

第3次 久米島町観光振興基本計画

2024 - 2028



令和6年3月久米島町

はじめに

久米島町は、沖縄本島那覇市の西方約 100 キロの東シナ海に位置し、自然に恵まれた環境の中で、農業・漁業を軸とした第一次産業と地域資源を活かした観光を中心に地域づくりを進めてきました。近年は海洋深層水を利用し、クルマエビ、海ぶどう、コスメなどの特産品や新しい産業の創出、企業誘致や共同研究なども展開しています。



一方で、島では少子高齢化、若い世代を中心とした人口流出が進行しています。長く続いたコロナ禍に伴う行動抑制は、観光のみならず島の経済や暮らしにも大きなダメージを与えました。私たちは今、島の未来を見すえて立ち上がり、新しいチャレンジに向けて再び動き出さなければなりません。

観光は、島を未来につなぐための大切なバトンです。「住んでよし、訪れてよしの観光地域づくり」と言われるとおり、観光は島に人を惹きつける手段であるだけでなく、島の人々が誇りと愛着を持って幸せに暮らせる地域をつくるための手段なのです。そのため、観光客にサービスや商品を提供する人だけでなく、子どもから高齢者まですべての町民が島ぐるみで観光を盛り上げていくことが望まれます。

このたび策定した第 3 次観光振興基本計画では、観光を通じて島を未来につなぐために必要な取り組みを整理しました。観光客とふれあうことで久米島の魅力を再発見する、島の魅力がますます磨かれていく、対話を通じて新しい活動や可能性が育つ、若い世代が島に戻って来なくなる。そんな近い未来に向けて、島ぐるみで観光地域づくりを進めていきましょう。

結びに、観光振興基本計画の策定にあたり、貴重なご意見やご提言をいただきました町民の皆さま、関係機関の皆さまに、心からお礼を申し上げますとともに、今後も久米島の発展のため格段のご協力とご理解を賜りますようお願い申し上げます。

令和 6 年 3 月

久米島町長

原 秀 雄

— 目次 —

- はじめに

1. 久米島観光のいま

➤ 久米島観光のいま	-----	2
➤ 観光をとりまく社会・価値観の変化	-----	6
➤ これからの久米島観光に求められること	-----	8

2. これからの久米島

➤ これからの久米島が目指す姿	-----	13
➤ 基本理念	-----	13
➤ 基本方針	-----	14
➤ 5年間の達成目標	-----	16
➤ 目標達成のためのターゲット像	-----	17

3. 施策体系

(1)久米島観光の根幹を支える地域資源の保全・再生・継承	-----	19
(2)「稼ぐ観光」の強化	-----	21
(3)久米島アピールの強化：認知・イメージアップ	-----	24
(4)まちづくりと連携した受入環境の整備・充実	-----	26
(5)観光に携わる担い手の育成・充実	-----	29
(6)計画・事業マネジメントの推進	-----	32

4. アクションプロジェクト

I 地域にある資源を守り育てるプロジェクト	-----	34
II コンテンツで稼ぐプロジェクト	-----	39
III 閑散期の需要アッププロジェクト	-----	44
IV 認知・つながりアッププロジェクト	-----	48
V 住んで巡って心地よい島づくりプロジェクト	-----	51
VI 島ぐるみ・島民アッププロジェクト	-----	53
● 計画の推進体制	-----	56
● 資料編 計画策定の経過	-----	60

1. 久米島観光のいま

久米島観光のいま

(1) 主要な観光資源、コンテンツ

久米島町は、久米島、奥武島、オー八島、鳥島、硫黄鳥島の5島からなり、平成14年4月に島にあった2つの村(具志川村、仲里村)が合併して誕生しました。

かつては「球美の島」と称され、琉球王国時代は航路の島として利用されてきました。島全体が県立自然公園に指定されており、ハテの浜に代表される青い海と白砂のビーチ、奥武島の畳石や比屋定バンタなど風光明媚な景勝地、ラムサール条約に登録されている湿地・溪流、軟水の湧水、国大最大の取水量を誇る海洋深層水など、さまざまな自然資源に恵まれています。

また、久米島は歴史文化資源にも恵まれています。グスク時代は寄港地として栄え、大和泊を擁する具志川城跡や白瀬川を眼下に臨む伊敷索城跡などを通じて、さまざまな器物がもたらされました。近世琉球王国時代を代表するものとして、地頭代の邸宅である上江洲家住宅、国指定重要文化財である久米島紬もあります。特に久米島紬は、島の植物や泥、水を原材料にしており、島の自然資源と歴史文化、暮らし、なりわいの有機的つながりを象徴する宝です。

さらに、久米島では、自然資源を活かしたダイビングやシュノーケリング、釣りなどのマリッジャーが盛んです。また、久米島紬や工芸など島の伝統文化の体験、自然や生き物を学ぶ環境学習など、多様な体験プログラムが提供されてきました。近年は島の日常に着目したホームビジットや「島の学校」といった新しいプログラムの開発・充実が進められています。



(2)観光のいま

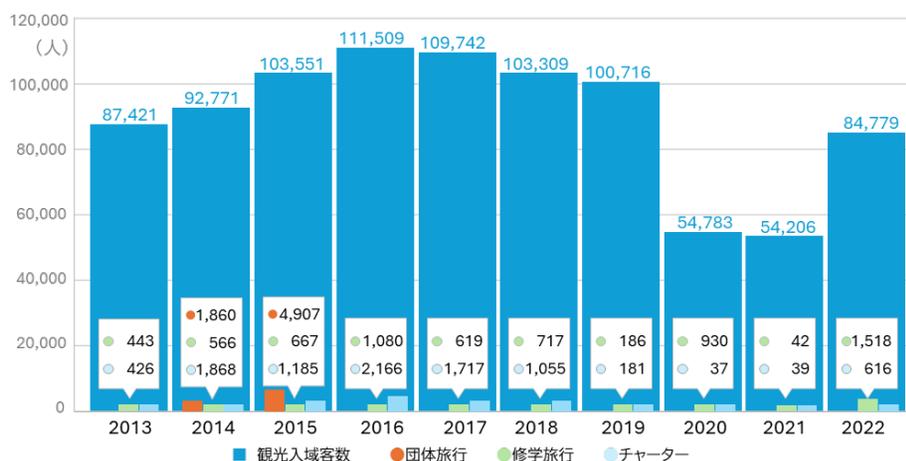
3年以上続いたコロナ禍の影響で、国内外ともに人流が落ち込みました。

久米島でも 2019 年から 2022 年にかけて入域観光客、観光消費額ともに減少しましたが、2023 年現在は回復基調にあります。特に、観光消費額はコロナ前を上回っています。

①観光入域客数

2019年度の 100,716 人に対して、2020年度には 54,783 人と半減しましたが、コロナの沈静化や空路の回復に伴い2022年度には 84,779 人まで回復しました。また、2023年度には、毎月の観光入域客数が前年を上回っており、着実に回復してきています。

図 久米島観光入域客数の推移



(注 1) 団体旅行、修学旅行、チャーターによる入域者は全体の内数
(出所) 一般社団法人久米島町観光協会

②観光消費額

2018年調査(夏季)では、1人あたりの観光消費額は 74,976 円でした。これに対して、2023 年(夏季)は 82,382 円と約 10%伸びています。夏季に比べて冬季は泊数が短くなるため、消費額も少なくなります。滞在日数の延長、体験レジャーへの参加率の向上などで、冬季の消費額向上に取り組むことが重要です。

表 1 人あたりの島内観光消費額

項目	2023年		2018年	
	オンシーズン	オフシーズン	オンシーズン	オフシーズン
宿泊	26,446	24,460	25,760	10,275
食事・お酒	16,360	14,027	11,167	9,351
交通費	8,883	10,630	8,342	8,508
お土産・買い物	9,753	10,999	5,634	6,068
レジャー	17,995	11,928	18,509	16,238
その他	2,944	2,643	5,565	5,218
島内消費額計(円)	82,382	74,688	74,976	55,657

【平均宿泊日数】

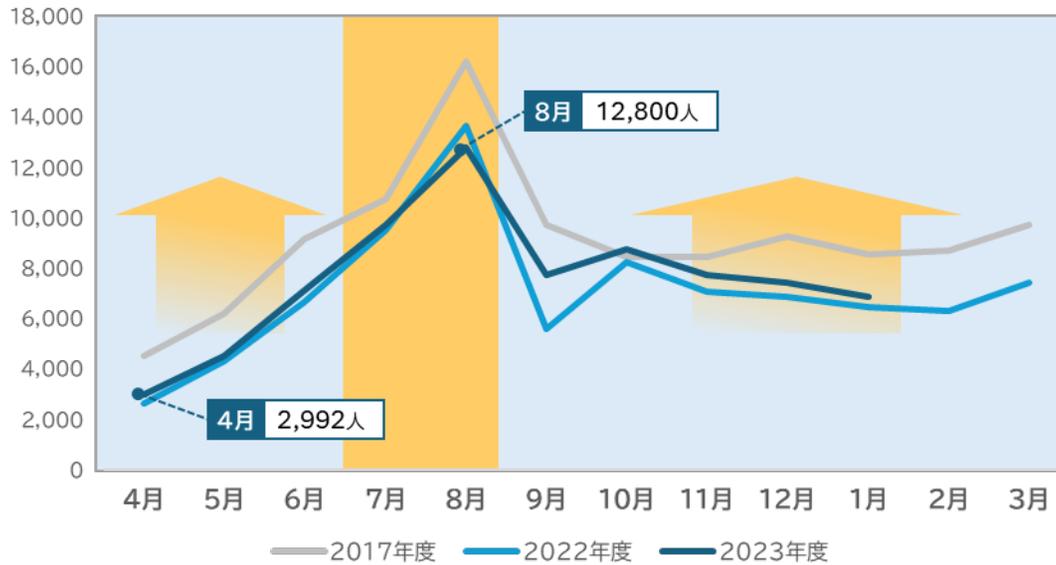
- 2023 年
 - オンシーズン: 3.19 泊
 - オフシーズン: 2.68 泊
- 2018 年
 - オンシーズン: 3.11 泊
 - オフシーズン: 2.14 泊

(出所) 宿泊客調査(2018 年、2023 年)

③季節別入域客数

久米島の観光入域客数は、7・8月のピーク期とその他の閑散期の差が大きい状態が続いています。2022年4月の入域客数はピーク期にあたる8月の2割未満でした。2023年にはやや改善しているものの、観光による地域活性化効果、観光事業者の通年での事業経営という観点からは、依然としてピーク期と閑散期の差が大きな問題です。7・8月以外の時期の入域客数の向上、滞在日数の延長は、消費額の向上とともに重要な課題です。

図 年間観光入域客数の推移



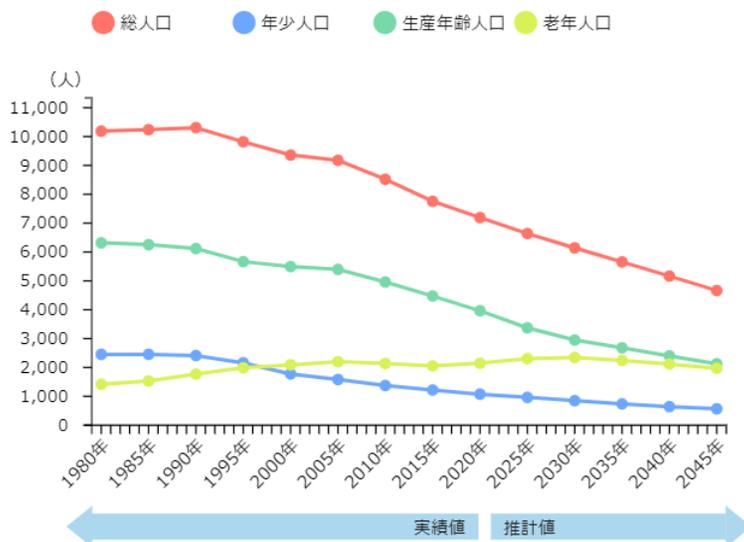
(出所)一般社団法人久米島町観光協会

(3)観光に携わる担い手の現状

①人口構成

久米島は、1990年以降人口減少が続いており、2020年で総人口7,191人、このうち主要な働き手である生産年齢人口(15～64歳)は3,965人(55%)で、人口に占める割合も縮小傾向にあります。特に若い世代の島外への流出が続いており、観光産業の担い手となる人材の確保が課題となっています。

図 久米島の人口構成の推移と将来予測



(出所)総務省「国勢調査」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」

②観光関連産業の現状

久米島町観光協会の会員数は、141件で、その内訳は業種別に宿泊【21件】、企業【41件】、飲食【21件】、マリン【18件】、遊漁【8件】、その他企業【3件】、販売業【14件】、体験【6件】、レンタカー【9件】となっています(一般財団法人久米島町観光協会)。

市町村内総生産額をみると、コロナ禍が本格化する前の2019年度(令和元年度)では、宿泊・飲食サービス業は1,147百万円で、島全体の生産額23,986百万円の5%強を占めていました(令和元年度「沖縄県市町村民経済計算」)。

そのほか、娯楽業や対個人サービス業、小売業、運輸業など、観光に携わる関連事業、地域グルメを通じた農業・漁業などとの結びつきなどを含めると、島内での観光の役割は大きいと言えます。

観光をとりまく社会・価値観の変化

(1) コロナ禍からの再生

コロナ禍により国内外の旅行市場は大きな打撃を受けましたが、2022年(令和4年)3月にまん延防止等重点措置が全面解除となり、その後、観光需要は本格的な回復基調にあります。沖縄県全体で見ても、2023年の国内観光客数は過去最多であった2019年を上回る水準となりました。久米島の観光入域客数はまだ戻っていませんが、消費額はコロナ前を上回る水準になっています。

一方で、国は2023年に発表した「観光立国推進基本計画」の中で「量から質への転換、を掲げ、観光客数ではなく観光消費の拡大、質の向上によって持続可能な観光地づくりを進めるという目標を示しています。

(2) 持続可能な成長(SDGs)*1とサステナブルツーリズム

久米島では、国連総会で採択した「持続可能な開発目標(Sustainable Development Goals)」を「第2次久米島町総合計画後期基本計画」の施策・事業に取り入れ、積極的に推進してきました。

さらに、国連世界観光機関(UNWTO)*2では、「訪問客、産業、環境、受け入れ地域の需要に適合しつつ、現在と未来の環境、社会文化、経済への影響に十分配慮した観光、である「サステナブルツーリズム」を推奨しています。観光による島の環境や暮らしへの影響を抑えながら、同時に地域の経済・コミュニティの活性化に貢献するサステナブルツーリズムの推進が求められています。

(3) サステナブルツーリズムに対する旅行者、観光地の意識

海外の旅行サイト*3が行った調査によれば、旅行者は自分自身の観光行動が地域に与える影響を意識し、旅行先や移動手段に関してよりサステナブルな選択をしたいと考える傾向が高まっています。特に、コロナ後に活発に旅行をしている若い世代はSDGsに対する認識が高く、地域ならではの自然や暮らしに触れる体験など自分を高める旅を求めています。

観光地も変化しています。沖縄観光コンベンションビューローでは、沖縄の伝統や産業、自然環境を尊重しつつ観光客・観光事業者・県民みなが満足できる「おきなわエシカルトラベル*4」を推進しています。国内外各地で、地域の自然環境や地域文化に対する旅行者の配慮・貢献を重視する「責任ある観光」(レスポンシブルツーリズム*5)の考え方が急速に普及しています。

今後ますます「サステナブル」は重要なキーワードになっていくと考えられています。

(4) 選ばれる観光地域づくり

コロナ禍を経て、各地で魅力ある観光地づくり、新しいコンテンツ開発、新しい交流市場の掘り起こしが活発になっています。

サステナブルツーリズムに対する機運の高まりを受けて、国は 2020 年に『日本版持続可能な観光ガイドライン*6』（JSTS-D: Japan Sustainable Tourism Standard for Destinations）を策定しました。これは、地域が持続可能な観光地になるための取組事項を具体的に示したもので、客観的な指標（データ）にもとづいて地域の現状を把握し、具体的に取り組むべきことを定め、その達成状況を管理するためのツールです。

JSTS-D はグローバル・サステナブル・ツーリズム協議会(GSTC)*7が開発した国際的な基準をベースにしています。このため、このガイドラインにもとづいて持続可能な観光地づくりに取り組むこと自体が観光地としての価値を高め、プロモーションになると考えられています。

環境、経済、文化・コミュニティの持続可能性に配慮しながら、国内外の旅行者に選ばれる魅力ある観光地づくりに取り組むことが重要です。

(5) 観光を入口とした「関係人口*8」へ

観光客の関心が地域ならではの体験や地域への貢献に向かう中で、地域を「第2のふるさと」として地域に通う旅・帰る旅という新しいスタイルが出てきています。

こうした観光客は、地域と多様な関わりを持つ「関係人口」と呼ばれ、人口減少・高齢化に直面する地域の新たな地域づくりの担い手として期待されています。

久米島では、2009年(平成11年)に久米島町女性会が「久米島ファンクラブ」を発足し、久米島を第2のふるさととする人との関係づくりを続けてきました。観光をきっかけに久米島に移住した例も多数あります。

久米島が未来に向けて持続可能であるために、地域と深くつながる新しいスタイルの旅、観光を入口としたつながりづくりに積極的に取り組むことが求められています。

*1 持続可能な開発目標(SDGs):2030年までに持続可能でよりよい世界を目指す国際目標(外務省より)

*2 国連の観光分野における専門機関

*3 Booking.comが28ヶ国・地域の合計20,934名を対象に行ったオンラインアンケート(2020)

*4 SDGsの観点をもとに、沖縄県が提唱する人や社会、環境などに配慮した新しい時代の旅のスタイル

*5 旅行者が旅行先の地域コミュニティや環境に与える影響に責任をもち、よりよい観光地づくりに配慮する考え方

*6 観光庁・UNWTO駐日事務所作成 <https://www.mlit.go.jp/kankocho/content/001350849.pdf>

*7 持続可能な観光の推進と持続可能な観光の国際基準をつくることを目的に、2008年に発足した国際非営利団体

*8 移住した「定住人口」、観光に来た「交流人口」でもなく、繰り返し訪れる人やルーツがあるなど、地域と多様な関わりを持つ人

これからの久米島観光に求められること

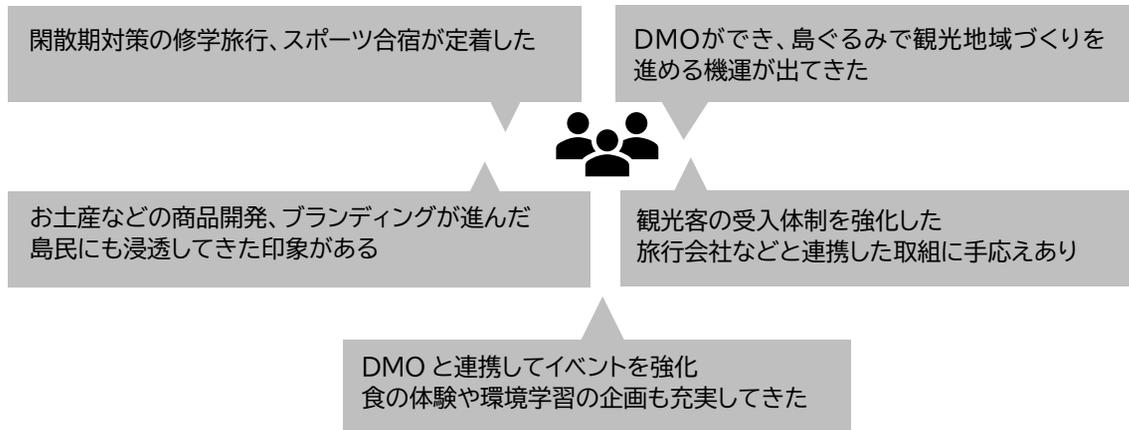
(1) 第2次計画の点検(強化・充実すべきこと)

