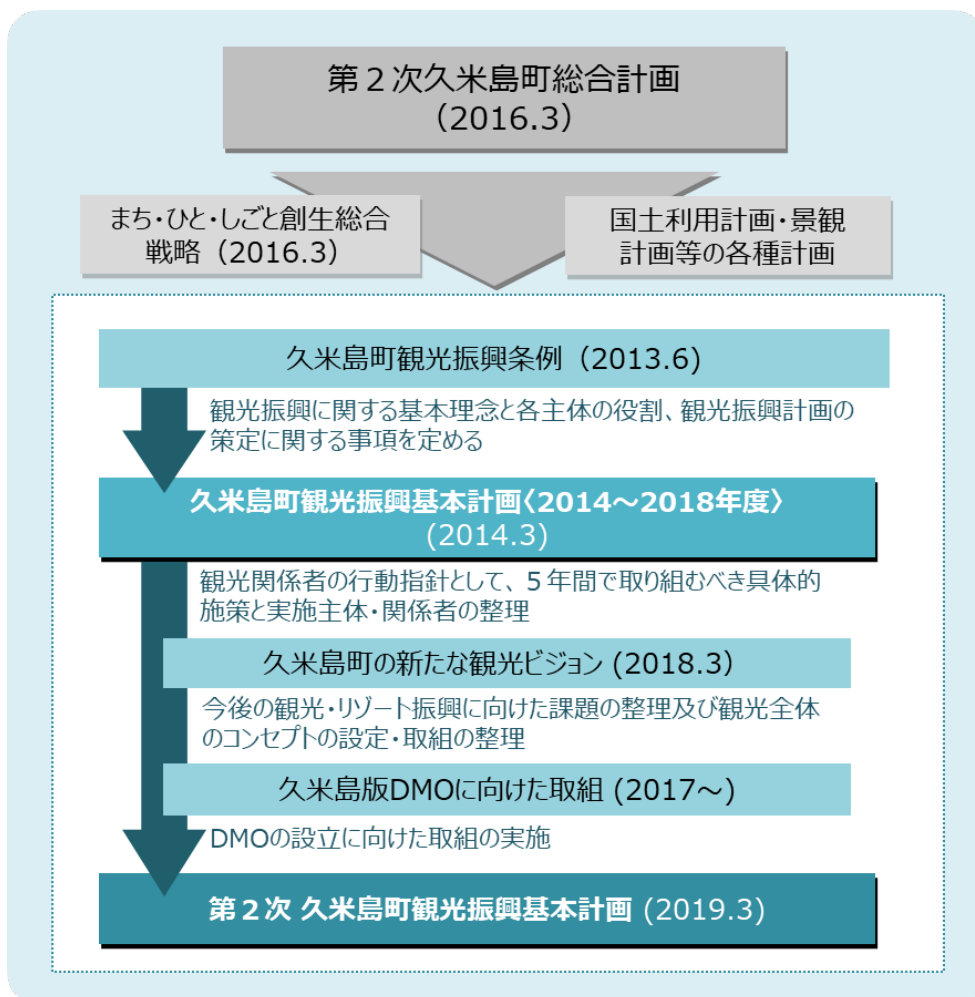
1. はじめに	・・・1
2. 第1次計画期間の振り返り（2014年度～2018年度）	・・・2
3. 久米島町を取り巻く観光動向	・・・9
4. 久米島観光のこれからの取組課題	・・・15
5. 久米島町の観光振興に向けた考え方	・・・16
6. 今後5年間で取り組むべき施策（2019年度～2023年度）	・・・22
7. 取組の推進体制	・・・43
参考. 計画策定について	・・・48
巻末資料. 久米島観光の現状	・・・50

# 1 はじめに

久米島町では、2013年度に「久米島町観光振興基本計画」を策定し、島民および島内の関係団体等との連携により、観光振興を目指した取組を推進してきました。

2015年度には、久米島町が目指す将来像、島内における様々な取組の指針となる「第2次久米島町総合計画」(将来像：『夢つむぐ島』-島人みんなで織り上げる未来-)を策定し、島民が暮らしやすい島の実現、久米島らしい発展を果たすための施策のひとつに、“島に人を惹きつける”という目標のもと、観光振興に向けた取組を位置づけています。2017年度には、「新たな観光ビジョン」の策定や「久米島版DMO(Destination Management Organization)」の設立に向けた取組など様々な取組が進められています。

2013年度に策定した「久米島町観光振興基本計画」を第1次計画とし、これまでの5年間の取組を踏まえ、観光振興の実現に向けた今後の更なる取組の促進を図るため、島内の関係者との協議のもと、今年度、「第2次久米島町観光振興基本計画」を策定しました。第2次計画の期間は、2019年度からの5年間とし、新たな計画のもと、島内が一丸となった観光振興の取組を推進していきます。



▲ 第2次久米島町観光振興基本計画の位置づけ

## 2 第1次計画期間の振り返り（2014～2018年度）

### （1）久米島町観光振興基本計画（第1次計画、2015.3）

第1次計画では、2018（平成30）年度までに、入域観光客数12万人を実現することを目標として、38の具体施策を示した基本計画を策定しました。

#### ①計画の概要

各種調査結果や策定委員会・ワーキングでの意見をもとに久米島観光の強み・弱みを以下の通り整理し、これらをもとに全体ビジョンおよび施策を掲げています。

#### ❖ 久米島観光の強み・弱み

分類	強み	弱み
観光資源	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ハテの浜に代表される海洋資源</li> <li>・手付かずの自然</li> <li>・古いもの（紬、赤瓦、宇江城跡など）と新しいもの（海洋深層水関連施設など）との融合</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・海以外の資源が活かされていない</li> <li>・イーフビーチなどは、漂流物などのゴミが目立つ状況</li> </ul>
食、おみやげ	<ul style="list-style-type: none"> <li>・生産量日本一の車エビ、海ぶどう</li> <li>・もずく、久米島鶏、泡盛など豊富な食材</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・飲食店が少ない</li> <li>・おみやげを買える店が少ない</li> <li>・地元産の食材を活かした料理も少ない</li> </ul>
アクセス ・交通	<ul style="list-style-type: none"> <li>・那覇から25分の好立地</li> <li>・運賃の安いフェリーでも3時間程度の距離にある</li> <li>・車で1周45分のコンパクトな島</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・飛行機の輸送量</li> <li>・島内での移動はレンタカーに依存</li> </ul>
インフラ ・施設	<ul style="list-style-type: none"> <li>・海洋深層水を活用した施設</li> <li>・久米島野球場、ホタルドーム、パークゴルフ場などのスポーツ関連施設が充実</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ホテルの老朽化</li> <li>・島内の案内板、外国語の表記の不足</li> </ul>
その他	<ul style="list-style-type: none"> <li>・FM放送局</li> <li>・ゆるキャラ「く～みん」</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・海以外の体験型プログラムが不足</li> <li>・雨天時のサービス、プログラムが少ない</li> <li>・組織間の連携がとれていないため、イベントの運営などにおいて、一部の人に負担が集中している</li> </ul>

#### 全体ビジョン

#### 【全島テーマパーク】として、海・山・歴史・人など島内全体でのおもてなしを実施

今後の観光施策においては、海や山の資源を使った様々な体験ができる島、新しいものと歴史的なものが融合する島として、島内の魅力を最大限に活用し、どこに行っても何をしていても楽しい、“全島テーマパーク”を目指して、各種施策を着実に進めていくことが必須である。

また、“全島テーマパーク”に欠かせないのは、島民全員による「ALL久米島」の「おもてなし」である。島民が島の宝を知り、来島者に披露し、うちに秘めている「おもてなし」を表現していくことがリピーターの獲得につながる。島民全員が久米島の宣伝部長になることで、来訪者が必ず満足して帰れる“全島テーマパーク”の実現になる。

## ②施策の進捗状況と評価

第1次計画に掲げた全38施策の進捗状況は、実施しているものが27施策、一部実施できていないものが9施策、未実施のものが2施策という状況です。

### ❖ 第1次計画の施策と取組状況

実施しているもの(●)：27施策／一部実施できていないもの(○)：9施策／未実施(△)：2施策

観光振興施策の方向性	具体施策	評価
(1)ハテの浜をはじめとする海洋資源の整備およびPR	①ハテの浜の休憩施設整備、入島税、自主運営	○
	②ビーチクリーニングによるゴミゼロ運動の実施	●
	③ダイビング以外の海洋型体験プログラムの開発・実施・PR	●
(2)“山”“湿地”“生活”“歴史・伝統文化”など、多様な観光プログラムの構築	①ヤジャーガマ(鍾乳洞)など新たな観光資源の整備・運営	●
	②自然学習、集落体験、民泊、文化体験などの新たな体験プログラムの開発・運営	●
	③ラムサール条約登録湿地の自然活用	●
	④雨天でも楽しめるプログラムの開発	○
(3)久米島産品を活用した魅力ある“食”の開発	①車海老、海ぶどう、もずくなどの久米島産品を活用したご当地グルメの開発	●
	②車海老、海ぶどう、もずくなどの久米島産品を活用したおみやげの開発	●
	③地産商品の購入ができる場所の整備、店舗との協力	●
	④“く～みん”の活用による食品パッケージ等の作成	●
(4)久米島がイメージできる“おみやげ”の開発(食以外)	①商工会を中心にした新たな“おみやげ”の開発	●
	②“く～みん”の活用によるグッズの開発・販売	●
(5)情報提供の充実など、島内受入環境整備	①新パンフレット作成	●
	②案内板の整備・更新、案内誘導の見直し	○
	③全島Wi-Fiを活用した情報提供の充実	○
	④宿泊施設の環境改善	○
(6)国内外への誘客プロモーションおよびイメージ戦略	①インパクトのあるプロモーションの継続	●
	②インパクトのある写真、映像の整備	●
	③ALL久米島によるPR活動の実施	●
	④ICT環境の活用	●
	⑤「集落散策(真謝・西銘集落)」のプロモーション	○
	⑥MICEの誘致	●
	⑦フィルムツーリズムに関するプロモーション、誘致	●
(7)アクセスおよび島内交通の利便性向上・充実	①飛行機の大型化、直行便の就航、複数キャリア実現のための働きかけ	○
	②船の利用率の向上のための施策	●
	③自転車活用環境整備、自動運転自動車の活用など島内交通の整備	●
(8)海洋深層水を活用した観光プログラム等の開発	①視察旅行の誘致	●
	②海洋深層水を活用した“食”の開発	●
	③海洋系大学のセミナーハウス等誘致、理系高校の修学旅行誘致	●
(9)スポーツに関連した観光プログラムの開発と受入環境整備	①スポーツ団体の誘致強化、プロモーション	●
	②スポーツに関するインフラの整備	●
	③スポーツイベントの企画、運営、実施	●
	④パークゴルフを活用した人との交流促進	●
(10)施策を進めるための組織構築・人材育成	①観光協会の組織強化	○
	②飲食業組合等施策推進のための組織づくり	△
	③観光ガイドなどの人材育成、組織化	△
	④人材育成のためのプログラムの整備、実施	○

38 施策の進捗状況に対し、関係者から今後に向けて以下のような取組課題が挙げられています。第2次計画では、これまでの5年間の取組状況を受け、未実施となっている“人材育成や体制づくり”を強化するとともに、今後の取組課題を踏まえた継続的な取組を推進していきます。

### ❖ 各施策に対する今後の取組課題

施策	今後の取組課題
(1)ハテの浜をはじめとする海洋資源の整備およびPR	<ul style="list-style-type: none"> <li>・受入環境の整備が課題（特に、トイレの整備は急務）</li> <li>・ビーチクリーニング後のゴミの分別方法の明確化</li> <li>・もずく、アーサの収穫体験のプログラム化</li> </ul>
(2)“山”“湿地”“生活”“歴史・伝統文化”など、多様な観光プログラムの構築	<ul style="list-style-type: none"> <li>・民泊登録民家の高齢化、支援する仕組みや体制の検討</li> <li>・イノーを活用したシーカヤック、SUP等</li> <li>・「島の学校」の持続的な運営（支援策の検討等）</li> <li>・久米島博物館の有効活用</li> <li>・雨天時の観光メニュー、プログラムの充実（情報提供）</li> </ul>
(3)久米島産品を活用した魅力ある“食”の開発	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地域産品の「久米島ブランド化」</li> <li>・島内産の原材料を活用した商品の情報収集、PR ⇒ 生産者から製造者、販売者への発展</li> <li>・久米島でしか食べられない「食」の提供</li> <li>・ご当時グルメ開発のための共同キッチンの整備</li> <li>・特産品コンテスト等の継続開催</li> </ul>
(4)久米島がイメージできる“おみやげ”の開発（食以外）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・島内の特産品、おみやげを購入できる販売店が必要</li> <li>・おみやげ購入時の商品袋の統一</li> <li>・く～みんの活用方策の検討（人気が高い）</li> </ul>
(5)情報提供の充実など、島内受入環境整備	<ul style="list-style-type: none"> <li>・案内サインの更新、充実（特に、空港内および周辺）</li> <li>・島内の既存パンフレットの情報共有</li> <li>・パンフレット等の情報の充実（ICT、マップコード等）</li> <li>・全島Wi-Fiの改良、充実（外国人観光客対応）</li> </ul>
(6)国内外への誘客プロモーションおよびイメージ戦略	<ul style="list-style-type: none"> <li>・MICEをコーディネートする人材の育成</li> <li>・既存施設の情報の整理、空き施設の有効活用（跡地等）</li> <li>・来訪未経験者への認知度向上</li> </ul>
(7)アクセスおよび島内交通の利便性向上・充実	<ul style="list-style-type: none"> <li>・島内2次交通の強化</li> <li>・高速船の導入に向けた検討（試験運行）</li> <li>・船が欠航した際の対応の改善</li> </ul>
(8)海洋深層水を活用した観光プログラム等の開発	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ウェルネスツーリズムのプログラム検討</li> <li>・ビジターセンターの活用</li> </ul>
(9)スポーツに関連した観光プログラムの開発と受入環境整備	<ul style="list-style-type: none"> <li>・パークゴルフによる周辺離島との連携</li> </ul>
(10)施策を進めるための組織構築・人材育成	<ul style="list-style-type: none"> <li>・島内の「観光ライブラリー」の立ち上げ</li> <li>・飲食店の開店情報の把握</li> <li>・クレジットカード決済の導入検討</li> <li>・観光ガイドの育成、増加</li> </ul>

## (2) 久米島町の新たな観光ビジョン (2018.3)

久米島町における適正な観光振興やリゾートとしての高質化に向けて、最近の久米島観光の動向を踏まえた全体コンセプトを設定し、島民および観光事業者などが観光に対するビジョンを共有することを目的に策定しました。

本ビジョンでは、以下の通り久米島観光の課題と、これまでの取組に加えて、既存のものと新しいものを活かしていく方針を示しています。

### ❖ 久米島観光の課題

全体課題	①観光客数の堅調な伸びや沖縄観光の動向を踏まえた久米島観光の将来像や目標の明確化
個別課題	②新規施設の誘致も視野に入れた宿泊施設の質の向上 ③海洋深層水など久米島ならではの観光資源の有効活用 ④特産物の島内流通・消費の改善と、飲食店・お土産品の充実・有効な情報発信 ⑤島内の交通アクセス・案内改善 ⑥オフピーク期への対応・平準化への取組
基盤課題	⑦島外からの交通アクセス強化 ⑧町民・事業者の観光に対する意識の共有化

### ❖ 課題を踏まえた方針

1	今ある自然・歴史を最大限生かしつつ、久米島特徴である素朴さやのどかさを残した観光振興を図る
2	海洋リゾート（マリンアクティビティや夏向けの観光商品など）だけに依存しない新機軸を設定する
3	海洋深層水をはじめとした世界に誇れる資源を生かした効果的な情報発信と施設・サービスの充実を行う
4	久米島の生業を継承し、町民・事業者も恩恵を受けるような取組みを推進する
5	久米島観光全体の受け入れ体制・環境の整備

また、「世界水準の癒しのウェルネスアイランド 久米島」という全体コンセプトに基づいた、島内のエリア別の役割と、東部地区のリゾートとしての高質化に向けた整備メニューを示しています。

豊かな自然環境を守りつつ、島内の多様な資源を活用しながら、“素朴さ”や“のどかさ”、“ゆったり”、“癒し”といった久米島観光の魅力を高めていく方向性は、第2次計画においても継承し、島民および観光事業者などと共有したビジョンのもと、観光振興の実現に向けた取組を推進していくことが重要だと考えます。

## ❖ 全体コンセプト

### 世界水準の癒しのウェルネスアイランド 久米島



#### 山紫水明

美しい海岸とその地形などの海の恵みと、ラムサールの森林・湿地などによる山の恵みを継承しながら、久米島独自に育まれた産業や歴史文化と融合することにより、唯一無二の素朴でのどかな風景と故郷のように落ち着くことができる環境を形成します。



#### 豊富な資源の宝庫

自然・特産物・アクティビティ等の既にある観光資源と世界に誇る海洋深層水を活用した取組みを、ウェルネス（癒し、健康、美容、食等）のストーリーで磨き上げ、訴求力のあるプログラムやサービス（ヨガ、スパ、ウォーキング、紬着付等）を提供します。



#### 生活の場

久米島らしい自然や温かい人々、グスク等の歴史文化、紬や農業・漁業などの産業など、実際の生活に触れながら、ゆったりと心身の疲れを癒し、本来の自分を取り戻す事の出来る場や体験を提供し、ゆっくりと何度も訪れたくなる久米島を目指します。

出典：「久米島町の新たな観光ビジョン」（2018年3月 久米島町）



## ❖ エリア別の役割



出典：「久米島町の新たな観光ビジョン」（2018年3月 久米島町）

## ❖ 東部地区における方向性と整備メニュー

### ④真謝・宇根

将来像	既存資源を有効活用した 久米島らしい産業・研究の発信地
方向性	既存の施設・案内等の充実と資源活用のための施設整備、海洋深層水を活用した産業・研究施設等の誘致（機能）産業・文化・研究
メニュー	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 海洋深層水等の資源活用のための施設開発</li> <li>✓ 案内・情報発信等の充実</li> <li>✓ 着地型パッケージの推進 など</li> </ul>

### ❖ ゾーニング図



### ⑤イーブビーチ

将来像	安心して快適に滞在できる 久米島の観光リゾートの本拠地
方向性	イーブビーチ周辺における滞在機能・体験プログラムの充実（機能）宿泊・リゾートホテル等 -
メニュー	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 飲食店、カフェ等の充実（誘致等）</li> <li>✓ 宿泊施設の改修</li> <li>✓ 休憩施設の整備</li> <li>✓ ウェルネスプログラムの充実 など</li> </ul>

### ⑥島尻・銭田

将来像	海と森が融合した新たな観光・レクリエーションの拠点
方向性	「風の帰る森」整備に合わせた地域間の連携強化と自然の豊かさが感じられる施設・体験の充実（機能）レクリエーション
メニュー	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 「風の帰る森」整備に合わせた周辺プログラムの検討（トレッキング、ヒーリング等）</li> <li>✓ 海と森の連携したプログラムの検討</li> <li>✓ レクリエーション施設の誘致 など</li> </ul>

### ②オーハ島・③奥武島

将来像	新たな魅力を創出する これまでにない滞在型リゾート拠点
方向性	島嶼・リーフ等の自然環境のダイナミズムを活かし、オーハ島と奥武島が一体となった新たな宿泊リゾート等の誘致（機能）宿泊・コテージ型宿泊施設等 -
メニュー	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 新規宿泊施設の誘致など長期滞在型リゾートを想定した開発の実施</li> <li>✓ アクセスの整備 など</li> <li>✓ オーハ島と一体となったリゾート開発の促進（宿泊誘致等）</li> <li>✓ パーデハウスの利活用検討 など</li> </ul>

### ①ハテの浜

将来像	久米島全体を先導する 観光リゾートの核
方向性	快適性向上、高級感の醸成のための施設整備（機能）海水浴・マリンスポーツ
メニュー	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 台船等の整備</li> <li>✓ 仮設トイレの設置</li> <li>✓ アクセスの改善 など</li> </ul>

出典：「久米島町の新たな観光ビジョン」（2018年3月 久米島町）

### (3) DMOの設立に向けた取組 (2017年度～)

2017年度より「久米島観光誘客対策事業」として、ランドオペレーター機能やワンストップ窓口の役割、地元主導の観光企画といった観光の舵取り役を担う久米島版DMOの設立を目指した取組みが進められています。

2017年度は、5回の検討委員会が以下の通り開催されました。

	日時	テーマ
第1回委員会	2017年9月7日	DMOに関する共通理解のためのDMO検討委員会 ・久米島町の観光振興に資すると思われる活動の現状・予定
第2回委員会	2017年10月10日	収益事業としてのDMOの成功事例 ・稼ぐ力 ①売上の増加方法 ②経費の削減方法
第3回委員会	2017年12月14日	地域企業出資方式による組織運営の成功事例
第4回委員会	2018年2月20日	沖縄県及び県内DMOの現状と課題 ・実施しているイベント・プロモーション、連携できそうな団体・モノ、どのような成果が出るか、実行するにあたっての障壁、障壁に対する解決策、成果
第5回委員会	2018年3月13日	久米島版DMO設立準備に向けての検討 ・DMOのメリットとデメリットについて考える

2018年度は、3回の検討委員会、2回のワーキングが以下の通り開催されました。

	日時	テーマ
第1回委員会	2018年12月5日	各団体の取組・課題認識の共有
第1回WG	2018年12月27日	ワーク：関係者の合意形成、戦略・KPI・PDCAサイクル、関係者調整・仕組み作り・プロモーション、運営資金の確保等
第2回委員会	2019年1月25日	久米島町地域資源連携のための意識調査（中間報告） 久米島版DMOの登録要件、他DMOの動向
第2回WG	2019年2月13日	ワーク：DMO設立に向けて必要となる要件の検討
第3回委員会	2019年3月5日	久米島版DMO形成・確立計画申請書について

2018年度以降は、行政は民間の活動を支援・サポートすることを主とし、官から民に権限の移譲を行いながら連携・協働して進めていく体制を整える仕組みづくりを行うこととしています。

□DMOとは… 日本版DMOは、地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに地域への誇りと愛着を醸成する「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの舵取り役として、多様な関係者と協働しながら、明確なコンセプトに基づいた観光地域づくりを実現するための戦略を策定するとともに、戦略を着実に実施するための調整機能を備えた法人です。（観光庁HPより）

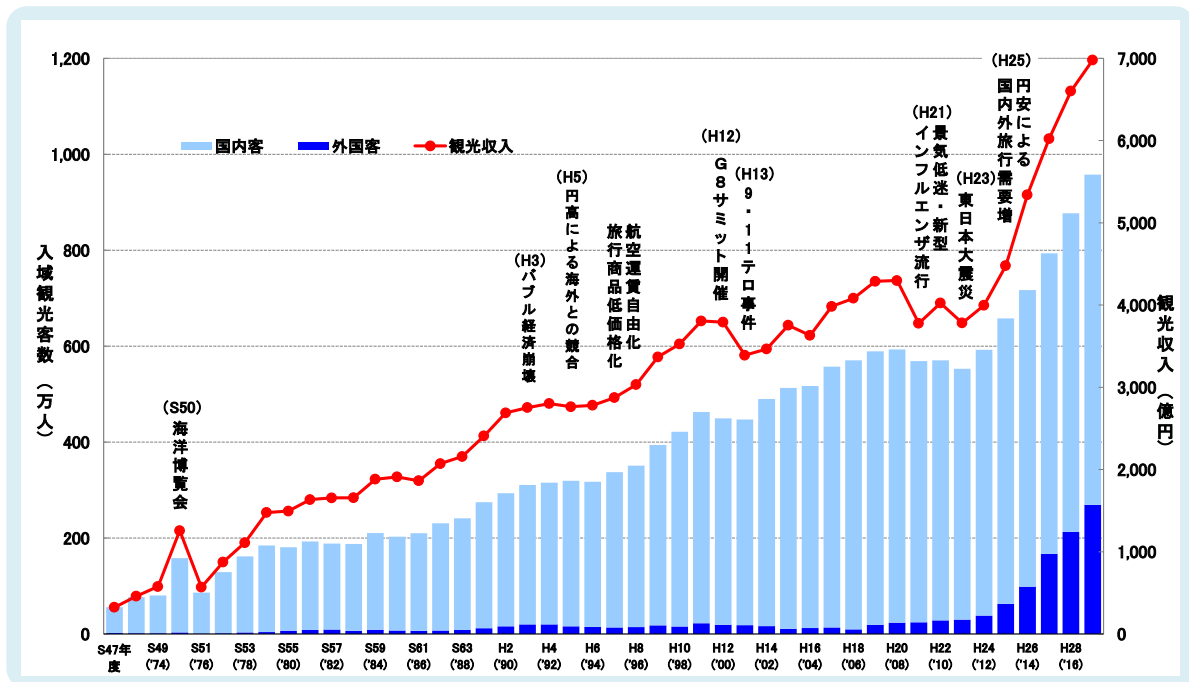
# 3 久米島町を取り巻く観光動向

## (1) 久米島を取り巻く環境

久米島町を取り巻く環境として、沖縄県全体の観光の動向をみると、2017年度に沖縄県を訪れた観光客数は約958万人と、前年度から約82万人(9.2%)増加しており、1,000万人に到達する勢いで拡大しています。また、各月の観光客数をみると、70万人台を下回る月がなく、夏季以外の着実なボトムアップが図られています。

久米島町の第1次計画策定期間にあたる2013年度と比較すると、この5年間で全県の観光客数は約1.5倍に急増しています。

観光客数が急増している大きな要因として、“外国人観光客(インバウンド)”の増加が挙げられます。2017年度には約269万人、前年度から約56万人(26.4%)増えており、10年連続で過去最高記録を更新しています。沖縄発着航空路線の新規就航・増便、クルーズ船の寄港拡大等により、沖縄県を訪れる外国人観光客数は、年々、大幅に伸びています。



▲沖縄県の入域観光客数と観光収入の推移

出典：「観光要覧～沖縄県観光統計集～平成29年」(2018年9月 沖縄県)

周辺の離島地域をみると、国際航空機能を有し、大型クルーズ船が寄港可能な八重山圏域や宮古島圏域は、全県の動向と同様に、外国人観光客を含め、観光客数が近年急増しています。その一方で、観光客の受入を行う地域側の視点でみると、観光客の急激な増加に伴う“オーバーツーリズム”といった新たな課題に直面している状況もみられます。

## (2) 久米島町内の動向

### ① 島内の観光に関する主な取組

久米島町内では、第1次計画を策定した2013年度から、計画に基づく観光振興の取組を推進してきました。その成果として、島内の観光に関する取組状況として、着実に成果を積み重ねています。

第1次計画期間は、島内の観光に係る取組の初動期にあたり、計画に示した38施策のうち、その約7割にあたる27施策を概ね順調に推進しています。2013年度のパークゴルフ場のオープンに始まり、民泊事業の開始、山里ゆんたく市場や漁協直売所オープンの開業など、この5年間の中で、島内の観光振興につながる様々な取組が行われています。

