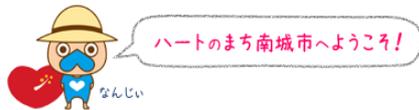


令和7年度 南城市観光地域づくり講演会・報告会

日時：令和7年10月17日（金）13時半～16時半

場所：南城市役所 3階 共有スペース

主催：南城市観光地域づくり法人設立準備委員会

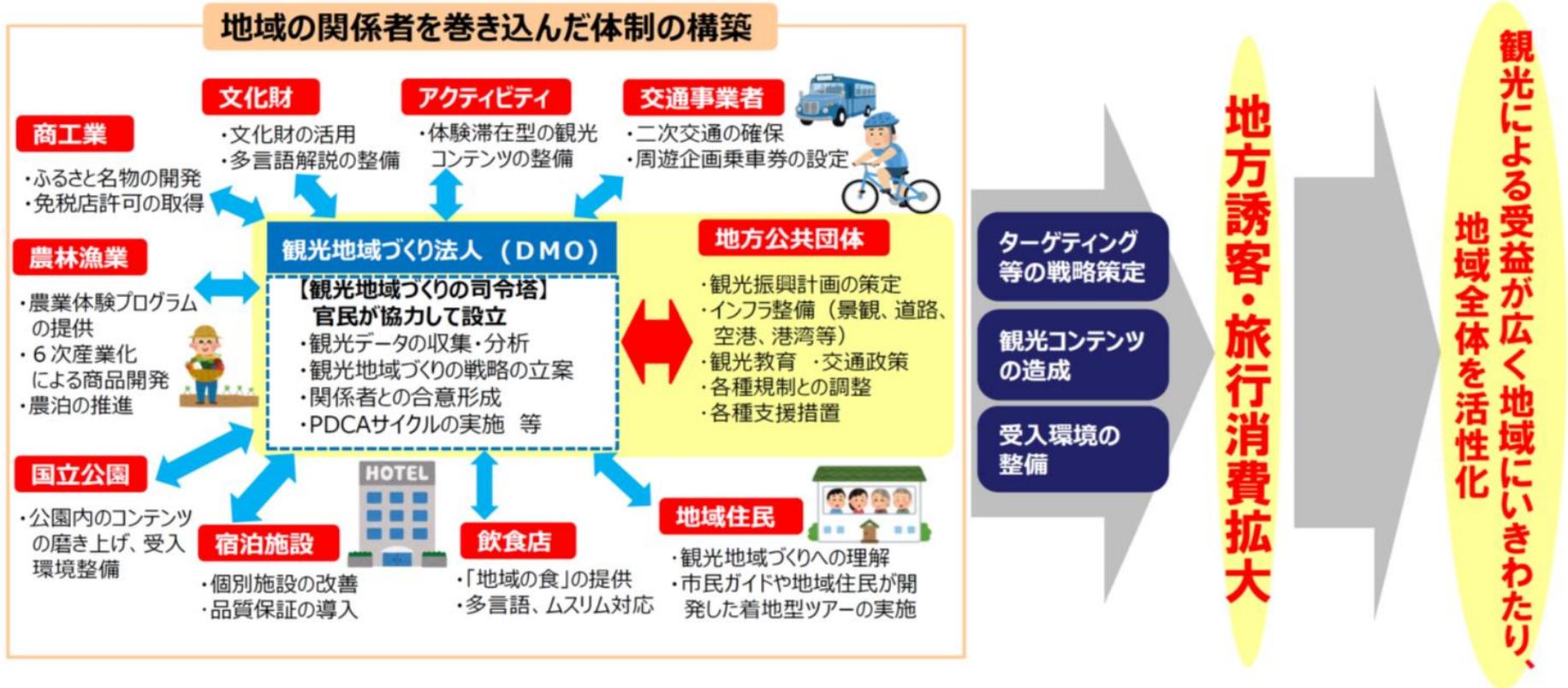


南城市DMO設立経過報告と未来構想

～持続可能な観光まちづくりを目指して～

令和7年10月17日（金）

『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、多様な関係者と協同しながら、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』（観光庁定義）