久米島では、2018年度に策定した「久米島町の新たな観光ビジョン」を踏まえて、2019年度(令和元年度)に第2次観光振興基本計画を策定しました。

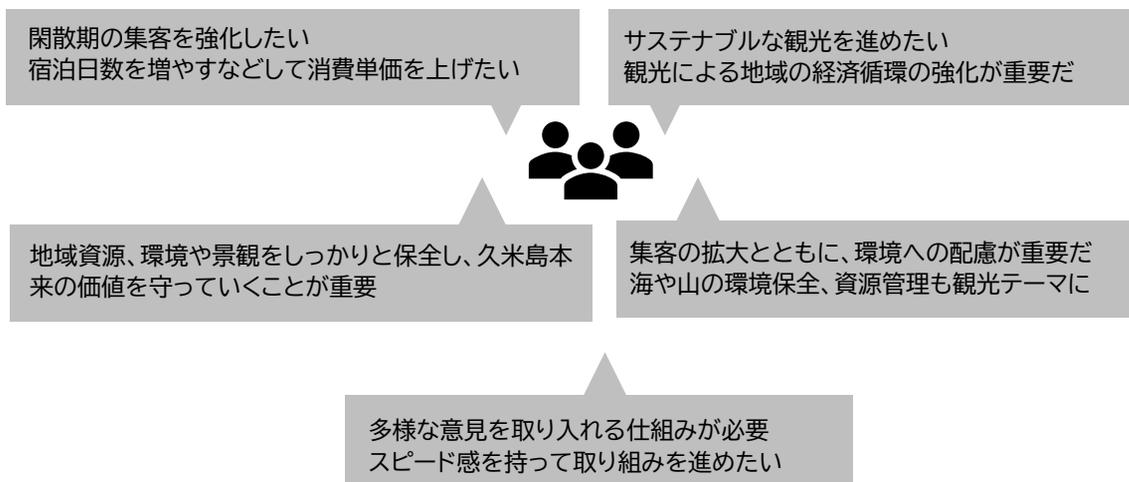
その後、すぐにコロナ禍に見舞われ、誘客・プロモーション活動、観光客の受け入れなどが大幅に制限され、計画に掲げた施策・事業が進みにくい状況もありましたが、その中でも行政、DMO、経済5団体(観光協会・商工会・漁協・JA・細事業組合)、島内事業者などが連携・役割分担して着実に取り組んできました。

図 第2次計画の取組成果と第3次計画に向けて強化・充実すべきこと

【取組成果】



【次期計画に向けて強化・充実すべきこと】



(出所)関係団体向け取組調書、ヒアリング

(2)第 2 次計画中の取り組み

第 2 次計画期間中、久米島ではポストコロナを見すえて地域資源の発掘や新しいコンテンツ開発などの新しい取り組みも進みました。第 3 次計画では、こうした試みや実績を活かして、次のステップとして集客や収益化につなげることが重要です。

第 2 次計画中の取り組み例

くめじま DMO の設立	地域経済 5 団体が連携し、島民一体となった『チーム久米島』のもと、観光を通じて地域の稼ぐ力を引き出し、地域経営戦略に取り組む組織として発足した
宿泊施設等の高付加価値化	観光需要の拡大と収益向上に向けて、宿泊施設・観光施設等の改修などを通じてサービスや商品の質的向上に取り組んだ
海洋深層水の活用	海洋深層水を活用した海洋温度差発電事業、水産養殖・農業など多様なビジネスの実証・事業化が進展。国内外の企業、研究機関、学校等の視察・研修を受け入れている
新たなコンテンツ開発	琉球古武道、癒やし旅、コーヒー体験など、地域にあるものを掘り起こし、新しい久米島滞在のスタイル、新しい観光コンテンツを提案する取り組みが進んだ
グルメやお土産の開発	食のブランドづくりの一環として、商工会、DMO を中心とした久米島ならではの特産品を活用したご当地メニューの開発、民間事業者による新しいお土産の商品化が進んだ
久米島高校「まちづくりプロジェクト」	久米島高校魅力化プロジェクトの一環として、高校生が地域の課題解決を考える探究型授業を実施。観光客増加や魅力向上を考える生徒も多く、観光が身近なテーマになっている
移住促進「島コンシェルジュ」	移住定住促進を目的としたワンストップ相談窓口として 2016 年に発足。観光振興と連携しながら、交流や情報発信を通じて交流人口・関係人口の増加に取り組んできた
地域交通の充実	観光客の二次交通が課題となる中、グリーンスローモビリティと路線バスを組み合わせたラストワンマイル交通の実証実験が行われるなど、利便性の向上と課題解決が検討されている

(3)観光客からみた評価と意識

首都圏在住の20代以上を対象としたアンケートによれば、シュノーケリング・ダイビング、車えび・海ぶどうはよく知られていますが、その他の久米島の観光資源への認知は低い状態にあります。一方で各資源への関心度は高く、観光客を惹きつける魅力を持っていると言えます。

ハテの浜、イーフビーチをはじめ、比屋定バンタや奥武島の畳石などの景勝地、久米島そばにも高い関心が寄せられています。

実際に久米島に来島した人も、久米島の海・景色に関心を持ったことが来訪のきっかけとなっており、ハテの浜、ビーチ、ダイビングなどのマリンレジャーの実施に対して高い満足度を示しています。また、海のイメージが強い久米島ですが、宇江城城跡や具志川城跡といった史跡、ヤジャーガマ洞穴や久米島紬など、島の自然や歴史文化に触れる体験プログラムへの満足度が高く、多様な魅力が評価されています。

今後の久米島観光のあり方として、「久米島らしい自然や風景、文化の保全・活用を進める」が求められています。`久米島らしさ、を意識し、島に備わっている良さを守りながら観光に活かすことが必要です。

*1 来島経験者調査(2023)

*2 宿泊客調査(2023)

図 久米島の資源に対する認知度と関心度の比較*1

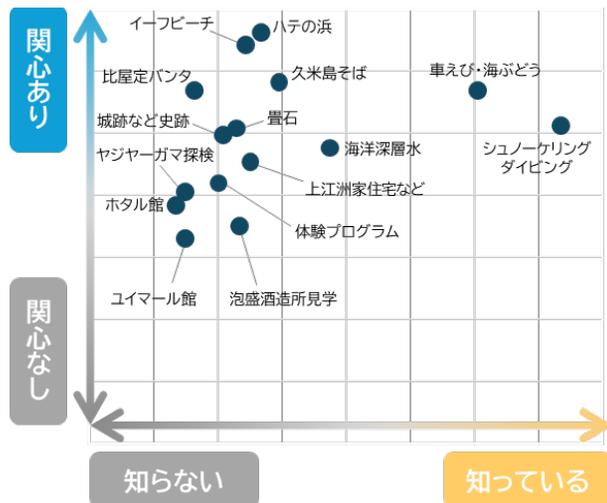


図 経験・訪問した場所の満足度*1

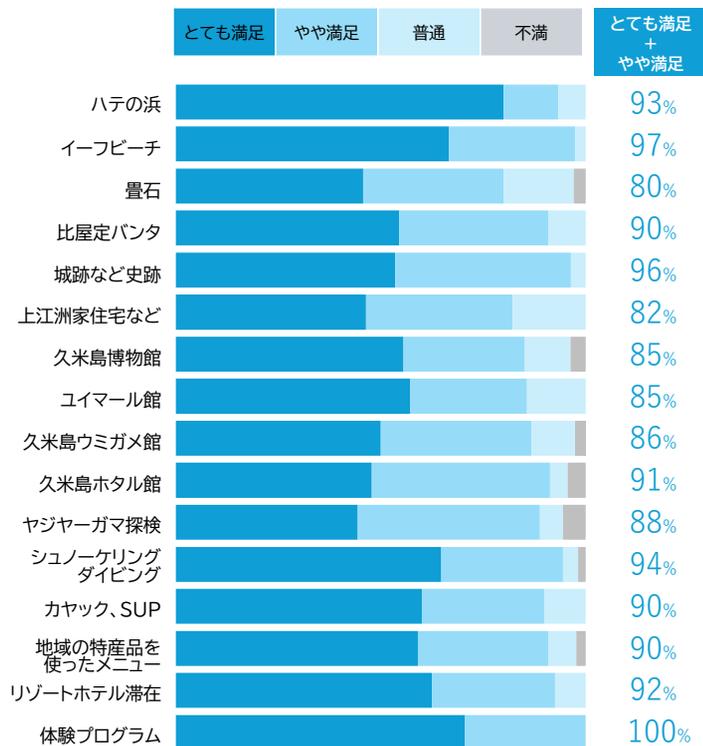
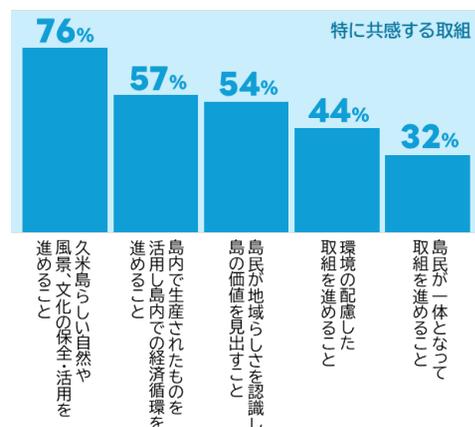


図 持続可能な観光地を目指すうえで、共感する取り組み*2



(4)島民からみた評価とニーズ

島民を対象としたアンケート調査によると、島民意識は観光振興に強く賛成する傾向が高まりつつあります。コロナ禍の影響により、観光による経済的な効果、まちの活性化などを実感しにくい期間が続いたことを背景に、観光への期待が高まっていると考えられます。

島民の中には、日常的に観光客と交流する機会がある人も増えています。久米島の魅力を高めるために島民自身が日常生活の中で取り組みたいこととして、「周辺の清掃や美化などキレイに保ちたい」などの意向を持つ人が多数います。

一方、久米島に合うまちの姿として、町民の多くが「海やビーチの美しさを活かす」や「のんびりと過ごせる癒やし」を支持しています。また、サステナブルな観光地として、「久米島らしい自然や風景、文化の保全活用を進める」、「島民が地域らしさを認識し、島の価値を見出す」、「島内で生産されたものを活用し、島内での経済循環を進める」といった取り組みを進めるべきと考えています。

図 観光振興への賛否*1

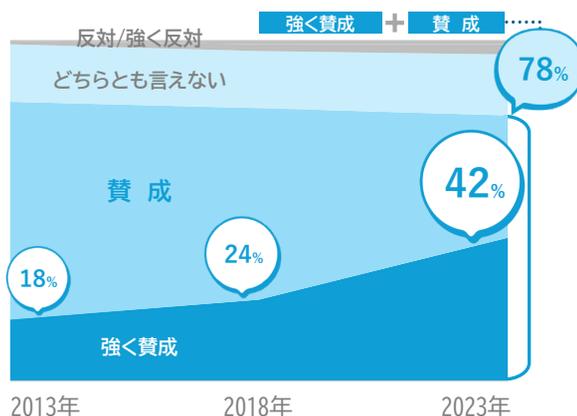


図 久米島の魅力を高めるために取り組んでみたいこと*1

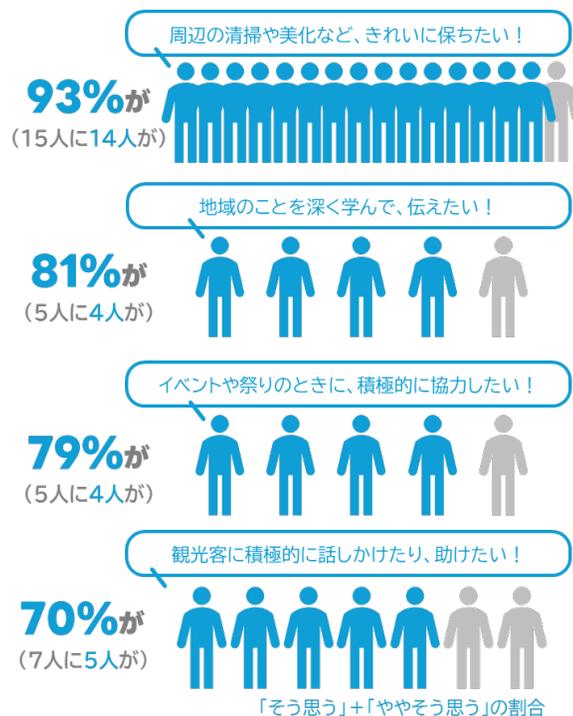
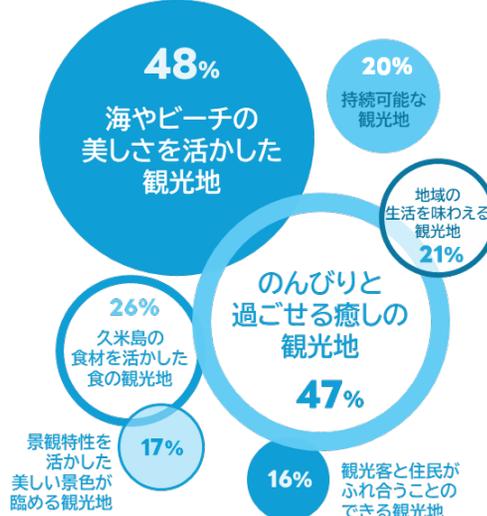


図 久米島に合うまちの姿*1



*1 島民調査(2023)

(5)これからの久米島観光に求められること

これまでの取り組みの経過、久米島をとりまく状況を踏まえて、これからの久米島観光の振興のために取り組むべき課題を、以下のとおり整理します。

課題	現状
閑散期の集客強化	<ul style="list-style-type: none"> ● ピーク期と閑散期の観光客数の格差は依然として大きい状態にあります。島への経済効果とともに、観光事業者や宿泊施設などが年間を通じて安定経営・安定雇用を図る観点からも、閑散期の集客強化が必要です。 ● 教育旅行の受け入れを継続的に行うとともに、閑散期ターゲットの設定、提供するコンテンツの充実などが必要です。
海・ビーチなど地域資源の保全美化	<ul style="list-style-type: none"> ● 観光客も島民も海・ビーチを久米島の最大の魅力、資産と認識しています。島民の多くが今後も海とビーチの美しさを活かした観光を望んでいます。 ● 自然環境や歴史文化資源の持続可能性に対する意識が高まっています。観光活用と同時に、適切な保全美化や再生に配慮した取り組みが必要です。
情報発信・魅力を届ける取り組みの強化	<ul style="list-style-type: none"> ● 沖縄本島の観光客にも、久米島はまだあまり知られていません。久米島の魅力を知ってもらう・関心を持ってもらうための取組強化が必要です。 ● また、旅行先候補に選ばれるための PR 活動、販売促進・情報発信、旅行を計画するときに必要な情報の提供など、いわゆる旅マエ・旅ナカ・旅アト*1のタイミングを意識した取り組みも必要です。
観光で稼ぐための取り組みの強化	<ul style="list-style-type: none"> ● コロナ前に比べると観光消費額は上がりましたが、島民は観光の「稼ぐ力」をまだ実感できていません。体験プログラムの整備や新しいコンテンツ開発などは進んでいますが、十分な売上・収益につながっていない状況です。 ● 観光の稼ぐ力を高めるため、付加価値の高い観光商品を充実するとともに、観光客が手軽に参加できる体制を整えることが必要です。
サステナブルを軸にしたブランド化	<ul style="list-style-type: none"> ● 島内では、海・ビーチの保全、海と山の生態系の再生活動、海洋深層水の活用などSDGsに関する取り組みや議論が進んでいます。島民も観光客も、地域資源の活用と保全のバランスに配慮し、久米島らしさを活かした観光地づくりを望んでいます。 ● 久米島らしい観光のあり方として、地域資源の持続可能性を軸とした取り組みを進め、久米島のブランド価値を高めていくことが重要です。
つながり・連携の活用	<ul style="list-style-type: none"> ● 第2次計画ではDMOを中心に多様な分野での連携が進みました。今後もそれぞれの得意を活かしながら島ぐるみで取り組むことが必要です。 ● また、久米島の魅力の根幹は、海と山、自然となりわい、風土と歴史文化など、島の宝が互いに深くつながっていることです。資源間のつながりを活かし、各担い手が連携して資源の保全・活用に取り組むことが重要です。

*1 旅行者の行動を来訪前、来訪中、来訪後にフェーズ分けしたうえで、それぞれの段階ごとに適切なアプローチを行う

2. これからの久米島

これからの久米島観光が目指す姿

久米島は、特徴ある気候風土、環境、地勢という恵みを基盤に、なりわい、暮らし、文化が蓄積し、歴史が紡がれてきました。今、私たちが目にしている有形無形の地域資源は、自然と長い歴史の中で生み出され、人々の手によって引き継がれてきたものです。

例えば、久米島紬の原材料となる水や植物が今でも採れること、固有の動植物が棲息していることなどは、それらが次の時代にも引き継がれるよう、使いすぎず開発しすぎず適切に管理してきたからに他なりません。ハテの浜に代表される青い海と白いビーチの景観も人の手が介在することで美しく保たれてきました。久米島は、ずっと昔から持続可能性(サステナビリティ)に真摯に向き合ってきたといえます。

観光は、島の外からたくさんの人を惹きつけ、島の隠れた魅力を発見し、島の経済や暮らしを活性化する力を持っています。さらに、島での取り組みに対する共感や応援を惹きつける力も持っています。第3次計画では、久米島の有形無形の資源、経済、地域コミュニティを未来につなぐために、観光が持つこうした力を積極的に活用していきます。

基本理念

持続可能な島の未来をつくる 共創ツーリズム

— 島の宝を紡ぎ 島民と来島者が共創して 島の未来を育む —

観光客に対して、島が守り育ててきた資源とストーリーの深い探求を楽しんでもらうとともに、島民が大切にしていること・ものを敬い、美しい久米島を未来につなぐための行動への共感・参加を呼びかけていきます。島の宝を未来に引き継ぐための保全再生活動、島や社会が直面する課題解決に、島民と観光客がともに楽しみながら取り組む「共創ツーリズム」を展開していきます。

共創ツーリズムでは、観光客数や消費額を短期的に追うのではなく、観光客との関係性を深め、交流や協働を通じて島民も観光客も元気になる、久米島の持続可能な成長を目指します。

第3次計画では、観光客が気づきや学びを深める他、インターンシップ、企業・研究機関の視察研修、地域の課題解決への参加、共同研究など、従来の観光に留まらない多様な来訪・交流を促進することを目指します。このため、本計画の「観光客」はこれらの来訪者を含む広義なものとしします。