2013年度	パークゴルフ場オープン
2014年度	民泊事業開始、FDA就航
2016年度	山里ゆんたく市場の開業、 島ぐらしコンシェルジュ開始
2017年度	久米島町の新たな観光ビジョン策定、 DMO設立に向けた取組開始、 深層水利活用モデル地域、 海洋深層水ウェルネスプログラム開発事業
2018年度	パークゴルフコース増設、漁協直売所開業



▲山里ゆんたく市場

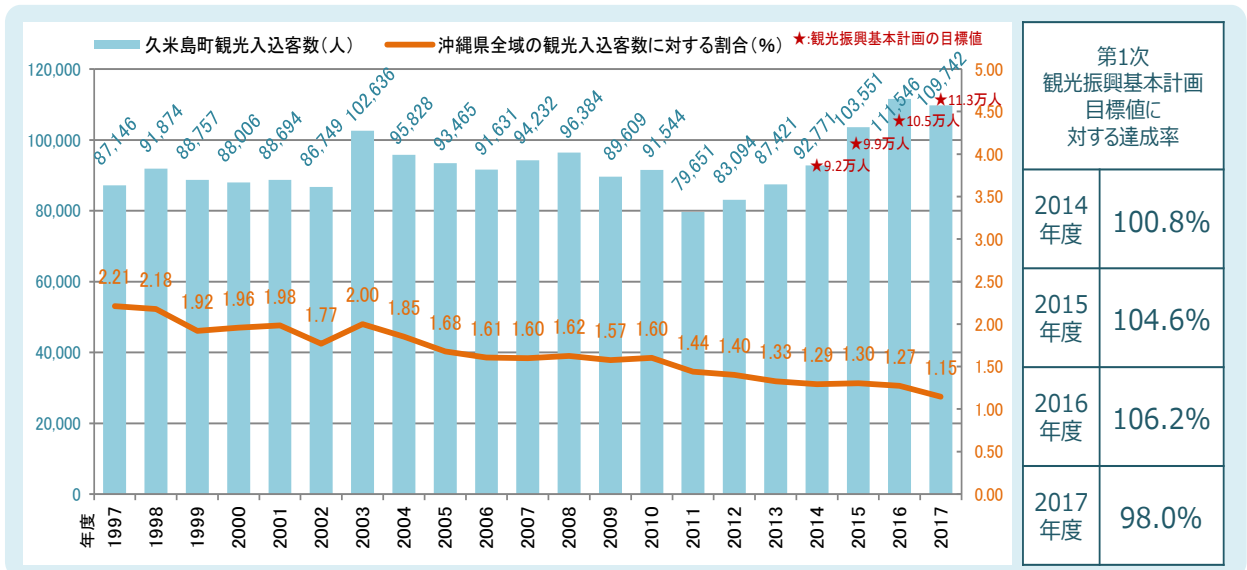
#### ▼パークゴルフ場の利用者数の推移

	2015 (H27)	2016 (H28)	2017 (H29)
パークゴルフ利用者数	25,000	23,805	24,072
(うち県外客)		1,331	2,120

## ②久米島を訪れる観光客数の推移

久米島を訪れる観光客数をみると、2013年度の約8.7万人から2017年度までに約2万人増加しており、第1次計画の目標水準には至っていませんが、観光客数の視点からも、島民および島内関係団体等との連携した取組の成果が確認できます。

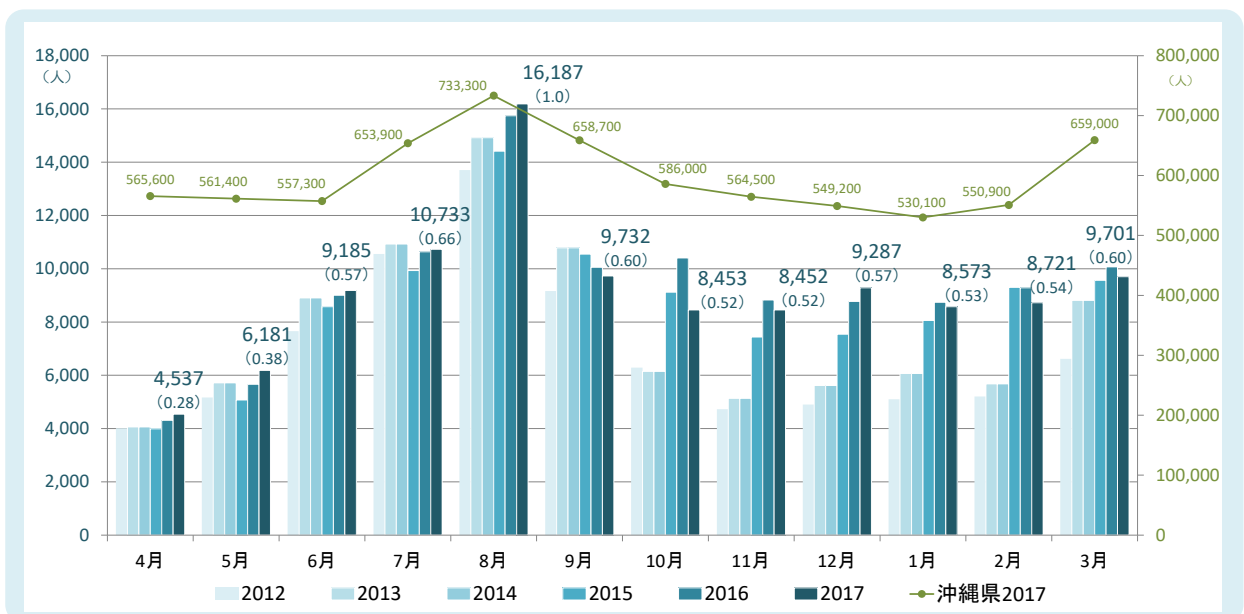
一方で、月別の推移をみると、沖縄県全域と比較して入込客数の変動が大きく、特に、4月～5月の入込客数は、ピーク期にあたる8月の4割未満という状況にあり、夏のピーク期以外の水準を高めていくことが必要です。



※折れ線グラフは、県全域における観光客数・宿泊施設収容人数の割合

出典：久米島観光統計資料(久米島町観光協会)、平成28年度観光統計実態調査(2017年3月 沖縄県)をもとに作成

### ▲年間観光入込客数の推移



※ ( ) 内の数字は、ピーク時(8月)を1.0とした場合の各月の比率

出典：久米島観光統計資料(久米島町観光協会)、平成28年度観光統計実態調査(2017年3月 沖縄県)をもとに作成

### ▲月別の推移

### ③久米島観光の実態

各種調査結果より観光客の特徴や動向などの久米島観光の実態を整理しました。  
(各種調査結果の詳細は巻末資料に掲載)

#### ❖ 観光客の特徴（国内客）

- ・初めての来訪が60%以上。全体の90%以上は沖縄旅行のリピーター（約60%は沖縄5回以上）
- ・久米島への平均来訪回数は8～9月が2.74回、11～12月が3.62回
- ・関東圏域からの来訪が多く、8～9月は67%、11～12月は44%
- ・8～9月はファミリー層が半数以上、世代は30～50代が多い（40代が35%）
- ・11～12月は一人や夫婦での来訪が多く、世代は40～60代が多い（60代以上は26%）

#### ❖ 来訪の目的・きっかけ（国内客）

- ・8～9月の来訪目的は海水浴(28%)、マリンスポーツ(24%)、観光地巡り(21%)が多い
- ・11～12月の来訪目的は観光地巡り(38%)、保養・休養(24%)、マリンスポーツ(16%)が多い
- ・24%以上の方が以前の来訪が良かったことにより来訪している

#### ❖ 旅行内容（国内客）

- ・平均泊数は8～9月が3.11泊、11～12月が2.14泊。74%以上が沖縄本島にも宿泊
- ・久米島へのアクセスは8～9月の直行便利用が41%を占める。フェリーは10%以下
- ・島内の交通は33%以上がレンタカー、22%以上がバスを利用。レンタル利用者も増加
- ・個人旅行（パッケージツアー等を介さない）が50%。団体旅行は7%以下
- ・訪問先はイーフビーチ、はての浜、畳石が多い（いずれも半数以上の人が訪問）
- ・観光客の32%以上が車エビ、もずく、久米島の泡盛を飲食する

#### ❖ 満足度・観光消費額（国内客）

- ・久米島旅行に93%以上の観光客が満足。項目別では、レジャー、宿泊施設、食事の満足度が高い。一方、お土産、交通機関、観光地の環境・整備などの満足度が低い
- ・島内における観光客1人あたりの平均観光消費額は、約6.6万円  
(8～9月：約7.5万円、11～12月：約5.6万円)

#### ❖ 久米島観光のイメージ・認知度（国内客）

- ・来訪未経験者のハテの浜、畳石、ウミガメ館の認知度は20%未満、その他は概ね10%未満。
- ・久米島の改善すべき点で多かったは、アクセス・交通の改善(17%)、今のままで良い(15%)、飲食店の数・質・情報(8%)
- ・久米島の魅力としては、「海」の美しさや綺麗さ(49%)、海を除く「自然・風景」(28%)

#### ❖ インバウンドの動向

- ・外国人宿泊客は年間2千人程度で、台湾・韓国・中国・香港からの来訪が6割程度  
⇒沖縄県の傾向からみると、久米島は「台湾・韓国・中国・香港」の割合が県の8割に対して低く、「欧米」からの観光客比率が高い傾向（北米15%、欧州19%）

出典：宿泊客アンケート調査（2018年度 久米島町）、WEB アンケート調査（2017・2018年度 久米島町）、  
主要ホテルにおける外国人宿泊客数（2015・2016年 観光協会提供資料）

## (3) 島内から見た久米島

### ① 島民の意識・ニーズ

#### ❖ 久米島観光のあり方・自慢

- ・久米島町に合っている観光地の姿は「海やビーチの美しさを活かした観光地」が25%以上と最も多い。次いで食材を活かした観光地、様々な体験を楽しめる観光地が多い
- ・最も自慢できる資源は「ハテの浜」(一般27%、中高生24%)、次いで「車えび」が多い

#### ❖ この5年で感じる変化

- ・観光客の数…一般49%、中高生58%が増えている・やや増えていると実感
- ・知名度・ブランド…一般50%、中高生53%が高まった・やや高まったと実感
- ・まちの活気…一般19%、中高生32%が増えていると実感。あまり変わらないとの回答が最多
- ・経済的な効果…一般21%、中高生22%を感じる・やや感じると実感

#### ❖ 観光振興について

- ・必要なこととして「航空機の充実」が最も多い(一般20%、中高生12%)
- ・懸念事項は「環境・景観の悪化」が最も多く、次いで「外国人観光客への対応」
- ・一般81%、中高生71%が観光振興に賛成。「久米島の魅力の発信」、「島内の活性化」、「人口増加・雇用促進」を期待

出典：住民アンケート調査(2018年度 久米島町) ※集計中間値

### ② 島内事業者の動向・意識

#### ❖ 観光の動向

- ・近年は、釣り、ダイビング、ハテの浜を求めて来訪する人が多いと認識
- ・宿泊、レジャー・体験、小売(お土産店)の観光売上比率は9割以上、飲食は5~7割程度
- ・飲食サービスでは原材料の域内調達率が6割以上と他業種に比べ高い
- ・ここ数年での変化として、観光客(特に外国人)が増えていると実感

#### ❖ 観光の取組みや変化

- ・久米島らしさを重視した取組みを重視(特産品、久米島ならではの風景・資源など)
- ・観光客をターゲットしたPRでは、HP、広告、各ウェブサイトが主

#### ❖ 久米島観光の課題

- ・(特にピーク期の)航空機・フェリー、宿泊施設、飲食店の充実(量・質ともに)
- ・既存のものを上手く生かした魅力発信。食・癒し・健康等をキーワードとしたツーリズム

#### ❖ 今後の観光振興について

- ・量や安さだけでなく、質や久米島観光の将来像の議論が必要。入域客数ではなく観光消費額にもフォーカスした取組みが重要
- ・他業種(農林水産や舢等)との連携、観光客のみならず地元も幸せを享受できる取組
- ・その他、オフピークの底上げ、観光人材不足の解消が必要

出典：事業者ヒアリング(2017年度 久米島町)、事業者アンケート調査(2018年度 久米島町)

## (4) 島外から見た久米島

### ① 旅行会社・観光関係者

#### ❖ 近年の久米島観光について

- ・ハテの浜やバーデハウスの印象・需要が大きい
- ・観光資源は沢山あるが認知度が低い
- ・インバウンドは少ない傾向にある（欧米比率が高いのは久米島の特徴）

#### ❖ 久米島の強み

- ・素朴さ、のどかさ、離島らしさ（これらを活かして他地域との差別化も考えられる）
- ・島独自のアピールポイントがある（海洋深層水・車エビ・海ぶどう）
- ・スポーツ施設・イベントが充実している

#### ❖ 観光地としての課題

- ・（アクセス・島内の受入環境等の問題から）団体客の受け入れが難しい
- ・島内交通、宿泊施設の改善、飲食店の充実（事業者の意識含めて）
- ・現状あるものと新しいものを上手く活用した魅力発信、メディアへの露出増加

#### ❖ 目指すべき／考えられる方向

- ・春の時期は久米島の花や気候を活かして歴史的な景観の散策などのプログラム
- ・イベント（車えびフェスタや地元の祭り）などを観光客向けにアピールする
- ・地元の人との交流、参加型のプログラム、海洋深層水のインバウンドへの訴求など

出典：旅行会社・観光関係者ヒアリング（2017・2018年度 久米島町）

### ② 開発業者

#### ❖ 観光地・開発地としての久米島のポジション

- ・久米島の特徴やウリが見えにくい
- ・石垣・宮古と比べると知名度が劣る

#### ❖ 久米島の観光・開発における課題

- ・宿泊施設の多様性が必要（ラグジュアリーも重要）
- ・食や体験型コンテンツによる効果的な訴求
- ・雇用の確保・人材の確保

#### ❖ 目指すべき／考えられる方向

- ・久米島のウリを打ち出し、ブランドを確立する必要がある
- ・国の税制優遇制度の活用により、開発業者の機運を高める事も重要
- ・ブランド力のあるホテルを誘致することも手として考えられる

出典：開発業者ヒアリング（2017年度 久米島町）



## 4 久米島観光のこれからの取組課題

第1次計画期間（2014～2018年度）における島内の観光に係る取組状況や、久米島観光の実態から、さらなる観光振興の実現に向けて、今後取り組むべき5つの課題を抽出しました。

### □島民の豊かさにつながる観光振興

観光による経済波及効果は、観光事業者だけでなく島内の様々な産業に波及します。

島民・観光事業者ともに近年の観光客の増加を感じているものの、経済効果はあまり実感していない状況です。そのため、久米島を訪れる観光客を増やすだけでなく、観光客が島内で消費する金額や機会を増やしていくことが重要です。

### □島民の観光への関わりの促進

第1次観光振興基本計画の取組状況を踏まえ、島内の観光に係る「人材の育成・確保」は第2次計画期間において継続的に取り組むべき重要な課題のひとつと考えます。島民が観光客と触れ合う機会、関わりを増やし、島民が主体となった取組を推進していくことが重要です。

### □久米島観光の“ブランドづくり”

島内には魅力溢れる観光資源がありますが、その認知度は低く、久米島観光の「ブランド化」を図ることが求められます。「ブランド化」を推進する上では、久米島の「食」や「お土産品」も重要な視点であり、島内の魅力的な資源を効果的に活用し、その付加価値を高めることで、島内での観光消費額の向上につなげていくための取組が重要です。

### □夏のピーク期以外の強化

久米島を訪れる年間の観光客数は、5年間で約2万人増加しています。その一方で、観光客が夏のピーク期に集中し、ピーク期以外との差が大きいこと、ピーク期における島内の宿泊施設や移動手段などの受入基盤の不足が課題となっています。ピーク期以外のシーズンに訪れる観光客数の底上げと、そのための魅力づくりや誘客が重要です。

### □リゾートとしての高質化

島外から久米島をみると、「ハテの浜」や「イーフビーチ」、「マリンレジャー」のイメージが強く、海洋リゾートとしての一面は久米島観光の強みのひとつです。この強みを最大限に活用し、観光振興につなげていくためには、島内滞在の拠点を担う「東部地区」を中心に、リゾートとしての質を高め、滞在型観光の取組を推進していくことが重要です。

# 5 久米島町の観光振興に向けた考え方

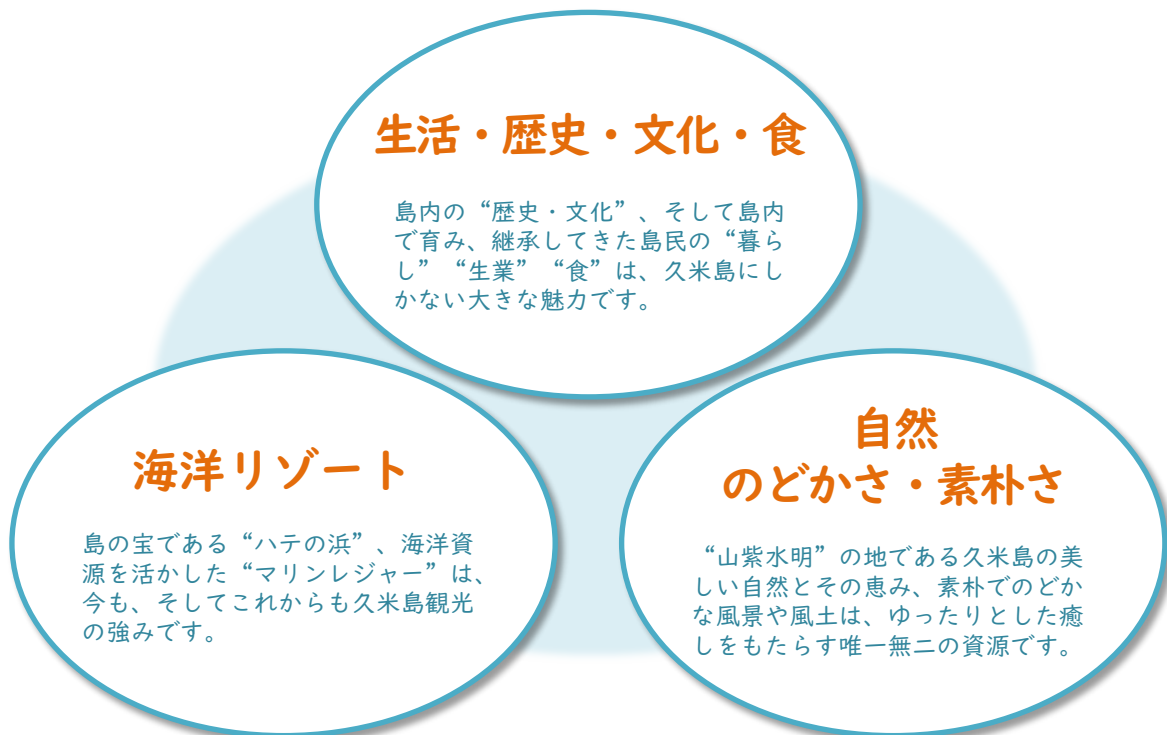
久米島町の観光振興に向けた考え方として、第2次計画期間（2019～2023年度の5年間）の取組の基盤となる、久米島町における観光振興の『基本理念』と、その理念を実現するための『基本方針』、『5年間の成長目標』を設定しました。

## （1）久米島町における観光振興の前提

久米島には自然、歴史、文化、生業、食、温かな人柄といった、島内で生まれ、継承してきた多様な資源があります。久米島ならではの観光を実現するためには、島内の貴重な資源を最大限に活用し、魅力を高めていくことが大切です。

「生活・歴史・文化・食」、「海洋リゾート」、「自然・のどかさ・素朴さ」の3つの要素から構成される久米島観光の“強み”を島内で共有し、これらのすべての魅力を活用しながら、島民、行政、関係団体、観光関連事業者といった『チーム久米島』による取組を推進していくことが重要です。

### ❖ 久米島観光を構成する要素



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”

## (2) 久米島町における観光振興の基本理念

久米島町における観光の前提を踏まえ、観光振興の『基本理念』を以下の通り設定しました。この理念を島内で広く共有し、一丸となって久米島ならではの“観光まちづくり”を目指した取組を推進します。

**“久米島らしさ”**とは、

素朴さ・のどかさからくる**“豊かさ”**や  
温かな島民の**“人柄”**。

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。**

### (3) 基本方針

久米島町における観光振興の『基本理念』の実現に向けた本計画の基本方針を示します。

本計画は第2次計画であり、第1次計画期間に積み重ねた成果を継続しながら、久米島観光が抱える「これからの取組課題」を解消し、観光振興に向けた取組をしっかりと遂行していくことが求められます。

そのため、本計画では、今後島内が一丸となって取り組むべき施策を明確化するため“重点項目”と“基本項目”に分けて整理し、観光振興の基盤となる島内の体制、仕組み、受入基盤の構築を確実に進めていきます。

#### ■重点項目

新たな課題に対して重点的な対応が求められる施策。  
計画の中で特に重視すべき内容。

- ① 島民が主体となった観光まちづくりの推進
- ② 久米島観光の魅力・価値を高めるブランドづくり
- ③ 夏のピーク期以外の観光の充実

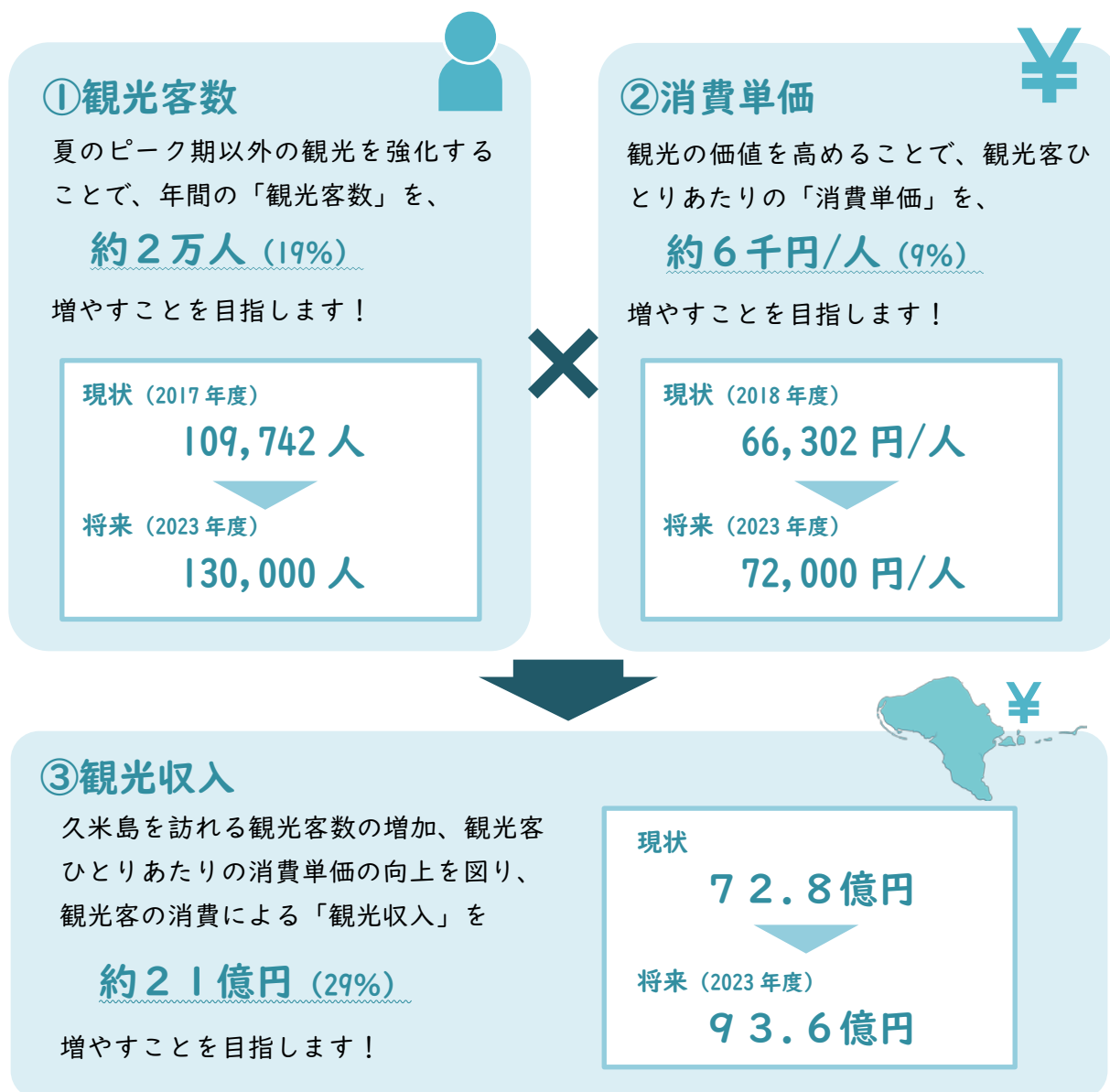
#### ■基本項目

これまでに実施してきた施策で継続・充実に図っていくべき内容。

- ① 久米島らしい自然や風景、文化の保全・活用
- ② 島内観光全般の受入基盤・体制の強化・質の向上
- ③ ターゲットに応じた誘客・プロモーション戦略
- ④ 観光振興の実現に向けた体制づくり

## (4) 5年間の成長目標

島内の観光振興を実現するために、本計画期間にあたる2019年度～2023年度の『5年間の成長目標』を設定しました。ゆるやかな成長とともに、価値の高い観光を提供することで、地域経済の活性化につなげていくために、以下の3つの視点で5年後の成長イメージを定量的に示し、評価をしながら効果的な取組を推進していきます。



※この成長イメージは、本計画策定時点の久米島町の現状（航空座席数、受入環境等）を踏まえた目標設定であり、状況に変化があった際は上方修正も視野に、適宜見直しを図ります。

## ❖ 観光客数増加に向けた考え方

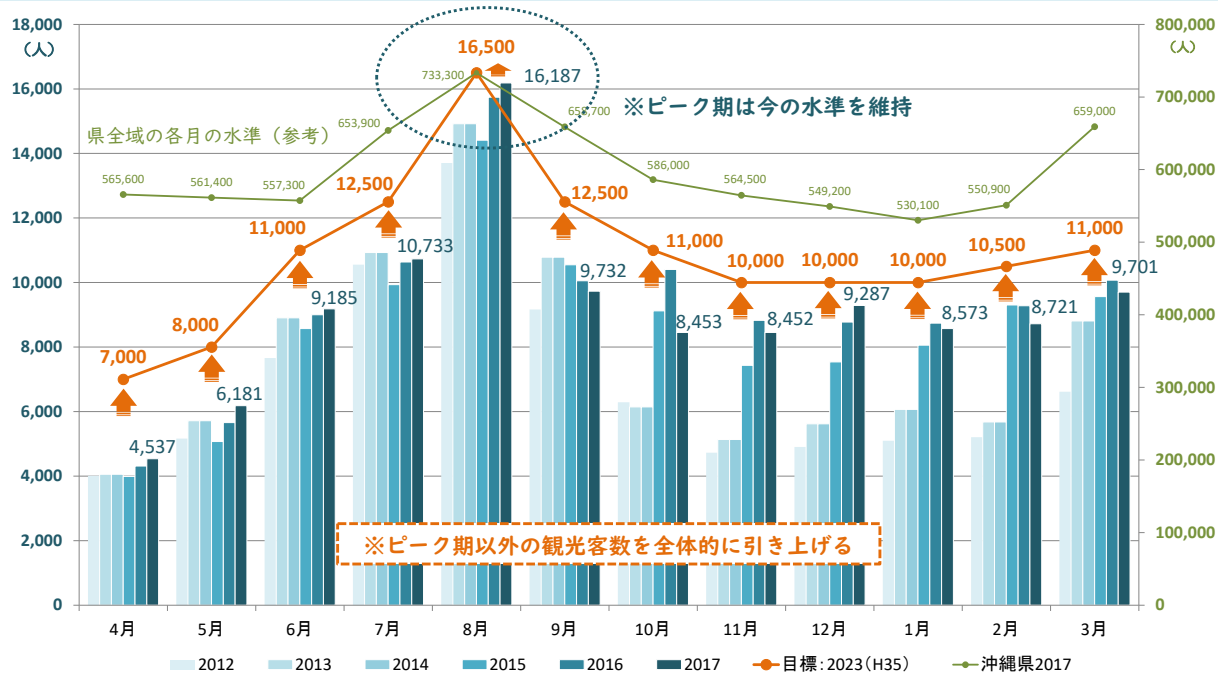
\*久米島を訪れる観光客は夏のピーク期に集中しており、その他の時期は受入状況にまだ余裕があります。そこで、ピーク期以外の水準を引き上げることで、受入側の負担を増やすことなく、「5年後に2万人増加」という目標を目指します。