DMOを中心として「個々の体制」から「面の体制」

1. 南城DMO設立経緯と目的
2. 法人設立のポイント
3. ローカル・ゼブラ企業としての今後

1. 南城DMO設立経緯と目的

説明者：南城市企画部観光商工課 枝川佳平

2. 法人設立のポイント

3. ローカル・ゼブラ企業としての今後

設立検討のポイント：

DMO設立ありきではなく、「**なぜ必要か？**」を突き詰める

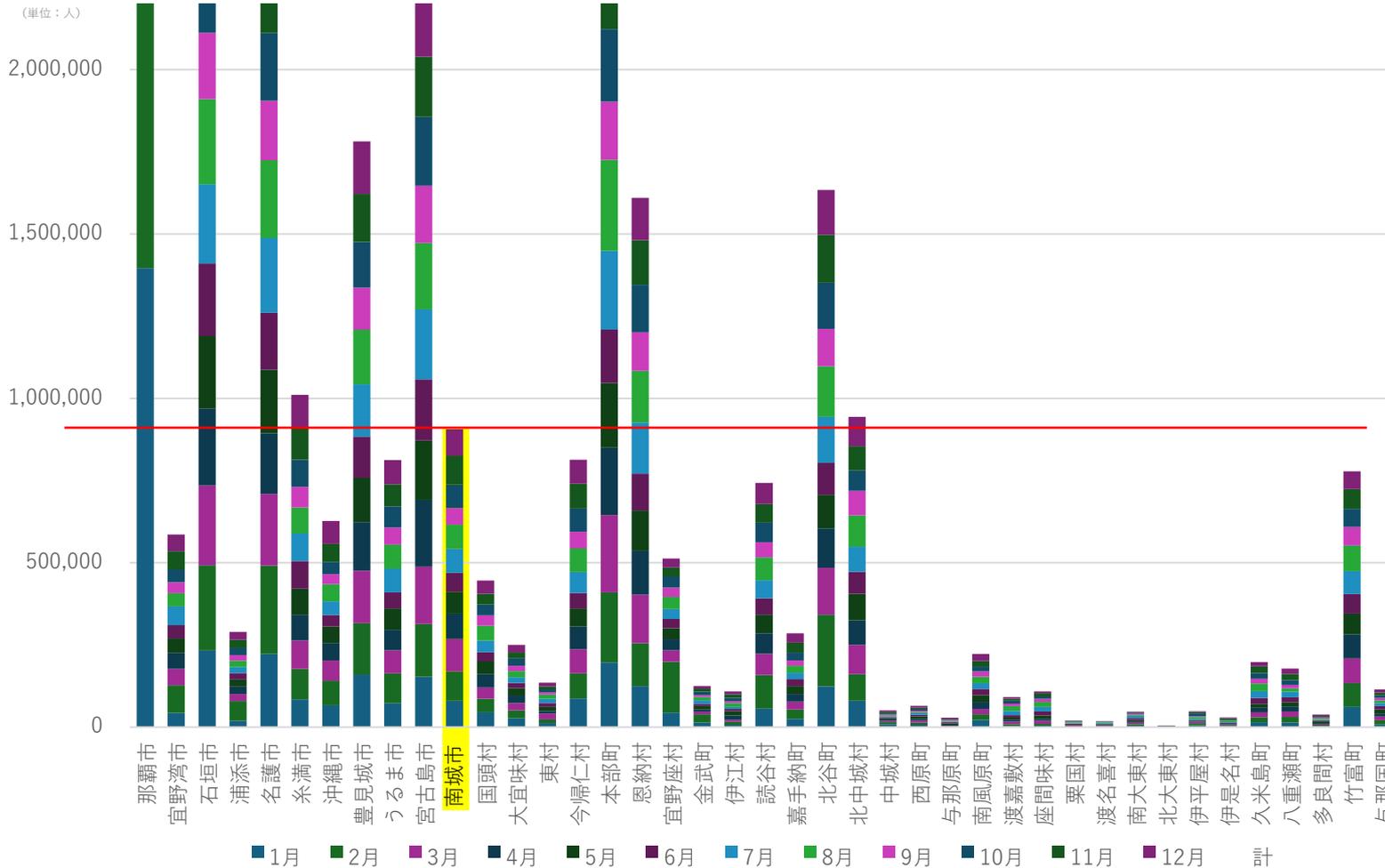
■ 5つのステップ

1. 南城市の現状と課題の可視化
2. 既存DMOの事例と課題分析
3. 観光地域づくりを考えるきっかけとなる場の創出
4. 市民参加型プロセスによるDMOの必要性の確認
5. 観光協会との役割整理

1. 南城DMO設立経緯と目的 ～ 南城市の現状と課題 ～

- 令和6年度の南城市入域観光客数は90万5,699人（推計値）であり、対前年比で3万8,547人増（4.5%増）となった。県内41市町村との比較では、北中城村について南城市は11番目の入域観光客数である。
出展：デジタル観光統計オープンデータ（公益社団法人 日本観光振興協会）
- 令和4年度の市内総生産の宿泊・飲食サービス業の構成割合は1.7%と低く、要因としては提供施設数や観光客の滞在時間が短いこと（通過型観光）が想定される。
出展：令和4年度沖縄県市町村民経済計算
- 平成30年の南城市の地域経済循環率は49.3%となっており、市内・市外で稼いだお金の半分以上が市外へ流出している。要因としては、市内でお金を支出する場所やサービスを担える事業者が少ないことが想定される。
出展：出典:地域経済分析システムRESAS
- 沖縄を訪れる観光客の大半はレンタカーを利用しているが、近年では公共交通機関を利用する観光客も増加している。本市では、民間路線バスに加え、コミュニティバス（Nバス）を運行しているが、観光客が周遊するには十分な利便性を確保できていないのが現状。
- 本市においては、観光の戦略が見えないことで、観光課題に対する継続的・計画的な取組実施や効果検証、取り組みの自走化など効果的な観光振興が図られていない。