基本方針

- ありのまま、島まるごとのつながりを活かす

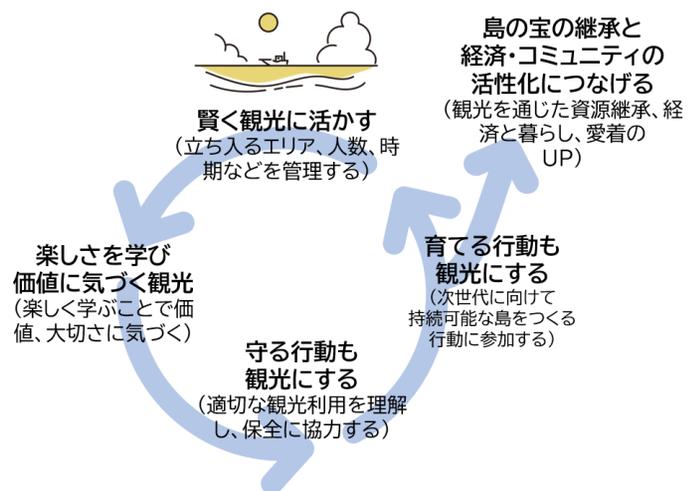
久米島では、海・山・川・動植物の生態系、なりわい・歴史文化が互いにつながっています。久米島観光の魅力は、食文化、アクティビティ、島民との触れ合いを通じて、これらのつながりをまるごと体感・体験できることにあります。

第3次計画では、このつながりを島の根幹的な価値と位置づけ、資源間・取組間を連携して島の魅力として体系化し、そのまま・島まるごとを活かして観光客に新しい学びや体験を提供していきます。



- 島の宝を守り育てる再生型観光を通じて、久米島ならではの体験価値を提供する

島の宝を次世代に引き継ぐことは今を生きる私たちの重要な責務です。人口減少、少子高齢化、地域活力の減退、史跡・集落や街並みの変化、海・ビーチや生き物の変化、伝統工芸・芸能の担い手縮小など、さまざまな課題に直面しているものの、一方では、これらを継承・持続する取り組みをツーリズムとして活用する試みが生まれつつあります。



島の課題解決、島の宝を守り育てる活動を、久米島観光のキラーコンテンツとして磨き、観光客に特別な感動や深い学び、自分を深める探求の機会として提供し、他にはない久米島らしい体験価値として作り出します。こうした体験を介して観光客が島の再生、持続可能な地域づくりの一員となるサイクルをつくり、再訪を促してさらに深い関係づくりにつなげます。

- 探究心や社会貢献などの意欲に応え、課題解決ツーリズムの先進地となる

現在、久米島では、ブルーカーボン*1によるCO2吸着・固定源、海洋深層水を活用した再生可能エネルギーの取り組み、海や陸の動植物の多様性の保全など、島と地球が持続可能であるためのさまざまな取り組みを実践しています。この小さな島で展開する持続可能な社会のための多様な試みは、国内外の地域にとって学びや刺激となるでしょう。

これらの取り組みの蓄積を活かし、地域の課題解決の知恵と実践を体験できる・貢献できる島として、より深い学習や探究、社会貢献への関心が高い人々、学校・研究機関・企業等の受け入れ・交流を強化していきます。また、そこから社会課題の解決につながる新たな取り組みやビジネスの創出、島の未来に還元される仕組みづくりに取り組みます。

- 島の暮らし・経済に貢献し 島民の関わりを広げる

多くの島民が観光への期待感や応援する気持ちを持っており、ちょっとした場面で観光客に声をかけたり、ホームビジットの受け入れなど、各自ができることを自発的に行っています。こうした温かい土壌を活かし、島民一人ひとりが個性を活かして観光に携わる場面をつくっていきます。

また、年間を通じた観光客の受入拡大と消費拡大に取り組み、宿泊・飲食・商店・レジャー事業者などをはじめとする観光産業の安定経営、安定雇用を図るとともに、食材・お土産・観光人材などの地元調達、観光に関する新しい仕事づくりなどを推奨・支援します。

こうして観光が久米島全体の経済・暮らしの活性化に貢献する仕組みをつくり、観光を通じて島民の日常が元気になり、未来への安心や楽しさを感じられることを目指します。

*1 藻場・浅場等の海洋生態系に取り込まれた炭素

5年間の達成目標

観光振興計画の推進を通じて、持続可能な島の未来づくりに寄与しているか、島の暮らし・経済に貢献しているかを客観的に把握するため、計画期間(2024年度～2028年度)の5年間に達成したい目標を設定します。

①観光入域客数

- オフシーズン(冬期～春期)の観光客の増加(閑散期の各月 3,000～5,000 人増)を目標とし、季節にかかわらず久米島滞在を満喫できる魅力の充実、教育・研修旅行の受入拡大(誘客活動)に取り組みます

コロナ禍前(2019 年度)
100,760 人

5年後(2028 年度)
150,000 人

(出所)一般社団法人久米島町観光協会

②観光消費額

- アクティビティ、飲食店メニュー、お土産などを充実し、選択肢を多様化します
- 冬季や雨天時も楽しめる・天候や時間帯の違いにより異なる体験ができるなど滞在の楽しみを充実し、延泊化(宿泊・飲食費、娯楽・入場費の増加)につなげます

現状(2022 年度)
69,834 円

5年後(2028 年度)
年間平均 **100,000 円**

(出所)沖縄県令和4年度観光統計実態調査

③海・ビーチに対する観光客の満足度

- 観光コンテンツの基盤であり、島の暮らし・なりわいを支える土台である海・ビーチ、山・川、多様な動植物などの環境資源の保全再生に取り組み、観光客にまた来たいと思われる魅力ある環境を維持します

現状(2023 年度) 来島者満足度
イーフビーチ **67%**

5年後(2028 年度)
イーフビーチ **80%**

(出所)来島経験者調査(2023)

④観光に対する島民意識

- 閑散期の来訪や観光消費の活発化を通じて、観光による直接的な経済効果を実現します
- 観光客と島民がともに島の保全再生などに参加して交流する場面や、情報発信を通じて久米島への注目が集まること等により、観光に対して前向きな意識を育てます

現状(2023 年度)
「観光振興に賛成」島民意識 **78%**

5年後(2028 年度)
「観光振興に賛成」島民意識 **85%**

(出所)島民調査(2023)

目標達成のためのターゲット像

観光を通じて島の暮らし・経済を活性化するとともに、持続可能な島の未来につながる新しい取り組み・事業を生み出すため、積極的に誘致・受け入れに取り組む閑散期ターゲット像を設定します。

従来の観光客に加えて、異文化の学びや発見など自分を高めたい人、教育旅行や研修・視察など探求や地域貢献を目的とした団体・活動を引き寄せ、共創ツーリズムに取り組みます。

またインバウンドは、那覇空港等の海外路線の充実動向を見ながら、サインや情報の多言語化など本格的な誘致・受け入れに向けて準備を進めます。

①就学期までの子どもがいるファミリー層

引き続き夏期を中心とした来訪を受け入れ、ホームビジットや島の学校など雨天時にも対応できる屋内アクティビティの充実で滞在の満足度を高め、リピート化を促します。



②教育旅行

首都圏以西の高等学校、本島の学校・教育機関への誘致活動を強化し、閑散期の受け入れを拡大します。資源の保全再生活動等を活用した探究型プログラムを構築・充実し、教育旅行先としての久米島の魅力を高めます。



③知的な好奇心、探究心が強い若者

閑散期を中心に、保全再生活動、ホームビジット、農業や久米島紬など島の日常をじっくりと体験するプログラムを充実し、島民とのつながりやワクワクを提供します。これにより再訪、関係人口へとつなげます。



④沖縄本島在住者、沖縄リピーター

沖縄本島に住む人にイベントや体験を目的に気軽に足を運んでもらえるよう、また、`沖縄らしさ`に関心がある国内外の沖縄リピーターに次の訪問先、本島から足を伸ばす先として久米島を選んでもらえるよう、沖縄本島での情報発信を強化します。



⑤企業、大学・研究機関等

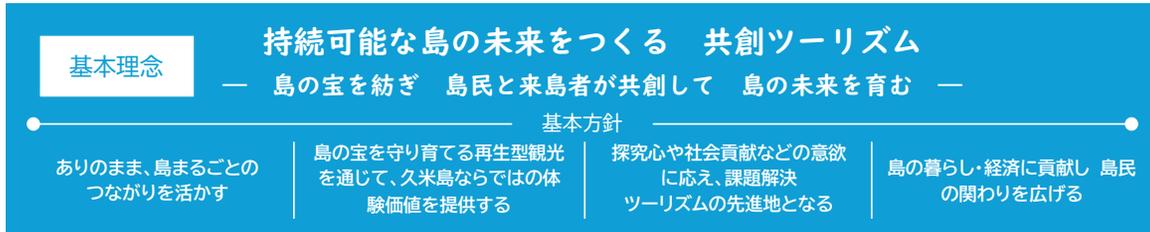
資源保全活動、海洋深層水活用など、企業・大学・研究機関等を対象にした専門的な研修・視察プログラムを構築し、国内外からの来訪を受け入れます。また、これらのテーマに特化し、企業版ふるさと納税、寄附、共同事業を呼びかけます。



3. 施策体系

基本理念・基本方針に基づき目標を達成するため、以下の施策に取り組みます。

特に優先度が高い施策として「アクションプロジェクト」を設定し、計画期間中の実施・実装を目指します。「アクションプロジェクト」ではテーマごとに目標(KPI)を設定し、確実な実現を図ります。
(※具体的な取り組み・KPIは34ページ以降を参照)



(1)久米島観光の根幹を支える地域資源の保全・再生・継承

久米島の宝が将来にも引き継がれ、島の暮らしを支える資源であり続けるよう、適切な管理と活用に取り組みます。また、地球規模で環境が変化する中で、島民と観光客がともに資源と地域の持続可能性を考え、保全・再生に取り組む共創型のツーリズムを展開します。

①美しい海、ビーチの保全美化

島のシンボルであるハテの浜をはじめ、島内のビーチの保全、美化を島ぐるみで行います。

- ビーチクリーン活動を継続拡大します。島民・観光客がともに参加する場を設けるとともに、一斉に島ぐるみで行うイベントやキャンペーン等を企画実施します。さらに、ビーチクリーン活動に学びの要素を加え、観光客・教育旅行向けの体験プログラムとして有償で提供します。
- 海洋漂着物対策を行うとともに、漂着ゴミの処理機能の強化を図ります。

②地域資源の保全と活用に関するルールづくり

地域資源の保全・活用に関するルールを設け、行政・民間・島民、そして観光客も協力してこれを守ります。

- 自然体験プログラムを企画・実践する事業者を中心に、沖縄県が推進する「保全利用協定*1」の策定と認定登録に取り組みます。また、行政・島民・事業者の連携のもとで保全対象を段階的に広げます。
- 『日本版持続可能な観光ガイドライン』(JSTS-D)を活用して継続的なマネジメントを行い、持続可能な観光地域づくりへの理解と行動を推進します。また、持続可能な観光地を評価する国際認証の取得を目指します。
- 地域と資源の持続可能性に関するルールや認証登録を見える化・情報発信し、持続可能な観光地づくりに共感・協力する観光客や団体等をパートナーとして引き寄せます。

③参加・共感を巻き込む仕掛けづくり ー島民と観光客が協働する保全・再生活動

海中・ビーチのクリーンアップ活動、サンゴ養殖、外来種駆除、固有種や希少な動植物が生息するエリアの観測・パトロール、植林など、自然資源の保全・再生の取り組みに観光客や島外の団体等が参加でき、継続的に行う仕組みをつくります。

- 島内の各団体・事業者が行う保全活動や教育活動を整理し、ウェブサイト等で発信するなどして島民や観光客への参加協力を呼びかけます。
- 保全・再生活動を有償の体験学習プログラムとして体系化し、一般の観光客、教育旅行や視察研修などを対象に新しいコンテンツとして有償提供します。

④資源の保全・再生活動に対する共感を集める仕組みづくり

久米島の資源を維持し、環境変化や観光利用に伴う負荷を軽減するためには、清掃活動や修繕・改修、植生保護・外来種除去、モニタリングなど、継続的に適切な管理と保全が必要です。また、久米島紬の歴史文化、技術の継承と、担い手育成も喫緊の課題です。

- 久米島の宝を未来につなぐ取り組みを安定的に行うための財源として、観光客に一定の費用負担を求める協力金制度を検討します。
- 海洋深層水の活用、サンゴの植生、古民家の修復など、専門的な技術や知識を持つ国内外の企業や研究者等との連携を進め、共同研究や共同事業を通じた課題解決を図ります。

⑤ゼロカーボンアイランド(CO2 排出ゼロの島)の推進

久米島町では、2050年までに二酸化炭素排出実質ゼロを目指し、令和3年1月に「ゼロカーボンシティ宣言」を行いました。地球温暖化対策に貢献するゼロカーボンアイランドとして、事業者、観光客の理解・協力のもと、EV レンタカーの活用やプラスチック製品の抑制・削減、観光に伴うゴミの排出抑制などに取り組みます。

- 観光プログラム、教育・企業研修等と連携したサンゴの保全や海藻の養殖等によるブルーカーボン、陸域での植林や適切な農地管理等によるグリーンカーボン*2活用を進めます。
- 環境に関心が高い企業、技術を持つ研究者等との連携を進め、これをもとに企業向けの研修プログラムなどを導入し、企業寄付やテーマ特化型の MICE*3の誘致につなげます。

*1 「保全」と「利用」双方のバランスをとりながら、次世代に豊かな自然・文化を継承し、同時に観光産業の持続的な発展を図る制度

*2 森林などが吸収・貯留した炭素

*3 企業等の会議(Meeting)、企業等の行う報奨・研修旅行(インセンティブ旅行)(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)の頭文字を使った造語で、これらのビジネスイベントの総称。

(2)「稼ぐ観光」の強化

久米島の観光は魅力的で観光客の満足度も高いのですが、経済や暮らしに対する観光の貢献は十分に実感されていません。観光の稼ぐ力を高めることが重要です。

久米島の資源を活用したさまざまな体験プログラムを提供する体制・仕組みを整えるとともに、食・グルメやお土産開発の支援、宿泊施設の高付加価値化など、観光消費につながる選択肢を充実します。特に、閑散期や天候が悪い日でも来訪・滞在が楽しめるような体験プログラムを充実し、観光客の満足度アップと再訪につなげます。

①学校・企業等を対象としたスタディツアーの強化

教育旅行の受け入れの拡大を図るとともに、企業や大学ゼミ、研究機関等のスタディツアー、研修などの受け入れを推進します。

体験学習、ホームビジット、「島の学校」など、教育旅行を対象に提供してきたプログラムの定型化・体系化を行い、これをもとにプログラムを充実します。

- 大都市圏からの教育旅行の受入拡大とともに、沖縄県内の学校・教育機関の受け入れを進めます。
- 教育旅行向けの体験学習、ホームビジット等のプログラムについて、時間・実施内容・提供する価値・費用など基本的な内容の定型化・体系化を進めます。また、事前・事後の学習を含めた探究型の総合的なプログラムとして構築します。
- 基本を理解・体験する入門プログラムから、より深く専門的に学び、知識や技術を習得する研修プログラムまで、訪問経験や関心度に応じたレベル別の商品づくりに取り組みます。
- 教育旅行のプログラム充実、受入体制の強化に伴い、企業・大学向けのSDGs研修、スタディツアーの誘致・受け入れに取り組みます。

②閑散期の魅力増大と来訪促進

夏季以外のシーズンも楽しめるコンテンツの開発・提供体制の整備を進めます。また、歴史文化・スポーツを活かしたツーリズムを推進します。

夏季以外の多様な魅力をしっかりと印象づけるため、月ごとにアピールする資源・テーマを設定・共有し、関連するイベントや情報発信を島ぐるみで行ったり、島民参加を促すなど、島ぐるみで閑散期の魅力増大と誘客拡大に取り組みます。

- 教育旅行向けに整備した体験プログラム、ホームビジット、屋内型の体験プログラム等を個人客向け旅行商品として販売します。

- サイクリング、マラソン、古武道、パークゴルフ、ニュースポーツ*4、フラダンス、琉球舞踊など、島の愛好家が担い手となったイベントやプログラムが多数展開されています。こうした文化・スポーツを通じた全国・海外との交流、イベントの開催を支援促進します。
- プロ野球をはじめとするプロスポーツ合宿の受け入れを推進するとともに、大学等の合宿の誘致を行います。
- 島のなりわい、伝統行事や歳時記など、島の日常にあるもの、島民だけでは活動継続が困難な取り組みなどを洗い出し、観光客が参加・体験できるプログラムとして新たに企画開発・提供します(③に詳細)。

③ホンモノを提供する付加価値の高いアクティビティの充実

自然環境と生態系、歴史と文化、史跡、地域の祭り、農業・漁業など、島に根ざした資源や活動を体験プログラムとして提供します。法令、環境保全ルール の遵守を徹底しながら、観光客の満足度を意識した質の高いアクティビティを提供します。

- 《なりわいツーリズム》農業・漁業、久米島紬など、久米島ならではのなりわいの現場を活かした体験プログラムを充実します。例:さとうきび、コーヒー、バニラ、もずく・アーサ養殖、久米島紬体験、食品加工 など(※再掲)
- 《課題解決ツーリズム》久米島を代表するハテの浜観光、ダイビングなどにビーチクリーンやサンゴの養殖を組み合わせる、地域の祭りや伝統芸能の準備や練習の場に参加する、外来種駆除や生き物調査に参加するなど、久米島をより深く知り課題解決に貢献できるオリジナルプログラムの開発を推進します。
- 《つながりを活かした探究型プログラム》久米島のなりわい、歴史と文化、環境・景観、暮らしのつながりをまるごと体感できるよう、団体・事業者間の連携を通じて、学びやつながりを深める探究型体験プログラムの開発を推進します。

④グルメ・お土産開発、地産地消の推進

久米島には、日本一の生産量を誇る、海洋深層水で養殖した車エビ、海ぶどうをはじめ、もずく、赤鶏、紅イモ、サトウキビなどさまざまな特産品があります。最近では、コーヒー、バニラ、海洋深層水を活用した安全な牡蠣やサーモンの養殖も本格化しています。このように食を通じた久米島の魅力を高めるため、飲食店・宿泊施設・土産品店等に、地産地消(島内・県内調達)を推奨します。また、久米島産品を活用し、サステナビリティへの配慮や島の環境や文化との結びつきを感じることができる、観光客が思わず買いたくなるような魅力あるご当地グルメやお土産の開発・充実を強化します。

*4 20世紀後半以降新しく考案された、年齢や体力にかかわらず誰もが楽しめるスポーツの総称(例:モルックなど)

- 島の特産品やストーリーを活かした新しいお土産、新メニュー開発に取り組む生産者・事業者を支援するため、商工会を中心に、専門家による助言、試作・テストマーケティング、ブランディングなどのサポートを提供します。
- 島の特産品を活用した魅力的なグルメ、お土産を充実するため、農協・漁協・商工会が連携し、飲食店・宿泊施設・土産品店等に向けて、島内の生産者や新しい製品に関する情報の提供、おいしい調理・加工方法のレクチャーなどを積極的に行います。
- 久米島産や生産者応援を明記するなど、飲食店・宿泊施設・小売店などで久米島産を積極的にアピールするツールづくりやキャンペーン、店舗等が連携して特産品を盛り上げるイベントの実施などを検討します。
- 観光客の利便性に配慮し、季節的需要やイベント開催などにあわせた飲食店・土産品店等の柔軟な営業、受入協力を働きかけます。