\*具体的には、各月の成長目標を設定し、夏のピーク期（8月）は現状の水準を維持しながら、年間の観光客数の増加と、島内の“ゆるやかな成長”を実現します。

## ▼第2次計画期間5年間の年次別目標

2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度
114,000人	118,000人	122,000人	126,000人	130,000人

## ▼13万人達成に向けた各月の観光客数の想定（目標）



### 【各月の成長目標】

単位：人	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
①現状(2017)	4,537	6,181	9,185	10,733	16,187	9,732	8,453	8,452	9,287	8,573	8,721	9,701
②目標(2023)	7,000	8,000	11,000	12,500	16,500	12,500	11,000	10,000	10,000	10,000	10,500	11,000
③5年間の成長目標 ※②-①	+2,463	+1,819	+1,815	+1,767	+313	+2,768	+2,547	+1,548	+713	+1,427	+1,779	+1,299
④1年毎の成長目標 ※③÷5	+492.6	+363.8	+363.0	+353.4	+62.6	+553.6	+509.4	+309.6	+142.6	+285.4	+355.8	+259.8

## ❖消費単価の増加に向けた考え方

\*島内における観光消費は、「宿泊 (28.4%)」や「レジャー (26.4%)」の割合が高く、「食事・お酒」、「お土産・買い物」は、県全体の消費額と比較しても割合が低い状況です。そこで、島内の魅力ある資源を活かした、食や特産品の開発を通じて“ブランド化”を推進することで、“価値の高い”観光の提供、島内での消費拡大を実現します。

\*リゾートとしての高質化を図ることで滞在型観光の取組の推進により、滞在日数の増加に伴う「宿泊」「食事・お酒」を中心とした、島内での消費の促進を目指します。

## ▼消費単価の増加に向けた成長イメージ (目標設定)

### 【観光客1人あたりの平均消費額 (平均滞在日数3.6日)】

項目	現状 (2018年度)		
宿泊	18,807 円	28.4%	➡ <b>+1,000円 ▶ 約20,000円</b> ※滞在日数の増加
食事・お酒	10,351 円	15.6%	➡ <b>+2,500円 ▶ 約13,000円</b> ※ブランド化による価値向上 滞在日数の増加
交通費	8,416 円	12.7%	
お土産・買い物	5,829 円	8.8%	➡ <b>+2,500円 ▶ 約8,500円</b> ※ブランド化による価値向上
レジャー	17,489 円	26.4%	
その他	5,409 円	8.2%	
島内消費額計	66,302 円	—	➡ <b>+6,000円 ▶ 約72,000円</b>

### 【県内の消費額 (2018年度)】

宿泊費：22,269円 (30.6%)	飲食費：15,304円 (21.0%)	県内交通費：9,861円 (13.5%)	合計 <b>72,853円</b> ※平均滞在日数 <b>3.7日</b>
土産・買物費：17,320円 (23.8%)	娯楽・入場費：6,271円 (8.6%)	その他：1,827円 (2.5%)	

出典：平成 29 年度の観光収入について (2018 年 7 月 沖縄県)

## 6 今後5年間で取り組むべき施策（2019～2023年度）

久米島町における観光振興の『基本理念』の実現に向けて、2019年度から2023年度までの5年間に取り組むべき施策を以下に示します。基本方針に掲げた『重点項目』および『基本項目』に基づき、具体的な取組を推進していきます。

### ❖ 施策体系

基本方針		施策
重点項目	①島民が主体となった観光まちづくりの推進	(1)島民と事業者・行政の観光意識の醸成
		(2)観光人材の育成・確保
	②久米島観光の魅力・価値を高めるブランドづくり	(3)地域資源の価値の再認識とストーリー化
		(4)久米島でしか味わうことができない『食』の開発
		(5)特産品・お土産品の充実、認知度の向上
		(6)居心地の良い魅力的な町並み・景観の形成
	③夏のピーク期以外の観光の充実	(7)島の資源を活用した通年型観光プログラムの充実
		(8)インバウンド対応の強化
		(9)MICE・教育旅行の推進
基本項目	①久米島らしい自然や風景、文化の保全・活用	(1)島の宝『ハテの浜』の保全・整備
		(2)美しい自然環境や景観の保全・美化
		(3)久米島で継承されてきた自然・歴史・文化・生業の活用
	②島内観光全般の受入基盤・体制の強化、質の向上	(4)宿泊施設の多様化・質の向上
		(5)島への交通アクセス・島内2次交通の強化
		(6)案内の改善・充実
		(7)スポーツツーリズムの推進
		(8)安心・安全な観光地の実現
	③ターゲットに応じた誘客・プロモーション戦略	(9)効果的な情報発信の推進
	④観光振興の実現に向けた体制づくり	(10)地域の観光関連団体の組織づくり・仕組みづくり
		(11)広域連携の推進

※各施策の概要、具体的な取組内容を次頁以降に示します。



## ❖ 各施策の概要 (1/3)

### 重点項目

新たな課題に対して重点的な対応が求められる施策。計画の中で特に重視すべき内容。

### ① 島民が主体となった観光まちづくりの推進

施策	具体的な取組
(1) 島民と事業者・行政の観光意識の醸成	<ul style="list-style-type: none"> <li>* 観光振興の意義や経済効果等の共有、本計画の周知</li> <li>* 観光資源やその価値を共有する機会の創出 例) 観光まちづくりゆんたく会の開催、観光ライブラリーの立ち上げ 等</li> <li>* 島民の活用、島民と観光客との触れ合い・交流する機会の創出</li> </ul>
(2) 観光人材の育成・確保	<ul style="list-style-type: none"> <li>* 島内観光人材の育成 例) インバウンド人材、観光ガイド、MICEコーディネーター 等</li> <li>* 次世代を担う観光人材育成のための観光教育の充実</li> <li>* 観光振興による雇用の創出・新たな人材の確保 例) 観光事業への参入支援、移住定住関連の取組との連携 等</li> </ul>

### ② 久米島観光の魅力・価値を高めるブランドづくり

施策	具体的な取組
(3) 地域資源の価値の再認識とストーリー化	<ul style="list-style-type: none"> <li>* 全国1位、県内1位といったブランド力のある素材の共有 例) 車エビ、やわら、赤鷄、紅芋、海ぶどう、もずく、久米島味噌 等</li> </ul>
(4) 久米島でしか味わうことができない『食』の開発	<ul style="list-style-type: none"> <li>* ご当地グルメ開発 例) グランプリの復活と継続開催、共同キッチン設置、6次産業化 等</li> <li>* 地域ルールの策定 例) 食の定義、販売価格や販売方法 等</li> <li>* 地産地消の推進、域内調達率の向上</li> <li>* 飲食店やカフェ等の質・量の充実 例) 情報整理、開店時期の調整 等</li> </ul>
(5) 特産品・お土産品の充実、認知度の向上	<ul style="list-style-type: none"> <li>* 久米島関連商品の情報整理、認知度の向上</li> <li>* 特産品やお土産品を販売する店舗の拡充、お土産購入袋の統一</li> <li>* 新たな特産品・お土産品の開発</li> </ul>
(6) 居心地の良い魅力的な町並み・景観の形成	<ul style="list-style-type: none"> <li>* 東部地区におけるリゾート感のある景観形成や魅力創出</li> <li>* 新興通り・中央通り等の活性化</li> <li>* 歩いて楽しい観光地づくりの推進</li> </ul>

### ③ 夏のピーク期以外の観光の充実

施策	具体的な取組
(7) 島の資源を活用した通年型観光プログラムの充実	<ul style="list-style-type: none"> <li>* 図書（シムチ）をテーマとしたプログラムづくり</li> <li>* 久米島博物館や既存施設、島内の公共空間を活用した取組の検討</li> <li>* 海洋深層水を活かした観光、ウェルネスツーリズムの取組の強化</li> </ul>
(8) インバウンド対応の強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>* 島内の対応窓口の設置検討、多言語対応が可能な窓口や人材等の活用</li> <li>* 多言語化の点検と改善 例) HP、パンフレット、案内サイン、アウソ 等</li> <li>* 受入基盤の整備 例) 全島Wi-Fi、キャッシュレスサービス 等</li> <li>* クルーズ船の受入方針の検討 例) 港湾整備、2次交通対応の検討 等</li> </ul>
(9) MICE・教育旅行の推進	<ul style="list-style-type: none"> <li>* MICEや教育旅行（修旅や視察、研修等）の受入体制の強化・基盤整備</li> <li>* MICE対応施設情報の整理・集約、コーディネートする人材の育成</li> <li>* 教育旅行の誘客を促進するためのPRの実施・インセンティブの検討</li> </ul>

## ❖ 各施策の概要 (2/3)

### 基本項目

これまでに実施してきた施策で継続・充実を図っていくべき内容。

### ① 久米島らしい自然や風景、文化の保全・活用

施策	具体的な取組
(1)島の宝『ハテの浜』の保全・整備	<ul style="list-style-type: none"> <li>*ハテの浜のアクセス改善、環境整備 例) 休憩施設、トイレ 等</li> <li>*泊フィッシャリーナの適切な管理</li> </ul>
(2)美しい自然環境や景観の保全・美化	<ul style="list-style-type: none"> <li>*ビーチクリーン活動の継続支援、漂着物対策の検討、ゴミ処理機能の強化</li> <li>*観光資源としての景観形成、景観条例の周知、整備開発ルールの検討</li> <li>*自然環境の保全に配慮した受入基盤の整備 例) 遊歩道、トイレ 等</li> </ul>
(3)久米島で継承されてきた自然・歴史・文化・生業の活用	<ul style="list-style-type: none"> <li>*マリンレジャーの強化 例) ダビング、シュノーケリング、シーカヤック、SUP 等</li> <li>*自然体験型プログラムの充実・PR 例) ニブチの森散策、島の学校 等</li> <li>*生態系保全の体験メニュー化 例) サゴの養殖、ホルの里づくり 等</li> <li>*農業・漁業・紬業と連携したプログラムの検討</li> <li>*「城跡」、「久米島現代版組踊」、「釣り」の観光への活用促進</li> <li>*西銘・真謝集落等の「散策」の定常的な実施に向けた支援</li> <li>*雨天時に利用できる施設等の「周遊チケット」の導入検討</li> <li>*ナイトエンターテインメントの充実</li> </ul>

### ② 島内観光全般の受入基盤・体制の強化、質の向上

施策	具体的な取組
(4)宿泊施設の多様化・質の向上	<ul style="list-style-type: none"> <li>*ハイエンドなりゾートホテルやビジネスホテルの誘致、自然体験型コテージの整備</li> <li>*民泊の拡充に向けた支援体制の検討</li> <li>*既存宿泊施設の改修</li> </ul>
(5)島への交通アクセス・島内2次交通の強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>*航空会社・空港への働きかけ 例) 飛行機の大型化、複数キャリア、チャーター便の継続・誘致、給油施設の設置 等</li> <li>*フェリー利用率の向上 例) 新造船PR、欠航時の対応、高速船導入 等</li> <li>*島内の公共交通等の充実 例) 交通手段の利便性向上、く～みん号の運行拡大 等</li> </ul>
(6)案内の改善・充実	<ul style="list-style-type: none"> <li>*観光案内サイン計画の再構築、案内サイン改善・整備の推進</li> <li>*効果的な島内の観光情報の共有、情報発信の強化 例) FM ラジオやホテルフロント等の活用、ICT を活用した情報発信 等</li> </ul>
(7)スポーツツーリズムの推進	<ul style="list-style-type: none"> <li>*マラソン、サイクリング等のイベント継続、休憩設備等の整備</li> <li>*パークゴルフの利活用促進、周辺離島との連携</li> <li>*スポーツコンベンションの促進 例) スポーツ合宿、武道ツーリズム 等</li> </ul>
(8)安心・安全な観光地の実現	<ul style="list-style-type: none"> <li>*食物アレルギー対応旅行のメニュー充実</li> <li>*観光危機管理体制の構築（インバウンド対応を含む）</li> </ul>

## ❖ 各施策の概要 (3/3)

### 基本項目

これまでに実施してきた施策で継続・充実を図っていくべき内容。

### ③ ターゲットに応じた誘客・プロモーション戦略

施策	具体的な取組
(9) 効果的な情報発信の推進	<ul style="list-style-type: none"> <li>* 新規顧客の獲得に向けた効果的な情報発信 例) 県の誘客プロモーションとの連携、戦略立案およびターゲットに応じた媒体による情報発信、夏のピーク期以外の来訪機運を高めるプロモーション展開 等</li> <li>* 久米島ファンへの効果的な情報発信 例) 新たなプログラムやお得なキャンペーン情報の提供 等</li> <li>* デジタルマーケティングを活用した効率的なプロモーション</li> <li>* 情報発信媒体や素材の共有と統一的な情報発信の推進 例) 観光関連パンフレット、写真等の島内資源に係る PR 素材の共有 等</li> <li>* 島民が一丸となった久米島観光の発信 例) 名刺を活用したプロモーション、く～みんの活用ルール検討、ドリ一部チャレンジ、島ぐらしコンシェルジュとの連携 等</li> </ul>

### ④ 観光振興の実現に向けた体制づくり

施策	具体的な取組
(10) 地域の観光関連団体の組織づくり・仕組みづくり	<ul style="list-style-type: none"> <li>* 久米島版DMOの設立</li> <li>* 久米島町観光協会の組織・取組の強化</li> <li>* 飲食事業者、観光ガイドに係る組織づくりに向けた検討</li> <li>* 観光目的税の導入に向けた検討</li> <li>* ICT 技術を活用した、定量的・継続的なマーケティング およびモニタリング の実施</li> </ul>
(11) 広域連携の推進	<ul style="list-style-type: none"> <li>* 近隣の離島地域と連携した取組の推進</li> <li>* 国や県の動向と協働した取組の強化</li> </ul>

## ❖ 具体的な取組の内容

### 重点項目① 島民が主体となった観光まちづくりの推進

□観光振興を実現するためには、島民ひとりひとりが主役になった“観光まちづくり”を推進していくことが大切です。島内での観光に係る情報を共有し、島民と観光客との触れ合いを創出するとともに、観光教育を充実することで、将来を見据えた観光人材の育成・確保、島内の観光意識の醸成を積極的に推進します。

#### 施策Ⅰ 島民と事業者・行政の観光意識の醸成

\*第2次観光振興基本計画の周知を図るとともに、久米島における観光振興の意義、経済効果といった取組による効果等を島内で共有し、島内が一丸となった取組を推進します。

\*島内の貴重な観光資源と、それぞれの資源が有する「価値」を、島内の関係者が共有する機会を創出します。

例) 観光まちづくりゆんたく会の開催、観光ライブラリーの立ち上げ、島内の広報誌を活用した積極的な情報共有 など

\*島民を、観光を支える人材として積極的に活用するとともに、島民ひとりひとりが楽しみながら“主役”になって観光まちづくりを推進していくために、島民と観光客が触れ合い、交流する機会の創出、島民自身が楽しむことができる体験プログラムの開発を行います。

## 施策2 観光人材の育成・確保

\*島内の魅力や観光資源に対する知識を有し、観光案内ができる観光人材の育成に取り組めます。

\*久米島観光の持続的な発展につなげていくため、教育機関での“観光教育”を充実させ、次世代（子ども・中高生等）の久米島観光を担う人材の育成を推進します。

例) 島内の魅力を知って学ぶ観光教育プログラムの開発・実施 など

\*観光を地域経済の活性化につなげることで、島内の新たな雇用を創出するとともに、起業を含めた観光事業に参入しやすい環境づくり、支援策を実施します。また、移住定住関連の取組と連携した、新たな人材の確保、移住定住の促進に取り組めます。

## 重点項目② 久米島観光の魅力・価値を高めるブランドづくり

□久米島が誇る貴重な素材や資源を活用した『食』や『特産品』のブランド化、リゾートとしての高質化を推進します。素材や資源の“価値”とそのストーリー性の島内での共有、地産地消の推進によるご当地グルメや新たな特産品の開発と認知度向上、東部地区を中心としたリゾートとしての高質化に取り組みます。

### 施策3 地域資源の価値の再認識とストーリー化

\*久米島は、生産量日本一の車エビや海ぶどう、もずく、赤鶏、紅芋など、ブランド力の高い地域資源を有しています。また、久米島味噌は島内の歴史が育んだ久米島にしかない資源のひとつです。

このような久米島ならではの地域資源の価値や魅力を再認識し、島内で一体となってPRしていくために、地域の文化や歴史とともに整理（ストーリー化）を行います。



### 施策4 久米島でしか味わうことができない『食』の開発

\*久米島産の資源を活用し、久米島の新たな魅力となる『食』の開発を推進します。『食』に関する島内イベント（グランプリ）の継続開催、共同キッチンの整備等を通じて、島民や関係者と連携した価値の高い『食』、新たな“ご当地メニュー”の開発を行います。

また、商工会女性部やJAおきなわ久米島支店女性部と連携し、6次産業化に向けた取組を実施します。

\*島内イベントの開催にあたっては、産業まつり開催やプロ野球キャンプ時といった、島内外から多くの人が集まる時期に連動させる等の効果的な開催方法を検討します。

\*既存のメニューや地域資源のブランド化を図ることを目指し、『食』の定義（久米島ソバの作り方等）、車エビをはじめとする地域資源の販売価格や表示方法等を地域内で共有し、一体的な取組を行うための“地域ルール”を関係者との協議のもと設定していきます。

\*限りある地域資源を有効に活用し、地域経済の活性化につなげていくために、島内産資源の“地産地消”、“域内調達率”を高める仕組みづくりを推進します。

\*観光客の『食』に関する満足度向上を図るため、島内の飲食店やカフェの営業時間や魅力等の情報の収集・整理を行うとともに、各店舗と連携し、営業時間や時期の調整による島内のおもてなし力を高めるための検討を図ります。

## 施策5 特産品・お土産品の充実、認知度の向上

\*久米島産の魅力ある地域資源（食、海洋深層水等）を活用した様々な商品やお土産品が流通しています。このような久米島関連商品の情報を収集・整理し、発信することで「久米島」の認知度向上を図ります。

\*久米島を訪れる観光客の満足度向上を図るために、久米島産の魅力ある地域資源を活用した新たな特産品やお土産品の開発を、島民や関係者と連携して推進します。

\*島内での観光客の消費の促進、観光収入の増加を実現するための取組として、新たに開発した商品を含めた、島内の特産品やお土産品を販売する店舗の拡充を図ります。

また、島内商品のブランド化、PR展開につながるよう、島内で特産品やお土産品を購入した際のお土産袋の統一といった取組を検討します。



## 施策6 居心地の良い魅力的な町並み・景観の形成

\*飲食店や宿泊施設が集積する「東部地区」は、久米島観光の“顔”として、島内滞在の拠点を担う重要なエリアです。「ハテの浜」や「イーフビーチ」、「マリンレジャー」といった島外からの認知度が高い観光資源の魅力をさらに高めるため、東部地区を中心に“リゾート感”のある景観づくりを推進するとともに、魅力を創出し、リゾートとしての高質化に取り組みます。

例) 地区内に設置された案内サインの高質化、  
写真を撮りたくなる景観の形成 など

### □東部地区における方向性と整備メニュー（再掲）

東部地区の将来像、方向性、整備メニューを整理

④真謝・字根

将来像	既存資源を有効活用した 久米島らしい産業・研究の発信地
方向性	既存の施設・案内等の充実と資源活用のための施設整備、海洋深層水を活用した産業・研究施設等の誘致（機能）産業・文化・研究
メニュー	✓海洋深層水等の資源活用のための施設開発 ✓案内・情報発信等の充実 ✓着地型パッケージの推進 など

❖ゾーニング図



⑤イーフビーチ

将来像	安心して快適に滞在できる 久米島の観光リゾートの本拠地
方向性	イーフビーチ周辺における滞在機能・体験プログラムの充実（機能）宿泊・リゾートホテル等
メニュー	✓飲食店、カフェ等の充実（誘致等） ✓宿泊施設の改修 ✓休憩施設の整備 ✓ウェルネスプログラムの充実 など

⑥島尻・銭田

将来像	海と森が融合した新たな観光・レクリエーションの拠点
方向性	「風の帰る森」整備に合わせた地域間の連携強化と自然の豊かさが感じられる施設・体験の充実（機能）レクリエーション
メニュー	✓「風の帰る森」整備に合わせた周辺プログラムの検討（トレッキング、ヒーリング等） ✓海と森の連携したプログラムの検討 ✓レクリエーション施設の誘致 など

②オーハ島・③奥武島

将来像	新たな魅力を創出する これまでにない滞在型リゾート拠点
方向性	島嶼・リーフ等の自然環境のダイナミズムを活かし、オーハ島と奥武島が一体となった新たな宿泊リゾート等の誘致（機能）宿泊・コテージ型宿泊施設等
メニュー	✓新規宿泊施設の誘致など長期滞在型リゾートを想定した開発の実施 ✓アクセスの整備 など

①ハテの浜

将来像	久米島全体を先導する 観光リゾートの核
方向性	快適性向上、高級感の醸成のための施設整備（機能）海水浴・マリンスポーツ
メニュー	✓台船等の整備 ✓仮設トイレの設置 ✓アクセスの改善 など

出典：久米島町の新たな観光ビジョン（2018.3）

\*西部地区の商業の中心を担う新興通りや中央通り等の活性化を図ります。兼城ターミナルビルの整備と連動し、島民にとっても観光客にとっても魅力のある地区となるように、地区内の関係者とともに賑わいある町並みや景観の形成に取り組みます。

\*久米島の美しい自然環境や景観といった魅力を活かし、観光客が島内のまち歩きを楽しむことができるよう、町並みや景観づくりの観点から、“歩いて楽しい観光地づくり”を推進します。



## 重点項目③ 夏のピーク期以外の観光の充実

□背伸びをしない“ゆるやかな成長”を実現するために、夏のピーク期以外の観光を充実させる取組を展開します。雨天時にも対応可能なテーマ性のある「通年型観光プログラム」を強化するとともに、夏のピーク期以外の需要が見込まれる、インバウンド対応や教育旅行の受入促進に向けた取組を推進します。

### 施策7 島の資源を活用した通年型観光プログラムの充実

\*これまでに島民の精神性として培ってきた「知に対する好奇心」をもとに、島民との交流を含めた、図書（シムチ）をテーマとした新たな観光プログラムづくりを推進します。

例) 眺めの良い場所での読書、図書を通じて島内の歴史を学ぶ など

\*イベントやマルシェ等の定期的な開催など、久米島博物館や既存施設、島内の公共空間を効果的に活用した取組の検討を行います。

\*海洋深層水の観光分野での活用を促進するため、ウェルネスツーリズムのプログラム化、バーデハウスの利活用促進、包括的なPR活動を推進します。さらに、海洋深層水の利活用を促進するために、高等研究機関と連携した研究活動、海洋深層水に関する科学的な効果検証等の取組を継続的にを行います。



### 施策8 インバウンド対応の強化

\*近年急増している訪日外国人観光客の受入を推進し、島内での周遊促進、消費の拡大につなげていくことが大切です。そのために、島内観光の起点となる外国人観光客向けの対応窓口の設置に向けた検討を行います。

\*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、多言語対応人材の育成・確保を推進します。

\*島内の多言語による情報発信の強化を図るため、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、改善に向けた取組を行います。

\*訪日外国人観光客、FIT客の特性やニーズに対応した島内環境の充実を図るために、受入基盤の整備を推進します。

例) 全島Wi-Fiの強化、キャッシュレスサービスの導入 など

\*県内への外国人観光客のアクセス手段の一つとして近年増加傾向にある、クルーズ船の受入方針の検討を行います。その結果を踏まえ、積極的に受入に取り組む場合には、港湾の整備、島内を周遊する2次交通対応等に関する検討を図ります。

## 施策9 MICE・教育旅行の推進

\*“MICE”や修学旅行、視察、研修といった“教育旅行”は、受入時期が夏のピーク期と異なるため、夏のピーク期以外の観光客数の増加につながることで期待されます。MICEや教育旅行を受け入れるための島内の体制強化を図ります。

例) 団体旅行受入のためのバスの島内運用方針の検討、航空会社等との調整、海洋深層水関連のビジターセンターの活用、研究・観光施設の誘致 など

\*MICEや教育旅行は団体での来訪が基本となるため、数名から数十名の旅行規模に対応した、島内の宿泊施設、交通機関、飲食店等の受入基盤の整備に取り組みます。

\*MICEの推進に向け、島内の対応可能な各種施設の情報を整理・集約するとともに、誘致や受入のポイントとなるMICEをコーディネートする島内人材の育成を推進します。

\*夏のピーク期以外のシーズンに、教育旅行の島内への誘客を促進するためのPRを積極的に展開します。また、周辺の離島との差別化を図るため、久米島への訪問によるインセンティブや、プレミアム感を創出するための検討を行います。

□MICEとは… 企業等の会議(Meeting)、企業等の行う報奨・研修旅行(Incentive Travel)、国際機関・団体、学会等が行う国際会議(Convention)、展示会・見本市、イベント(Exhibition/Event)の頭文字のことであり、多くの集客交流が見込まれるビジネスイベントなどの総称です。(観光庁HPより)

## 基本項目① 久米島らしい自然や風景、文化の保全・活用

□島の宝である『ハテの浜』や、島内の貴重で美しい「自然環境・景観」、島内で大切に継承されてきた「歴史」「文化」「生業」といった島内の様々な観光資源をしっかりと保全しつつ、観光へのさらなる活用を促進することで、“久米島らしい観光プログラム”の強化を図ります。

### 施策Ⅰ 島の宝『ハテの浜』の保全・整備

- \*『ハテの浜』は、島内の観光資源として認知度が高く、多くの観光客が『ハテの浜』を目的として久米島を訪れています。島の宝である『ハテの浜』の魅力や美しさを未来につなげていくために保全と活用の両輪から、整備を進めていきます。
- \*具体的には、『ハテの浜』までのアクセス性の向上、発着場所等の案内表示・情報の改善、滞在時の満足度を高めるための設備（休憩施設やトイレ等）の整備を行います。また、泊フィッシャリーナの適切な管理を行うための取組を推進します。