市町村別 入域観光客数（国内旅行者） 令和6年度



県内観光客数
上位20位

市町村	順位
那覇市	1
石垣市	2
本部町	3
名護市	4
宮古島市	5
豊見城市	6
北谷町	7
恩納村	8
糸満市	9
北中城村	10
南城市	11
今帰仁村	12
うるま市	13
竹富町	14
読谷村	15
沖縄市	16
宜野湾市	17
宜野座村	18
国頭村	19
浦添市	20

- 長時間滞在していない観光客も含まれるが、多くの観光客が南城市へ訪れていることが確認できる。

R 4 年度_南城市 経済活動別総生産

(単位：百万円)



今後、成長する可能性

地域経済循環図

2018年

指定地域：沖縄県南城市

市町村	地域経済循環率
那覇市	110%
浦添市	93%
西原町	89%
恩納村	81%
石垣市	81%
うるま市	78%
名護市	78%
北谷町	77%
北中城村	76%
嘉手納町	76%
中城村	76%
金武町	73%
宮古島市	73%
沖縄市	72%
本部町	72%
南風原町	70%
久米島町	69%
豊見城市	67%
糸満市	63%
宜野湾市	63%
与那原町	59%
与那国町	59%
座間味村	59%
竹富町	58%
読谷村	56%
八重瀬町	54%
渡嘉敷村	51%
粟国村	51%
今帰仁村	51%
大宜味村	50%
宜野座村	50%
南城市	49%
南大東村	49%
国頭村	47%
渡名喜村	46%
伊是名村	46%
東村	44%
伊江村	44%
北大東村	40%
多良間村	37%
伊平屋村	26%