⑤ 宿泊施設の高付加価値化、多様化の支援

宿泊単価の向上、宿泊日数の延長につなげるため、付加価値の高い快適な宿泊施設づくりを支援・促進します。

- 補助事業等を活用した宿泊施設の改修、魅力づくりを支援促進します。
- 家族旅行、教育旅行以外にも、一棟貸し、集落体験ステイ、暮らすように旅するスタイル、地域活性化への参加を目的とした滞在など、観光客の来訪目的が多様化する傾向にあります。ニーズに応じて多様な滞在体験やサービスを提供できるよう、さまざまなタイプの宿泊施設の充実を図ります。

⑥ オンライン予約システムの導入

島内の体験プログラム、飲食店情報を一元化し、観光客が旅マエ・旅ナカで予約・決済等の手続きが行えるオンライン予約システムの導入を推進します。

- 観光協会ウェブサイトの機能強化、体験プログラムの定型化と連携し、個人客向けホームページ等の体験プログラムなどをオンラインで予約できる一元的なシステムの導入を進めます。

(3)久米島アピールの強化:認知・イメージアップ

沖縄県来訪経験者を対象としたアンケート調査によれば、久米島の観光資源への認知は低いものの関心は高く、潜在的な観光需要は大きいと言えます。このため、国内外の人に広く知ってもらえるよう、島を挙げてインパクトのある情報発信やキャンペーンを推進し、久米島への来訪需要を掘り起こします。また、SNSを中心に、観光事業者、島民が利用する多様なメディアを活用し、久米島の認知・注目度アップに取り組みます。

①情報発信、販売促進活動の強化

久米島を知ってもらい、旅先検討の選択肢となるよう旅マエに重点を置いた情報発信、販売促進活動を強化します。

- 特に、ターゲットのひとつである教育旅行、企業研修の掘り起こしに取り組み、国内外向けの旅行商談会、誘客キャンペーン、キャラバン隊など、島の関係者、沖縄県、航空会社等と連携して出展します。
- 各季節の交流イベント、伝統行事や歳時記、食の旬、その時期に見られる光景など、島の日常の移り変わりや活動をカレンダーに整理して毎月の情報発信に活用します。特に閑散期には、月ごとにテーマを決めて島全体で同テーマで発信、活動を連携するなどして積極的な誘客を行います。
- 本島在住者、本島観光客をターゲットとした効果的な情報発信、アピールを行います。
- ニュースリリースなど、マスメディア向けに定期的・積極的な情報提供を行います。

②情報発信ツールの充実・更新

久米島の魅力・価値をわかりやすく伝えるため、ウェブサイトや SNS を活用し、利用シーンを想定した情報発信ツールを充実します。また、デジタルの活用を進めます。

- 観光協会ウェブサイト、ポータルサイトとして機能強化します。利用者の利便性を高め、関心を惹きつける工夫を行います。
 - ・ 観光スポット、飲食・体験アクティビティ、歴史文化資源などの詳細情報の更新・充実
 - ・ 見やすく・わかりやすい設計(例:画像・動画やマップの掲載、使いやすさを意識した画面設計など)
 - ・ いつでも相談・予約できる仕組みの構築(例:質問対応するチャット BOT、メール自動返信、体験プログラムの予約・決済システムなど)
- 現地に行かないと手に入らない情報があるため、観光協会のポータルサイトでも手軽に閲覧できるようにします。

- 店舗等の営業情報、交通の運行情報など、即時性が重要な情報を適切に更新し、正しい情報伝達に努めます。

③島民や観光客など多様なメディアの活用

多くの島民が SNS で日常的に久米島の情報を発信しています。また、観光客も行き先やグルメ情報を地図アプリで検索・登録したり、訪れた場所を SNS で発信するなど、魅力発信に一役買っています。このような身近なメディアを積極的に活用します。

- 久米島のイメージアップにつながるハッシュタグやコンテンツを設定したり、魅力の再発見を促す投稿キャンペーンなど、島ぐるみで情報発信に取り組む機会を設け、島民による久米島の魅力発信を促進します。
- 特に事業者に対しては、地図アプリや SNS の活用講座を開催するなどし、自社の集客につながる取り組みを支援します。
- 島民にとって身近なメディアであるコミュニティ FM を活用し、観光振興に関わる活動や担い手などを随時発信します。また、イベント、天候、営業情報など即時性が重要な情報や地元視点ならではの久米島の魅力を観光客に周知します。

④県・近隣と連携した効果的な発信

沖縄県や近隣の離島との連携・協働を進め、プロモーションやキャンペーンなど効果的な誘客・誘致活動に取り組みます。県が推進する各種施策やデータを活用して県全体の取り組み、海外路線の拡充状況等を把握し、インバウンド受け入れに向けた準備に努めます。

(4)まちづくりと連携した受入環境の整備・充実

「訪れてよし・住んでよし」の観点から、観光客にも島民にも快適で安全な島の環境づくり、受入基盤の充実、久米島らしい景観づくりなどを進めます。

①久米島らしいビーチエリアの創出・磨き上げ

宿泊施設を中心に高付加価値化に取り組んでいるイーフビーチ地区・奥武島など、海と浜を活かした魅力あるビーチエリアの創出、磨き上げを進めます。

- ビーチクリーンなどの保全活動を継続的に行うとともに、サインや看板などの統一、施設外観の補修、植栽などによる美しい景観づくり、滞在しやすいスポットづくりなどの整備を行います。島民・民間のアイデアを主体とした交流イベント等の企画・開催を促進するなど、にぎわいの創出に取り組みます。

②わかりやすいサイン、案内の整備

観光客がガイドなしでも迷わず安心して周遊・滞在できるよう、見やすくわかりやすい標識、案内板、マップ等の設置・整備を進めます。また、景観計画および景観条例に基づき、周囲の環境に調和した久米島らしい景観や雰囲気づくりに配慮します。

- 島内の主要な施設や観光スポットを示す案内標識、サイン類の更新・整備を行います。また、イーフ地区、奥武島を中心としたビーチリゾートエリア、文化財である城跡や建造物、洞穴など普段は案内する人がいないエリアにおいて、主要な見どころや巡り方などを示すサインや案内板等の設置を検討します。
- デザインの統一性に配慮し、久米島らしい景観や雰囲気づくりに努めます。
- 空港、旅客船ターミナル、情報プラザ、泊フィッシャリーナなど、島の玄関口や観光拠点に、デジタルサイネージなどのわかりやすい案内板の導入を検討します。

③アクセス及び島内交通の充実

初めて来訪する観光客、車を運転しない観光客でも島での滞在・行動を満喫できるよう、島内を手軽に移動できる多様な交通サービスの充実を図ります。

また、気軽に便利に久米島を訪れてもらうため、島へのアクセスの強化充実に取り組みます。

- 《島内交通》観光ニーズに柔軟に対応するため、現在の路線バスを基幹としながら、既存サービスの見直しとともに新しいモビリティサービスの検討を行います。

- 《島内》レンタカー、レンタサイクル、レジャー事業者が運用する送迎など、民間の交通サービスの活用、連携を進めます。この際、環境負荷の低い車両の導入を促進します。
- ウェブサイトでの発信、空港や旅客船ターミナルなどでの現地情報の提供など、現地での観光行動に活用できるよう、交通サービスに関する適切な情報提供を行います。
- 《来島アクセス》島へのアクセス路線の強化充実を図り、大都市圏直行便の強化、離島間路線の就航、チャーター便の誘致などの働きかけを行います。また、久米島への船旅の魅力発信を行い、フェリーの需要創出につながる利用促進に取り組むとともに、国内外からのクルーズに対する受入体制を充実するため、兼城港とターミナル周辺的环境整備を進めます。

④魅力ある景観・まちづくりの推進

島内には、伝統的な建築様式の家屋、石垣やフクギに囲まれた昔ながらの集落など、沖縄らしい景観・雰囲気を持ったエリアが点在しています。また、懐かしい雰囲気を持った商店街はリゾートだけではない久米島らしさを感じられるエリアです。島内に点在する古民家や集落などを活かしたまちづくりを推進します。

- 「久米島町空家等対策利活用計画*5」に基づき、行政・民間が連携し、損傷状態、建築基準への適合等を踏まえながら、良好な空き家の改修・再生、観光・交流施設等への利活用を推進します。
- 古民家や集落を会場にした体験プログラムの実施、文化研修やイベントの開催などを継続的に行い、景観づくりや古民家の保全に対する機運醸成を図ります。また、古民家や景観の保全に必要な財源確保を図ります。
- 仲泊地区には島民が利用する商店や飲食店が集積し、近年は新しい店ができるなど観光客が集まりつつあります。昔ながらの商店街の雰囲気を、久米島の暮らしに触れることができる場として活用し、歩いて楽しめるエリアとしての改修・再生を検討します。

⑤デジタル環境の充実

現地情報の検索収集や SNS での発信など、旅ナカでの良好な情報通信環境へのニーズに応えるため、公共施設、宿泊・飲食施設等と連携して Wi-Fi、充電場所の充実を図ります。

また、店舗やレジャー事業者を対象にクレジットカードや電子マネーなど支払い時のキャッシュレス化を促進し、観光客が身軽に便利に島での滞在・行動を楽しめる環境の充実を図ります。

⑥インバウンドの受入体制の整備

中長期的なインバウンド誘致の取り組みに向けて、受入体制の整備に取り組みます。案内標識やマップ類、情報提供ツールの多言語対応を進めるとともに、外国語に対応できる人材の確保・育成に取り組みます。また、海外からの個人旅行者、小規模クルーズの受け入れ等を通じて、本格的なインバウンド受け入れに向けた機運醸成や施設・設備面での充実を図ります。

受入体制の準備にあたっては、沖縄県が推進するインバウンド向けの情報発信や施策と連携し、外国人観光客のニーズや動向を踏まえながら取り組みます。

*5 すべての町民が生き活きと暮らせる島づくりのため、空家等の対策と利活用を総合的・計画的に実施することを定めた計画(令和2～6年度)

(5)観光に携わる担い手の育成・充実

資源の保全再生活動や課題解決の取り組みをキラーコンテンツとして提供する上で、島と観光客の仲介者となる「人材」が極めて重要です。体験プログラムやホームビジットなどの担い手を育成・充実するとともに、島民一人ひとりが日常生活の中で観光客との触れ合いに携わる仕組みをつくりまします。

また、持続可能な観光地経営、観光を通じた島の活性化のため、観光関連事業の起業・継承を支援したり、新しい人材の育成・確保に取り組むなど、未来に向けた新しい観光産業の土台づくりを推進します。

①島民参加の仕組みづくり

ホームビジットの受け入れ、体験プログラムの提供、SNSでの情報発信など、島民それぞれの得意や関心に応じて、観光に携わる機会・役割を充実し、参加を呼びかけます。

- 教育旅行の強化に伴いホームビジット受入家庭の拡大を図るため、各世帯向けへの受入協力を呼びかけます。受け入れやすい条件の整理、実際にホームビジットを受け入れている家庭での体験会、受入家庭同士の情報交流会などを実施します。
- 第3次計画の実施成果など行政、観光協会やDMOの活動を積極的に開示・発信し、観光に対する島民の理解・関心を促します。また、魅力ある久米島づくり、魅力発信に取り組む民間事業者・団体・個人等を紹介し、島ぐるみでの取組機運を高めます。
- ビーチクリーンや保全再生活動、伝統行事、地域活動、イベントなどの情報発信を行い、観光客と島民が交流・共創する場面への参加協力を呼びかけます。
- 久米島高校での「高校魅力化プロジェクト」を例に、島内はもとより県内外の教育現場と地域の連携を深め、観光を通じて地域への理解や学びを深めたり、久米島で活躍する経験・機会を充実します。観光をテーマにビジネススキルや外国語を学んだり、修学旅行生や外国人観光客と交流する機会を充実し、観光を通じて島の子どもたちの将来の可能性を育みます。
- 島民一人ひとりの観光への参加を促すため、取り組み例を示したり、キャンペーンを行うなどし、島ぐるみの観光地域づくりの機運を高めます。

②コーディネート機能の強化

これからの久米島観光では、島のなりわいや暮らしそのもの、島の課題解決や資源の保全再生活動などをキラーコンテンツとして磨き、新しい価値として提供していきます。このため、当たり前にある日常の中から宝を見つけ出し、付加価値の高い商品・プログラムとして磨き上げるとともに、

観光活用に伴う対価・効果を地域に還元させるサイクルを構築することが重要であり、こうした取り組みを担うコーディネート機能を強化していきます。

- 地域活性化や課題解決の視点のもと、集落や生産現場等と連携しながら、資源の発掘からプログラム開発、観光客との交流づくりを積極的に進めます。そのため、こうしたコーディネート機能を担う人材、島民と観光客双方の想いを仲介できる人材、さらに、観光を活用して地域課題の解決や新しい事業おこしを支援できる人材の育成・充実に努めます。

③ガイド人材の育成・充実

久米島には人を介して触れ学ぶことで理解が深まる資源が多く、人そのものが魅力の源泉となっています。観光に関わるプロも一般の島民もそれぞれが観光を舞台として活躍し、観光客と島をつなげる役割を担っていけるよう、人材の掘り起こしと育成に取り組みます。

- 子どもから高齢者まで島の魅力や知識を学ぶ講座を設けるなどし、観光客に島の魅力を伝える「ガイド役」となる人材の掘り起こし、育成を推進します。
- ガイド専業で生計が成り立つ環境を整えるため、知識や技術向上のための講座や資格の取得を支援します。また、ガイドの質と持続可能な観光に対する理解の底上げのため、ガイド人材のネットワークをつくり、定期的な交流会や講座等を開催します。

④観光起業の支援促進

観光の魅力を充実するため、飲食、お土産、宿泊、体験・アクティビティの提供、ガイド、通訳、ウェブサービスなど、観光分野の起業や継承を支援促進します。

- 商工会を中心に、観光分野における新規起業や事業継承の取り組みを推進し、観光ビジネスの創出を支援促進します。そのため、人材・事業者間等のマッチング、専門家による支援等を提供します。
- 今後の観光ビジネスの強化に向けて、交通事業、ウェブサービス、リネン、外国語通訳など、島に不足する領域での起業、参入を促進します。

⑤島のなりわい人材の育成(インターンシップの受け入れから関係人口へ)

観光を入口に、観光産業、農業・漁業、久米島紬など島の次世代の担い手となる人材の発掘、育成に取り組みます。また、県内外の教育機関と連携し、島の魅力アップや課題解決を考え実践するテーマ型のインターンシップの受け入れを進めます。島でのなりわい体験やインターンシップを通じて、久米島につながりを感じる若い世代の関係人口づくりを推進し、移住・定住へとつなげます。

- 島のなりわいを活かしたツーリズム、課題解決ツーリズムなどのプログラム参加をきっかけに島への関心や愛着を深めてもらい、ゆるやかにつながりを深めていけるよう、段階に応じた体験・滞在メニューを整備します。一般の観光客はもとより、離島留学生やその家族、久米島ファンの方々といった久米島にゆかりのある人にもプログラム参加を呼びかけます。
- 教育旅行・研修向け体験プログラムの整備・体系化を踏まえ、農業、漁業の現場体験や資源保全活動などのインターンシップの導入を図ります。現場体験を通じて、知識や技術の習得とともに、島民とのつながりづくりをサポートし、久米島との縁を育みます。
- 久米島紬の魅力普及を進め、久米島紬に関心を持つ人のすそ野を広げます。将来の作り手（織子）の掘り起こし・育成に向けて、島に通いながら紬づくりを学ぶ体験プログラムを導入するなど、仕事を持ちながら紬の知識や技術を身につけ、定期的な来訪・滞在を通じて島との関わりや愛着を深める仕組みを検討します。
- 島に滞在して地域の仕事や活動を手伝う若い世代や、専門性を活かして地域課題解決に参加する外部人材などを受け入れる制度の導入を検討します。人手不足に悩む宿泊・飲食業、農業・漁業や保全再生活動などの活性化を図るとともに、久米島につながるを感じる若い世代を中心とした関係人口づくりを推進します。

(6)計画・事業マネジメントの推進

定期的に計画の進捗状況と成果・効果を測定し、施策と目標の見直しを行います。

また、マーケティングや DX(デジタルトランスフォーメーション*6)を強化し、現場の効率化、生産性の向上を進めるとともに、顧客ニーズにあったサービスの提供に努めます。

①計画・事業実施の点検、成果の検証

計画にもとづいて着実に事業を実施するとともに、事業の達成度・成果を点検します。

- 行政、経済5団体、DMOを中心に取組状況や事業評価(自己点検)を行い、毎年1回以上、取組内容や結果や目標値に対する達成度等を点検、整理します。
- 策定委員会及びワーキングチームを土台とする官民横断チームを編成し、計画の進捗・成果の点検を行います。点検の結果や社会情勢の変化を踏まえて適宜施策・事業を見直し、更新します。

②マーケティングの強化と情報共有

組織横断的なマーケティングチームを編成し、市場及び観光客の動向、事業効果などを継続的に把握するため、観光客や島民へのアンケート調査、オープンデータ*7の活用、ウェブサイトやSNSの閲覧動向などのマーケティングを行います。

マーケティングデータを収集・蓄積し、施策・事業が効果を発揮しているか、新たなニーズや顧客層が出現しているかなどを分析するとともに、事業の見直し、集客や消費の促進、イメージアップ等のプロモーション活動に活用します。データは観光事業者等と共有し、事業者の取り組みの充実や発信への活用を支援します。

- 《観光客向け》
 - ・ 観光客・宿泊客を対象として定期的にアンケート調査を実施し、島内での活動や消費の動向、滞在への満足度や評価等を把握します
 - ・ 沖縄観光コンベンションビューローが毎月発行する「沖縄県観光カルテ」など、即時性のあるオープンデータを積極的に活用し、観光客の動向を把握します
 - ・ 宿泊施設・飲食店などが独自に顧客調査等を行う際にノウハウを提供するとともに、島内の観光関係者との結果データの共有を促進します
- 《市場向け》
 - ・ 公的機関や民間が公表するオープンデータを活用し、ユーザーのニーズや観光行動の変化などを把握します
 - ・ 久米島の認知度、関心度、イメージ等に関するアンケートを定期的に実施します

- 《島民向け》
 - ・ 定期的にアンケート調査を実施し、観光への関心や参加意欲、観光が島民の暮らしや幸福度の向上に寄与しているかを測定します。

③観光 DX への取り組み

効果的な事業推進と現場業務の効率化、観光客の利便性向上のため、導入可能なところからデジタル活用を推進します。

- 観光協会のポータルサイトの機能強化にあわせ、オンライン予約システム、閲覧解析、自動応答システムなど、業務の効率化や軽減につながる DX に取り組みます。
- マーケティングデータの収集・分析をデジタル化するとともに、オープンデータの利活用を推進します。
- クレジットカードや電子マネーなどキャッシュレス化を促進し、ここから得られる観光客の消費行動などのデータをマーケティングに活用します。(※再掲)
- 飲食店・レジャー事業者等が自社の魅力を積極的に発信し、集客や売上増につなげられるよう、SNS や Google などのデジタル利用・分析を支援促進します。(※再掲)
- 店舗営業情報、イベント開催、交通情報など、会員・関係者間の情報伝達・情報共有を円滑化するための仕組みを検討します。