## 施策2 美しい自然環境や景観の保全・美化

\*島民を中心に実施されているビーチクリーン活動の継続的な支援を行うとともに、漂着物の効果的な清掃、島内のゴミ処理機能の強化に向けた対応策の検討を行います。

\*久米島の美しい景観自体が貴重な観光資源となることから、久米島町景観条例の周知を図り、観光資源としての景観形成を推進します。

また、「久米島町の新たな観光ビジョン」において示した、島内のゾーニング計画に基づき、今後の適正な整備・開発を行うためのルールづくりに向けた検討を実施します。

\*久米島ならではの自然環境を壊すことなく、観光に活用できるよう、ラムサール条約登録湿地等への自然環境の保全に配慮した「遊歩道」や「休憩施設」等の整備を推進します。

### □エリア別の役割（再掲）

東西南北の4地区に分け、各地区の特性から、今後の活用方針を整理



出典：久米島町の新たな観光ビジョン（2018.3）

### 施策3 久米島で継承されてきた自然・歴史・文化・生業の活用

- \*久米島観光の“強み”である、ダイビングやシュノーケリング、シーカヤック、SUP といった「マリンレジャー」の体験メニューおよび内容の充実・強化を図ります。
- \*“山紫水明”の地である久米島ならではの自然を活用した、『自然体験型のプログラム』の充実を図るとともに、既存のプログラムを含めた積極的なPRを実施します。

例) ニブチの森散策などの「島の学校体験プログラム」 など



- \*島内の貴重な生態系を観光資源として持続的に活用していくため、生態系の保全、環境教育を目的とした定常的な体験プログラムを立ち上げ、島内での継続実施に取り組みます。

例) サングの養殖体験、ホタルの里づくり体験 など

- \*昔から大切に継承されてきた久米島の農業、漁業、紬業を島内の貴重な資源と位置づけ、島内の産業と観光事業の連携を促進することで、“久米島でしか体験できない”プログラムの創出に向けた検討を関係者との協議のもと推進します。

例) もずくやアーサの収穫体験、  
「久米島紬の里ユイマール館」の利活用促進 など

- \*宇江城城跡や具志川城跡をはじめ、島内の城跡は久米島の歴史を現す貴重な観光資源です。それぞれの城跡の歴史やストーリーを活用した観光の取組を推進します。

\*「久米島現代版組踊」を島内の観光資源の一つとして活用していくための検討、関係者との調整を行います。

\*外国人を含め、島内で「釣り」を楽しむ観光客が増えています。「釣り」をテーマとした観光のさらなる促進に向けた取組を推進します。

\*真謝・西銘集落をはじめとする「集落散策」の定常的な実施に向けて、ガイド等の運営を担う人材の育成および確保、島外への情報発信といった支援策を強化します。

\*島内の各施設、店舗、事業者と連携して、観光客の島内での周遊を促進することを目的とした「周遊チケット」の導入に向けた検討を行います。

例) 雨天時に利用できる既存の4施設の周遊チケット など

※久米島博物館、久米島紬の里ユイマール館、久米島ウミガメ館、久米島ホテル館



\*観光客にとっては、旅行先での夜の楽しみも重要なコンテンツです。例えば、ビーチでのバーベキューといった島内の習慣や楽しみを観光に活用するなど、島内のナイトエンターテインメントの充実を図ります。

## 基本項目② 島内観光全般の受入基盤・体制の強化、質の向上

□島内観光を支える宿泊施設や交通アクセス、島内での移動手段、観光客の利便性につながる案内や情報発信を“量”と“質”の両面から充実させるとともに、スポーツやMICEなどの観光分野の拡大、景観や安全性の向上を図ることとて、“島内観光全般の受入基盤・体制”の強化、質の向上に取り組みます。

### 施策4 宿泊施設の多様化・質の向上

\*観光客の旅行形態の多様化に対応し、島内の受入規模の拡大、長期滞在の促進を果たすために、ハイエンドなリゾートホテルやビジネスホテルの誘致、島内の魅力を満喫できる自然体験型コテージの整備等を推進します。

\*民泊は、島内の歴史や文化を体験できる魅力ある観光プログラムのひとつです。民泊受入家庭の高齢化が喫緊の課題となっており、島内の民泊拡充に向け、民泊受入家庭を支援する体制の検討を図ります。

\*観光客の受入規模を確保するためには、島内の既存の宿泊施設の活用も重要な視点となることから、サービスレベルの向上を図るための施設改修を促進する取組を行います。

## 施策5 島への交通アクセス・島内2次交通の強化

- \*久米島への交通アクセスおよび観光客の利便性の向上を図るため、飛行機の大型化、直行便の通年化、複数キャリア、チャーター便の継続・誘致、給油施設の設置等の実現に向けた航空会社等への働きかけを継続的に実施します。
- \*航路によるアクセスにも焦点を置き、フェリー利用率を高めるための検討や取組を推進します。具体的には、新造船のPR、船のホテルパックの促進および欠航時の代替手段の確保、高速船の導入に向けた検討等に取り組めます。
- \*島内の公共交通の充実、周遊や島内消費の拡大の視点からも重要なポイントです。観光客数の獲得に向けた取組と連携し、既存の路線バス、レンタカー、レンタサイクル等の強化、利便性向上を図ります。  
さらに、「く～みん号」の運行期間の延長や運行路線の拡大（別の運行ルート of 構築）に向けた検討、関係者との調整を行います。

## 施策6 案内の改善・充実

- \*老朽化や情報の更新といった課題を抱える島内の既存の観光案内サインを改善します。また、掲載する情報やデザインの統一を図り、機能性の高い案内サインの整備を行うため、観光案内サイン計画を再構築し、その計画に基づく、効果的な案内サイン整備を推進します。
- \*パンフレットや案内サインだけでなく、FM ラジオやホテルのフロント、各種施設の窓口等も島内の観光情報を得るための貴重な情報源です。島内の観光情報やアクセス情報（移動手段の欠航等）を共有し、時期や時間帯、天候に応じた統一的な情報を様々な場面・媒体で効果的に発信するための、島内の体制や仕組みの構築に向けた検討を行います。
- \*個人旅行の増加によって、観光情報に対するニーズが高まっています。島内の観光情報の充実を図り、観光客の利便性向上を実現するため、リアルタイムで情報を提供することができる ICT 技術を活用した情報発信の強化、デジタルサイネージの導入等を検討します。



## 施策7 スポーツツーリズムの推進

\* 「久米島マラソン」や「シュガーライド久米島」といたイベントに参加するために、毎年多くの観光客が島内を訪れています。このようなスポーツイベントを継続的に開催するとともに、サイクリング用の休憩設備の整備といった受入環境の充実を図ります。



\* 大人も子供も楽しむことができるパークゴルフの観光面での利活用を促進します。また、パークゴルフをテーマとした周辺離島との連携に向けた検討・協議に取り組みます。

\* 久米島で継承されてきた沖縄角力、沖縄空手や古武道などの大会、イベント等を通じた誘客を図り、島内の武道ツーリズムの取組を推進するとともに、スポーツ合宿の受入強化など、島内のスポーツコンベンションに関する取組を促進します。

## 施策8 安心・安全な観光地の実現

\* 久米島では、観光協会を中心に“食物アレルギー対応旅行”の受入に先進的に取り組んでいます。この食物アレルギー対応旅行を地域の魅力のひとつとして積極的に発信し、島内での対応メニューの充実に取り組めます。

\* 台風等の荒天時や、災害発生時等の観光客の安全を確保することは、観光地としての責務です。「沖縄県観光危機管理基本計画」に基づき、外国人を含むすべての観光客の安全を確保する観光地づくりの取組を推進します。

\* 災害時だけでなく、久米島を訪れる観光客が、島内の豊かさを感じ、安心して安全にゆったりとした時間を過ごすことができるまちづくりに、ハード、ソフトの両面から取り組めます。

## 基本項目③ ターゲットに応じた誘客・プロモーション戦略

□久米島を訪れる観光客数の増加を目指し、新規顧客・リピーター（久米島ファン）それぞれをターゲットとした効果的な情報発信、プロモーションを推進するとともに、島内が一丸となって“久米島の魅力”を積極的に発信していくための素材の共有、仕組みづくりを推進します。

### 施策9 効果的な情報発信の推進

\*久米島を訪れる新規顧客の獲得に向けて、沖縄県全体の誘客・プロモーションとの連携を図る等、効果的な情報発信を実施します。また、情報を訴求すべきターゲット層に対して、来訪機運を高めるプロモーションを効果的に展開していくために、久米島観光に係る「プロモーション戦略」を策定し、その戦略に基づき、それぞれのターゲットに応じた媒体による継続的なプロモーションを推進します。

#### 【久米島観光のターゲット層】

- ・欧米系観光客（個人・少数グループ）
- ・女性客や国内外富裕層
- ・ファミリー層やシルバー世代の夫婦

出典：久米島町の新たな観光ビジョン（2018.3）

\*閑散期にあたる“春の久米島観光”の魅力を訴求するため、椿や寒緋桜、クメジマツツジ、ホテルを活用したPR展開など、ピーク期以外の来訪機運を高めるプロモーションに、積極的に取り組みます。



\*久米島に何度も訪れている観光客に対して、島内の新たな魅力や観光プログラム、季節ごとのお得なキャンペーン等の情報を直接的に発信する等、「久米島ファン」への効果的な情報発信を実施します。

\*デジタルマーケティングの活用により、観光客の動向・ニーズを把握するとともに、潜在的な顧客向けあるいはターゲットを絞った効率的なプロモーションを推進します。

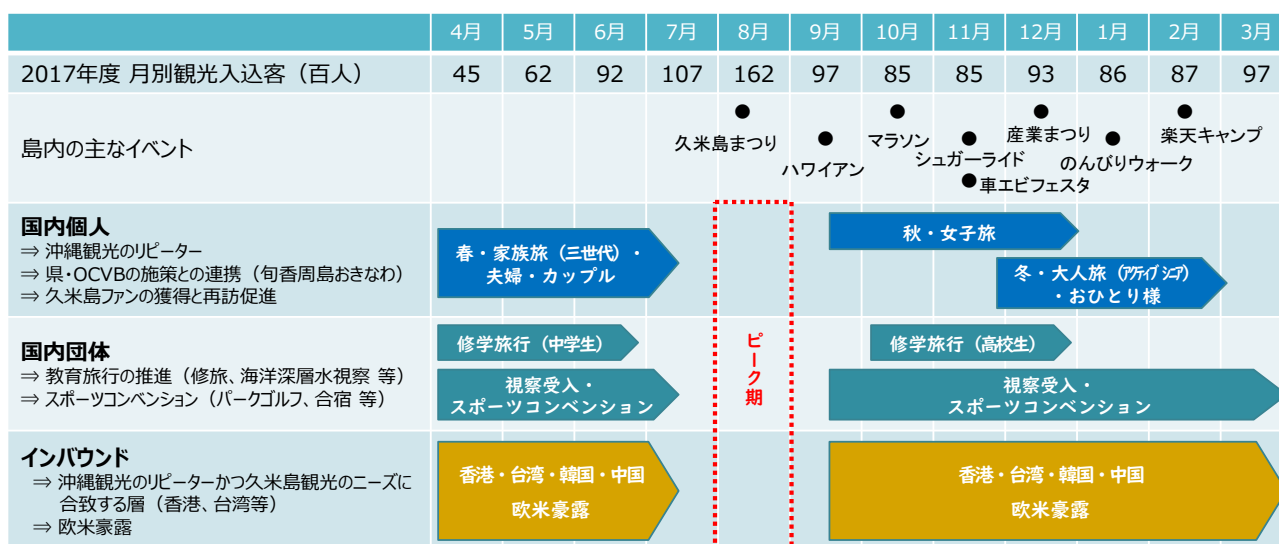
\*島内での統一的な情報発信を推進するため、既存の観光パンフレットや島内資源のPR素材（写真等）を島内の関係者間で共有し、PR活動を展開します。  
また、島内の観光に関するPR活動、TV放映等の成果を集約・共有し、島内の一体的な取組を推進します。

\*島民や島内の関係者が連携し、それぞれが主体的に一丸となった久米島観光の魅力発信を実施していくために、名刺を活用したPR（観光情報サイトに誘導するQRコードを掲載等）といった仕組みや媒体の検討を行います。また、島外での人気が高い“く～みん”を積極的に活用するためのルールづくり、島内での共有を図ります。

\*島内への移住・定住を推進する「ドリー部チャレンジ」や「島づくりコンシェルジュ」等と連携した、島内の魅力の積極的な発信を実施します。

### [参考] ターゲット設定のイメージ

⇒ 季節ごとのターゲットを設定し、ターゲットに応じた誘客や受入対策を実施



## 基本項目④ 観光振興の実現に向けた体制づくり

□島内の観光振興を実現するためには、島民が主体となり、島内の関係団体などが連携して取組を推進することが大切です。そのため、久米島版DMOをはじめとした組織づくり、仕組みづくりを促進するとともに、国や県、近隣離島などと連携した取組の強化を図ります。

### 施策10 地域の観光関連団体の組織づくり・仕組みづくり

\*島内の関係団体等との連携を図り、久米島町の観光の推進役を担う久米島版DMOを設立し、観光振興に向けた島内の取組を強化します。さらに、久米島観光の基盤となる「久米島町観光協会」の組織および取組の強化を図ります。

\*新たな“ご当地メニュー”や久米島ならではの『食』の取組の中核を担う飲食事業者の組織化、島内の観光ガイドの育成・確保、ネットワーク化を図る組織の設置といった、島内の組織づくりに向けた検討を行います。

\*沖縄県全体で検討が行われている「観光目的税（観光振興を目的とする新税）」の久米島観光への導入に向けた検討に取り組みます。

\*久米島観光の動向やその効果を的確に把握し、観光振興に向けた取組を推進していくために、DMOと連携して、ICT技術を活用した定量的かつ継続的なマーケティングおよび経年的なモニタリングを行い、その結果を島内関係者と共有します。

### 施策11 広域連携の推進

\*自然環境や歴史・文化、パークゴルフ等の共通するコンテンツを有する渡名喜島や粟国島といった近隣の離島地域と連携し、テーマ性を有した誘客や周遊促進につながる広域連携の取組を推進します。

\*インバウンドの受入促進、国内で開催される国際的な大会やイベントの開催等、国や県の動向と協働し、島内の観光振興に向けた取組を強化します。

# 7 取組の推進体制

本計画に示した観光振興に向けた取組を推進し、久米島町における観光振興の『基本理念』を実現していくためには、行政主導ではなく、島民主体による、観光団体、経済団体、観光関連事業者、行政が一丸となって取り組むことが大切です。

また、計画に基づく進捗の管理、島内の実態の変化に応じた計画や目標の見直しを行うなど、適正な計画の管理運営を行うための島内の体制を構築し、確実な取組の推進を図ります。

## (1) チーム久米島による取組の推進

観光振興に向けた取組を推進する上では、島内の関係者が観光に対する“意識”を高め、主体的に参画することが重要です。

2019年度には、久米島観光の推進役を担う「DMO」が設立される予定となっており、このDMOを中心とした、観光振興に向けた取組のさらなる活性化が期待されます。

行政、DMO、経済5団体、観光に関連する事業者、そして島民ひとりひとりが主体性を持ち、相互に協働しながら観光の取組を推進する、『チーム久米島』体制の構築を目指します。

### ❖ チーム久米島による協働体制



## ❖ チーム久米島の個々の役割

『チーム久米島』のメンバーとして、観光振興の実現に向けて一丸となって取組を推進する、行政、DMO、経済5団体、観光に関連する事業者、島民、それぞれの役割を以下に整理します。各々が自分たちの役割をしっかりと認識し、主体的に取り組むことが大切です。

### 【行政／久米島町】

- \*関係団体や観光関連事業者、島民との情報共有・連携を図り、島内の観光意識の醸成、体制や仕組みの構築など、観光振興に向けた取組を推進します。
- \*多様化する観光ニーズに対応した幅広いサービス提供の実現に向けた支援を行います。
- \*商工観光課を中心に、町内での連携を強化し、観光インフラの整備を推進します。
- \*国や県、周辺および全国の自治体と連携し、情報共有や久米島の魅力を発信します。

### 【DMO（予定）】

- \*島内の観光振興を実現するために、様々な取組の推進役を担います。
- \*島内の関係団体や観光関連事業者との協働を図る体制や仕組みづくりを推進します。
- \*統計データ等から久米島観光の動向を定量的に把握し、効果的な取組の推進を支援します。

### 【経済5団体】

- \*観光まちづくりの中心的な役割を担います。
- \*久米島の多様な魅力や資源を適切に管理・継承し、久米島観光の充実を図ります。
- \*行政や観光関連事業者等との連携体制を構築し、島内の観光情報を収集するとともに、観光客の誘客促進のための久米島観光の魅力発信、PR活動を推進します。
- \*次世代の観光を担う人材の育成・島内人材の積極的な登用を図ります。

### 【観光関連事業者】

- \*久米島ならではの“価値の高い観光サービスの提供”において中心的な役割を担います。
- \*経済5団体等と連携し、観光の振興および観光まちづくりに積極的に参画します。
- \*地域経済の活性化に寄与するため、観光事業に係る島民の雇用を積極的に行うとともに、次世代の観光を担う人材の育成・登用を推進します。

### 【島民】

- \*観光振興・観光まちづくりへの意識や関心を持ち、観光に係る取組に積極的に参画します。
- \*島内で大切に受け継がれてきた、自然・歴史・文化・生業・食に誇りを持ち、その魅力や価値を理解するとともに、次の世代への継承や来訪者への披露を行います。
- \*ひとりひとりが久米島観光の主役として、おもてなしの心を持って観光客と交流します。

❖ 施策への関わりと役割分担

施策ごとに“推進幹事”と“関係団体”を位置づけ、それぞれの団体等を中心に『チーム久米島』の協働体制により観光振興に向けた取組をひとつずつ確実に推進します。

【施策の推進幹事、関係団体の基本的な考え方】

- \* 観光振興基本計画の、個別の施策を所管して推進する主体を“推進幹事”と位置づけます（“推進幹事”は原則、役場および経済5団体から選定します）。
- \* “推進幹事”は、“関係団体”および事業者、島民と連携し、リーダーシップを持って施策を推進していきます。
- \* “関係団体”は、施策の推進を支援し、“推進幹事”と連携して施策を推進します。

【各施策に対する位置づけ】

基本方針	施策	推進幹事（●） ・ 関係団体（○）								
		役場	（担当）	観光協会	商工会	JA	漁協	紬協同組合	その他	
重点項目	①島民が主体となった観光まちづくりの推進	(1)島民と事業者・行政の観光意識の醸成	●	商工観光	○	○	○	○		
		(2)観光人材の育成・確保	○	商工観光	●	○			島ぐらしコンサルティ	
	②久米島観光の魅力・価値を高めるブランドづくり	(3)地域資源の価値の再認識とストーリー化	○	商工観光		●	○	○		
		(4)久米島でしか味わうことができない『食』の開発	○	商工観光		●	●	●		
		(5)特産品・お土産品の充実、認知度の向上	○	商工観光		●	○	○		
		(6)リゾートとしての高質化	○	商工観光	●	●				
	③夏のピーク期以外の観光の充実	(7)島の資源を活用した通年型観光プログラムの充実	○	商工観光	●				博物館	
		(8)インバウンド対応の強化	●	商工観光プロジェクト	○	○				
		(9)MICE・教育旅行の推進	○	商工観光	●	○				
基本項目	①久米島らしい自然や風景、文化の保全・活用	(1)島の宝『ハテの浜』の保全・整備	●	商工観光	○			○		
		(2)美しい自然環境や景観の保全・美化	●	環境	○	○		○		
		(3)久米島で継承されてきた自然・歴史・文化・生業の活用	○	商工観光	●	●	●	●	●	
	②島内観光全般の受入基盤・体制の強化、質の向上	(4)宿泊施設の多様化・質の向上 (新規誘致等)	●	商工観光	○					
		(4)宿泊施設の多様化・質の向上 (民泊、サービス等)	○	商工観光	●					
		(5)島への交通アクセス・島内2次交通の強化	(島へのアクセス)	●	商工観光	○	○			
			(島内2次交通)	○	商工観光	●	●			
		(6)案内の改善・充実	(サイン)	●	商工観光	○				
			(情報)	○	商工観光	●				FM久米島
	③ターゲットに応じた誘客・プロモーション戦略	(7)スポーツツーリズムの推進	●	商工観光	○					
		(8)安心・安全な観光地の実現	●	商工観光	○					
④観光振興の実現に向けた体制づくり	(9)効果的な情報発信の推進	○	商工観光	●	○	○	○	○	ドリ部チャレンジ 島づくりコンサルティ	
	(10)地域の観光関連団体の組織づくり・仕組みづくり	●	商工観光	○	○	○	○	○		
	(11)広域連携の推進	●	商工観光	○						

## (2) 本計画の管理・推進体制

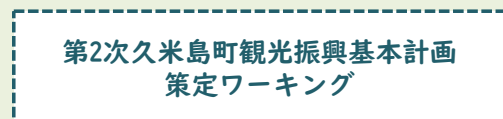
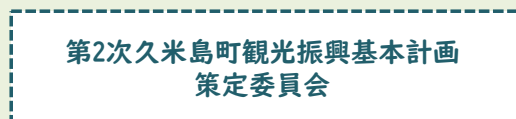
『チーム久米島』体制のもと、本計画に示した方針に基づく取組を推進するにあたり、計画および取組状況を適切に管理し、個々の取組を確実に推進するための新たな体制づくりを行います。

本計画策定の段階で組成した“第2次久米島町観光振興基本計画策定委員会”および“ワーキング”を2019年度以降も継続し、計画全体の進捗管理を担う「久米島町観光振興委員会」、取組の推進を担う「観光振興基本計画推進ワーキング」として運営していきます。

### ❖ 計画の管理・推進体制の考え方

#### □2018年度

(計画策定)



#### □2019年度～

(取組の実践)



##### 【主な役割】

- ・取組の実行体制の決定
- ・取組の進捗確認
- ・取組成果の評価
- ・取組状況に応じた、計画の見直しや廃止の決定



##### 【主な役割】

- ・各取組の推進主体（リーダー）の設定
- ・島内関係者と協働した取組の実行
- ・取組状況の把握、久米島町観光振興委員会への報告
- ・委員会での評価を受けた取組の改善



継続

継続

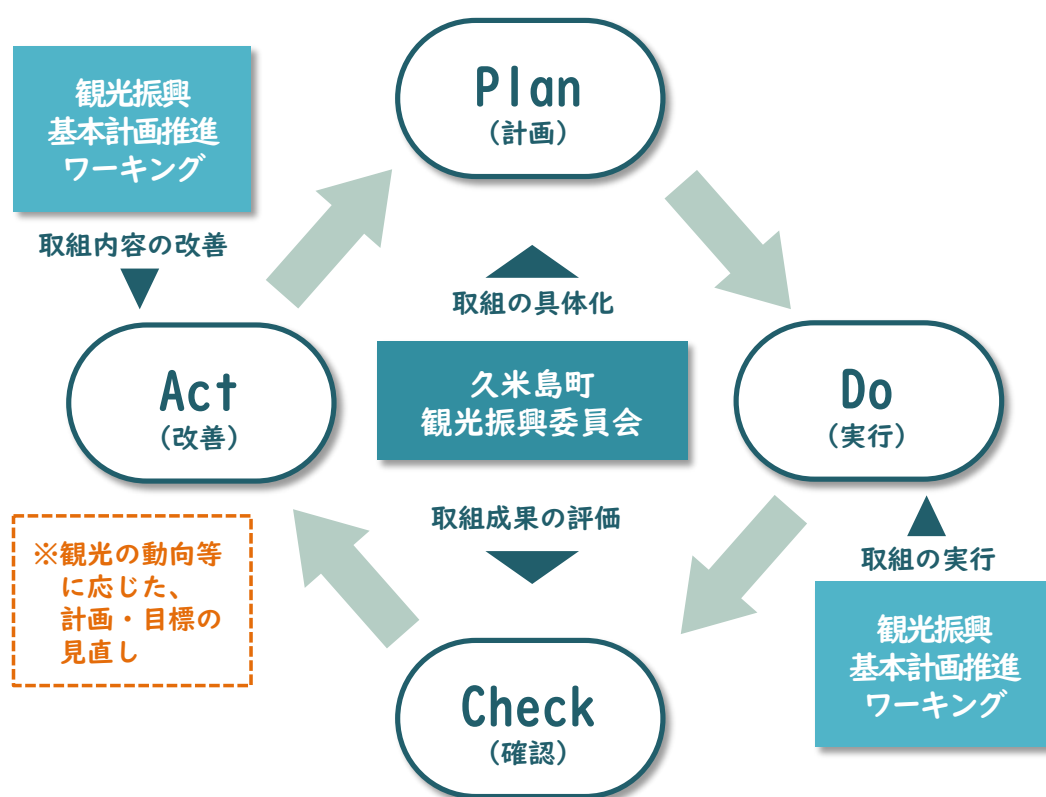


### (3) 進行管理

本計画に示した各取組は、「PDCA サイクル」の考え方のもと、進行管理を行います。計画の管理・推進を担う「久米島町観光振興委員会」、「観光振興基本計画推進ワーキング」を中心に、PDCA マネジメントサイクル（計画⇒実行⇒確認⇒改善）を用いて、効率のかつ効果的に、着実な取組の進行を図ります。