地域経済循環率
49.3%

所得への分配
796



所得からの支出
1,615

市外への流出が多い



県内32位



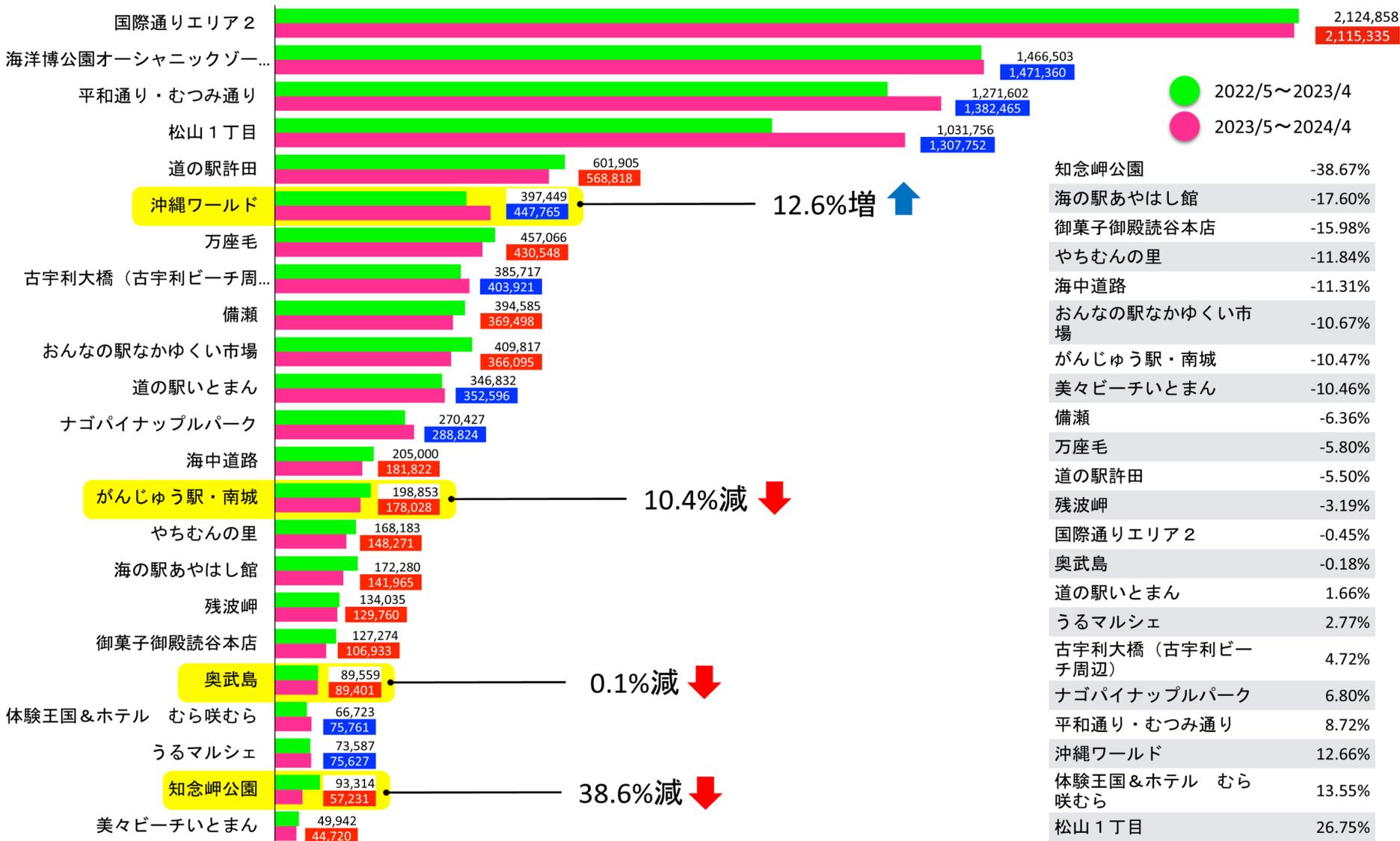
支出による
生産への還流
796

所得の半分以上が市外へ流出
(1,615億円-796億円=819億円が市外へ流出)

- 地域外へお金が流出し、市内産業へ落ちるお金が少ないことから循環率が低い。
- 循環率が低い（外部への流出）要因としては、外貨の獲得が少なく、市内でお金を支出する場所やサービス提供を担える事業者が少ないことが上げられる。

参考④ - 南城市の観光の現状と課題 (沖縄県主要観光地等入込客数)

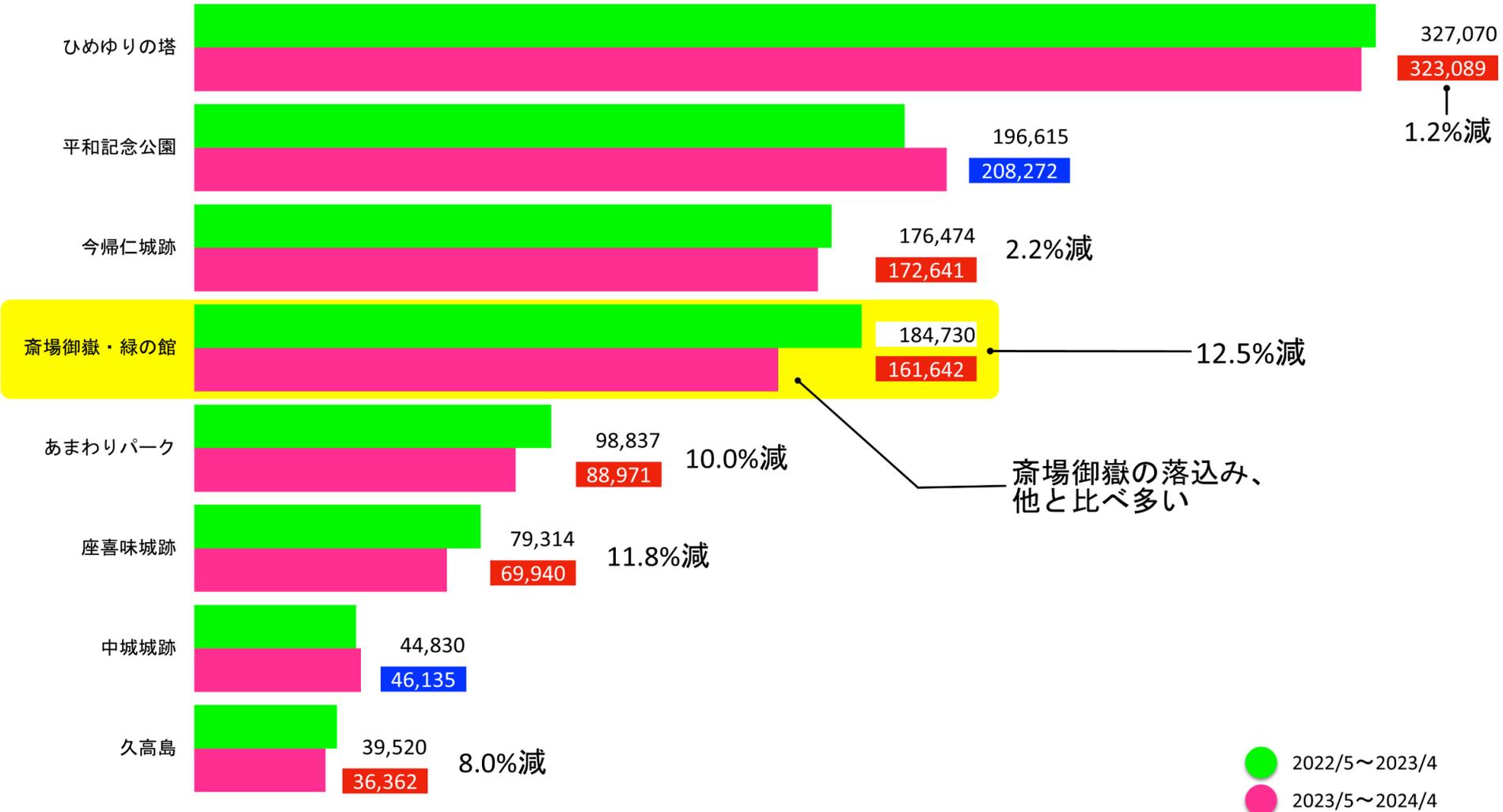
単位：人



出典:OCVB地域カルテを基に作成

世界遺産関連施設等入込客数

単位：人



ターゲット未設定、ブランディング、通過型観光、移動手段、夜間の飲食店、
従業員の低所得、観光人材不足、地域資源の保全・活用、幅広い産業への波及etc...



