

# 平成30年度 政務調査研究報告書

会派名	会派みらい	支出伝票No.	
事業名	先進地視察事業（鹿児島県 奄美市）		
事業区分（該当へ〇）	⑥ 調査研究費    ② 研修費    ③ 広報費    ④ 広聴費    ⑤ 陳情等活動費 ⑥ 会議費    ⑦ 資料作成費    ⑧ 資料購入費    ⑨ 人件費    ⑩ 事務所費		

(1) この事業の目的：どんな課題を解決するため あるいは誰・何を対象に何を意図するのか

直面する人口減少による縮小社会に向き合うためには、地域資源を生かすことから、市民生活の基盤づくりを行うことが重要であるとの前提に立ち、これを実践する自治体から学ぶ。

## (2) 実施概要

調査・研修の場合の	日時	訪問先・主催者等
実施日時と	平成30年 7月 25日（水）	一般社団法人あまみ大島観光物産連盟
訪問先・主催者	9時30分～ 11時30分	事務局長 境田清一郎

視察内容	<p>1 視察先の概要</p> <p>「(一社) あまみ大島観光物産連盟」は奄美大島5市町村による地域連携DMO、奄美大島の海、唄、酒、食、情景等の文化を観光客にワンストップでの提供を目指す。</p> <p>2. 視察内容</p> <p>出席者：一般社団法人あまみ大島観光物産連盟 事務局長 境田清一郎氏</p> <p style="padding-left: 20px;">※境田氏は元奄美市議会議員。地元資本のホテル支配人を経て市議会議員に当選。3期の途中で現職に就任</p> <p>3. 懇談内容</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・奄美大島は、九州本土と沖縄本島のほぼ真ん中に位置する鹿児島県の離島。「(一社) あまみ大島観光物産連盟」は、その5市町村からなる島の観光地経営を担うべく、2016年1月からDMO事業に取り組み、2016年12月に一般社団法人化した地域連携DMO。その1か月前の11月に、観光庁の日本版DMO候補法人として登録されている。</li> <li>DMOとして目指すのは、着地型観光をベースに奄美大島の本来の姿を観光に結び付け、住民一人一人が主役となって地域活性化を図ること。地域一体のワンストップ窓口となり、来訪者の受け入れと満足度向上に繋げる。</li> <li>・設立当初は国からの補助が9割だったが、奄美大島DMO5ヵ年計画（平成28年度～平成32年度）を示し、2017年度から収益事業、会費収入を増やしながらか自律的・継続的な活動を行うための「安定的な運営資金の確保」を計画している。</li> <li>・2016年1月に事業構想を発表後、12月の設立に向けて体制整備に取り組み、以前の奄美大島観光物産協会を母体に人員を1.5人から4.5人に増強。一般社団法人への組織変更、経営戦略のためのマーケティング委員会の設置、KPI設定（旅行消費額、延べ宿泊者数、来訪者満足度、リピーター率などの業績評価指標の設定）やプロジェクトごとのPDCAサイクルの確立など、日本版DMOとして必要な登録要件の整備と、ワンストップ窓口の基盤となるウェブプラットフォームの構築作業も開始した。</li> <li>ただし、予算や人的資源に限られる中、地域が登録要件に必要な各種データ収集や分析などを自前でやるのはハードルが高い。加えてDMOを進める上では、地域全体への理解浸透や島内に複数ある観光協会や行政との連携、さらに自主財源を確保し、自走可能な組織を作る体制整備も必要。</li> <li>・これらの課題対応とDMOの登録要件を効率よく実現するため、同DMOでは外部システムの活用を決定。ジェイティービー（JTB）と現地体験予約サイトを運営するアソビューが共同開発した観光商品の販売管理システム「エリアゲート」を、公式サイトに導入し、2017年1月26日に稼働を開始した。</li> <li>「エリアゲート」とは、自治体やDMOの公式サイトを通して、地域コンテンツの管理・販売を実現するクラウドシステム。地域の宿泊施設や体験プランなどを公式サイトに掲載して情報発信の場とするほか、流通支援、販売管理、販売に係るデータ収集と分析にも対応する。販売金額に応じた手数料収入も可能で、DMO自らが稼ぐための収益源にもなる。つまり、日本版DMOに求められる役割を、効率的にサポートしてくれるシステム。</li> </ul>
------	--

	<ul style="list-style-type: none"> <li>・連盟では2016年に、ウェブで意向調査を行った。旅行前、奄美大島に対してイメージのある人は43%、ない人が57%。ある人の回答でも沖縄と混同するなど誤解もあり、奄美大島のことを知ってもらうために、「奄美らしさ」のイメージの共有が必要であった。 「集落には『シマらしさ』がまだ残っているのではないか」と考え、祖母が大島紬を織るのを孫が隣で見たりするような、島唄に歌い継がれてきた風景、情景、背景を、形にして打ち出そうというコンセプトを立て、ここから「唄う島。」というキャッチコピーの5枚のポスターが作成され、これをもとに地域の人とイメージを共有した。 こうして「見える化」されたイメージを発信し、魅力を伝えるために開設したウェブサイトが「あまみつけ」。島内在住のプロのライターがおもしろいと思うものを探し、連盟の会員であるかどうかにかかわらず発信。連盟スタッフも、会員から「お金を払うから載せてくれ」と言われても断り、掲載案件に「奄美らしさ」があるか、ニーズに合うか確認している。</li> <li>・2017年3月に策定された連盟の「奄美大島中長期観光戦略」では、こうした様々な取り組みのゴールを「島民の幸福度の向上」に置いています。これは奄美市が2015年に策定した市総合戦略にも位置づけられているもので、2016年度から年1回のアンケート調査を行い、「奄美幸福度指数」として数値化して検証を始めている。 「島らしく幸せに生きている人の幸せを、観光によって変えるのではなく持続させて、その価値観を見える形にしていきたい」を理念としている。</li> </ul>
感想 まとめ ・市に活かせること等	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「奄美大島 DMO 組織機構基本計画書」（JTB 作成）がよく出来ていて、一目で課題と目指すところ、解決のための組織と役割・方策がわかり、なおかつ基本計画の進行管理がしっかりしており、これなら一定の成果まで漕ぎ着けていくと期待が持てる。</li> <li>・環境文化型という奄美の特徴が今後の地域の観光の柱になって、世界遺産登録という追い風を得て、観光産業が推進されていくと思う。</li> <li>・関東奄美会、関西奄美会、中部奄美会がそれぞれ組織され、ふるさとの応援ができる体制になっている。</li> <li>・観光客、観光による経済効果は沖縄に勝てないがゆえに、奄美の自然、島独自の生活文化を発信することによって「行ってみたい」イメージを醸成しようとしている。</li> <li>・DMOの説明も有意義だったが、境田氏の熱意をビンビン感じたことも大きな収穫であった。</li> <li>・事務局長境田さんの市議をはじめとしたいろいろな経験やネットワークが観光物産連盟事務局の活動に活かされ計画が進んでいる。境田事務局長の人柄と「奄美への恩返し」という信念で事業が展開されて彼の理想が実現されていくような気がする。</li> </ul> <p>◆飯田市の活プロでは観光業の分野で「南信州圏域の広域的な観光地域づくりに向けたプラットフォームとして、(株)南信州観光 公社の機能強化を行い、地域連携型 DMO の確立と継続的な運営を行う」としている。DMO の設立、運行管理にあたっては、外部の目も入れた綿密な調査による基本計画と、広域的な連携のための「明確な地域のイメージ」を打ち出す必要がある。</p>