また、取組の進捗や島内の動向や変化に応じて、適宜、計画および目標の見直しを行いながら、実態に即した取組を進めていきます。

#### ❖ PDCA マネジメントサイクルの考え方



## 参考 計画策定について

### ❖ 本計画の策定手順

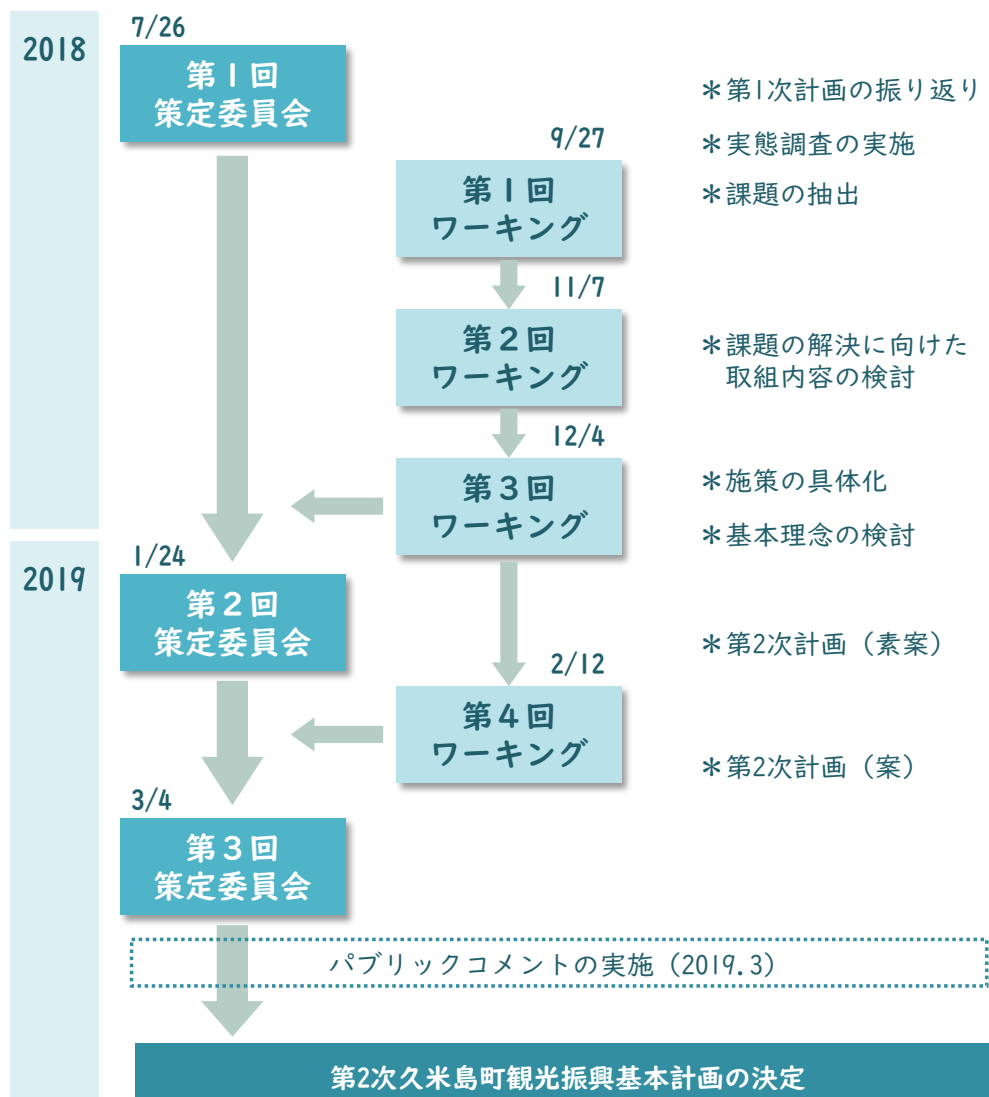
本計画の策定にあたっては、島内の経済5団体、観光関連事業者、有識者、行政機関等のメンバーによって組成した“第2次久米島町観光振興基本計画策定委員会”および“ワーキング”の開催を通じて検討を行いました。

第1次計画期間における観光に係る取組状況の振り返り、島内の観光の動向を把握するために実施した各種実態調査結果をもとに、策定委員会およびワーキングにおいて議論を行い、「第2次久米島町観光振興基本計画（案）」を策定しました。

この計画案について、2019年3月にパブリックコメントを実施し、島内から寄せられた意見を反映した形で、最終的に「第2次久米島町観光振興基本計画」を決定しました。

### ▼本計画の策定に向けた検討の流れ

策定委員会3回、ワーキング4回の議論を踏まえて本計画を策定



## ◆ 検討の体制

第2次久米島町観光振興基本計画策定委員会は、島内の経済5団体、観光関連事業者、有識者、行政機関等により構成し、その下部組織としてワーキングを位置づけた体制により、検討を実施しました。

### ▼第2次久米島町観光振興基本計画策定委員会 委員一覧（順不同）

	所属・役職	氏名
委員長	久米島町 副町長	桃原 秀雄
副委員長	一般社団法人久米島町観光協会 会長	比嘉 護
座長	玉川大学観光学部 客員教授	折戸 晴雄
委員	久米島商工会 会長	嘉手苺 一
	JA おきなわ久米島支店 支店長	儀間 寛之
	久米島漁業協同組合 組合長	渡名喜 盛二
	久米島紬事業協同組合 理事長	松元 徹
	久米島町区長会 会長	新城 武
	久米島町青年団協議会 会長	仲村 透
	久米島町議会 議員	盛本 實
	久米島町産業振興課 課長	佐久田 等
	久米島町プロジェクト推進課 課長	中村 幸雄
	久米島町環境保全課 課長	吉田 政也
久米島町企画財政課 課長	喜友村 薫	

### ▼第2次久米島町観光振興基本計画策定ワーキング メンバー一覧（順不同）

委員区分	所属・役職	氏名
学術研究団体	玉川大学観光学部 客員教授	折戸 晴雄
町内産業・ 観光関係団体	一般社団法人久米島町観光協会 事務局長	上原 一晃
	一般社団法人久米島町観光協会 事務局	古堅 留美
	一般社団法人久米島町観光協会 民泊担当	仲宗根 麻衣子
	一般社団法人久米島町観光協会 民泊担当	三村 淳
	一般社団法人久米島町観光協会 青年部長	屋比久 彰
	久米島商工会 事務局長	上江洲 教正
	久米島商工会 青年部長	山城 昌輝
町内事業者	FM 久米島株式会社	宇江城 久人
	久米島島ぐらしコンシェルジュ	石坂 達
行政機関	久米島町プロジェクト推進課	大田 直樹
	久米島町環境保全課	吉永 安史
	久米島博物館	宮良 みゆき
	久米島町企画財政課	古堅 宗治

# 巻末資料

## 久米島観光の現状について (各種調査結果)

### 目次

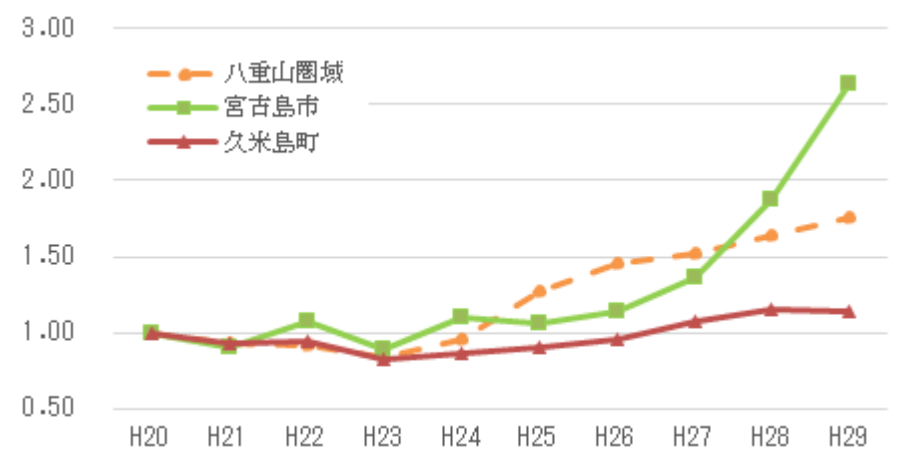
巻末1. 久米島観光の特性	・・・51
巻末2. 久米島を訪れる観光客の特性	・・・52
巻末3. 町民の観光に対する意識	・・・68
巻末4. 事業者の観光に対する意識	・・・77
巻末5. 観光の地域経済への波及効果	・・・79

# 巻末1 久米島観光の特性

久米島観光の特性として、八重山圏域・宮古島市との観光客数・満足度の比較を整理しました。

## 観光客数の推移

- ❖ 久米島町を訪れる観光客数は、±10%程度で増減しつつ、横ばいまたは増加傾向
  - \*八重山圏域は、平成24～26年度で大きく増加
  - \*宮古島市は、平成27年度以降急増

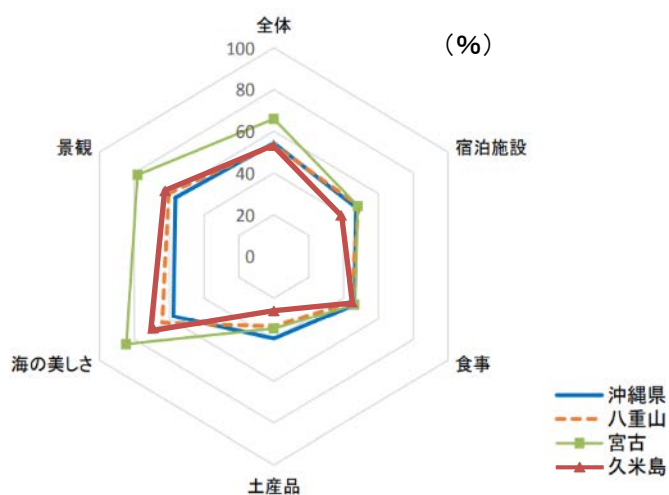


▲観光客数の推移 (平成20年度を1とした場合)

出典：八重山観光統計 (沖縄県八重山事務所発表)、宮古島市勢要覧・観光統計 (宮古島市公表)、久米島町観光統計資料 (久米島町観光協会) のデータを基に作成

## 満足度

- ❖ 県全域に対して、八重山・宮古圏域では全体の満足度が高く、久米島では低い傾向
- ❖ 久米島では景観と海の美しさで県全体と比較しても比較的高い満足度である一方宿泊施設と土産品の満足度が低い



□離島間の“大変満足”比率の比較

出典：平成28年度観光統計  
実態調査  
(H29.3 沖縄県)

## 巻末2 久米島を訪れる観光客の特性

観光客の特性を把握するため、2018年度に各種調査を下記の通り実施しました。宿泊客アンケート及びWEBアンケートの結果については一部2013年度の調査結果との比較も含めて、次頁以降の通り整理しました。

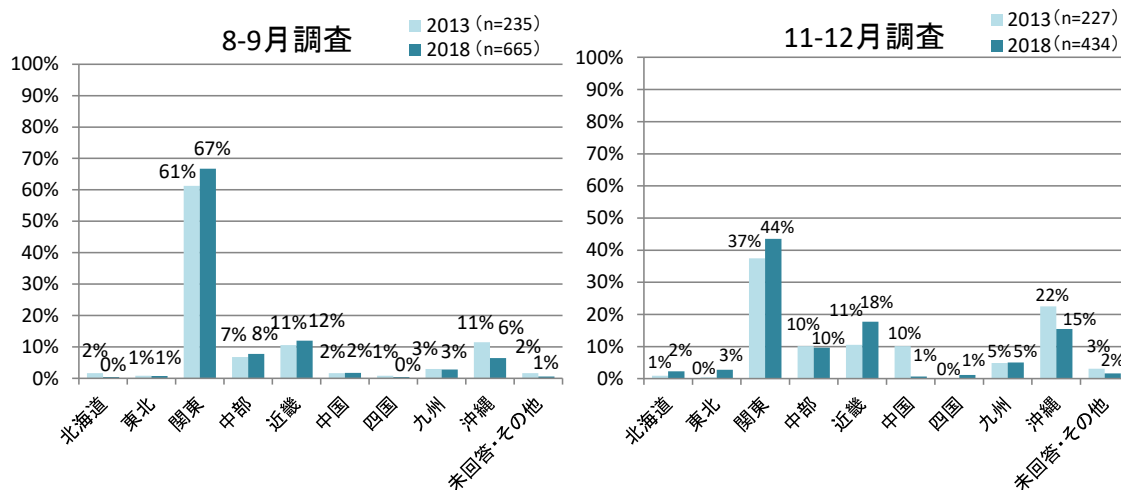
調査名	調査対象	実施期間	サンプル数
宿泊客アンケート調査 (8-9月)	島内のホテル・民宿への 宿泊客	2018年8月上旬 ~9月上旬	665
宿泊客アンケート調査 (11-12月)		2018年11月上旬 ~12月下旬	434
WEBアンケート調査	首都圏・近畿圏居住者 (沖縄・久米島来訪経験に よりサンプル数を配分)	2018年9月中旬 ~9月下旬	1000
旅行サイトへの 口コミ分析	トリップアドバイザー への投稿コメント	2018年8月時点	1195

## (1) 来訪者の属性

来訪者の属性（居住地・職業・同行者・世代・来訪経験）は以下の通りです。

### 居住地

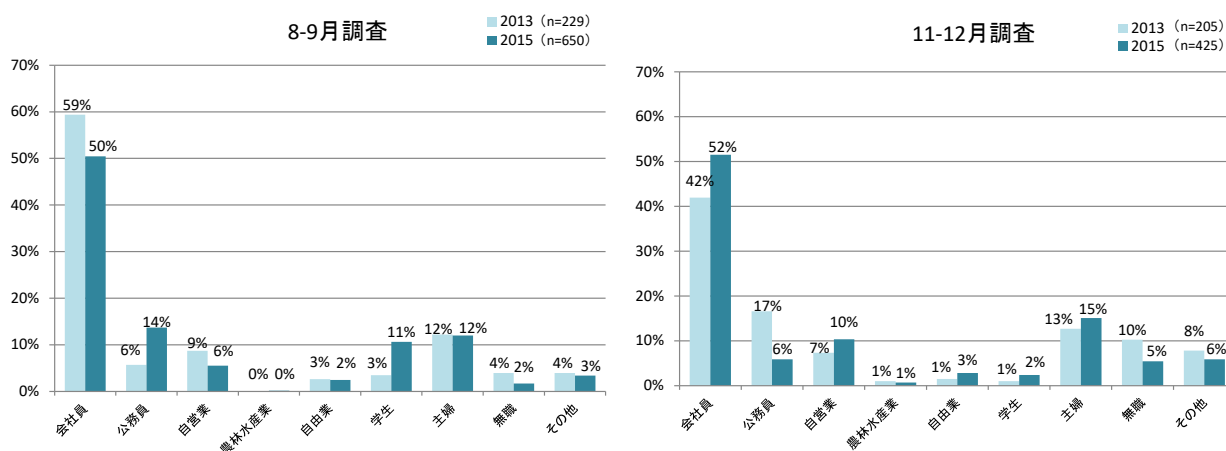
- ❖ 8-9月調査では関東からの来訪が67%
- ❖ 11-12月調査では関東44%、近畿18%  
(2013年度調査から関東・近畿の割合が増加)
- ❖ 8-9月・11-12月調査ともに県内客の割合が減っている



出典：宿泊客アンケート調査（2013・2018年度 久米島町）

### 職業

- ❖ 8-9月・11-12月調査ともに会社員が多く、50%以上を占める
- ❖ 8-9月調査では2013年度調査から学生の割合が増えている

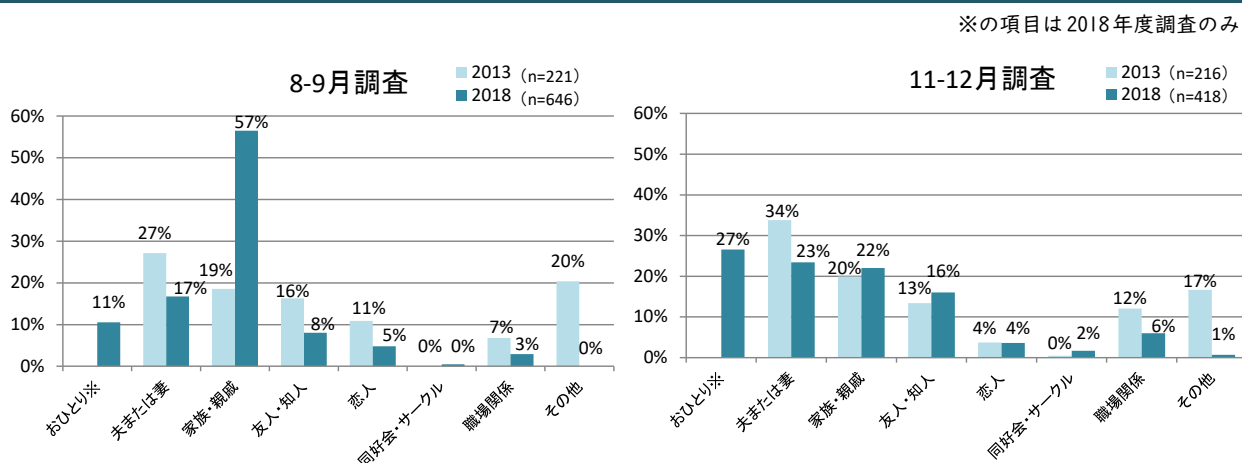


出典：宿泊客アンケート調査（2013・2018年度 久米島町）

## (1) 来訪者の属性

### 同行者

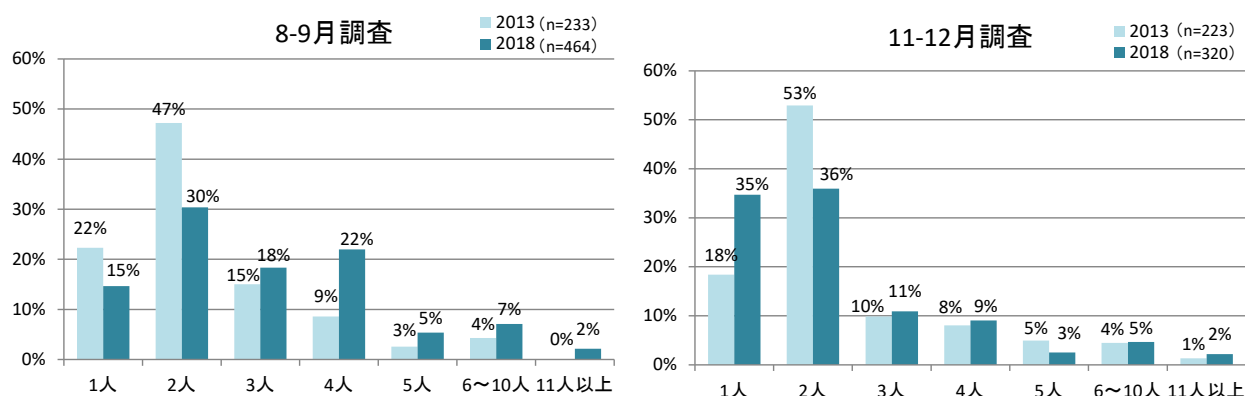
- ❖ 8-9月調査ではファミリー層が多い傾向
- ❖ 11-12月調査では一人での来訪が最も多く (27%)、次いで夫婦での来訪が多い



出典：宿泊客アンケート調査 (2013・2018年度 久米島町)

### 人数

- ❖ 8-9月調査では2~4人での来訪が多い傾向 (2人が全体の30%)
- ❖ 11-12月調査では1~2人での来訪が多く、全体の71%を占める



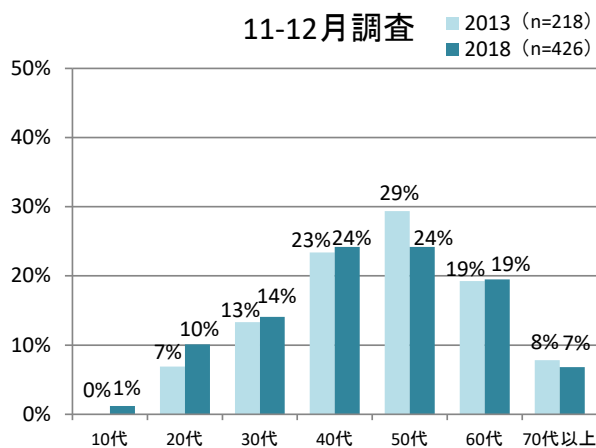
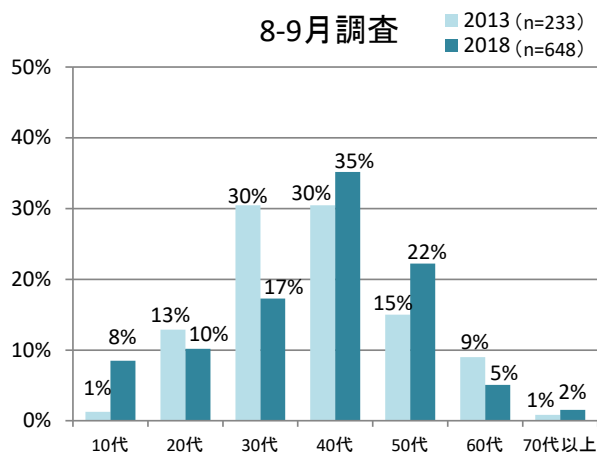
出典：宿泊客アンケート調査 (2013・2018年度 久米島町)



## (1) 来訪者の属性

### 世代

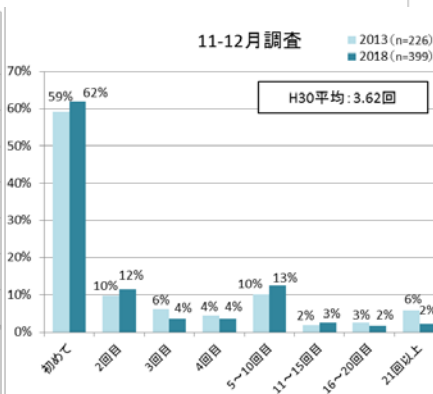
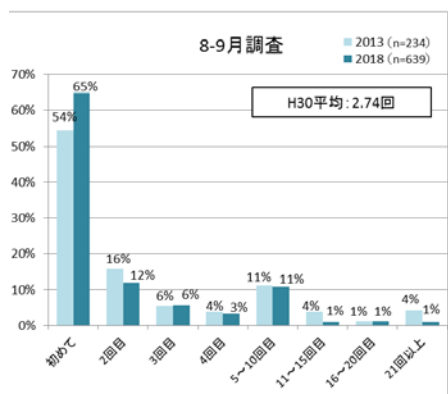
- ❖ 8-9月・11-12月調査ともに40～50代が約半数を占める。
- ❖ 8-9月調査では10代の来訪が60代以上を上回っている
- ❖ 11-12月調査では60代以上が全体の26%を占める



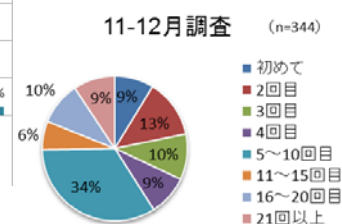
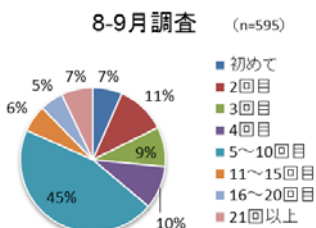
出典：宿泊客アンケート調査（2013・2018年度 久米島町）

### 来訪経験

- ❖ 「初めて」の久米島への来訪が全体の60%以上（8-9月・11-12月調査とも5年前より増加）
- ❖ 来訪者の90%以上が沖縄へのリピーター客（約60%は沖縄に5回以上に訪れている）



### 沖縄への来訪回数（2018）



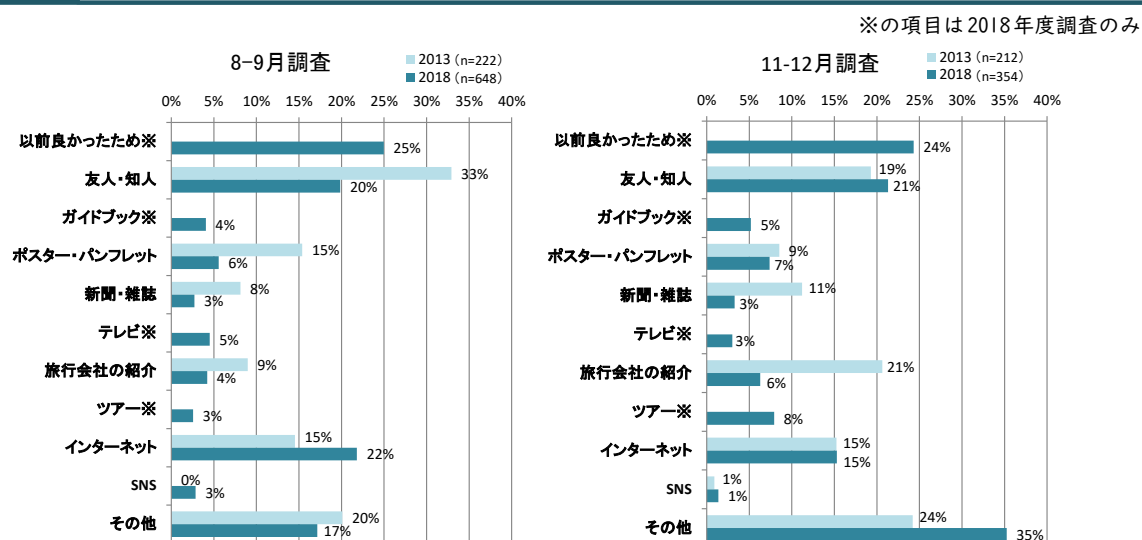
出典：宿泊客アンケート調査（2013・2018年度 久米島町）

## (2) 来訪動機

来訪動機（来訪のきっかけ・目的）は以下の通りです。

### 来訪の きっかけ

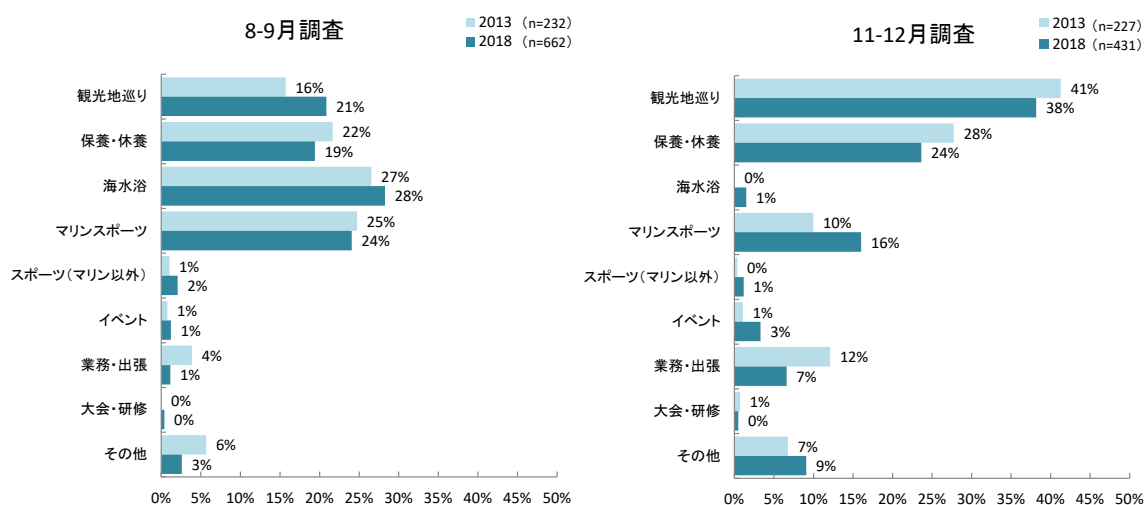
- ❖ 以前の来訪が良かったためとの回答が、8-9月・11-12月調査とも最も多く、それぞれ25%、24%を占める
- ❖ 次いでインターネットや友人・知人の紹介などをきっかけとする方が多い



出典：宿泊客アンケート調査（2013・2018年度 久米島町）

### 来訪 目的

- ❖ 主な来訪目的は、回答が多い順に、  
8-9月：海水浴(28%)、マリンスポーツ(24%)、観光地巡り(21%)  
11-12月：観光地巡り(38%)、保養・休養(24%)、マリンスポーツ(16%)