観光戦略がない

【観光戦略がないと・・・】

1. 施策の優先順位がわからない（何をやりたいのかが見えない）
2. 関係者との連携がとれない（バラバラな取組み）
3. 予算やマンパワーが足りず全部中途半端
4. 行政では数年で人員が替わり状況がわからなくなる
5. 専門人材が育たない
6. 結果、観光戦略をつくれない

誰が担うのか？

現状 主体	戦略策定・実施に必要な要素					
	経営視点	専門人材	継続性	スピード感	公益性	収益性
行政	×	×	△	×	○	×
観光協会	△	×	○	△	○	△
民間	○	○	○	○	×	○



公民一体となる組織

DMO (観光地域づくり法人)	○	○	○	○	○	○
---------------------------	---	---	---	---	---	---

南城市に必要なのは、行政の「公益性」と民間の「収益性・スピード感」を融合し、「地域経営」を担う新たな主体

令和6年度の取組み

取組	月	回数	内容	対象者
既存DMO取組・ 状況把握	5月	1	先進地視察（箱根DMO）	行政、観光協会、商工会
	5月	5	県内DMO訪問調査	行政、県内DMO
	7月－9月	4	DMO勉強会	行政、観光協会、商工会 観光事業者、市民
DMO意識啓発	10月	1	講演会	行政、市民、事業者等
設立検討 (合意形成)	6月－2月	12	観光協会意見交換・役割整理	行政、観光協会
	7月, 2月	2	商工会意見交換	行政、商工会
	5月－3月	20	音声番組収録・配信	市内関係者
	10月－3月	6	市民会議・ワークショップ	市民、観光協会、商工会、 観光事業者、大学生

➤ 設立経緯

- ✓ 国からの交付金・補助金を活用することを目的にDMOを設立
- ✓ 行政も公的資金削減のためにDMO組成を推進
- ✓ 設立ありきで関係者との共通認識や合意形成が図られずDMOを設立
- ✓ 専門人材や財源の確保を検討しないまま設立

➤ 課題

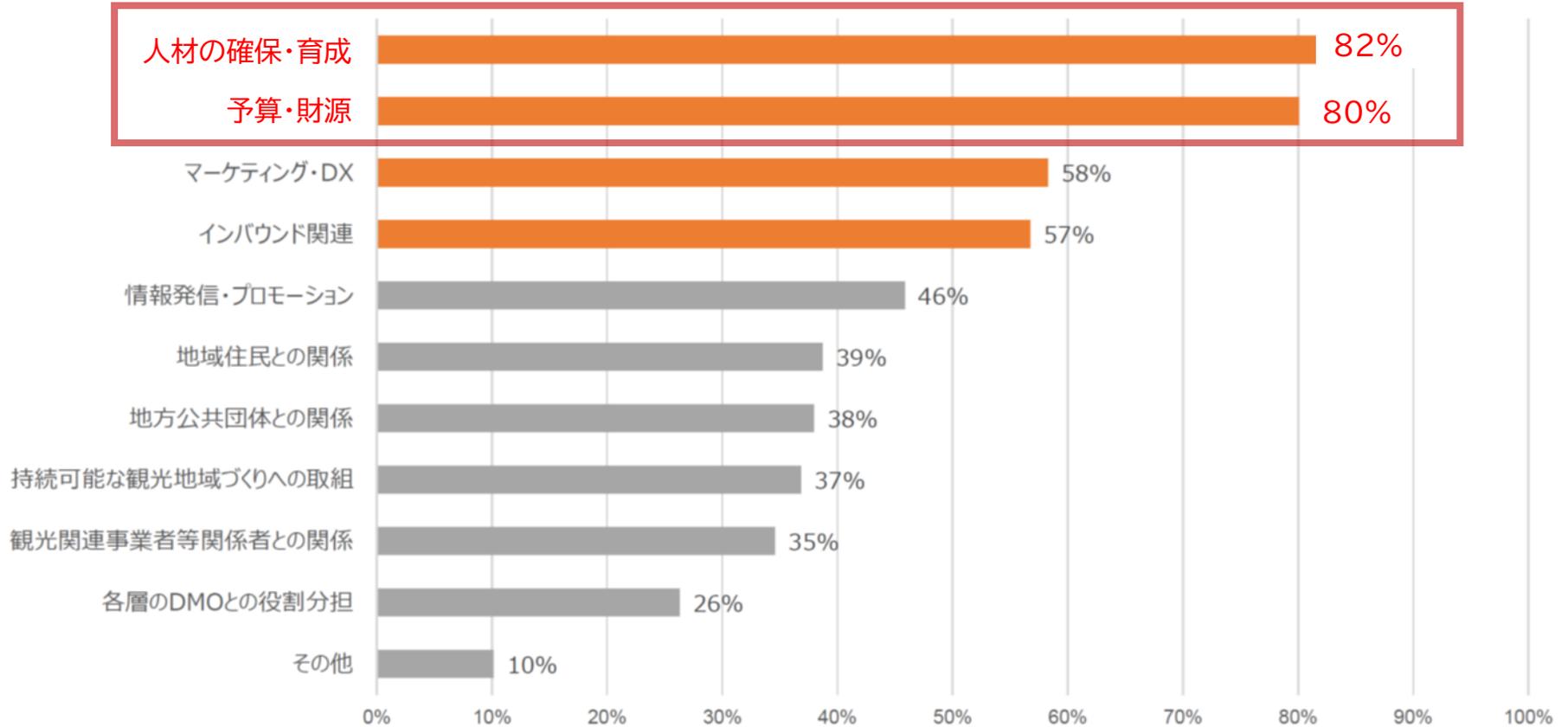
- ✓ DMOとしての明確な戦略が見えず、設立後の運営プランもないことから、DMOとしての取組みができていない。
- ✓ 財源もなく、関係者を巻き込めていないので、国の補助事業も活用できていない。
- ✓ 専門人材を確保できていないことで、DMOに求められる機能を発揮できていない。