*6 デジタル技術を活用して、業務の効率化、利用者の利便性向上、魅力や価値の向上などを図ること

*7 オンラインなどで公開されている、公的機関や民間等が保有し誰もが利用できるデータ

4. アクションプロジェクト

「アクションプロジェクト」は、第3次計画の中でも優先的・重点的に取り組む事業です。5年間に本格稼働・定着することを目指し、達成目標を設定します。

アクションプロジェクト

I

地域にある資源を守り育てるプロジェクト

基本的な考え方

- 象徴である美しい海やビーチ、複雑な海流・地形に育まれた豊かな海の生態系はもとより、豊かな水、山や川、固有の生き物、これらの環境に根ざして育まれてきた久米島紬や泡盛、地域文化など、長い年月の中で紡いできた豊穡な「久米島の宝」があります。
- これらの宝を守り、また次世代、国内外に向けて誇れる宝となるよう、観光を通じて積極的に育てていきます。

第3次計画の目標（2028年度までに実現を目指すこと）

	基準値(2023年) ※1	目標値(2028年)
観光客の 久米島への来訪目的	「地域独自の環境、生態系を観察・学ぶ」 10%	「地域独自の環境、生態系を観察・学ぶ」 30%
仕組み・制度の 構築と実装化	目標(2028年) <ul style="list-style-type: none"> ● 保全利用協定の締結と島内の保全エリアへの拡大 ● 来島者を対象とした保全協力金制度の設立 ● ゼロカーボンアイランドプログラムの開発と提供開始 	

第3次計画の目標（2028年度までに実現を目指すこと）

アクションプロジェクト	ロードマップのイメージ				
	2024 >	2025 >	2026 >	2027 >	2028 >
1 ビーチクリーンの実践・情報発信	▼受入体制整備	▼プログラム化			
2 地域資源の保全と活用に関するルールづくり	▼エリアの検討	▼ルールの実行			▼エリア拡大の検討
3 保全協力金制度の整備	▼検討開始				▼制度の導入
4 ゼロカーボンアイランドの推進	▼検討開始	▼プログラム化			

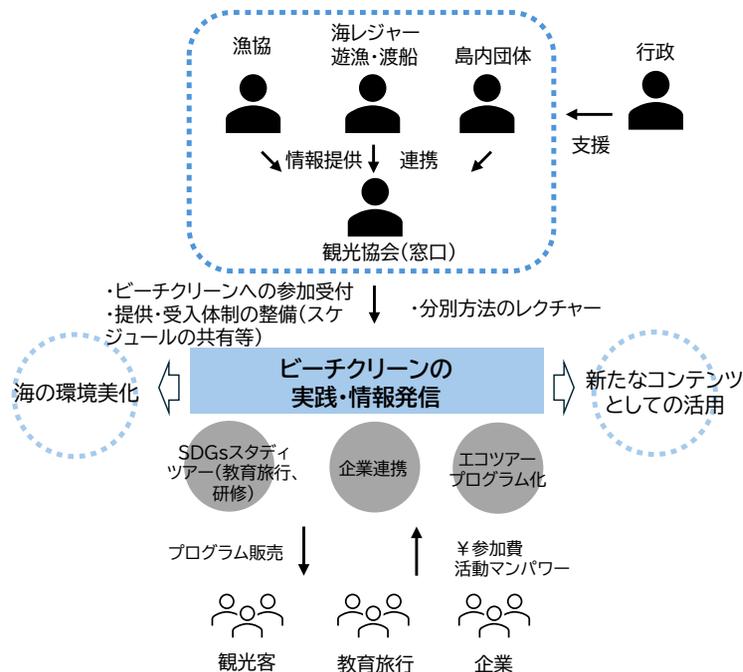
I 地域にある資源を守り育てるプロジェクト

1 ビーチクリーンの実践・情報発信

《基本的な考え方》

- 久米島のキラコンテンツである海・ビーチを求めて、多くの観光客が訪れます。また、島民も、久米島に合うまちの姿として「海やビーチの美しさを活かした観光地」として認識しています。
- しかし、ビーチの漂着ゴミなどが問題となっており、漁協、観光協会、マリレジャー団体等がビーチクリーン活動を行っていますが、継続性やマンパワー不足などが課題として挙がっています。
- 各団体でそれぞれ行っている取組状況を共有し、観光客や教育旅行、企業が参画しやすい環境を整え、受入体制づくりに取り組みます。

《プロジェクト全体像》



《ねらい》

- 久米島：島の宝である海をきれいにする取り組みに関わる人が増え、誇りが高まる。体験プログラムの展開によって、海環境・生態系の保全再生活動に必要な費用、マンパワーを継続的に獲得する
- 観光客・企業等：島民との交流ができる。島の環境美化に貢献できる

《主な担い手と役割》

行政	観光協会	DMO	商工会	漁協	レジャー事業者	遊漁・渡船	旅行会社
○ 活動支援	● 取組の集約と窓口	○ 発信	○ 取組普及・支援	● 取組連携	● 実践、海の講座提供	● 実践、海の講座提供	○ プログラム開発・販売

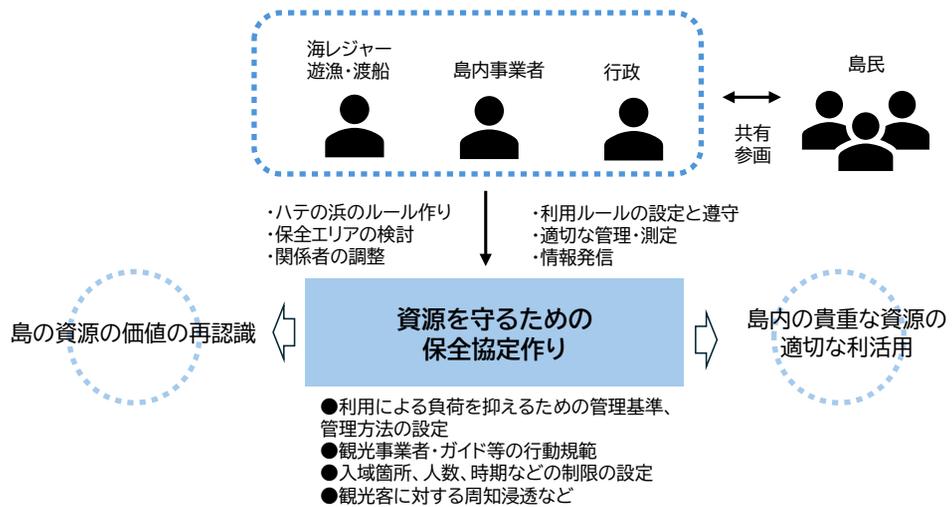
I 地域にある資源を守り育てるプロジェクト

2 地域資源の保全と活用に関するルールづくり

《基本的な考え方》

- 貴重な生態系や自然環境、歴史文化資源に対する理解を深めるとともに、将来も貴重な資源を残し、適切に活用していくために、観光利用に伴う影響・負担を抑制していくことが重要です。行政・島民・事業者の連携のもと、資源の活用・保全に関するルールづくりに取り組みます。
- 沖縄県が推進する保全利用協定の作成・締結に取り組み、段階的に保全対象を広げます。

《プロジェクト全体像》



《ねらい》

- 久米島 :ルールづくりやモニタリングを行うことで、貴重な資源を保全し、島としてのブランド価値向上につなげることができる。また、ルールづくりを通して島民が島の価値を再認識できる
- 観光客・企業等 :島の価値を知ることができる

《主な担い手と役割》

行政	漁協	レジャー事業者	旅行会社	観光協会	DMO	各種団体	島民
● 協議の場 参集、調整	○ 協議、ルールの遵守	○ 協議、ルールの遵守	○ 協議調整 ルール策定	○ 観光客への周知	○ とりまとめ協力	○ 協議、ルールの遵守	○ 協力

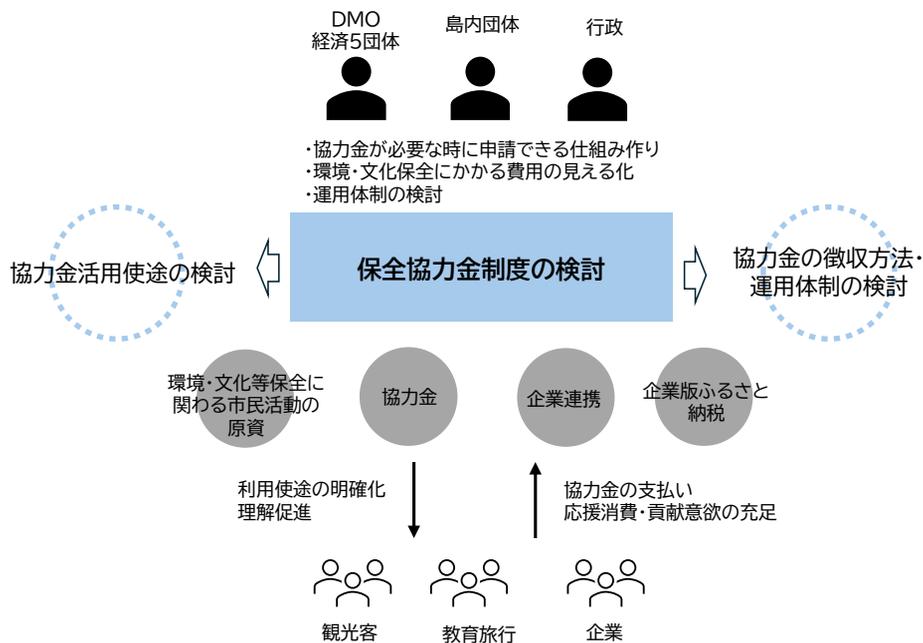
I 地域にある資源を守り育てるプロジェクト

3 保全協力金制度の整備

《基本的な考え方》

- 資源の保全・再生を継続的に行うためには財源確保が課題です。今回行った来島経験者のアンケートでは回答者の9割が「島の宝を守るために必要な協力金を負担する」と答えています。これを踏まえ、観光客を対象とした保全協力金制度の創設・運用に向けて、関係者の参画のもとで検討を行います。
- 漁協・町では、県外生協と協働した取り組みとして、売上の一部が環境保全活動に使われる「久米島美ら海環境基金」などを実施しています。このように、企業版ふるさと納税や企業連携などの検討も広げていくことが重要です。

《プロジェクト全体像》



《対象の想定》

- 海、ビーチ：漂着ゴミの処理、サンゴの植え付け、生態系・海域調査
- 陸上：植林、赤土流出の抑制、生態系調査、パトロール
- 歴史文化：史跡、建造物保全管理、紬等伝統文化継承、アーカイブ化 等

《主な担い手と役割》

行政	観光協会	DMO	経済4団体	旅行会社	各種団体
●	○	○	○	○	○
検討の場の設置、制度創設	協議参加	協議参加	協議参加	協議参加	地域、環境、文化等

I 地域にある資源を守り育てるプロジェクト

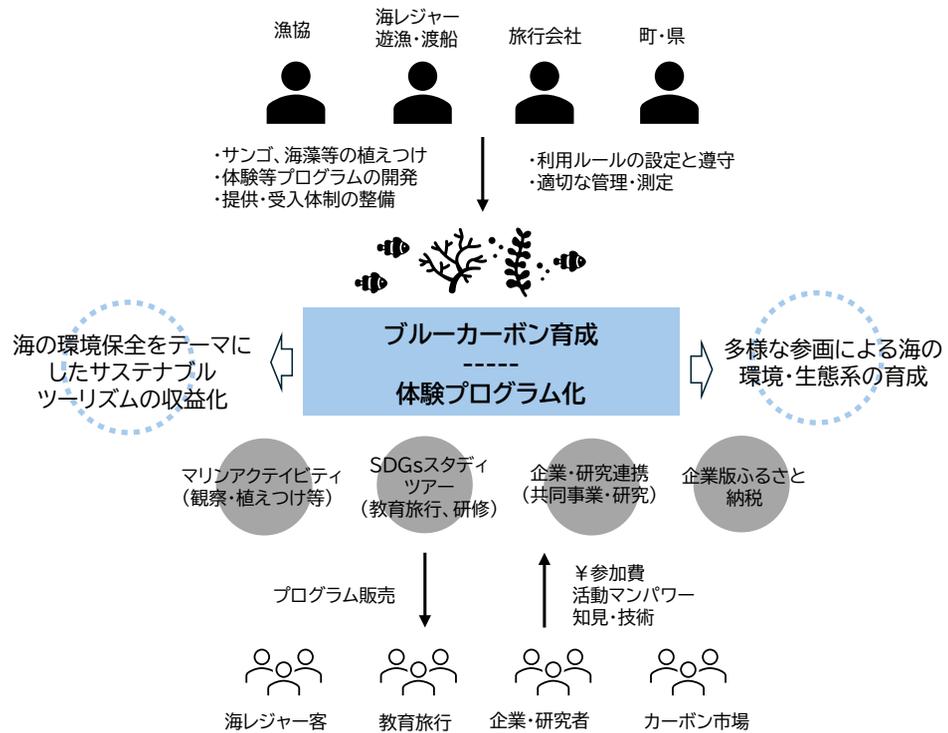
4

ゼロカーボンアイランドの推進

《基本的な考え方》

- もずくやアーサなど海藻類の養殖・出荷、サンゴの養殖や植えつけなど、ブルーカーボンの育成に関する取り組みを活かし、海の環境や生態系を学ぶ教育プログラムを構築します。これを社会課題の学びや解決に関心が高い教育旅行、企業研修向けに提供していきます。
- さらに、豊かな海を守り育てる活動・研究に協働する研究者や企業などの参画の仕組みづくりに取り組みます。

《プロジェクト全体像》



《主な担い手と役割》

行政	観光協会	DMO	漁協	旅行会社	レジャー事業者	商工会	各種団体
○	●	●	●	○	○	○	○
企業・研究者やつながり、企業版ふるさと納税等	プログラム開発支援・学校等への販売促進	プログラム開発支援、企業・研究者の掘り起こし	藻場、サンゴ養殖の管理、プログラム受け入れ	プログラム商品化支援、販売	プログラム提供・受け入れ	会員向け取組普及	環境/社会・技術の協力

基本的な考え方

- 現在、久米島にある山・川・海・生き物、農業、漁業、紬業などの資源を活かして、事業者や団体が体験・学習プログラムを実施しています。運営マニュアルやタリフ(観光コンテンツの概要、料金体系、条件等をまとめたもの)など定型化を進め、負担なく円滑にプログラム提供できる体制を整える必要があります。
- また、久米島紬をはじめ、久米島をより深く体感できる魅力あるプログラムの充実・体系化、季節の歳時記や伝統行事など島の日常を活かした体験プログラムを開発します。
- 久米島ならではの体験プログラムの情報をとりまとめ、観光客が検索・予約販売するオンラインの仕組みを構築します。

第3次計画の目標（2028年度までに実現を目指すこと）

観光消費額における 娯楽・入場費の増加	基準値(2023年)※1	目標値(2028年)
	13,228円	15,873円〔令和4年度比 20%増〕
体験プログラムの 認知度	基準値(2023年)※2	目標値(2028年)
	19%	80%
仕組み・制度の 構築と実装化	目標(2028年)	
	<ul style="list-style-type: none"> ● 探究型プログラムの体系整備と提供開始 ● 体験プログラムのオンライン予約システムの構築と実稼働 	

第3次計画の目標（2028年度までに実現を目指すこと）

アクションプロジェクト	ロードマップのイメージ				
	2024	2025	2026	2027	2028
1 体験プログラム等の 発信・販売体制の構築		▼ウェブサイトの充実 ▼オンライン決済システムの運用開始			
2 島のつながりを活かす 付加価値の高いプログラムづくり	▼情報共有・体系化				
3 久米島紬を未来につなげる 体験プログラムの開発		▼プログラムの開発・試行 ▼販売開始		▼滞在型プログラム開始	
4 久米島の日常を活かした 体験プログラムの開発	▼資源調査		▼プログラムの開発・商品化		▼販売

※1 沖縄県令和4年度観光統計実態調査

※2 来島経験者調査(2023)

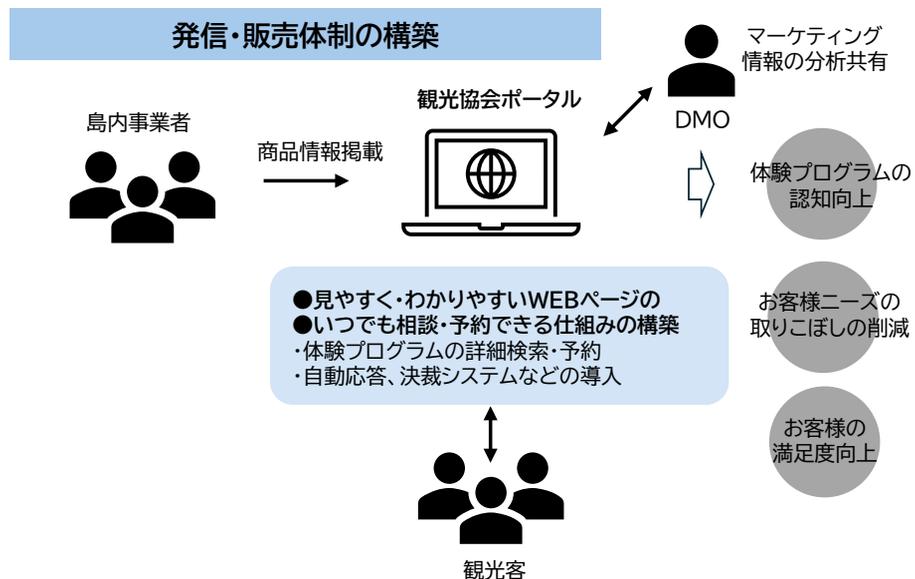
II コンテンツ（資源を活用したプログラム・商品）で稼ぐプロジェクト

1 体験プログラム等の発信・販売体制の構築

《基本的な考え方》

- 久米島ではさまざまな体験プログラムを提供しており、古武道など新しいコンテンツの開発・事業化の試みも行っています。しかし、プログラムの詳細内容や予約方法がわからない、空き状況を確認できないなど、お客様に情報が届いていない・提供体制が整っていないことから、利用したいお客様を取りこぼしていると考えられます。
- 観光協会のウェブサイト、体験プログラムの情報を一元化したポータルサイトとして充実し、オンラインで予約できるシステムを整備します。あわせて自動返信、決済システム等を導入することで、効率的に対応力の強化を図ります。

《プロジェクト全体像》



《ねらい》

- 久米島:体験プログラムの認知を向上し、利用者数の増加につなげる
- 観光客・企業等:豊富なメニューを比較検討し、ニーズに合ったコンテンツを選べる。24時間いつでも予約申込ができる

《主な担い手と役割》

	行政	観光協会	DMO	旅行会社	レジャー事業者	商工会	その他団体
支援	○	●	○	○	○	○	○
		プログラム情報集約、予約システムの導入	閲覧データの分析、システム化支援	商品情報掲載、評価を踏まえた改善・充実	プログラム情報掲載、評価を踏まえた改善・充実	会員向け取組の呼びかけ	商品情報とりまとめ協力