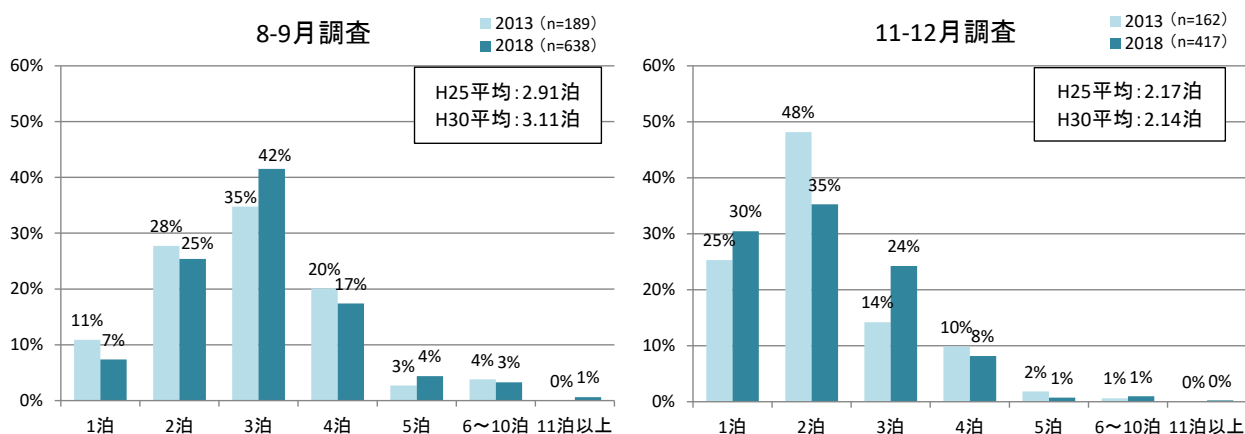
出典：宿泊客アンケート調査（2013・2018年度 久米島町）

### (3) 旅行内容

旅行内容（宿泊数、旅行形態、交通手段、体験内容等）は以下の通りです。

#### 久米島での宿泊数

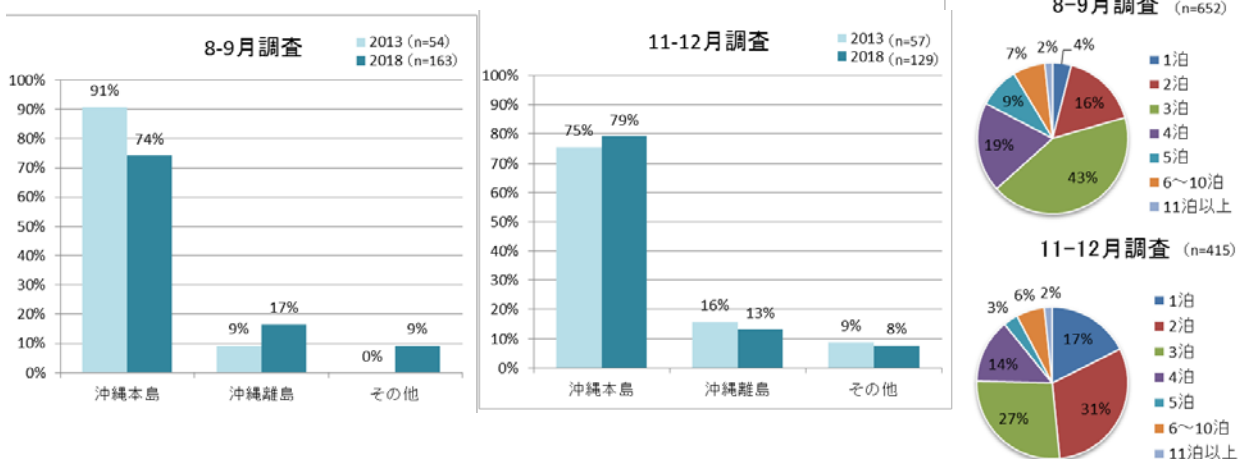
- ❖ 平均泊数は8-9月調査で3.11泊、11-12月調査で2.14泊（8-9月調査は2013年度調査より0.2泊増加）
- ❖ 8-9月調査では2～3泊が全体の67%を占める
- ❖ 11-12月調査では1～2泊が全体の65%を占める



出典：宿泊客アンケート調査（2013・2018年度 久米島町）

#### 久米島以外の宿泊地

- ❖ 8-9月、11-12月調査ともに70%以上が沖縄本島にも宿泊
- ❖ 全行程宿泊数（久米島以外の宿泊を含む）は8-9月調査では3泊が43%と最も多く、11-12月調査では2泊が31%と最も多い
- ❖ 2～3泊が全体の60%弱である



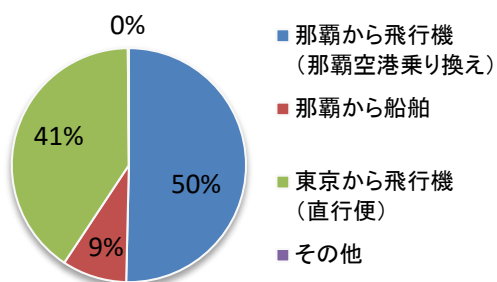
出典：宿泊客アンケート調査（2013・2018年度 久米島町）

### (3) 旅行内容

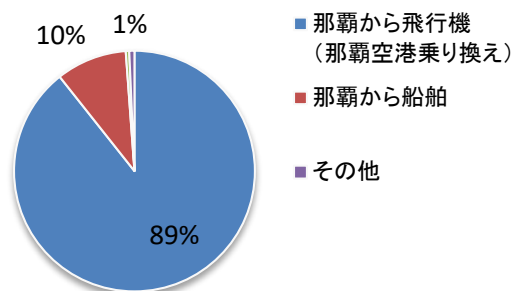
#### アクセス手段

- ❖ 8-9 調査では那覇から飛行機（那覇空港乗り換え）でのアクセスが 50%と最も多く、次いで東京から飛行機（直行便）が 41%
- ❖ 11-12 月調査では那覇から飛行機が全体の 89%を占める
- ❖ フェリー利用者は全体の 10%以下

8-9月調査 (n=671)



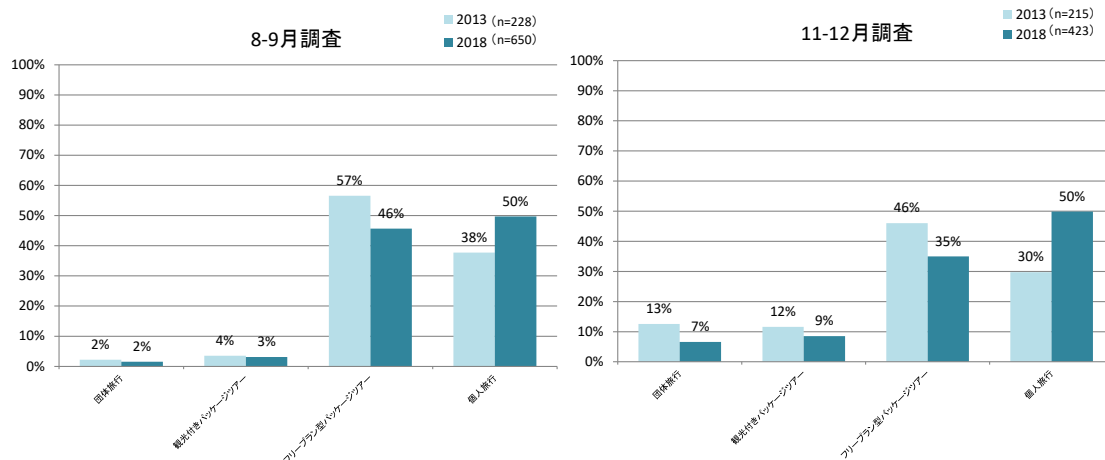
11-12月調査 (n=431)



出典：宿泊客アンケート調査（2018年度 久米島町）

#### 旅行形態

- ❖ 8-9 月調査、11-12 月調査ともに個人旅行が最も多く半数を占める  
⇒2013 年度調査ではフリープラン型パッケージツアーが最も多かったが、5 年間で逆転している

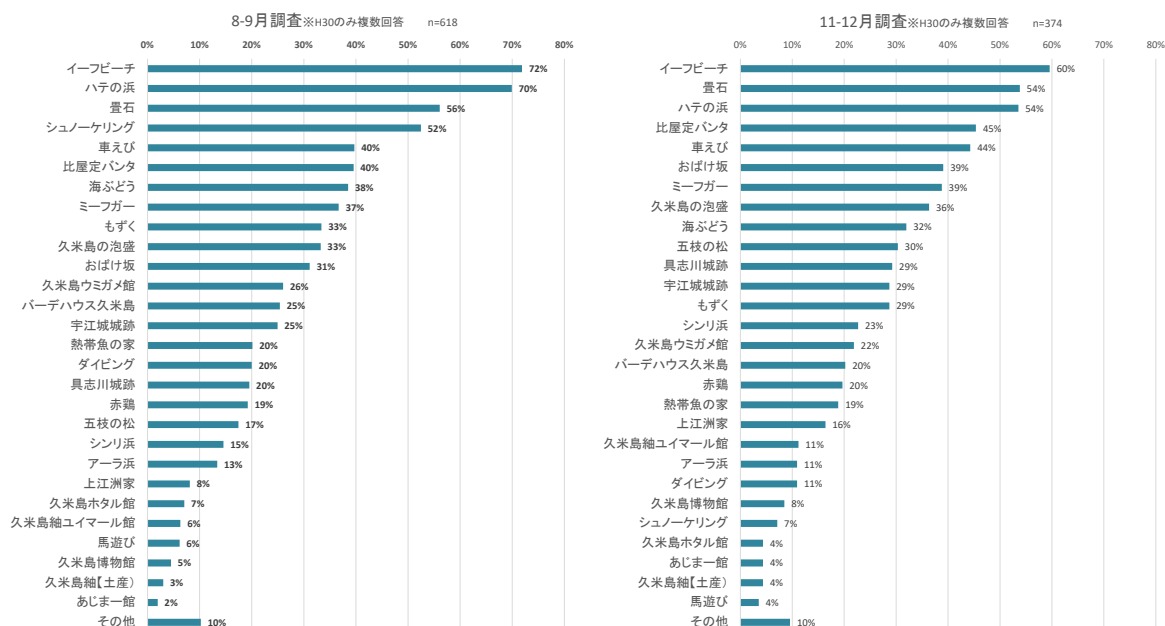


出典：宿泊客アンケート調査（2013・2018年度 久米島町）

### (3) 旅行内容

#### 体験した もの・こと

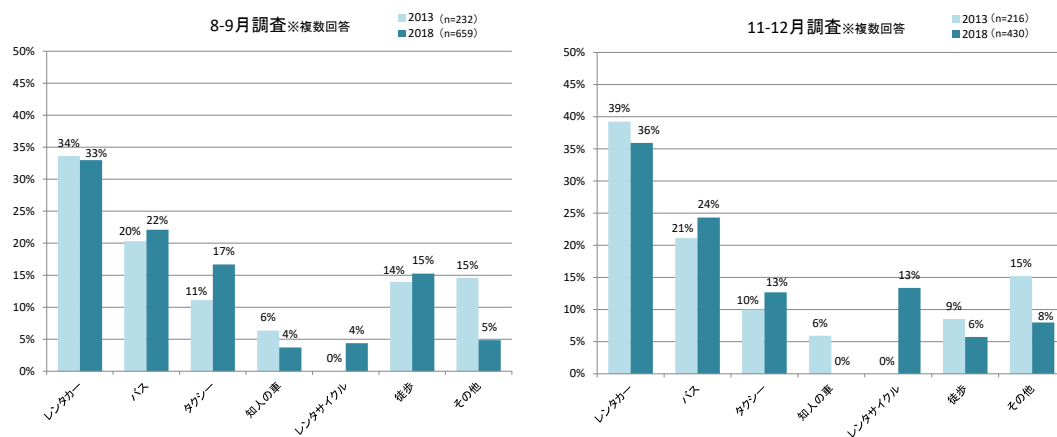
- ❖ 島内で体験したもの・ことは、8-9月・11-12月調査ともに上位3つがイーフビーチ、ハテの浜、豊石（8-9月は70%以上がイーフビーチ・ハテの浜へ）
- ❖ 8-9月調査でのシュノーケル等のマリンスポーツを除いては、8-9月・11-12月調査ともに概ね同様の傾向



出典：宿泊客アンケート調査（2018年度 久米島町）

#### 島内での 交通手段

- ❖ 全体の33%以上がレンタカーを利用、22%以上がバスを利用
- ❖ 5年前に比べて、バス・タクシー・レンタサイクルの利用率が増加



出典：宿泊客アンケート調査（2013・2018年度 久米島町）

## (4) 観光消費額

観光消費額（一人あたりの消費単価、久米島町の観光収入）は以下の通りです。

### 消費単価

- ❖ 一人あたりの平均島内消費額（航空機・フェリー代含まない）は8-9月調査で約7.5万円、11-12月調査で約5.6万円
- ❖ 項目別では、宿泊費が8-9月・11-12月調査で大きく異なる（1泊あたりで約3500円程度の差がある）


項目	8～9月調査		11～12月調査		平均消費単価※	
宿泊	25,760	円	10,275	円	18,807	円
食事・お酒	11,167	円	9,351	円	10,351	円
交通費	8,342	円	8,508	円	8,416	円
お土産・買い物	5,634	円	6,068	円	5,829	円
レジャー	18,509	円	16,238	円	17,489	円
その他	5,565	円	5,218	円	5,409	円
島内消費額計	74,976	円	55,657	円	66,302	円
平均泊数	3.11	泊	2.14	泊		

※平均消費単価は観光客数の8-9月・11-12月の消費単価にそれぞれオン・オフシーズンの観光客数の加重平均に日帰客率8.6%（H29県調査）を考慮して算出。なお、オンシーズンは5-10月、オフシーズンは11-4月で設定。

出典：宿泊客アンケート調査（2018年度 久米島町）

### 観光収入

- ❖ 久米島の観光収入(年間)は約72.8億円
- ❖ 観光客35人分の観光消費額は、久米島町1世帯分の年間消費額と同等  
⇒観光収入約72.8億円は、久米島町の約3200世帯分の消費額に相当


**観光客**  
 約11万人  
 (2017)
  $\times$ 

**消費単価**  
 約6万6千円  
 (2018)
  $=$ 
約72.8億円


**観光客**  
 35人分の  
 消費額
  $\approx$ 

**久米島町の**  
**1世帯分の**  
**年間消費額※**

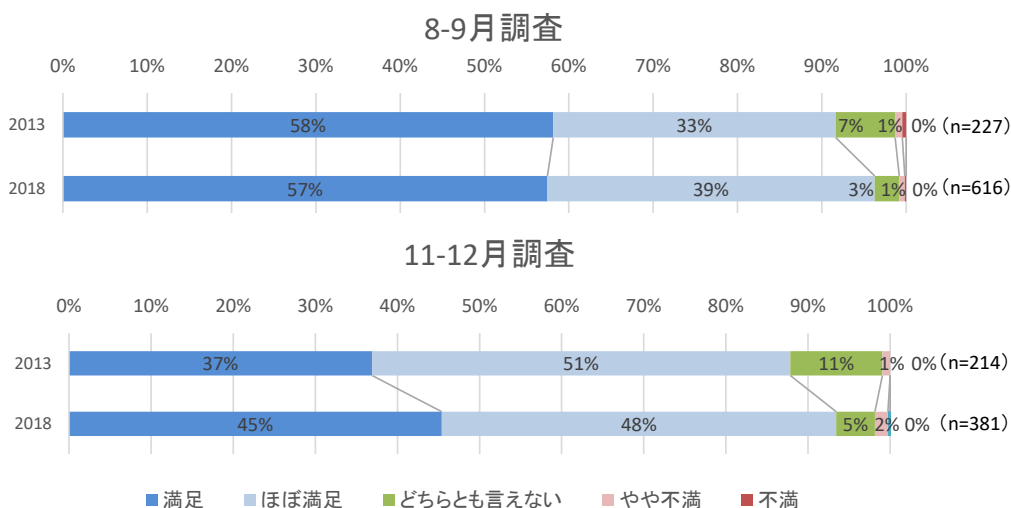
※久米島町1世帯分の年間消費額は、沖縄県1世帯分の年間消費額247.8万円（平成29年度沖縄県家計調査より）に県全体に対する久米島の所得水準92.5（平成27年度沖縄県市町村所得より）を掛けて算出（229.2万円）。

## (5) 満足度

満足度（旅行全体・項目別）は以下の通りです。

### 旅行 全体の 満足度

- ❖ 旅行全体に「満足」した人は8-9月調査で57%、11-12月調査45%
- ❖ 満足とほぼ満足を合わせると93%以上  
(2013年度調査と比較して、肯定的な回答が約5%増)



出典：宿泊客アンケート調査（2013・2018年度 久米島町）

### 項目 別の 満足度

- ❖ 満足度が高い項目 ⇒ レジャー、宿泊施設、食事
- 満足度が低い項目 ⇒ お土産、交通機関、観光地の環境・整備
- ❖ 5年前に比べ、お土産、食事、ホスピタリティの満足度が向上
- ❖ 8-9月調査では、5年前よりレジャー、宿泊施設、交通機関の満足度が低下

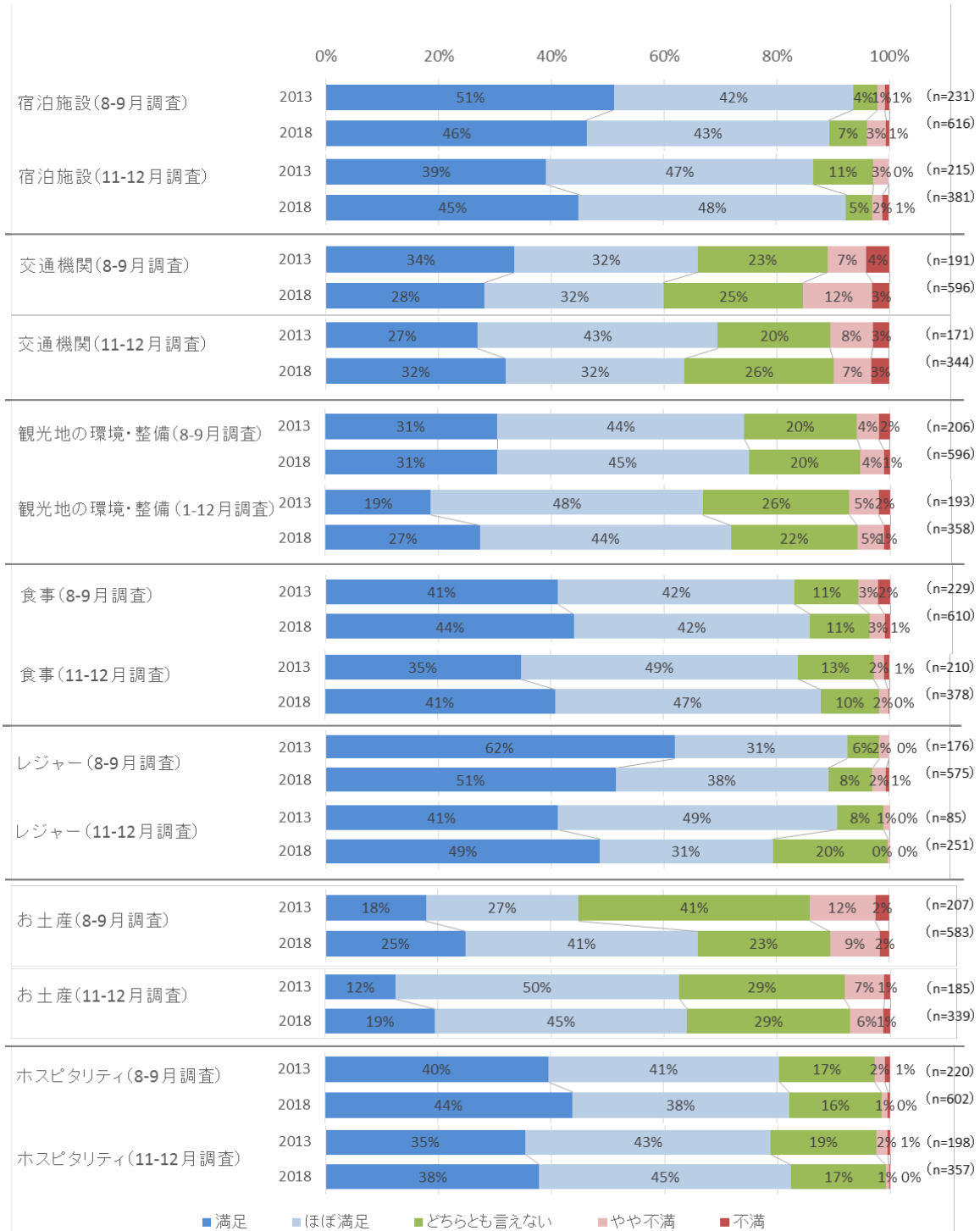
表 「満足」と回答した人の割合

項目	8-9月調査	11-12月調査
宿泊施設	46% (-5)	45% (+6)
交通機関	28% (-6)	32% (+5)
観光地の環境・整備	31% (±0)	27% (+8)
食事	44% (+3)	41% (+6)
レジャー	51% (-11)	49% (+8)
お土産	25% (+7)	19% (+7)
ホスピタリティ	44% (+4)	38% (+3)

※ ( ) 内は2013年度調査からの推移

出典：宿泊客アンケート調査（2013・2018年度 久米島町）

## (5) 満足度



出典：宿泊客アンケート調査（2013・2018年度 久米島町）



## (5) 満足度

### 最も 良かった 場所・体験

- ❖ 8-9月・11-12月調査とも「はての浜」との回答が最も多い
- ❖ 8-9月は海の風景・体験に関すること、11-12月は島民のホスピタリティや食事に関することが上位にきている

8-9月調査			11-12月調査		
		件数			件数
1	ハテの浜	240	1	ハテの浜	89
2	ダイビング・シュノーケル	117	2	海がきれい	57
3	海がきれい(透明度、魚、海ガメに会えた)	73	3	島民のホスピタリティ	56
4	自然・風景(星空、月、夕日、日の出、山)	63	4	食事(車エビ、海ブドウ、もずく)	51
5	島民のホスピタリティ	63	5	ダイビング・シュノーケル・SUP	41
6	食事(車エビ、海ブドウ、刺身、もずく等)	56	6	自然・風景(星空、月、砂浜)	30
7	イーフビーチ	36	7	癒される(ゆっくり、のんびり、居心地が良い)	22
8	癒される(ゆっくり、のんびり、居心地が良い)	21	8	イーフビーチ	15
9	乗馬(海馬・馬遊び)	16	9	シュガーライド・サイクリング	12
10	穴場(静かで落ち着いている、外国人が少ない、観光地化していない)	12	10	穴場(静か、観光客が少ない、観光地化されていない)	8

出典：宿泊客アンケート調査(2018年度 久米島町)

### 不満 ・要望

- ❖ 8-9月・11-12月調査とも観光・整備、交通機関、宿泊施設への不満が上位3つとなっている
- ❖ 不満以外では自然環境の保全・継承や情報発信に関する意見も比較的多く挙げられた

8-9月調査			11-12月調査		
		件数			件数
1	環境や整備への不満(wifi、パリアフリー、トイレ、看板、ゴミ、営業時間、観光情報)	58	1	宿泊施設への不満(設備の故障や汚れ、シャワーの水温・水量)	32
2	交通機関への不満(駐車場・交通機関が少なく不便、バスの乗継、飛行機の直行便)	56	2	交通機関への不満(交通機関が少なく不便、バスの乗継、交通機関の遅延)	30
3	宿泊施設への不満(タオル等が不足設備が古くシャワー等の故障・汚れ)	43	3	環境や整備への不満(wifiが入らない、観光案内板の設置、道路・歩道の状況が悪い)	29
4	食事・店についての不満(食事処が少ない、子連れ対応、ランチ等お店の数)	33	4	食事・店についての不満(カフェやランチの店の数、営業しているか分かりづらい)	22
5	体験プログラムへの不満(情報不足、料金が高い、期待外れ)	32	5	自然について(壊さないでほしい、観光地化してほしくない、このままであってほしい)	10
6	自然について(壊さないでほしい、観光地化してほしくない、このままであってほしい)	18	6	情報発信について(もっと全国的にPRすべき)	7

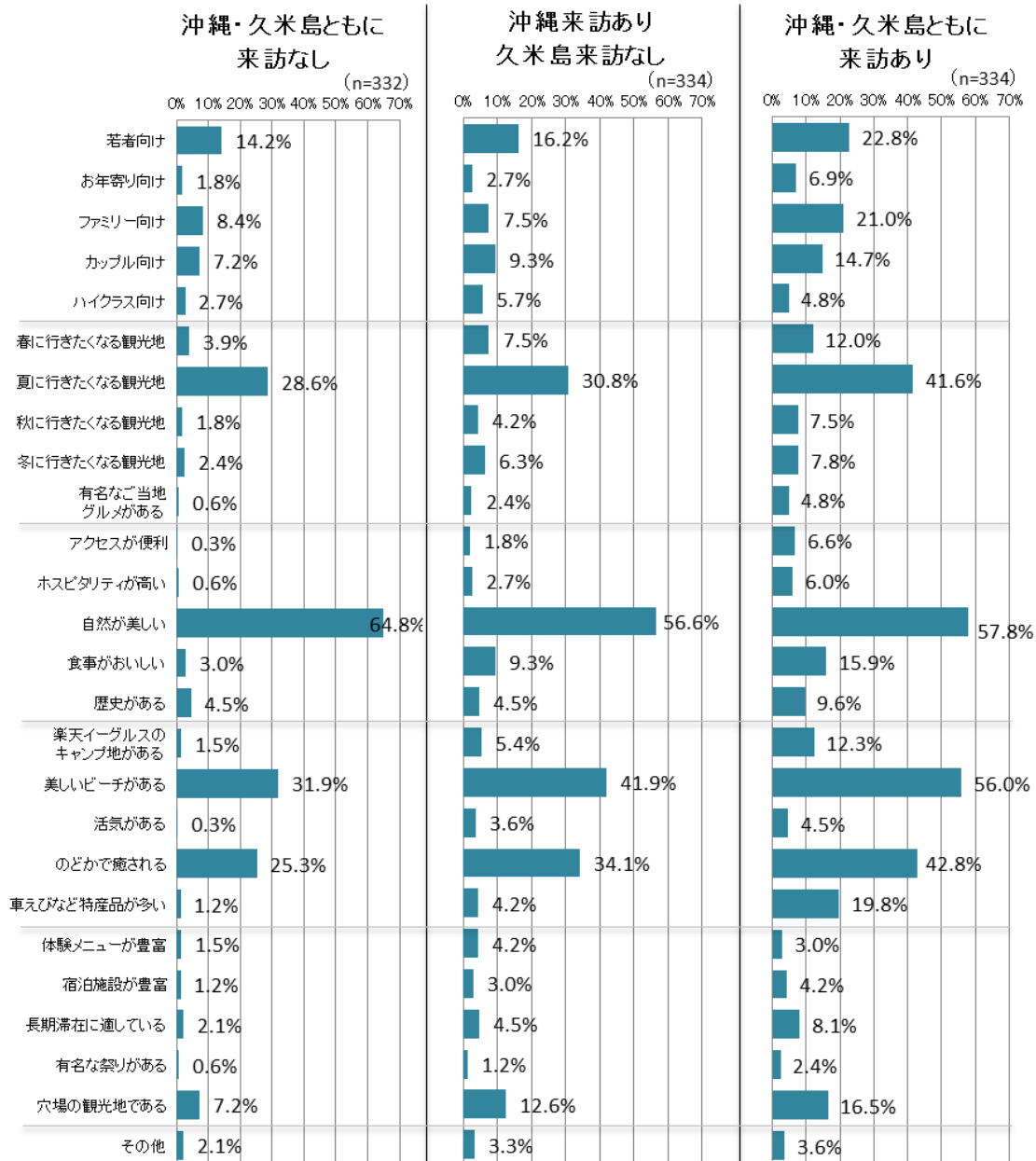
出典：宿泊客アンケート調査(2018年度 久米島町)