1. 南城DMO設立経緯と目的 ～ 既存DMO取組み・状況把握 ～

- 登録DMOの現状の課題を調査したところ、全体の約8割が「人材の確保・育成」、「予算・財源」と回答。
- また、約6割が「マーケティング・DX」、「インバウンド関連」について課題と回答。

DMOが課題として認識している分野 ※複数選択

N = 266



南城市のDMO設立に向けた考え方

- DMOの設立ありきで進めるのではなく、多様な関係者と共通認識のもと、合意形成を図る必要がある
- 令和6年度は、関係者との合意形成に重点を置き、『なぜDMOが必要なのか』を、関係者と共に検討する
- 令和7年度、法人設立準備を行いつつ、専門人材の確保に取り組む
- 令和8年度DMO機能を持った組織として運用を目指す

1. 南城DMO設立経緯と目的 ～ 多様な関係者との設立検討～

5月～3月（計20名）
観光地域づくり取組みに対しての市内関係者インタビュー

6月～2月（計12回）
観光協会との役割整理会議実施

7月～9月（計4回 延べ118名参加）
観光地域づくりの理解醸成のため勉強会を4回開催

10月2日（来場105名）
観光地域づくりに対して市民意識啓発のための講演会を開催

10月～3月（計6回 延べ131名参加）
DMO設立検討のため市民会議・ワークショップを6回開催



DMO勉強会



観光地域づくり講演会



DMO設立検討市民会議・WS

1. 南城DMO設立経緯と目的 ～ 関係者インタビュー ～

stand.fm

検索



配信者向け機能紹介

新規登録・ログイン

ホーム

カテゴリ

エンタメ

ミュージック

スポーツ

カルチャー

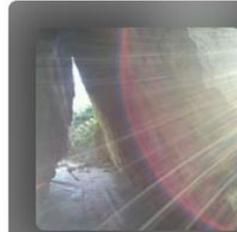
ライフスタイル・生活

美容・メイク

トーク・雑談

恋愛

クリエイティブ・テック



旅する人も、迎える人も、幸せになるまち 南城チャンネル

旅する人も、迎える人も、幸せになるまち南城

旅する人も、迎える人も、幸せになるまち、南城

レターを送る

観光地域づくりを検討している、南城市の観光に関連する事業社の皆様、周辺の生活者の皆様へのインタビュー番組です。

主に4つの項目について伺っています。

- ①南城というまちをどうとらえているか？
- ②10年後、20年後、どんなまちに成ってみたいか？
- ③その為に、何をすべきか？
- ④そこに観光地域づくり(DMO)は必要か？

この音声配信番組を通じて、南城市に生まれ、生活し一助となることを願っています。



#29 宮平農園 宮平翼(みやひらつばさ)さん

♡ 5



旅する人も、迎える人も、幸せになるまち南城チャンネル

南城市玉城を拠点とする宮平農園は2017年9月に法人化し、現在では花卉(トルコキキョウ、菊)や野菜(オクラ、ナス、ゴーヤー、スイートコーンなど)、果樹(マンゴー、ドラゴンフルーツなど)の栽培を行っています。三代目である宮平翼(みやひらつばさ)さんは、1982年生まれ。地元・玉城の学校を卒業後、琉球大学農学部へ進学。大学卒業後は沖縄県農業試験場やJAおきなわでの経験を積み、24歳で就農しました。宮平さんは、地元農業の発展に尽力しながら、地域と共に成長する農園経営を目指しています。