II コンテンツ（資源を活用したプログラム・商品）で稼ぐプロジェクト

2 島のつながりを活かす付加価値の高いプログラムづくり

《基本的な考え方》

- 島では、赤土流出を抑えるため植物を植えたり、久米島紬の染料を採るために植林をするなどの取り組みを行っています。さらに、海の環境・生態系を守るためにマリンレジャーの事業者と漁協が連携して体験アクティビティを提供したり、環境保全NPOと久米島紬事業組合が連携して紬の染料を採る探索ツアーを企画するなど、島の自然・歴史文化・なりわいのつながりや営みをストーリー化したプログラム開発が始まっています。
- 博物館、研究者等の協力を得ながら資源間のつながり・暮らしや伝承等との関わりを掘り下げ、よりじっくりと島の魅力に触れる付加価値の高いプログラムづくりを推進します。

《プロジェクト全体像》

- 諸団体から以下のような取組提案があります。まずはこれらの具体化・定番化を進めます。

環境を学ぶプログラム	自分の食べるものを自分で採るプログラム	環境となりわいのつながりを学ぶプログラム
<ul style="list-style-type: none"> ➢ ダイビングを楽しみながら海底清掃とサンゴ苗の植え付け体験を通して海の生態系を学ぶ ➢ 自分が植えたサンゴの成長を見に行く(リピーター化) ➢ 「ホテルからサンゴのつながり」ホテルの川体験～サンゴ移植、サンゴ産卵やホテル鑑賞を一貫した自然環境再生を学ぶ 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ モズク収穫体験・採れたてモズクしゃぶしゃぶなどで堪能する ➢ 今日のランチの車エビを自分で釣って自分で調理する ➢ 「自分が使う1年分の砂糖づくりをしよう」島に通いながらサトウキビの収穫から砂糖の製造まで自分で体験する 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 「紬の森を育てる」久米島紬の染料材料となる植物を、久米島の集落に隣接する森の林縁部に植樹し、緩衝地帯の環境を再生する ➢ 「自分が使う1年分の塩づくりをしよう」海洋深層水を学び、海洋深層水から塩を手づくりする ➢ 「久米島の水を巡る」山から海、泡盛やコーヒーなど久米島の水を使った食などを全部体験する

《ねらい》

- 久米島：①提供プログラムと地域資源(産業・商品を含む)の付加価値を高める、②小規模・高付加価値な商品として無理なく提供できるようになる、③リピーターの確保につながる、④収益が上がる
- 観光客・企業等：①島を深く学び知的好奇心を満たし、自己成長を感じるなど高い満足を得られる、②島民との親しい関係ができる

《主な担い手と役割》

	行政	観光協会	DMO	漁協農協	紬組合	旅行会社	事業者生産者	博物館
支援	○	●	●	○	○	○	○	○
		連携の促進、プログラムの発信・販売	連携マッチング、プログラムの開発支援	連携・プログラムの共同開発、実施	連携プログラムの共同開発、実施	プログラムの商品化コーディネート	資源の提案、観光客の受け入れ	プログラムの監修・ストーリーづくり等の支援

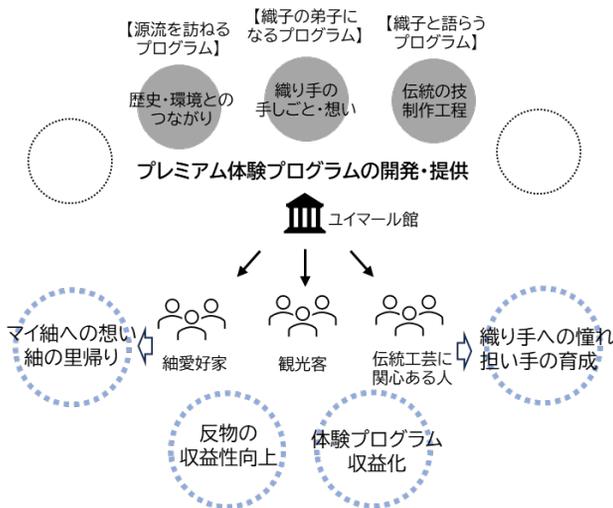
II コンテンツ（資源を活用したプログラム・商品）で稼ぐプロジェクト

3 久米島紬を未来につなげる体験プログラムの開発

《基本的な考え方》

- 伝統工芸品であり国重要無形文化財である久米島紬は、紬織物の源流とも言われ、文化的歴史的価値が極めて高いものです。島で採れる植物や泥を原材料としていること、図案選びから染色の原材料となる植物の採取、糸の染め付け、織りまで全工程を1人の織子が手作業で行っていることなど、久米島紬の根幹にあるストーリーには、唯一無二の価値があります。近年では、久米島紬事業協同組合を中心に、旅行会社や環境団体等と連携した体験プログラムづくりに取り組んでいます。
- こうした背景を踏まえ、久米島紬の源流にあるストーリーを探究する体験、織子の手仕事に間近に触れる体験などをプレミアムな体験として商品化し、新しいビジネスとして積極的に展開します。また、体験を入口に久米島紬の価値を広く国内外に普及することで、商品そのものの価値を一層高めるとともに、次世代の織子の育成につなげます。

《プロジェクト全体像》



《ねらい》

- 久米島：久米島紬が持つ有形無形の価値を高め、文化と産業の両面から振興を図るとともに、次世代の担い手発掘・育成に活かす
- 観光客等：歴史、自然環境、暮らし・なりわいといった島の資源の有機的なつながりを体感でき、より深い久米島体験ができる

《主な担い手と役割》

行政	観光協会	DMO	商工会	紬組合	旅行会社	環境団体	博物館	宿泊施設等
○ 支援	○ プログラムの発信・販売	○ 事業化支援、プログラム開発支援	○ 商品開発、マーケティング支援	● 観光関係者との連携強化、情報発信	● プログラム・商品化コーディネート	○ 連携プログラムの共同開発	○ プログラム監修・ストーリーづくり等の支援	○ 弟子入り体験等の滞在プログラム

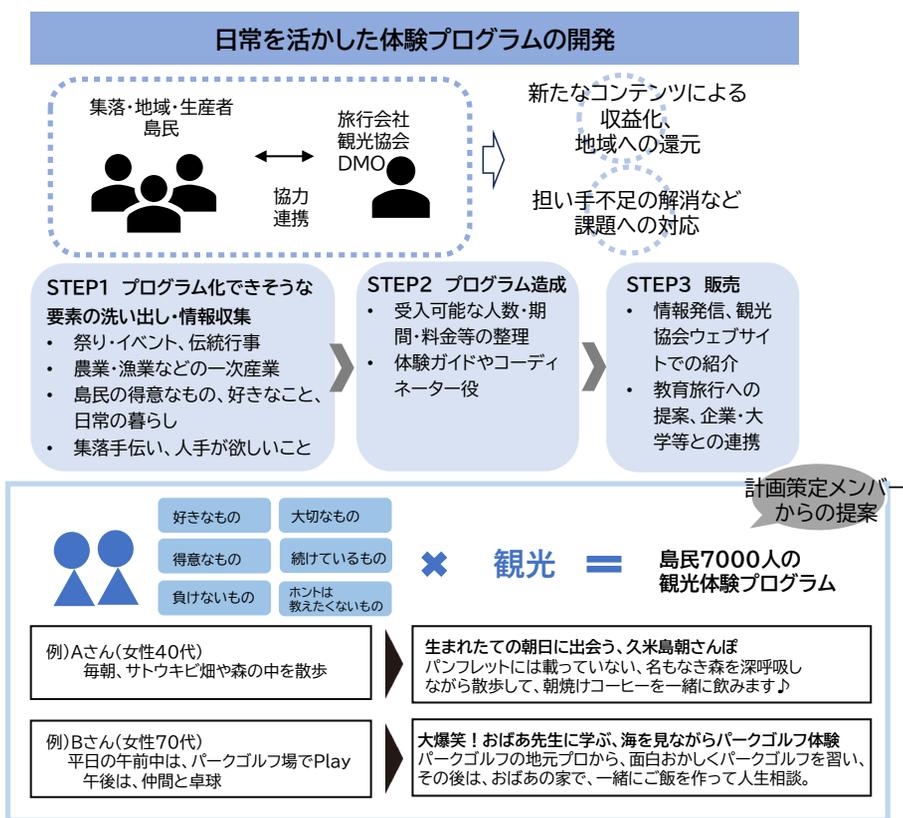
II コンテンツ（資源を活用したプログラム・商品）で稼ぐプロジェクト

4 久米島の日常を活かした体験プログラムの開発

《基本的な考え方》

- 一次産業の生産現場や祭などの伝統行事、食の歳時記、集落の行事などの久米島らしさ、沖縄らしさを掘り起こし、閑散期向け体験プログラムとして提供を試みます。そのため、島民の理解を得ながら、観光客が参加できる仕組みづくり、プログラム化に取り組みます。
- 小規模な教育旅行の受け入れなどから段階的な販売を目指します。

《プロジェクト全体像》



《ねらい》

- 久米島：生産現場や行事の担い手不足の解消。新たな収益源の確保
- 観光客・企業等：島民との交流を楽しむ。特別な体験ができる

《主な担い手と役割》

	行政	観光協会	DMO	集落	旅行会社	事業者 生産者	博物館	FM
○ 支援		○ プログラムの 発信・販売	● 地域課題 掘り起こし、プログラムの 対話試行	● 地域資源・ 課題の提示、対話・ 取組の受け入れ	○ 資源掘り 起こし、プログラムの 商品化コーディネート	○ 対話、生産現場での 受入協力	○ プログラムの 監修・ストーリー づくり等の 支援	○ 協力呼び かけ、プログラムの 開発 コーディネート

基本的な考え方

- 久米島では、7～8月の繁忙期とそれ以外の閑散期の差が大きく、特に観光産業の安定経営を目指す上で観光客数の平準化が課題となっています。
- これまでも行ってきた教育体験旅行や、企業向け研修を充実し、閑散期の需要の底上げに取り組みます。
- 夏季以外の季節にも海のレジャーが楽しめることをアピールするとともに、冬季、早朝や夜のコンテンツを充実することで年間を通じて楽しめる観光地づくりを目指します。

第3次計画の目標（2028年度までに実現を目指すこと）

	基準値(2019年) ※1	目標値(2028年)
ピーク期以外の 観光客数の引き上げ	年間 100,760人	閑散期 各月 3,000～5,000人増加 (年間15万人)

	基準値(2023年) ※1	目標値(2028年)
教育旅行の件数増加	10校 1,650名	18校 約2,900名

第3次計画の目標（2028年度までに実現を目指すこと）

アクションプロジェクト	ロードマップのイメージ				
	2024 >	2025 >	2026 >	2027 >	2028 >
1 閑散期も楽しめる コンテンツの開発・充実		▼ストーリーの検討 ▼新たなプログラムの造成・販売			
2 企業・大学向けSDGs研修、 スタディツアーの受入		▼ウェブサイトの充実 ▼オンライン決済システムの運用開始			
3 教育旅行の受入拡大	▼受入期間の分散化				▼18校

※1 一般社団法人久米島町観光協会

III 閑散期の需要アッププロジェクト

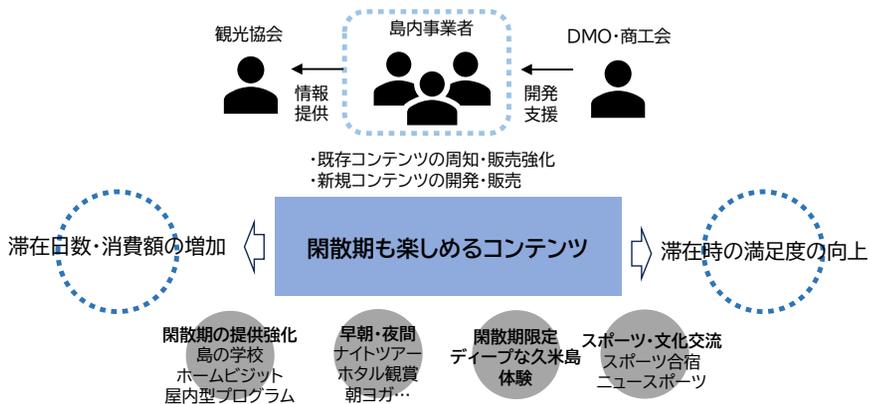
1 閑散期も楽しめるコンテンツの開発・充実

《基本的な考え方》

- 冬季を中心に、来島を促す魅力づくりが重要な課題となっています。「島の学校」、ホームビジットなど、久米島らしさを体験できるプログラムの発信・販売を推進しながら、季節ならではのコンテンツ開発・充実に取り組みます。
- 計画策定メンバーからは、以下のような具体的なアイデアが上がっており、提供体制を整えながらプログラムとしての販売を目指します。

冬季・雨の日コンテンツ	夜・早朝コンテンツ
<ul style="list-style-type: none"> ➢ 久米島お茶文化のコンセプトカフェ(海洋深層水活用) ➢ リーフワークなどのクラフトワークショップ ➢ 久米島紬着付け体験 ➢ ラムサール登録の幻の川を見るツアー ➢ ニュースポーツの実施、大会、紹介 ➢ ラジオ出演でバーチャル久米島ツアー 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ ナイトマーケット(食) ➢ 漁体験、トビイカ釣り ➢ ラジオパーソナリティと行くナイト久米島 ➢ ナイトツアー:ホテルツアー、ミステリーナイト、星空ツアー ➢ ヤジャーガマ探検 ➢ 早朝ヨガ、浜辺でモーニングコーヒー

《プロジェクト全体像》



《ねらい》

- 久米島 : 閑散期需要の底上げ。新規顧客の確保。消費額の向上
- 観光客・企業等 : 冬季に楽しめるプログラム、夜や早朝でしか体験できないプログラムへの参加

《主な担い手と役割》

	行政	観光協会	DMO 商工会	島民事業者	経済4団体	旅行会社	各種団体	博物館	FM
支援	○	●	●	○	○	●	○	○	●
		プログラム情報の発信・オンライン販売	資源掘り起こし、プログラム開発支援	プログラム受入協力	レベル別プログラムの体系化・充実。受入体制	資源掘り起こし、プログラム開発コーディネート	環境、文化等、定番プログラムの整備。受入体制	プログラム監修支援	資源掘り起こし、プログラム開発コーディネート

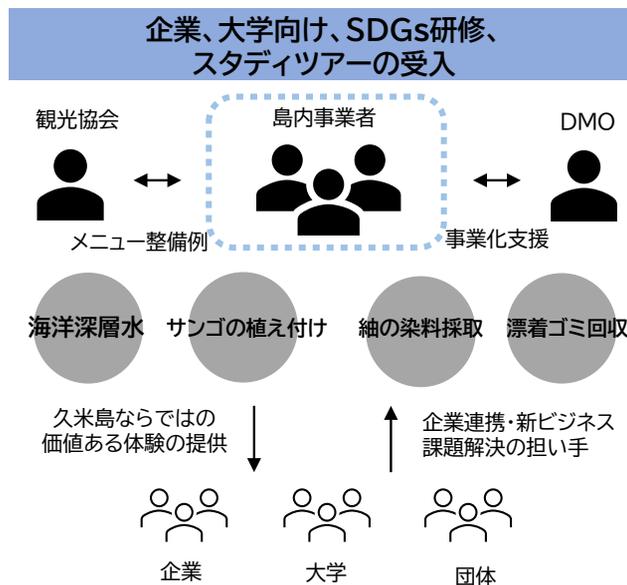
III 閑散期の需要アッププロジェクト

2 企業・大学向けSDGs研修、スタディツアーの受入

《基本的な考え方》

- 久米島の海洋深層水活用は、年間を通して国内外からの視察が多数あり、全国的な注目度も高くなっています。久米島紬も海外からの注目度の高いコンテンツとなっています。
- 現在は行政を窓口とした受入対応が中心となっていますが、島内事業者との連携、受け入れ時のノウハウ提供などを進め、有償での視察受入ツアーの造成に取り組めます。
- また、単なる観光地巡りだけでなく、学習・探求要素を多く取り入れたメニュー、観光客と地域が一緒になって共通のテーマに取り組む課題解決型ツアー等の開発を進め、企業・団体向けの研修旅行等の受け入れに取り組めます。受け入れをきっかけとした企業連携や共同研究、新規ビジネスへの発展も目指します。

《プロジェクト全体像》



《ねらい》

- 久米島：受け入れをきっかけとした、企業連携や共同研究、新規ビジネスへの発展の可能性、課題解決の担い手を増やす。MICEの獲得。他離島との差別化
- 企業・団体・大学等：海洋深層水の活用研究、先進的な取り組みとの連携

《主な担い手と役割》

	行政	観光協会	DMO	漁協	紬組合環境	旅行会社	博物館	FM	県研究機関
	○	●	○	○	○	○	○	○	○
取組支援 海洋深層水メニューの 民間提供		プログラム定 番化・体系 化、情報 発信	MICEメ ニュー開発、 共創事業マ ッチング	プログラム、 メニューの整 備、受入 体制強化	プログラム、 メニューの整 備、受入 体制強化	プログラム体 系化・充実 への支援 協力	プログラム監 修・ストー りづくり等 の支援	協力呼び かけ、プロ グラム開発コ ーディネー	MICEマッ チング支援

III 閑散期の需要アッププロジェクト

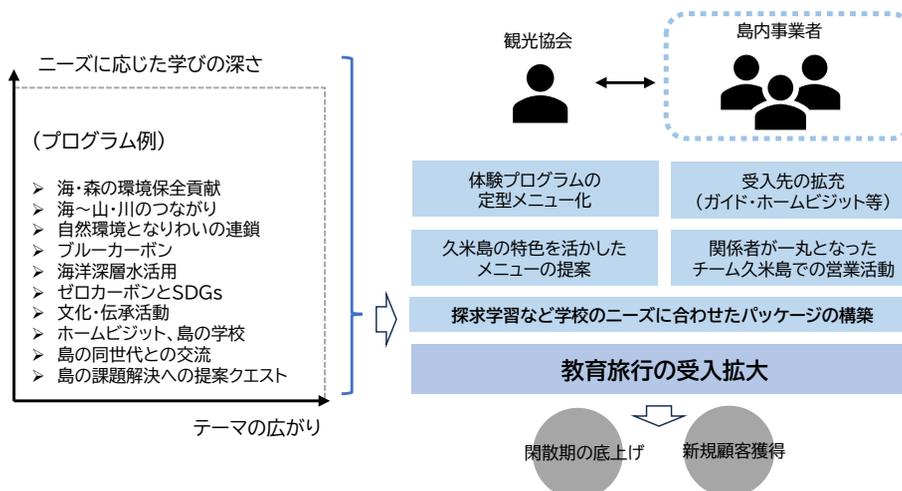
3

教育旅行の受入拡大

《基本的な考え方》

- 久米島での教育体験旅行では、1島1校方式が好評を得ており、特に11～12月に多くの学校を受け入れています。受け入れの効率化、負担軽減に取り組みながら、受入校数の拡大を図ります。
- 近年の教育旅行は、現地滞在中だけでなく、事前・事後学習を含む総合的な探求型学習プログラムへのニーズが高まっており、より深い学びを得られるメニューの提供が求められています。
- 体験プログラムの定型メニュー化を進めるとともに、観光協会、博物館等が連携して、ガイド・受入人材の養成・充実に取り組みます。
- 島内宿泊施設と連携を強め、受け入れに余裕のある4～6月に教育旅行を実施する学校への営業活動などにも取り組みます。