## (6) 久米島観光のイメージ

久米島の観光地としてのイメージは以下の通りです。

### 久米島のイメージ

- ❖ 久米島観光に対しては、「自然」、「ビーチ」、「のどか・癒し」、「夏」、「若者向け」といったイメージを有している方が来訪有無に限らず多い
- ❖ 久米島への来訪により、「ファミリー向け」、「食事が美味しい」、「車えびなどの特産品」、「穴場の観光地」というイメージが強くなる傾向



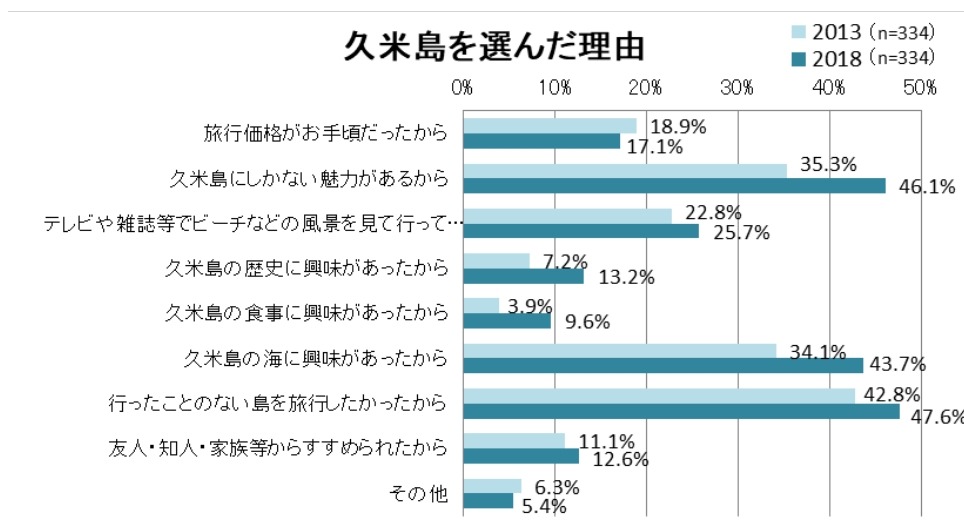
出典：WEB アンケート調査（2018年度 久米島町）

## (7) 久米島を選んだ理由・事前に欲しかった情報

久米島を選んだ理由・事前に欲しかった情報は以下の通りです。

### 選んだ理由

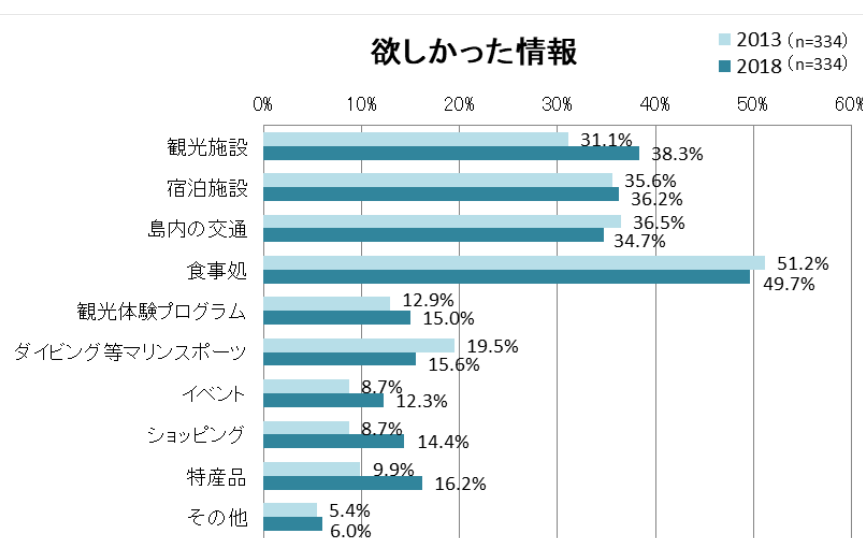
- ❖ 来訪経験が無いこと、久米島にしかない魅力、久米島の海が久米島を選んだ理由として多い（いずれも40%以上）
- ❖ 2013年度調査から、久米島にしかない魅力、歴史、食事、海を理由とする回答が大きく増加している



出典：WEB アンケート調査（2013・2018年度 久米島町）

### 事前に欲しかった情報

- ❖ 食事処が49.7%と最も多い
- ❖ 次いで観光施設、宿泊施設、島内の交通が多い（いずれも30%以上）
- ❖ 2013年度調査から、観光施設、イベント、ショッピング・特産品の回答が大きく増えている



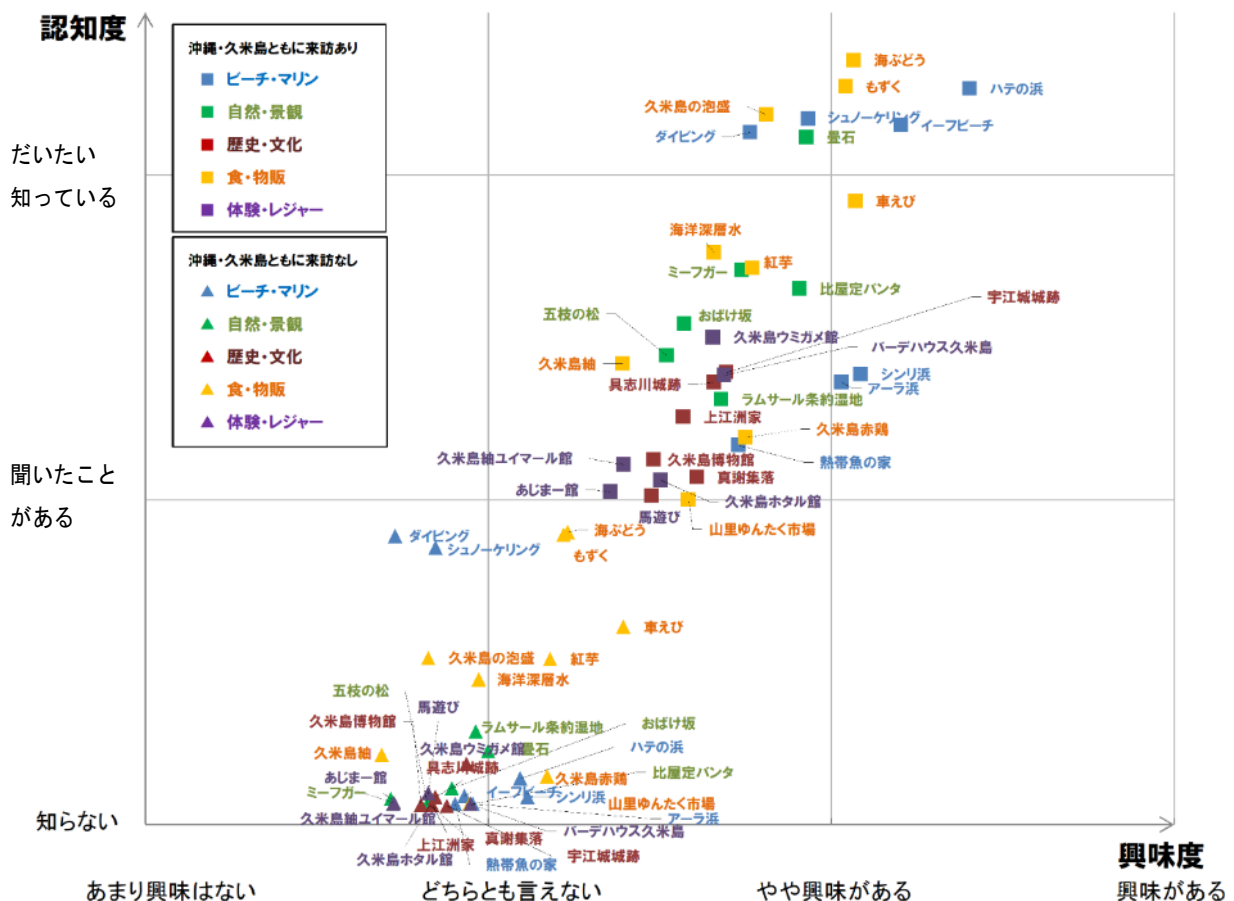
出典：WEB アンケート調査（2013・2018年度 久米島町）

## (8) 観光資源に対する認知・興味

久米島の観光資源に対する認知度・興味度は以下の通りです。

### 観光資源の認知度・興味度

- ❖ 来訪経験の有無に限らず、「シュノーケリング」、「ダイビング」等のアクティビティ、「海ぶどう」、「もずく」等の食に対する認知度は高い
- ❖ 来訪未経験者の久米島の主要な観光地等の認知度は非常に低い傾向  
⇒ハテの浜、畳石、ウミガメ館は80%以上が、その他は90%以上が「知らない」と回答
- ❖ 久米島への来訪による変化としては、  
海(ビーチ・マリン)関連 ⇒認知度・興味度が向上  
自然・景観関連 ⇒認知度が向上
- ❖ 自然景観、歴史・文化関連の資源は久米島来訪後も相対的に認知度・興味度が低い



出典：WEB アンケート調査（2018年度 久米島町）

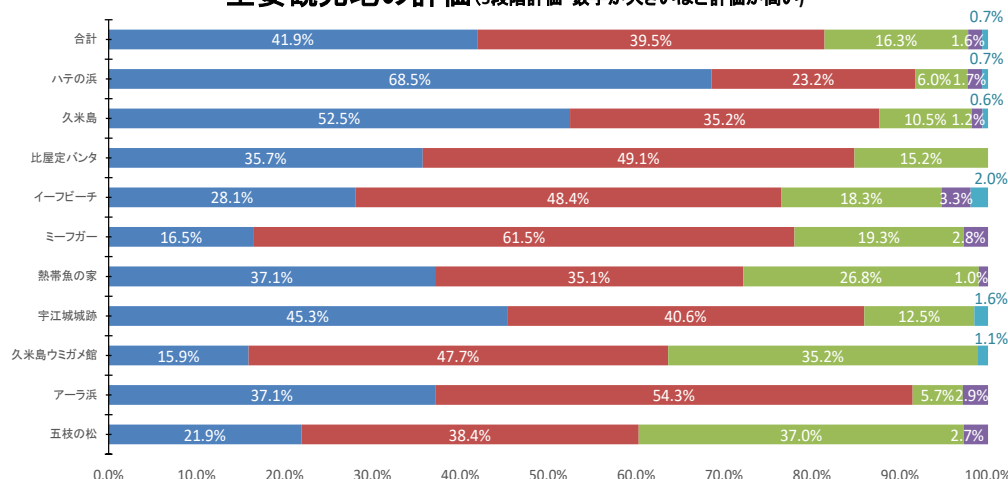
## (9) 旅行者のロコミ

大手旅行サイトへの投稿における久米島の観光地の評価は以下の通りです。

### 観光地の評価

- ❖ 平均点では全体が4.20点で、高い順ではハテの浜、久米島、宇江城城跡で、低い順ではウミガメ館、五枝の松、ミーフガー
- ❖ 5点の評価が多い観光地も平均点と同様に、ハテの浜 68.5%、久米島 52.5%、宇江城城跡 45.3%の順に多い

主要観光地の評価 (5段階評価・数字が大きいほど評価が高い)



	平均点
全体	4.20
ハテの浜	4.57
久米島	4.38
比屋定バンタ	4.21
イーフビーチ	3.97
ミーフガー	3.92
熱帯魚の家	4.08
宇江城城跡	4.28
久米島ウミガメ館	3.77
アアラ浜	4.26
五枝の松	3.79

出典：トリップアドバイザーにおける久米島の観光スポット上位10位への投稿（2018年8月時点）をもとに作成

### 事前に知りたい情報

- ❖ ハテの浜へのコメントでは、半数以上が海の綺麗さなどを挙げる一方で、日差しや紫外線の強さに困ったという意見も多く挙げられた
- ❖ 比屋定バンタでは、見晴らしの良さや売店・休憩所が評価されている一方で、悪天候時の景色や風の強さなども意見として挙げられた

ハテの浜 (302件)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・海(の風景・透明度・色・砂浜とのコントラスト)が綺麗、素晴らしい(177件)</li> <li>・日差しが強すぎる(遮る場所が少ない)、紫外線が通常の7倍(50件)</li> <li>・久米島に行ったら絶対行った方が良い、久米島といえばハテの浜(22件)</li> <li>・東洋一の美しさ、東洋一というだけのことはある(7件)</li> </ul>
比屋定バンタ (112件)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・展望台からの景色が絶景、きれい、美しい(63件)</li> <li>・天候が悪いと何も見えない(38件)</li> <li>・売店の値段が安く美味しい(沖縄そば100円等)(37件)</li> <li>・ドライブの休憩所にも最適、便利(売店・トイレ)(21件)</li> <li>・風が強い(20件)</li> </ul>
イーフビーチ (153件)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・綺麗な砂浜と青い海がきれい(57件) ・夜の星空、海ほたるがきれい(7件)</li> <li>・人が少なく、ゆったりと過ごせる(54件)</li> <li>・シュノーケリングより海水浴がおすすめ(20件) ・日本の渚100選(17件)</li> <li>・海の中はそれほど綺麗ではない(16件)</li> <li>・ハブクラゲ、応急処置用の酢が気になった(6件)</li> </ul>

出典：トリップアドバイザーにおける久米島の観光スポットへの投稿（2018年8月時点）をもとに作成

# 巻末3 町民の観光に対する意識

島内に居住している方を対象に町民アンケート調査を以下の通り実施しました。

【一般】 2018年11月上旬～2019年2月中旬 サンプル数194

【中高生】 2018年1月上旬～2019年1月下旬 サンプル数403

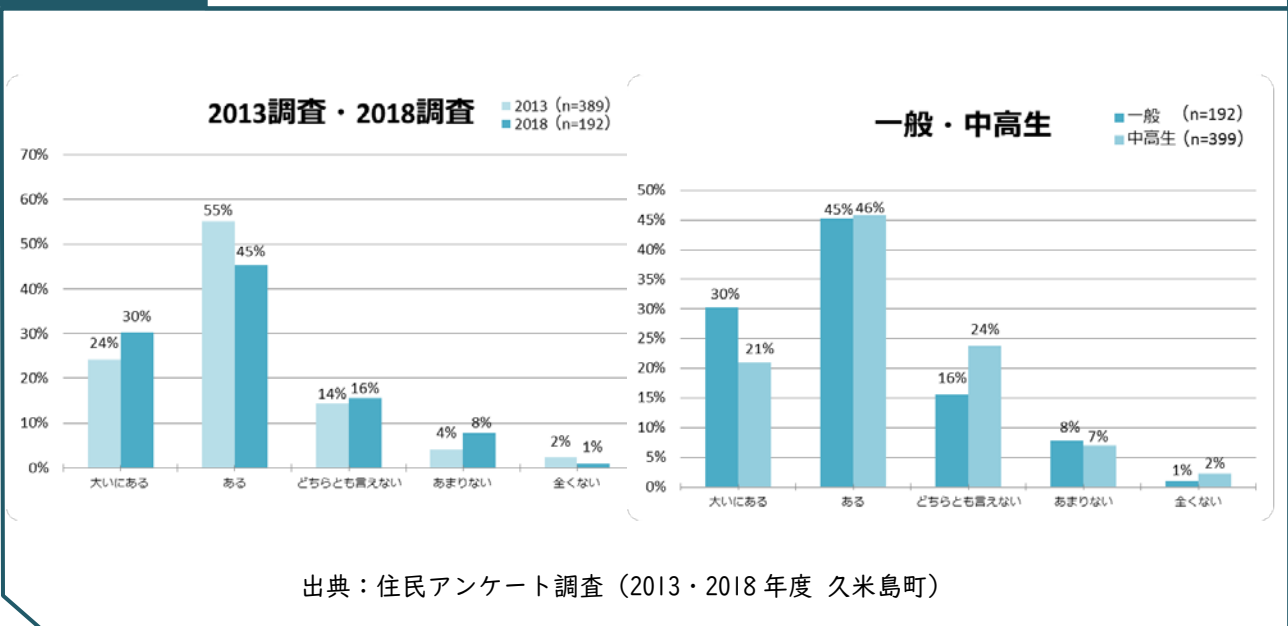
また、アンケート結果については、2013年度に実施した町民アンケート（一般を対象）との比較も行いました。

## (1) 地域への愛着

町民の地域への愛着は以下の通りです。

### 地域への愛着

- ❖ 「大いにある」「ある」との回答が一般75%、中高生67%と、中高生の地域への愛着が一般よりも低くなっている
- ❖ 2013年度調査から、「大いにある」「ある」は4%減

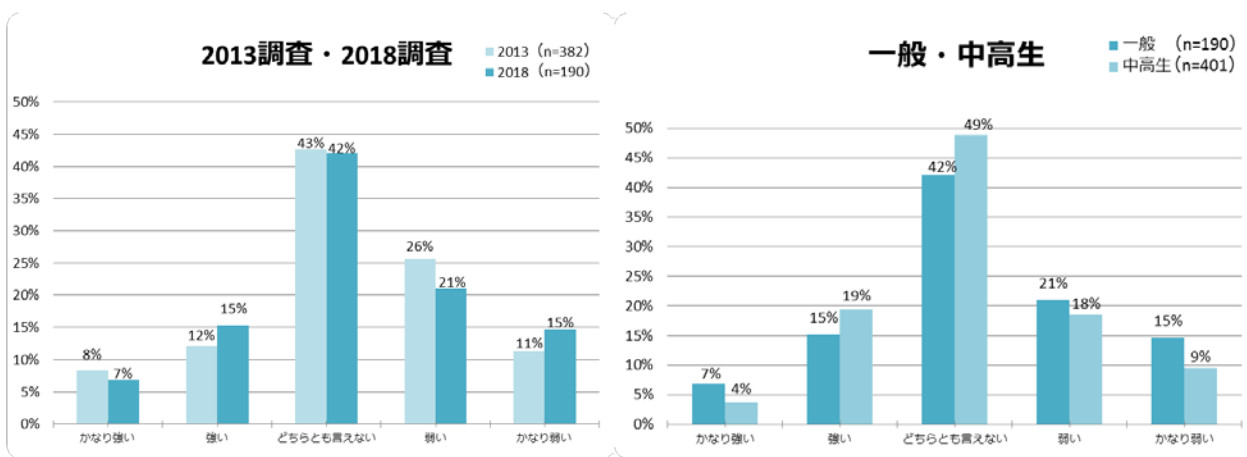


## (2) 観光との関わり

町民の観光との関わり（観光との繋がり・観光客との交流）は以下の通りです。

### 観光との繋がり

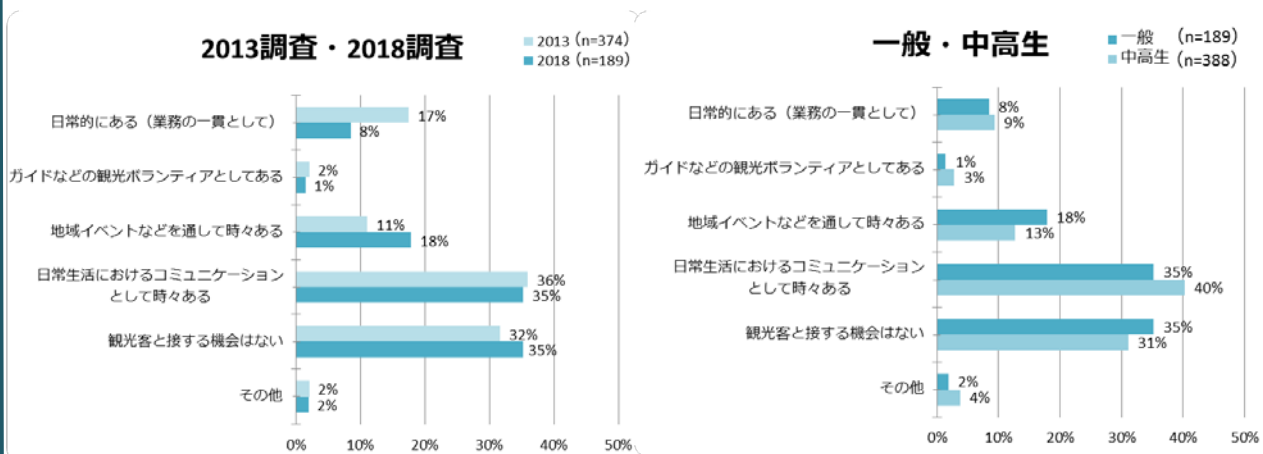
- ❖ 観光との関わりは「かなり強い」「強い」が一般 22%、中高生 23%であり、「弱い」「かなり弱い」が一般 36%、中高生 27%と上回っている
- ❖ 2013年度調査から、「かなり強い」「強い」は2%増



出典：住民アンケート調査（2013・2018年度 久米島町）

### 観光客との交流

- ❖ 観光客との交流があるとの回答が一般 62%、中高生 65%
- ❖ 2013年度調査から、観光客との交流があるとの回答が4%減（特に「日常的にある」が9%減）



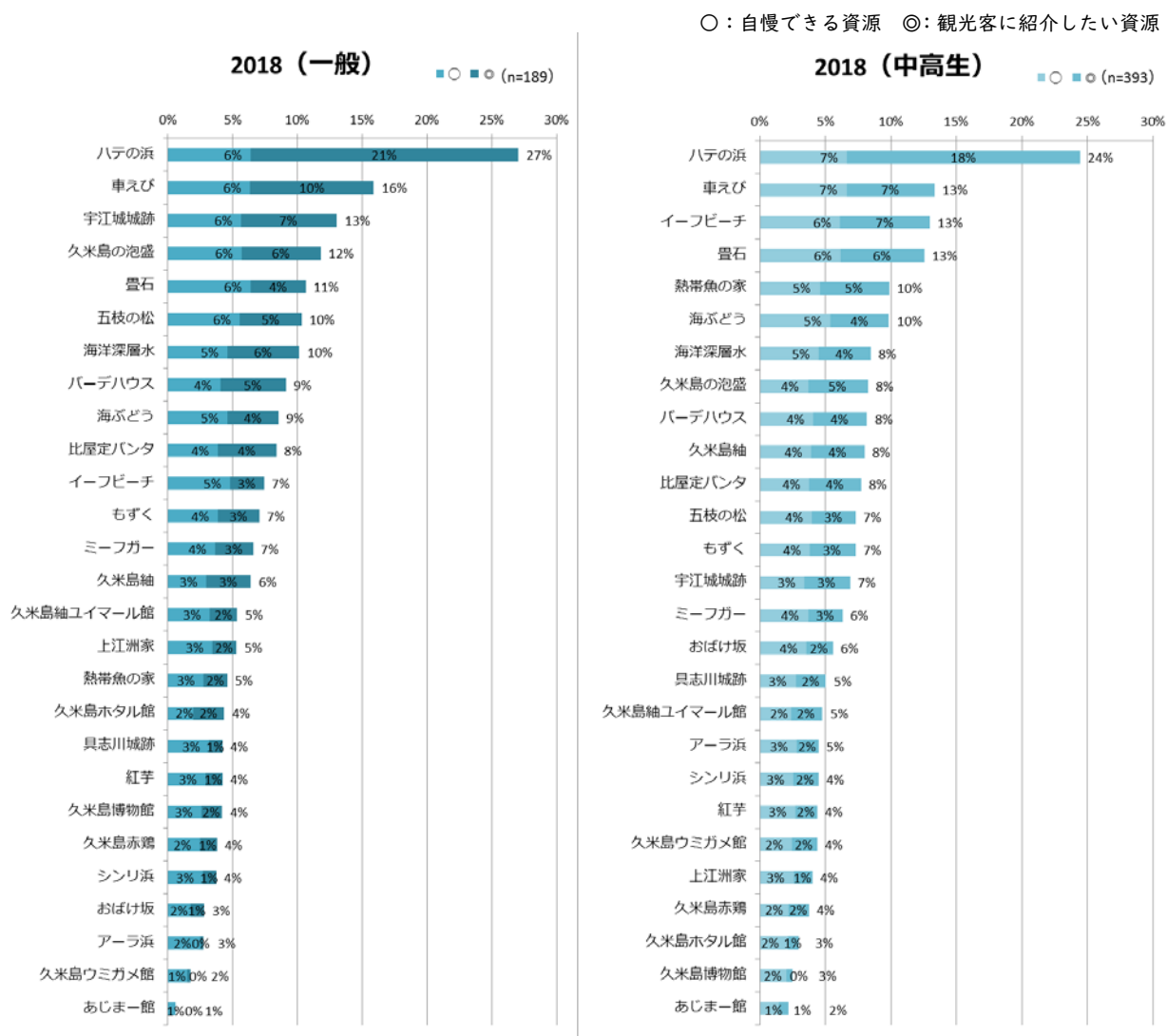
出典：住民アンケート調査（2013・2018年度 久米島町）

### (3) 自慢できる・紹介したい観光資源

町民が観光客に自慢できる・紹介したい観光資源は以下の通りです。

#### 自慢 できる・ 紹介 したい 観光資源

- ❖ 自慢できる・紹介したい資源として多かったのは「ハテの浜」(一般27%、中高生24%)で、特に観光客に「紹介したい」割合が高い
- ❖ 次いで車えびが多い(一般16%、中高生13%)
- ❖ その他については、一般と中高生で若干傾向が異なる
- ❖ 泡盛や海洋深層水といった観光地や食以外の資源も比較的多い