宮原さんの前半です。

2024年12月21日

#08 熊谷 美喜子(くまがいみきこ)さん 朝陽の宿 涼風オーナー
AI記事あり
▶ 14分 2024年7月26日

#07 熊谷 美喜子(くまがいみきこ)さん 朝陽の宿 涼風オーナー
AI記事あり
▶ 17分 2024年7月19日

#06 相澤 和人(あいざわ かずひと)さん イーストホームタウン沖縄株…
AI記事あり
▶ 15分 2024年7月12日

#05 相澤 和人(あいざわ かずひと)さん イーストホームタウン沖縄…
AI記事あり
▶ 15分 2024年7月5日

#04 高橋 巧(たかはし こう)さん 株式会社 南都 執行役員
AI記事あり
▶ 14分 2024年6月27日

#03 高橋 巧(たかはし こう)さん 株式会社 南都 執行役員
AI記事あり
▶ 14分 2024年6月21日

#02 屋我 英樹(やが ひでき)さん 一般社団法人南城市観光協会…
AI記事あり
▶ 12分 2024年6月14日

#01 屋我 英樹(やが ひでき)さん 一般社団法人南城市観光協会…
AI記事あり
▶ 16分 2024年6月6日

1. 南城DMO設立経緯と目的 ～ 観光地域づくり講演会 ～

観光地域づくり講演会（DMO組成検討市民向け意識啓発講演 ...

YouTube

YouTube · 沖縄県南城市 · 2024/11/01



再生位置

07:15 第1部 講演『なんじょうのこれからと可能性』

50:18 第2部 講演『世界の中の沖縄と、地域DMOの役割』

01:58:50 第3部 パネルディスカッション



ホーム > なんじょう日記 > 「観光は市民を幸せにするのか？」講演会での問いかけ (2024/10/02)

「観光は市民を幸せにするのか？」講演会での問いかけ (2024/10/02)



高橋 巧氏

ガンガラーの谷を計画した際、多くの社員は価値のない場所だと思っていました。それでも価値を伝え続けた結果、今ではガンガラーの谷を壊せと言う人はいないと思います。このように、地域の大切なものを守るための手段として観光があるのかなと思いました。



観川 由菜氏

私の出身地である知念は、南城市内でも人口が減少しています。観光地としてより多くの人に足を運んでもらい、魅力を知ってもらうことで、交流人口から関係人口、さらには定住人口が増えていくことを期待しています。また、進学や就職の際、どうしても若者が都会や県外に流出してしまいますが、南城市に雇用の機会が増えれば、この若者の流出を食い止めることができるのではないのでしょうか。



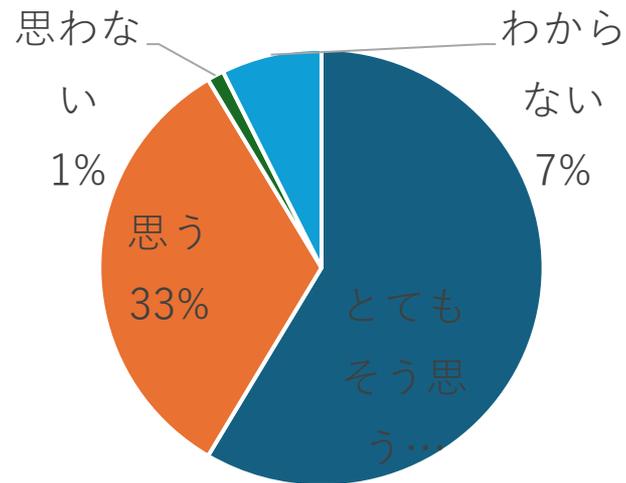
新屋 香加氏

私がやっている琉球舞踊だけでなく、南城市は地域の伝統芸能も盛んです。こうした生活に根ざした地域芸能を観光客も楽しめるようにしていけたらいいなと思っています。

講演会終了後 アンケート

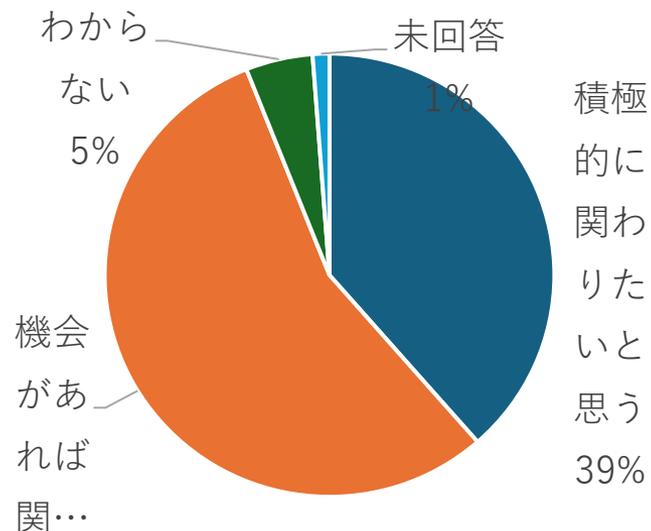
南城市の観光地域づくりの必要性	人数
とてもそう思う	48
思う	27
思わない	1
わからない	6