《プロジェクト全体像》



《ねらい》

- 久米島 : 閑散期需要の底上げ。新規顧客の確保
- 学校関係者・生徒 : 久米島らしい体験の提供、より深い学びの実現

《主な担い手と役割》

	行政	観光協会	DMO	島民事業者	経済4団体	旅行会社	各種団体	博物館	FM
支援	○	●	○	○	○	○	○	○	○
		プログラム定番化・体系化と提供、受入家庭の強化	プログラム定番化・体系化支援	プログラム受け入れへの協力、受入家庭への理解	レベル別プログラムの体系化・充実。受入体制	プログラム体系化・充実への支援協力	環境、文化等、定番プログラムの整備。受入体制	プログラム監修・ストーリーづくり等の支援	協力呼びかけ、プログラム開発コーディネート

基本的な考え方

- 「久米島」を知ってもらい、旅行先を検討する際の選択肢となるよう、旅マエ(旅行前)に重点を置いた情報発信、販売促進活動を強化していきます。
- 島民約 7000 人と一緒になって情報発信を行います。
- 1 年間の販促・キャンペーン計画の作成を進め、チーム久米島として効果的な販促活動を進めていきます。

第 3 次計画の目標（2028 年度までに実現を目指すこと）

久米島の地域資源名の 認知度向上	基準値(2023年) ※1		目標値(2028年)	
	ハテの浜 26% イーフビーチ 24%		ハテの浜 イーフビーチともに	60%
観光協会 ホームページ 新規ユーザー数	基準値(2023年) ※2		目標値(2028年)	
	年間136,106人		年間 17 万人	

第 3 次計画の目標（2028 年度までに実現を目指すこと）

アクションプロジェクト	ロードマップのイメージ				
	2024 >	2025 >	2026 >	2027 >	2028 >
1 1年間の販促・キャンペーン計画の 作成と共有	▼販促計画の擦り合わせ(毎年) ▼チーム久米島での取組実行(毎年)				
2 島から発信力アップ	▼情報共有 ▼島民と一緒に作った情報発信 ▼勉強会(年1回以上)				

※1 来島経験者調査(2023)うち沖縄本島来訪経験者

※2 一般社団法人久米島町観光協会

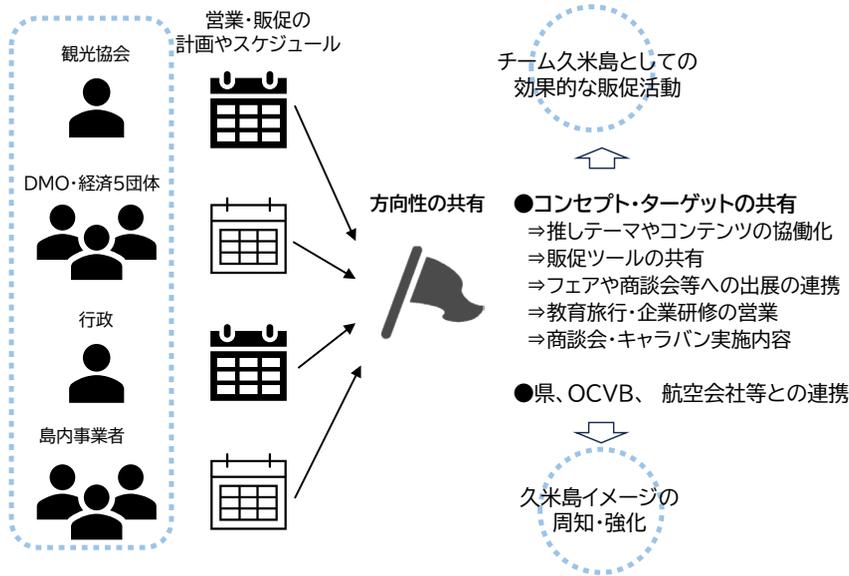
IV 認知・つながりアッププロジェクト

1 1年間の販促・キャンペーン計画の作成と共有

《基本的な考え方》

- 限られた人材・予算で最大限の発信・集客効果を発揮するため、島内団体・事業者が一丸となった取り組みが必要であり、島内での情報共有を強化します。
- 例えば、年度ごとに団体・宿泊施設間で情報を共有し、誘客・販売ターゲットや売り出したいテーマなどの目線あわせを行い、相互に連携・共同行動をとるなど、島から発信する情報やイメージの厚み・インパクトを持たせる工夫を行います。また、島内事業者、生産者、プログラム提供者もこの情報を共有し、イベント、食メニュー、体験プログラムの提供など、島ぐるみでの価値向上を図ります。
- 手始めに、販促・キャンペーンの年間スケジュールの共有、ターゲットやコンセプトを議論する場を設定します。

《プロジェクト全体像》



《ねらい》

- 販促活動の最適化、島内連携の促進

《主な担い手と役割》

行政	観光協会	DMO	経済4団体	宿泊飲食	旅行会社	レジャー事業者	FM
○ 協力支援	● 情報の集約・発信、販促活動への反映	● 島内関係者の集約・方向性とまとめ	○ 情報の提供・共有、相互連携した行動	○ 情報の提供・共有、相互連携した行動	○ 資源掘り起こし、プログラム開発コーディネート	○ 情報の提供・共有、相互連携した行動	○ 情報の集約・発信、島内共有

IV

2 島から発信力アップ

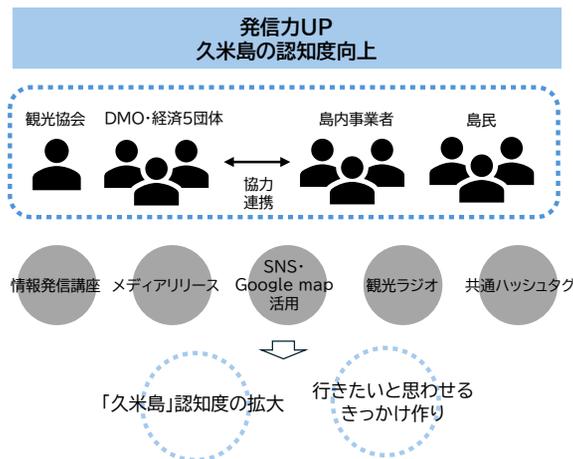
《基本的な考え方》

- 島内の観光に関する情報は様々に発信されていますが、観光客からはより充実した情報発信が求められています。SNSなどのツールを最大限活用しながら、「行ってみたい」と思わせる情報発信を積極的に行います。
- 島内事業者をはじめ、島民からも島の魅力を発信することで、リピートしてくれる久米島ファンの獲得に取り組みます。
- 計画策定メンバーからは、以下のような具体的なアイデアが上がっており、各主体で連携しながら発信力を高めていきます。

島の発信力をアップする取組アイデア

- 島民みんなのいいねでSNSをバズらせる
- SNSに顧客が口コミを掲載するよう促す
- SNS投稿時に共通ハッシュタグで発信するよう促す
⇒キャンペーンなどで共通ハッシュタグを提示し、投稿を促す
- 商工会会員に発信協力を依頼
- 「私の好きな久米島」をラジオで発信
- 『誕生日は、久米島で！』誕生日の来島者を、島の温かいおもてなしで島全体でお祝いする

《プロジェクト全体像》



《ねらい》

- 久米島 : 発信力の向上、ターゲットへの情報の訴求
- 観光客 : 久米島への認知・関心のアップ、必要な情報の取得

《主な担い手と役割》

行政	観光協会	DMO	商工会	経済4団体	旅行会社	島民事業者	FM
○ 運営するメディアの活用	● 発信企画の提案実施、キャンペーン等施策展開	● 発信企画の検討協力	● 事業者向け講座開催、活用支援等	○ 発信協力、会員への協力呼びかけ	○ 発信協力	○ 発信協力(投稿等)	○ 企画の提案実施、島民目線の発信

基本的な考え方

- 久米島に住む島民、観光客にとって、また初めて久米島を訪れる人にとっても、安全安心であることはもとより、不安や不便がなく快適で過ごしやすいまち、滞在・周遊が楽しいまちであることが重要です。サイン・案内板の整備、交通サービスの充実、情報提供など、今日の観光行動に対応した利便性の充実を進めます。
- 久米島のゆったりとした雰囲気や集落の風景、海・ビーチが身近にある日常など、島本来の景観や空間を活かしながら、まちの魅力の磨き上げを進めることも重要です。イーフビーチ地区、奥武島など、観光資源が集積し多くの観光客が訪れるエリアを中心に、魅力あるエリアづくりに取り組みます。

第3次計画の目標（2028年度までに実現を目指すこと）

	基準値(2023年) ※1	目標値(2028年)
イーフビーチ 来訪者数(月間)	3,910人	6,250人

第3次計画の目標（2028年度までに実現を目指すこと）

アクションプロジェクト	ロードマップのイメージ				
	2024	2025	2026	2027	2028
1 イーフビーチエリアの魅力の充実	▼宿泊施設充実	▼中長期的なエリア形成の検討		▼サイン、景観の改修	

※1 2023年 おきなわ観光地域カルテ 2022年1月観光スポット来訪者数

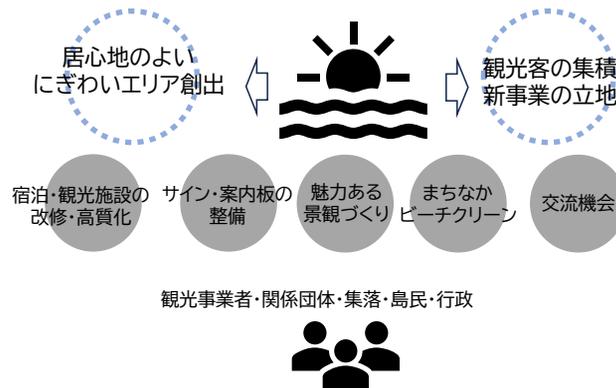
V 住んで巡って心地よい島づくりプロジェクト

1 イーフビーチエリアの魅力の充実

《基本的な考え方》

- イーフビーチ地区は、久米島の中でも宿泊施設、飲食店などが集積し、昼夜を問わず島民も観光客も訪れる島内で最も人が集まるエリアです。通りからビーチにそのままアクセスでき、海を身近に感じられるエリアでもあります。また近年は、観光庁事業を活用して施設の充実や景観整備に取り組むなど、官民が連携してエリアの魅力向上に取り組んでいます。
- 今後もイーフビーチのゆったりとした雰囲気を活かしながら、島の中核的なにぎわいエリアとしての活性化を目指します。そのため、宿泊施設、飲食店等の事業者、集落、DMO、行政など関係者が連携し、中長期的なエリアのあり方を協議しながら、島民にも観光客にも居心地のよいエリアづくりを進めます。
- 島民も観光客も楽しめるにぎわいイベント、定期的なビーチクリーン、植栽や看板の修景など、小さな取り組みを継続しながら魅力向上を進めるとともに、「空家等対策利活用計画」及び景観条例を踏まえて、既存施設の再生や活性化、新たな観光関連サービスの立地誘導等を推進します。

《プロジェクト全体像》



《ねらい》

- 久米島 : 久米島を象徴する魅力あるエリアの創出、観光関連産業の集積誘導、にぎわいの創出
- 観光客 : 安全安心で快適なビーチリゾートでの滞在体験

《主な担い手と役割》

行政	観光協会	DMO	宿泊飲食	レジャー事業者	集落	島民	各種団体	FM
○ インフラ整備 取組支援	○ にぎわいづくり、美化呼びかけ	○ 取組支援にぎわいづくり促進	○ 高付加価値化、魅力づくり	○ にぎわい・魅力づくり	○ 美化清掃景観づくり	○ ビーチ等美化清掃協力	○ ビーチ等美化清掃協力	○ 協力呼びかけ・情報発信

基本的な考え方

- 島民アンケートによれば、島民の約 8 割が「地域への愛着がある」「観光振興に賛成」と答えています。「住んでよし、訪れてよし」の地域づくりの一環として、島民が楽しみながら観光に携わる場面・機会を充実し、島ぐるみで取り組みを進める機運を醸成します。
- 島内での連携を高めるため、島民向けの情報発信を強化していきます。

第 3 次計画の目標（2028 年度までに実現を目指すこと）

島民の観光との関わり 〔「かなり強い」+「強い」 回答率〕	基準値(2023年)※1	目標値(2028年)
	40%	60%
観光振興の賛否 (賛成の割合)	基準値(2023年)※1	目標値(2028年)
	78%	90%
ホームビジット 受入家庭数	基準値(2023年)※2	目標値(2028年)
	37軒	50軒

第 3 次計画の目標（2028 年度までに実現を目指すこと）

アクションプロジェクト	ロードマップのイメージ				
	2024	2025	2026	2027	2028
1 ホームビジット受入家庭の充実	▼ホームビジットの情報発信(継続) ▼一般販売体制の構築(継続)				
2 島民向け認知アップ	▼FMラジオを活用した情報発信 ▼島民向けプログラム体験会(継続)				

※1 島民調査(2023)

※2 一般社団法人久米島町観光協会

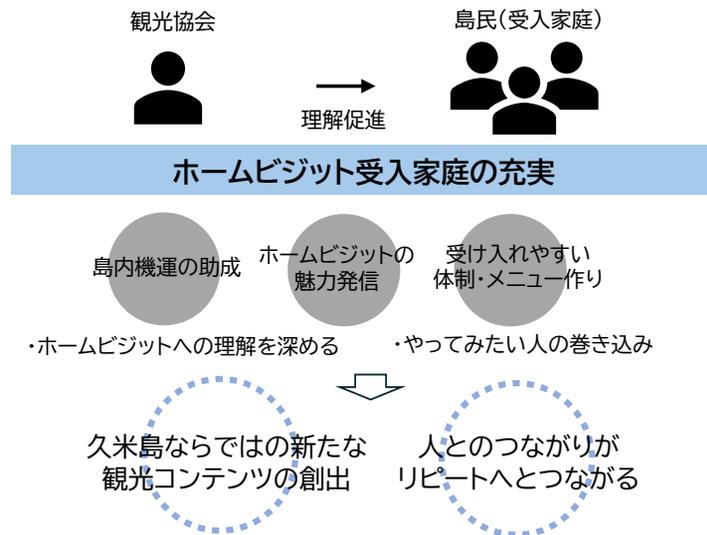
VI 島ぐるみ・島民アッププロジェクト

1 ホームビジット受入家庭の充実

《基本的な考え方》

- 教育旅行でも人気の高いホームビジットは、37軒(令和6年3月現在)の家庭が参加しています。島民と触れ合うことで島の暮らしや文化をより深く理解でき、島へのリピートにもつながります。
- 閑散期を中心に教育旅行の受入拡大に向けて、ホームビジット受入家庭の拡充を推進します。そのため、ホームビジットの受入条件・ルールの緩和(例:時間、人数、金額等)、受け入れ時の体験・提供メニューのサポート、受入家庭間の情報交流などを進めます。
- また、仕事を持ちながら受け入れを行う家庭も多いため、職場での理解、島民全体の機運醸成に努め、島民同士でホームビジット体験する機会を充実します。
- 今後は、大人・個人の観光客にも島の日常を体験する有償プログラムとして通年で提供できるよう、観光協会でのオンライン予約・販売システムに登録を進めます。

《プロジェクト全体像》



《ねらい》

- 久米島 : 新たな収入源・久米島らしいコンテンツとしての確立
- 観光客 : 島民との触れ合い・リピートのきっかけ

《主な担い手と役割》

行政	観光協会	DMO	経済団体	受入家庭	島民	FM
○ 参加呼びかけ	● ホームビジット家庭の取りまとめ	● 協力促進、体験会など機運醸成	○ 受入家庭への理解・応援	○ ノウハウ、情報の提供・交流	○ 参加協力、登録	○ 参加呼びかけ・発信など機運醸成

VI 島ぐるみ・島民アッププロジェクト

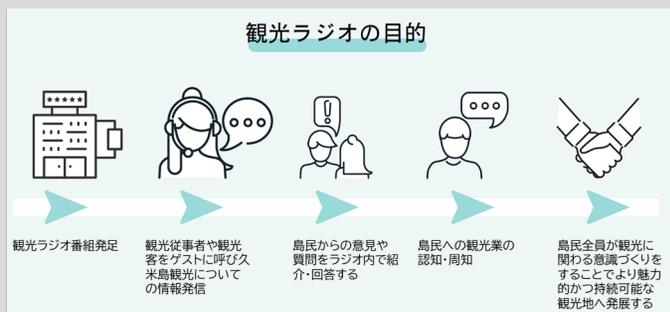
2 島民向け認知アップ

《基本的な考え方》

- 観光振興計画をはじめ、町や関係団体、事業者等の取り組みや成果を島民が知る機会はずしも十分ではありません。島の観光が目指す方向性や観光関係者の取り組みを知ること、新たな連携や応援の機運が高まるよう島民の理解促進に取り組みます。そのため、行政、DMO、観光協会、事業者等が連携し、広報誌、FM、ウェブサイト、体験会や講座等を通じて、定期的な情報発信を行います。
- 計画策定メンバーからは、以下のように具体的なアイデアが上がっており、各主体で連携しながら発信力を高めていきます。

【観光振興計画に基づく「観光ラジオ」発信】

- 内容：FM 番組「ラジオ広報ハイサイくめじま」などを活用し、観光に特化した発信を行う
- 運営：商工観光課・FM 久米島と観光ワーキングチームが協力
- 番組内容：「久米島観光」にまつわる情報を観光従事者や観光客をゲストに呼び発信する



《ねらい》

- 観光に対する島内の理解・意識を高め、島ぐるみで魅力ある観光地域づくりに取り組む

《主な担い手と役割》

	行政	観光協会	DMO	経済団体	旅行会社	島民事業者	FM
	○ 番組枠を提供	● 最新情報を提供、発信支援	● 島内の最新情報の集約、島内意向の把握	○ 観光に関する新しい取り組みを定期的に提供	○ 発信内容の企画、反響後のフォロー	○ 観光に関する取り組み、話題の提供	● 新企画提案、発信、反響後のフォロー

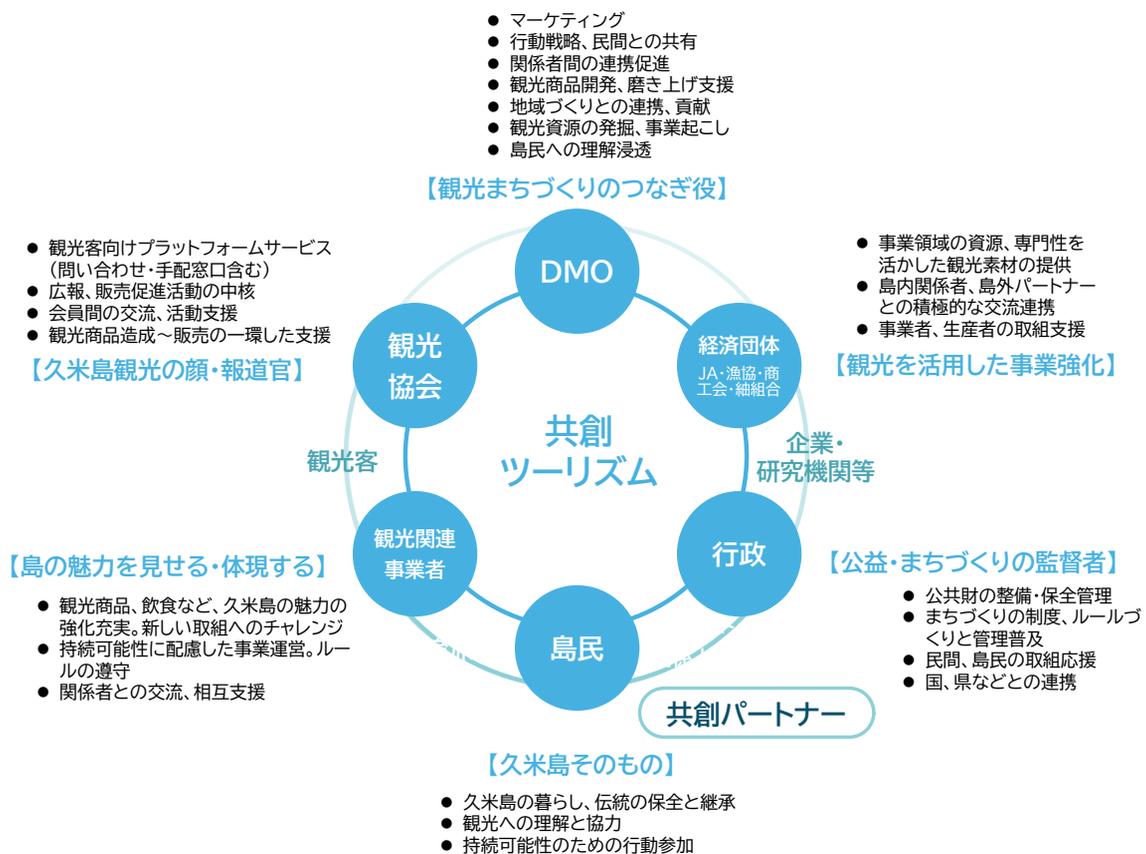
計画の推進体制

第3次計画では、久米島の宝を適切に活用・保全しながら、同時に島の経済やコミュニティの活性化、島民の誇りにつながる観光を推進していきます。そのため、観光団体、経済団体、観光関連事業者などの関係者のみならず、島民も含めて島ぐるみで取り組みます。