出典：住民アンケート調査（2018年度 久米島町）

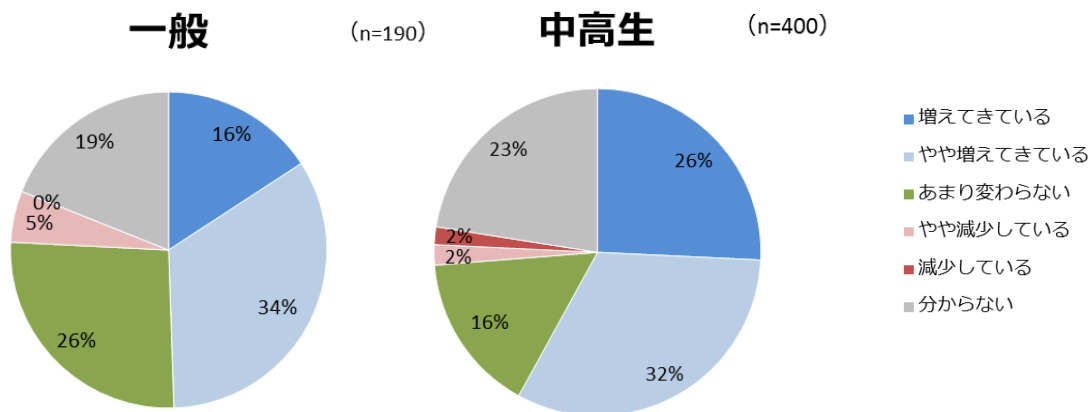


## (4) この5年で感じる変化

この5年で感じる変化（観光客の数・知名度やブランド・まちの活気・経済的な効果）は以下の通りです。

### 観光客 の数

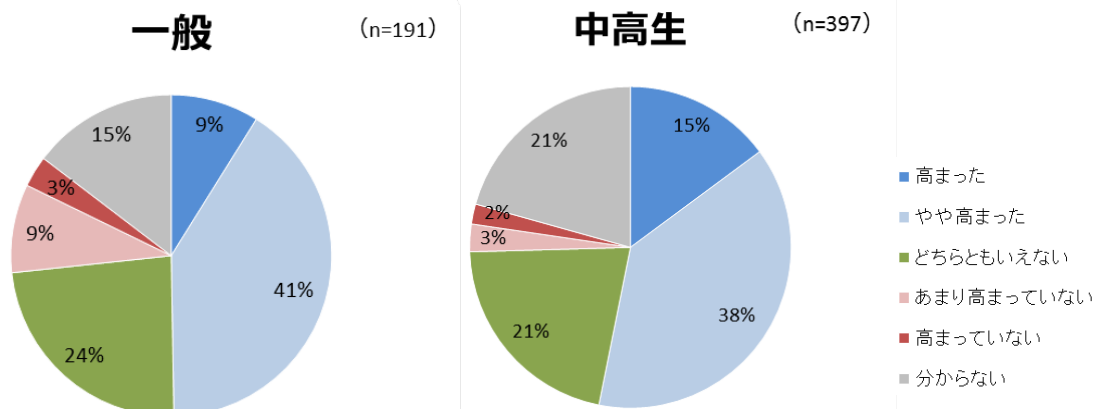
- ❖ 増えている・やや増えているとの回答が一般49%、中高生が58%（減少・やや減少しているとの回答はいずれも5%以下）
- ❖ 増えていると感じる理由としては、「観光客や外国人を見かけることが増えた」「レンタカーを見かけることが増えた」などが挙げられた



出典：宿泊客アンケート調査（2018年度 久米島町）

### 知名度・ ブランド

- ❖ 高まった・やや高まったとの回答が一般50%、中高生53%（高まっていない・あまり高まっていないとの回答はそれぞれ13%、5%）
- ❖ 高まったと感じる理由としては、「TV等のメディアでの特集が増えた」「県外との人の交流で感じた」などが挙げられた

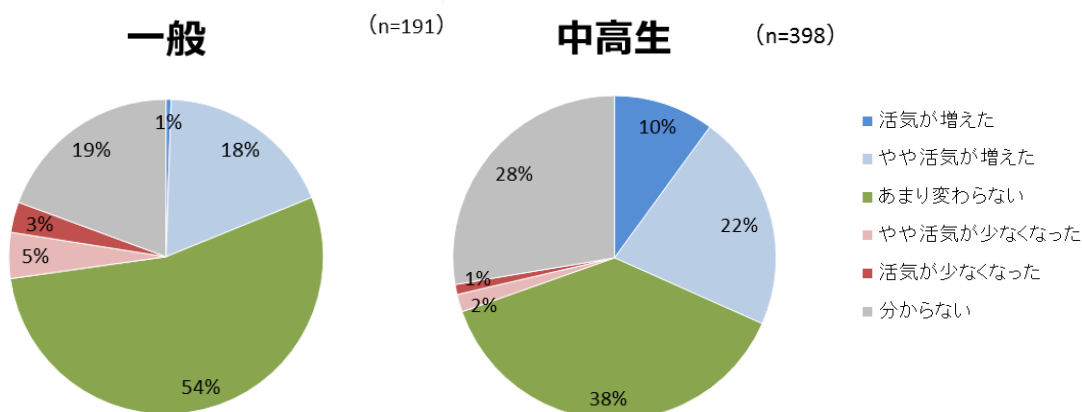


出典：宿泊客アンケート調査（2018年度 久米島町）

## (4) この5年で感じる変化

### まちの 活気

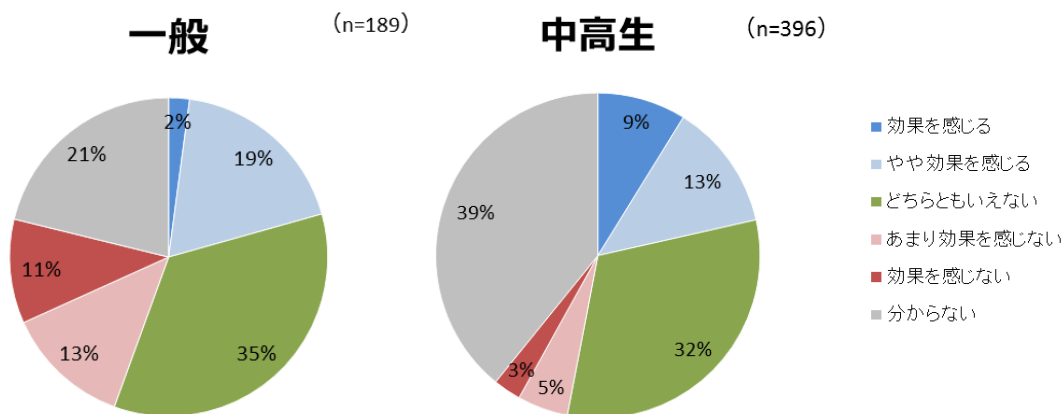
- ❖ 増えた・やや増えたとの回答が一般 19%、中高生 32%  
(あまり変わらないと回答が一般 54%、中高生 38%と最も多い)
- ❖ 増えた理由としては、「イベント等への参加者が増えた」、あまり変わらない理由としては、「祭り等の内容が変わらない」などが挙げられた



出典：宿泊客アンケート調査（2018年度 久米島町）

### 経済的 な効果

- ❖ 感じる・やや感じると回答との回答が一般 21%、中高生 22%  
(感じない・あまり感じないと回答が一般 24%、中高生 8%)
- ❖ 効果を感じる理由としては、「新しいお店や雇用が増えた」、効果を感じない理由としては、「日常に変化はない」などが挙げられた



出典：宿泊客アンケート調査（2018年度 久米島町）

## (5) 久米島に合うまちの姿

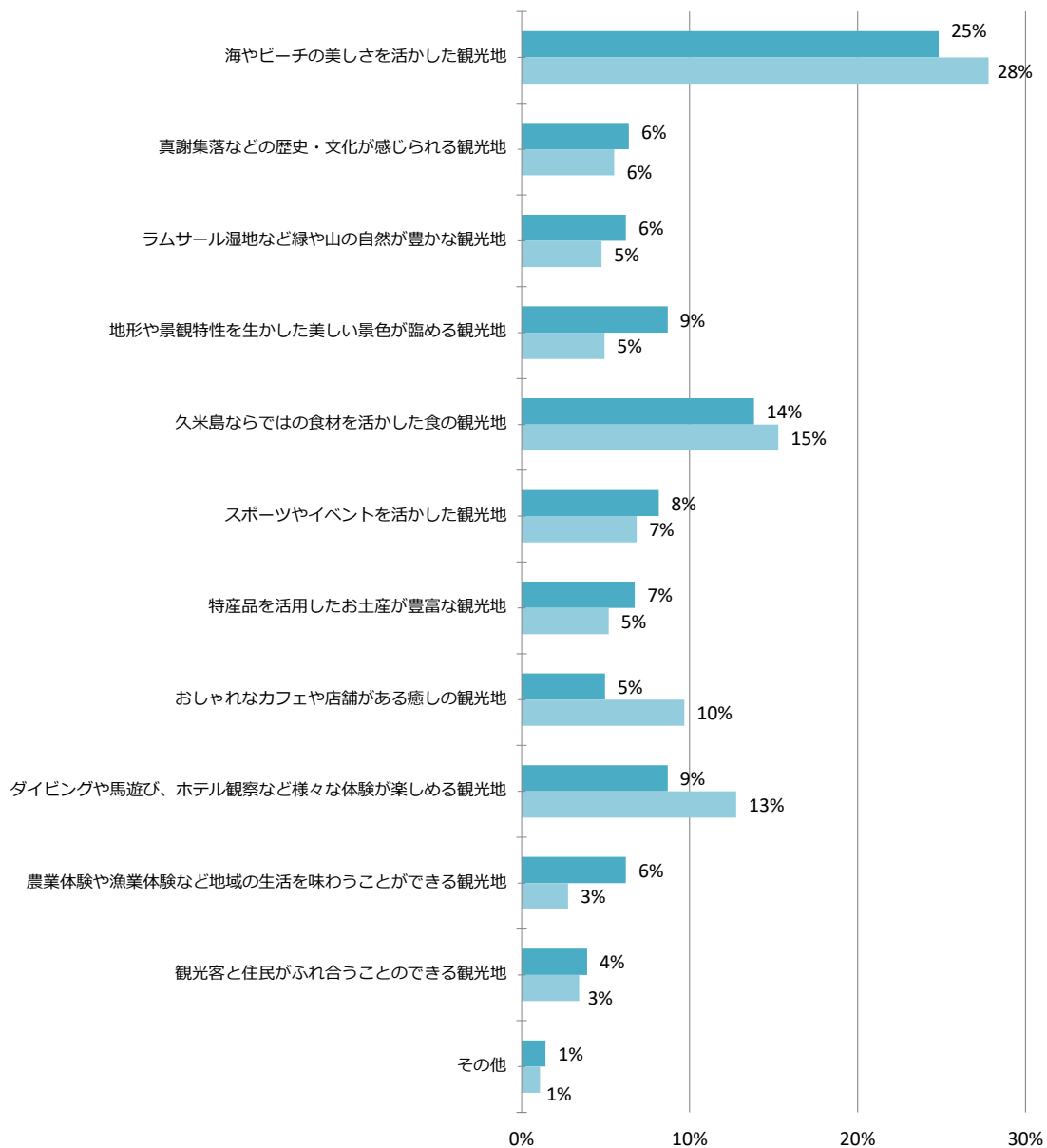
町民が考える久米島に合うまちの姿は以下の通りです。

### 久米島 に合う まちの姿

- ❖ 「海やビーチの美しさを活かした観光地」が25%以上と最も多い
- ❖ その他、食材を活かした観光地、様々な体験を楽しめる観光地という回答が比較的多い

#### 一般・中高生

■ 一般 (n=192)  
■ 中高生 (n=397)



出典：住民アンケート調査（2018年度 久米島町）

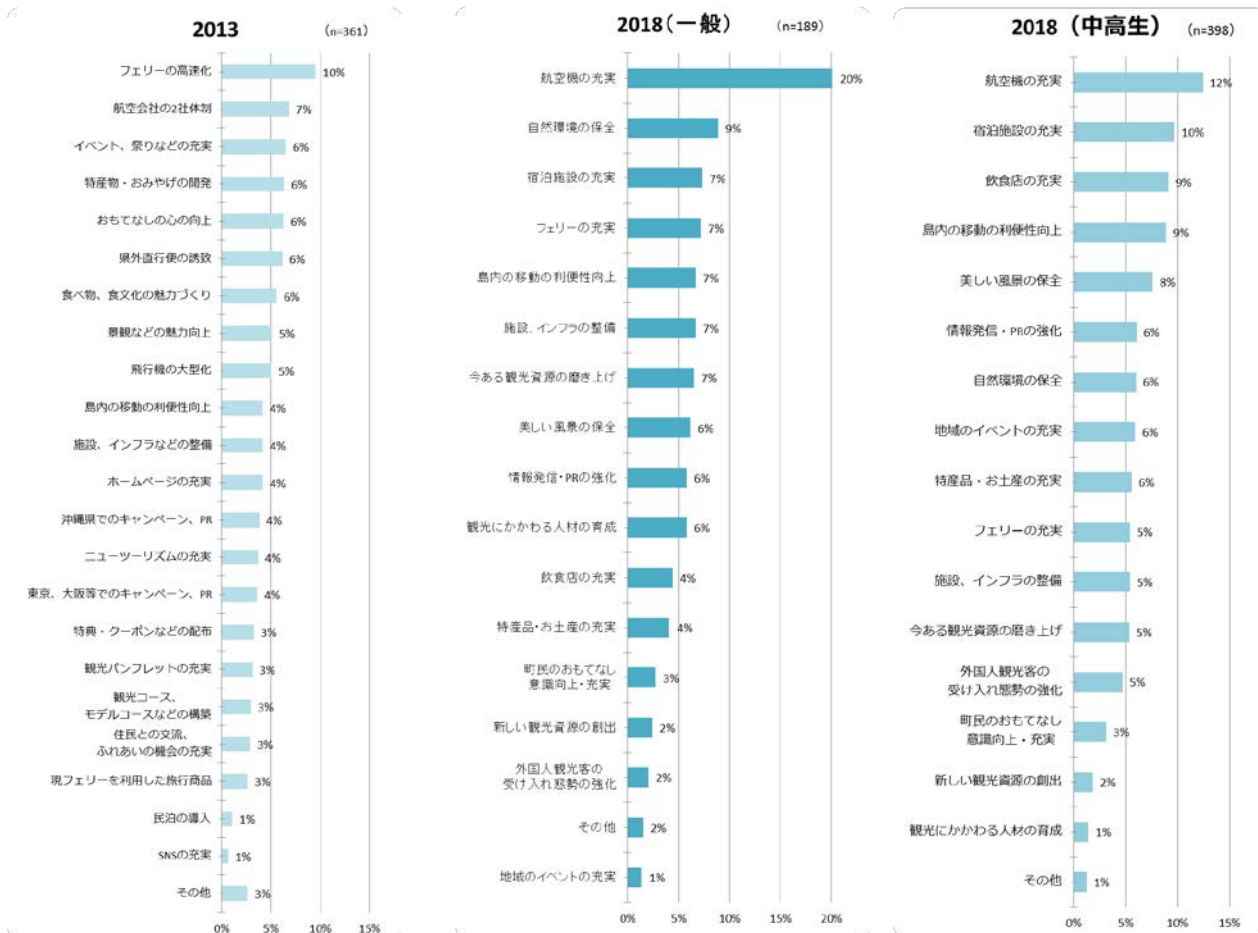
## (6) 観光振興について

観光振興について（必要なこと・懸念事項・観光振興の賛否・観光振興への意見）は以下の通りです。

### 必要なこと

- ❖ 最も多かった回答は「航空機の充実」で一般 20%、中高生 12%
- ❖ 次に、一般は「自然環境の保全」、中高生は「宿泊施設の充実」が多い
- ❖ 2013年度調査において比較的割合が高かったイベント等の充実といった項目が2018年度調査では割合が小さくなっている

※2013年度調査と2018年度調査で項目が異なる



出典：住民アンケート調査（2013・2018年度 久米島町）

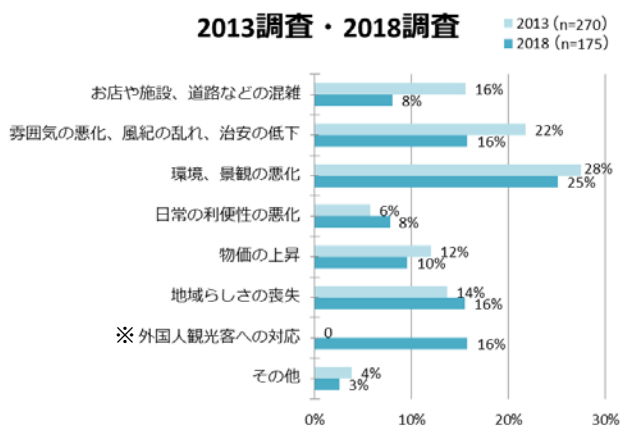
## (6) 観光振興について

### 懸念事項

- ❖ 「環境・景観の悪化」が最も多く、次いで「外国人観光客への対応」、「雰囲気の悪化、風紀の乱れ、治安の低下」が多い
- ❖ 2013年度調査から、「日常の利便性の悪化」、「地域らしさの喪失」の割合が大きくなっている

※の項目は2018年度調査のみ

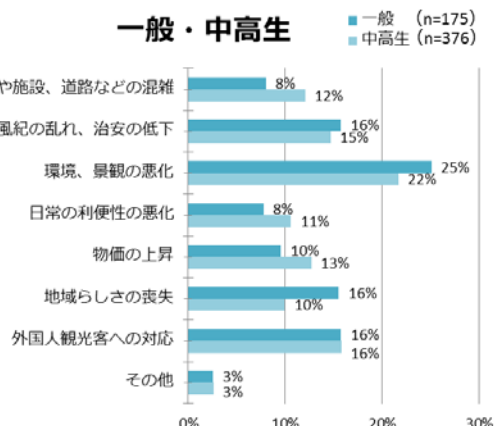
2013調査・2018調査



※の項目は2018年度調査のみ

出典：住民アンケート調査（2013・2018年度 久米島町）

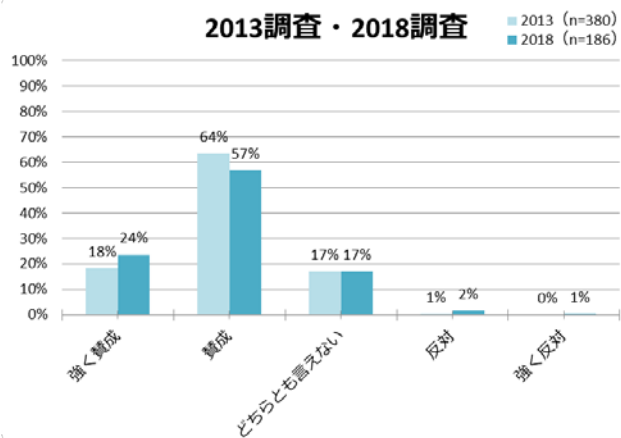
一般・中高生



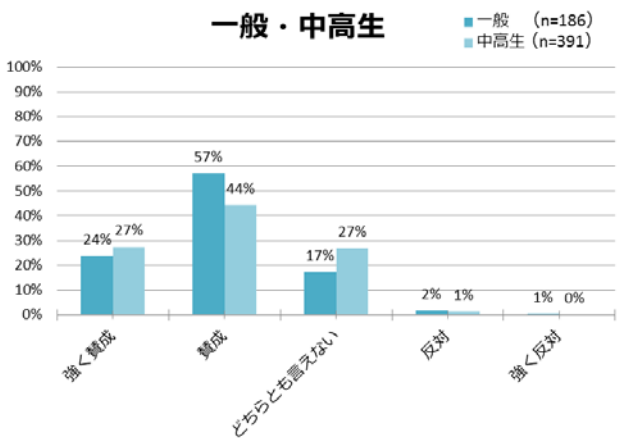
### 観光振興の賛否

- ❖ 観光振興に強く賛成・賛成との回答は一般81%、中高生71%
- ❖ 賛成の理由としては、「島の良さをPRするため」「島の活性化が図れるため」「人口増加・雇用促進のため」などが挙げられた
- ❖ 2013年度調査から強く賛成が6%増

2013調査・2018調査



一般・中高生



出典：住民アンケート調査（2013・2018年度 久米島町）

## (6) 観光振興について

### 観光振興への意見

❖ 久米島ブランドのPR、イベントの適正な実施・発信、島民のおもてなしの心を高める、自然・歴史文化の継承、お店・施設の充実などが意見として多く挙げられた

- ❖ 久米島の今あるものを活かして、久米島にしかないもの・久米島のブランドをPRしていくべき。個人個人を含めてSNSを有効に活用した方が良い。
  - ・無理に作るのではなく、あるものを活かし、不便を便利にしていけば第一歩になると思う
  - ・島のブランド化、パワースポット、インスタ映えなど他の島にはない独自の路線を見出せば良い
  - ・町だけじゃなくそれぞれの店も、もっとSNSやインターネットなどを使って宣伝してほしい。
  - ・久米島でしか出来ない事、物を若者に向けて発信すべき。
  - ・海洋深層水の産業利用や発電、再エネなど次世代に向けた島づくりも観光資源。もっとPRすべき。
  - ・一次産業や自然、教育、まちづくりなどさまざまな分野を、久米島らしさという一つの軸で繋いでみせるのが観光の役割だと思う。
- ❖ イベントの適正な実施とともに、観光客も楽しめ、島内への情報発信が重要。
  - ・観光客向けのイベントを行う。
  - ・イベントは増やせば良いというものではない。むしろ数を減らして力を一極集中させた方が良い。秋にかたまっているイベントを分散させた方が良い。
  - ・助成金ほしさにイベントを増やすのはもうやめた方が良い。
  - ・一般市民にも観光情報の発信（イベント等の知らせ）を頻繁にやってほしい。
- ❖ 町民・事業者の意識の向上とともに島民も幸せになる観光振興により、おもてなしの心を高めることが重要。
  - ・飲食店の対応が悪すぎる。
  - ・町の施策も観光ばかりではなく、住民のサービス向上にもっと目を向けてほしい、生活している人が充実しないとおもてなしの心は生まれないと思う。
  - ・観光客がここに来て、景色や海をほめるとは思うが、サービスに関しては褒められないと思う。
  - ・町民一人ひとりが観光に意識をもって、観光客を見たらおもてなしの心で優しく接する。
  - ・すべてにおいて人材育成を考えて欲しい。
  - ・慢性的な人材不足をアイデアで解決する動きがもっとみられると良いように思う。
  - ・遊歩道に犬のフンをさせる人がいる。ゴミやフンの始末を徹底してほしい。
- ❖ 久米島の豊かな自然環境や歴史文化を守り継承していく観光振興を図るべき。
  - ・自然第一に考えながらも観光客も楽しめる島であれば嬉しく思う。
  - ・観光人口を急激に増やさないこと。コアなリピーターを増やすこと。
  - ・観光振興に伴う環境破壊は決してあってはならないこと。宇江城や具志川城跡をはじめとする先人の「遺跡」は現状のままで保全すべき。
  - ・自然を生かす工事や蘇生させる工事は大賛成です。しかし過去の久米島は自然破壊型工事が多すぎた。大切な自然環境を破壊する島には観光客は増えない。
  - ・海岸、海にゴミが多すぎる。波に打ち上げられたゴミを処分してほしい。
- ❖ お店や施設の充実、案内の改善等により、安心して楽しめる観光地づくりが必要
  - ・おしゃれなカフェやショッピングが出来る所など、新たな観光スポットや店舗など増やしてほしい。
  - ・雨天時に遊べる施設等がなく、小さな子供たちが遊べる場所があまりないので、対策すべき。
  - ・人が増えればインフラも充実するはず。未来を良くしていくためにも観光振興に力を入れるべき。
  - ・観光客の声として、宇江城城跡などたどり着くまでの途中の看板が無いので、道が不安になる。おばけ坂の説明と体験の仕方がよく分からなかった。
  - ・観光案内標識の小さい、文字消えや汚れが多すぎる。誤記もあり、全面チェックが必要。
  - ・適切な標識がされているのか疑問あり。標識がほしい所がない。
  - ・子連れ旅行に優しい（オムツ替え・授乳スペース有等）久米島をPRすれば旅行者は安心感がある。

出典：住民アンケート調査（2018年度 久米島町）

## 巻末4 事業者の観光に対する意識

島内の事業者を対象にアンケート調査を実施しました。結果の概要は下記の通りです。  
 (調査期間：平成30年11月上旬～2月中旬、回答数：18事業者)

### (1) 観光客による売上の全体に占める割合

- ❖ 宿泊サービス、旅行代理店その他予約サービス、スポーツ・娯楽サービス、小売では観光客による売上が全体の9割以上を占める。

#### ▼観光客による売上の全体に占める割合

業種	割合	業種	割合
宿泊サービス	9割以上	旅行代理店その他予約サービス	9割以上
飲食サービス	5～7割程度	文化サービス	2～9割程度
旅客輸送サービス	2割程度	スポーツ・娯楽サービス	9割以上
輸送設備レンタルサービス	6～9割程度	小売（お土産店）	9割以上

出典：事業者アンケート調査（2018年度 久米島町）

### (2) 域内調達率

- ❖ 原材料費の域内調達率は業種や事業所の規模によって異なるが、飲食店では平均6割以上と他業種に比べ高い傾向。
- ❖ 営業経費の域内調達率は75～100%が約半数。
- ❖ 人件費の域内調達率（町内在住の従業員の割合より想定）は75～100%の事業者がほとんどを占める。

#### ▼町内での調達率の傾向（18事業者、原材料費・営業経費は13件が有効回答）

町内での調達率	0～24%	25～49%	50～74%	75～100%
原材料費	2	4	4	3
営業経費	0	3	4	6
従業員	0	0	2	16

出典：事業者アンケート調査（2018年度 久米島町）

### (3) 観光客を意識した取り組み

- ❖ 久米島産の特産品を使用、久米島ならではの風景や資源（ホテルなど）を活かしたサービス提供
- ❖ 観光客をターゲットしたPRでは、HP、広告、各ウェブサイトが主。その他、旅行業者へのPR、SNS、くーみんパス、企画・イベントの発信などによるPRを実施している。

出典：事業者アンケート調査（2018年度 久米島町）

### (4) 域内調達課題、経済的な状況や観光動向の変化について

- ❖ 久米島町内で原材料や商品を調達できない理由としては、「原材料が島内に無い、業者がない」、「商品の量・種類が少ない」、「需要と供給の不一致」など
- ❖ ここ数年での経済的な変化は概ね、あまり変化がない～若干の売上・利用者の増加との回答。
- ❖ 燃料費や人件費等のコスト増による影響を感じている事業者も複数見受けられた。
- ❖ ここ数年での観光客等の変化としては、多くの事業者が、観光客（特に外国人）が増えていると感じると回答。

出典：事業者アンケート調査（2018年度 久米島町）

### (5) 今後の観光振興について

- ❖ 複数の事業者から意見があった回答は、「航空便・フェリーの充実（座席数、遅延、運賃）」、「久米島の良さのPR」など
- ❖ その他、「入域者数ではなく観光消費額にフォーカスした取り組み」、「観光人材不足の解消」、「島内公共交通の改善」などが挙げられている。



## 巻末5 観光の地域経済への波及効果

経済産業省の観光経済波及効果簡易推計システムを用いて、久米島町における観光の経済波及効果を分析しました。結果は以下の通りです。

- ❖ 観光客の消費による直接効果(域内に残る額)は約 33.9 億円
- ❖ 経済波及効果 (直接効果と間接波及効果の合計額) は約 80.4 億円
- ❖ 雇用効果 (観光により発生される雇用者数) は 1036 人

<b>観光収入</b> (観光客数×消費単価)	約 72.8 億円
▼	
<b>直接効果</b> (観光収入のうち域内に残る額)	約 33.9 億円
<b>間接波及効果</b> (生産誘発額+家計迂回額)	約 46.5 億円
▼	
<b>経済波及効果</b> (直接効果+間接波及効果)	約 80.4 億円
<b>雇用効果</b> (観光により発生される雇用者数)	1036 人

※観光入込客数は 2017 年度のデータ (久米島町観光協会)、消費単価は 2018 年度宿泊客アンケート調査のデータを用いた。

## 第2次久米島町観光振興基本計画

【2019年度～2023年度】

発行 久米島町

〒901-3193 沖縄県島尻郡久米島町字比嘉 2870 番地

電話番号 098-851-9162