特にDMOと観光協会は、観光まちづくりの推進において両輪の存在です。互いに役割を整理・補完しながら連携強化し、効果的・効率的に事業を推進していきます。

また、本計画では、観光を入口として資源の保全・再生や活性化、課題解決などを観光客と島民がともに考え、新しい取り組み・活動を生み出す「共創ツーリズム」を目指しています。このため、観光客、教育旅行生、企業・研究機関、インターンシップなど、島外から島に訪れ、島への関心・関わりを持ち続けてくれる方々も「共創パートナー」として積極的に連携していきます。

図 久米島第3次観光振興計画の推進体制と主な役割



以下に、各施策に対する役割分担を整理しました。

※推進体制 推進幹事(●)、関係団体(○)

施策の柱	中項目	具体的な取組	役場	観光協会	商工会	JA	漁協	総協同組合	DMO事務局	その他	
(1) 久米島観光の根幹を支える地域資源の保全・再生・継承	①美しいビーチの保全整備	・ビーチクリーン活動の継続拡大、漂着物対策、ゴミ処理機能の強化。環境学習と組み合わせた体験プログラムの充実	●	●	○		○			島民観光客	
		・漂着ゴミの処理機能の強化	●		○		○				
	②地域資源の保全と活用に関するルールづくり	・「保全利用協定」の作成と認定登録、段階的な拡大	○	○	○				●	協定事業者	
		・JSTS-Dによる観光地マネジメント、認証取得への取り組み	○	○	○	○	○	○	●		
		・ルールの可視化と観光客・企業等への発信(ツール整備等)	○	●						○	企業、観光客
	③参加・共感を巻き込む仕組みづくり —島民と来訪者が協働する保全・再生活動	・島民や旅行者への参加協力の呼びかけ	○	●	○	○	○	○	○		
・資源の保全・再生活動の体験学習プログラム化と販売		○	●	○	○	○	○			旅行事業者 島内団体	
④資源の保全・再生活動に対する共感を集める仕組みづくり	・活動の財源となる協賛金制度の検討	●	○	○	○	○	○	○	●		
	・専門的な技術や知識をもつ国内外の企業や研究者等との連携、共同事業の推進	○	○						●	企業 観光客	
⑤ゼロカーボンアイランド(CO2排出ゼロの島)の推進	・ブルーカーボン、グリーンカーボンの活用推進	●	○		○	●	○	○	○	マリッジバー	
	・企業研修、共同研究、テーマ特化型のMICEの誘致	●	○			●	○	○	○		
(2) 「稼ぐ観光」の強化:コンテンツ・観光魅力の充実と販売体制の構築	①学校・企業等を対象としたスタディツアーの強化	・大都市圏及び沖縄県内の教育旅行の受入拡大	○	●					○	島民観光客	
		・探究型学習プログラムの構築。安定的な事業実施	○	●					○	島民観光客	
		・入門編～本格派までレベル別プログラム体系づくり	○	●						●	企業、観光客
		・企業・大学向けのSDGs研修、スタディツアーの誘致・受入	○	●						●	企業、観光客
	②閑散期の魅力増大と来訪促進	・各種体験プログラムを個人客向け旅行商品として販売	○	●						○	島民、観光客 旅行会社
		・閑散期の歳時記等を活かした体験プログラムの企画開発	○	○	○	○	○	○	○	●	集落 旅行会社
		・島の愛好家を担い手とする文化・スポーツイベントの開催	○	●						○	各種愛好団体
		・プロスポーツ及び大学等の合宿の誘致	○	●						○	宿泊施設
	③ホンモノを提供する付加価値の高いアクティビティの充実	・なりわいツーリズム	○	●	○	○	○	○	○	○	旅行会社
		・課題解決ツーリズム	○	●	○	○	○	○	○	○	旅行会社
・連続型・探究型ツーリズム		○	●	○	○	○	○	○	○	旅行会社	
④グルメ・お土産の開発、地産地消の推進	・島産品を活かした新たなお土産、新メニューの開発の強化・サポート	○	○	●	○	○	○	○	○	島内事業者	
	・島内生産者や産品情報の提供	○	○	●	○	○	○	○	○	島内事業者	
	・久米島産アピール、久米島産を盛り上げるイベントの実施	○	○	●	○	○	○	○	○	島内事業者	
	・観光客の需要に応じた飲食店等への営業・受入協力の働きかけ	○	○	●	○	○	○	○	○	島内事業者	
⑤宿泊施設の高付加価値化、多様化の支援	・宿泊施設の改修、魅力づくり	○	○	○					●	宿泊施設	
	・ニーズに応じた多様な宿泊施設の充実	○	○	○					●	宿泊施設	
⑥オンライン予約・決済システムの導入	・観光協会ウェブサイトの機能強化、オンライン予約システムの整備	○	●	○	○	○	○	○	○	観光事業者による登録	

施策の柱	中項目	具体的な取組	役場	観光協会	商工会	JA	漁協	協同組合	DMO事務局	その他	
(3) 久米島アピールの強化: 認知・イメージアップ	①情報発信、販売促進活動の強化	・教育旅行、企業研修の誘致	○	●					○		
		・国内外向け旅行商談会、誘客キャンペーン等の出展、季節ごとのテーマに沿った発信	○	●	○				●	島内事業者	
		・本島在住者、本島観光客をターゲットとした情報発信	○	●					○	島内事業者	
		・メディア向けニュースリリースの実施	○	●					○		
	②情報発信ツールの充実	・観光協会ウェブサイトの充実(ポータルサイト機能強化)	○	●							
		・冊子など紙媒体情報の掲載	○	●	○				○	島内事業者	
		・店舗営業情報、交通情報など、即時性が重要な情報の更新と伝達	○	●	○				○	島内事業者	
	③島民や旅行者など多様なメディアの活用	・島民が魅力発信に参加する機会づくり	○	○					●	島民	
		・事業者を対象とした地図アプリやSNSの活用講座の開催	○	○	●				●		
		・コミュニティFMを活用した観光の取り組みや観光魅力の発信	○	○					○	FMくめじま	
	④県・近隣と連携した効果的な展開	・県事業、近隣地域と連携したインバウンド対応の推進、施策や情報の活用	○	●					●		
	(4) まちづくりと連携した受入環境の整備・充実	①久米島らしい美しいビーチエリアの創出	・保全活動の継続実施、サイン、看板などの統一、施設外観の補修、美しい景観づくり等	○	○	○	○	○	○	●	島内事業者
②わかりやすいサイン、案内の整備			・島内の主要な施設や観光スポットを示す案内標識、サイン類の更新・整備	●	○					○	
			・久米島らしい景観や雰囲気づくり	●	○					○	
		・見どころや巡り方などを示すサイン、島内拠点へのわかりやすい案内板等の導入	●	○					●		
③島へのアクセス、島内交通の充実		・既存交通のリデザインと新しいモビリティサービスの検討	●	○	○					○	
		・民間の交通サービスの活用、連携	●	○	○					○	
		・交通サービスに関する適切な情報提供	○	●	○					○	
		・(飛行機)大都市圏直行便、離島間路線、チャーター便等の働きかけ	●	○						○	
④魅力ある景観・まちづくりの推進		・(船)フェリーの利用促進、兼城港ターミナル周辺の受入環境の充実	○	●						○	
		⑤魅力ある景観・まちづくりの推進	・良好な空き家の改修・再生、観光・交流施設等への利活用	●	○	○				●	島内事業者
			・景観づくりや古民家の保全に対する機運醸成	●	○	○				●	島民
・仲泊地区における歩いて楽しめるエリア再生の検討、にぎわいづくり			○	○	○				●	島内事業者	
⑤デジタル環境の充実	・公共施設、宿泊・飲食施設等と連携したWi-Fi、充電場所の充実、キャッシュレス化の促進	○	○	●				●	島内事業者		
⑥インバウンド受入体制の整備	・情報発信ツール、情報案内、案内標識等の多言語化、インバウンド受け入れに向けた機運醸成等	○	●	○				●			

施策の柱	中項目	具体的な取組	役場	観光協会	商工会	JA	漁協	総協同組合	DMO事務局	その他
(5) 観光に携わる担い手の育成・充実	①島民参加の仕組みづくり	・ホームビジット受入家庭の拡大	○	●	○	○	○		●	島民
		・観光施策に関する島民向けの情報発信、機運醸成	○	●	○				●	島民
		・ビーチクリーン、交流イベント等への参加協力の呼びかけ(※環境、情報発信の再掲)	○	●	○	○	○	○	●	島民
		・教育現場との地域連携、観光を活用した学習機会の創出	●	○	○	○	○	○	●	教育委員会 島民
		・島民参加を促すキャンペーン等の実施	○	●	○	○	○	○	●	島民
	②コーディネート機能の強化	・島民と観光客の橋渡しとなり、地域課題の解決や新事業支援を担う人材の育成・充実	○	●	○	○	○	○	●	
		・子どもから高齢者まで島の魅力や知識を学ぶ機会、ガイド役人材の掘り起こし・育成	○	●	○				●	教育委員会 島民
	③ガイド人材の育成・充実	・ガイド事業者を対象とした知識や技術向上のための講座開催、資格取得の支援	○	●	○				●	観光事業者
		・観光に関する新規起業や事業継承の取組支援	○	○	●				●	
	④観光起業の支援促進	・島に不足する観光関連事業の起業、参入の促進	○	○	●				●	
		・島との継続的なつながりを深める体験・滞在メニューの整備	○	●	○	○	○	○	●	
	⑤島のなりわい人材の育成	・農業、漁業体験プログラム、各種インターンシップの実施	○	●	○	○	○	○	●	
		・島に通いながら紬づくり技術を体験・習得する研修プログラム	○	○				●	○	
		・島に滞在しながら島の魅力アップや課題解決に関わる人材の受入強化	○	●	○	○	○	○	●	
(6) 計画・事業マネジメントの推進	①計画・事業実施の点検、成果の検証	・事業評価(自己点検)の定期実施、取組内容や達成度等の点検	○	○	○	○	○	○	●	
		・官民横断チームによる計画の進捗成果点検、新たな取り組みへの反映	○	○	○	○	○	○	○	●
	②マーケティングの強化と情報共有	・データを活用したマーケティングの強化	○	○					●	
		・(来訪者)満足度や評価に関するアンケートの実施、施策・事業への反映	○	○					●	
		・(市場)アンケートの定期的な実施、オープンデータの活用等による市場動向の把握	○	○					●	
		・(島民)アンケートの定期的な実施、観光の貢献度の把握	○	○					●	
	③観光DXへの取り組み	・観光協会ポータルサイトの機能強化、業務の効率化や軽減につながるDXの推進	○	●					○	
		・マーケティングデータ収集・分析のデジタル化、オープンデータの利活用	○	○					●	
		・会員・関係者間の情報伝達・共有の円滑化	○	○	○	○	○	○	○	●

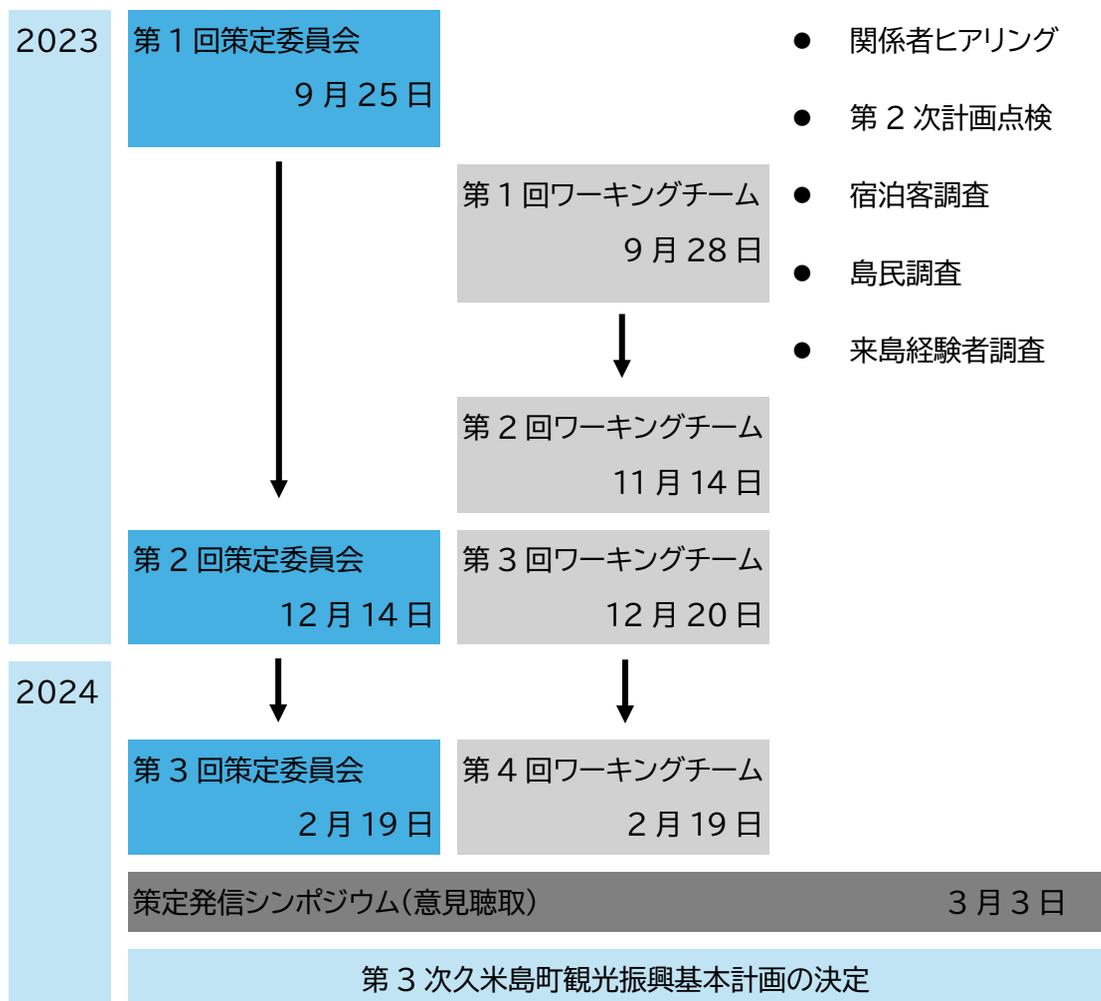
資料編 計画策定の経過

(1)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、DMO、観光関連事業者、有識者、地域団体、行政機関等のメンバーで組成した「第 3 次久米島観光振興基本計画策定委員会」及び「ワーキングチーム」の開催を通じて行いました。

策定委員会、ワーキングチームの開催に先立ち、関係団体を対象に第 2 次計画の取組成果の振り返りを行いました。また、基礎調査として、関係者へのヒアリングを行うとともに、観光客実態調査(アンケート調査)、島民調査(アンケート)、沖縄県及び久米島町来訪経験者調査(ウェブアンケート調査)も実施しました。

さらに、島内の観光関係事業者、島民を対象としたシンポジウムを開催し、計画案への意見を聴取し、最終的に「第 3 次久米島町観光振興基本計画」を決定しました。



(2)検討の体制

第3次久米島観光振興基本計画策定委員会は、島内の経済5団体、DMO、有識者、地域団体、行政機関等により構成するとともに、その下部組織としてワーキングチームを位置づけ、検討を行いました。

● 第3次久米島観光振興基本計画策定委員会 委員(順不同、敬称略)

団体等の区分	団体名・所属	役職	氏名
有識者	沖縄 IT イノベーション戦略センター	専務理事	山田 一誠
	株式会社 Endemic Garden H	代表取締役	仲本 いつ美
くめじま DMO 構成組織	久米島町観光協会	会長	平良 博一
	久米島商工会	会長	喜納 ひろみ
	JA おきなわ久米島支店	支店長	池原 達也
	久米島漁業協同組合	組合長	田端 裕二
	久米島紬事業協同組合	理事長	松元 徹
町内公共的 団体	久米島町区長会	会長	仲原 繁美
	久米島町女性会	会長	与那 明子
	久米島町青年団協議会	会長	宮里 祐二
久米島町役場	久米島町	副町長	中村 幸雄
	久米島町産業振興課	課長	大田 悟
	久米島町プロジェクト推進課	課長	大田 直樹
	久米島町環境保全課	課長	吉永 安史
	久米島町企画財政課	課長	古堅 宗治

※久米島町観光振興基本計画策定委員会設置要綱第3条に基づき選任

● 第3次久米島観光振興基本計画策定ワーキングチーム メンバー(順不同、敬称略)

団体等の区分	団体名・所属	役職	氏名
学術研究団体	沖縄 IT イノベーション戦略センター	専務理事	山田 一誠
くめじま DMO 構成組織	久米島町観光協会	事務局長	名嘉 清
	久米島町観光協会	事務局員	古堅 留美
	久米島漁業協同組合	参事	譜久里 長徳
	久米島商工会	青年部副部長	中島 悠希
	久米島紬事業協同組合	参事	村吉 政太
	JA おきなわ久米島支店	副支店長	宇栄原 均
	くめじま DMO 事務局	事務局長	前田 豊
町内事業者等	FM 久米島株式会社	企画・営業	小田部 早苗
	合同会社 結人舎	代表社員	池原 久美子
	NPO 法人 久米島ホテルの会	会長	佐藤 直美
行政機関	久米島町プロジェクト推進課	班長	江洲 誠一郎
	久米島町環境保全課	主事	當間 圭太
	久米島博物館	学芸員	砂川 暁光
	久米島町企画財政課	班長	長濱 光秀

第3次久米島町観光振興基本計画

2024 - 2028

発行 久米島町 商工観光課

〒901-3193 沖縄県島尻郡久米島町字比嘉 2870 番地

電話番号 098-985-7131