南城市で観光地域づくりが**必要と思う** 91%



観光地域づくりへの関り	人数
積極的に関わりたいと思う	32
機会があれば関わりたいと思う	46
わからない	4
未回答	1

南城市の観光地域づくりに**関わりたいと思う** 93%



N=105

19

1. 南城DMO設立経緯と目的 ～ 市民会議・ワークショップ～



沖縄県南城市

@nanjocity · チャンネル登録者数 2730人 · 587本の動画

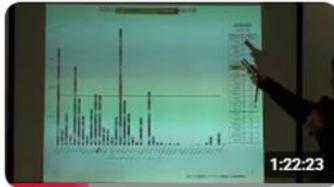
このチャンネルの詳細...さらに表示

チャンネル登録

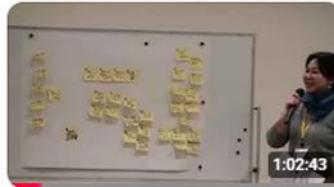
ホーム 動画 ショート ライブ 再生リスト 🔍



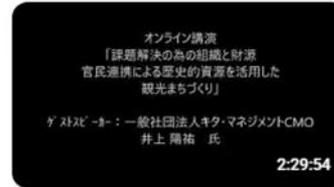
第6回 南城市観光地域づくり法人 (DMO) 組成検討市民会議・ワー...
137 回視聴 · 6 か月前



第5回 南城市観光地域づくり法人 (DMO) 組成検討市民会議・ワー...
87 回視聴 · 6 か月前



第4回 南城市観光地域づくり法人 (DMO) 組成検討市民会議・ワー...
134 回視聴 · 8 か月前



第3回 南城市観光地域づくり法人 (DMO) 組成検討市民会議・ワー...
72 回視聴 · 9 か月前



第2回 南城市観光地域づくり法人 (DMO) 組成検討市民会議・ワー...
178 回視聴 · 10 か月前



観光地域づくり講演会 (DMO組成検討市民向け意識啓発講演会)
194 回視聴 · 11 か月前



第1回 南城市観光地域づくり法人 (DMO) 組成検討市民会議・ワー...
316 回視聴 · 11 か月前



第6回 南城市観光地域づくり法人 (DMO) 組成検討市民会議・ワークショップ (R7.3.18開催)

沖縄県南城市
チャンネル登録者数 2730人

チャンネル登録

👍 0 🗨️ 0 ➦ 共有

20

1. 南城DMO設立経緯と目的 ～ 市民会議・ワークショップ ～

第1回ワークショップ
「SWOT分析」

南城市の「強み」「弱み」「機会」
「脅威」を分析



第2回ワークショップ
「地域資源の棚卸」

南城市の地域資源を「有名、無名」
「収益有、無」で分類



第3回ワークショップ
「emotionalvalue（感情価値）向上」

南城市へリピーターを増やすために必
要な5つの要素を検討



第4回ワークショップ
「DMO設立の目的・目標」

第3回までのワークショップを踏まえ
て、南城市でDMOを設立する目的・目
標を設定



第5回、第6回ワークショップ
「6W2H DMOでの商品開発」

DMOが行う収益事業を参加者で検討

第4回ワークショップ

「DMO設立の目的と目標」

目的：なぜ、それをやるのか？

目標：それをやることで、どうなりたいのか？

Bグループ

目的：南城市の魅力を認識し、発信し、

それを理解してくれる人に来てもらう

目標：市民が地域に誇りを持ち、

訪れた人も市民も 幸せになる

Cグループ

目的：地域の持続を前提とした

外貨獲得と地域経済循環

目標：市民幸福度アップ

訪れた人の幸福度アップ

世界一住みたい「むら」になる

南城市は、魅力ある地域資源を活かして、訪れた人が体験や交流を通して

「暮らすような旅」を提供し、幸せを感じる**感幸**（観光）を目指します。

また、**市民の心や暮らしに豊かさをもたらす**ために、観光を手段として、地域経済の活性化や社会インフラの整備、地域資源の保全・継承、地域に対する誇りや愛着の醸成を目指します。

本市は豊かな自然、文化、歴史、高品質な農畜水産物に恵まれているものの、それらの魅力が十分に観光消費や地域経済の発展につながっていません。また、観光客の移動手段が限定されていることや、個々の宿泊施設や飲食店の魅力は高いものの、それらを観光客へ戦略的に発信し、連携させる仕組みが不十分であるため、滞在型観光の実現に至っていません。

DMOを設立する目的は、**行政と民間企業の資金・人材・ノウハウを共有**して「本市の観光資源を最大限に活用し、**地域経済の発展と持続可能な観光まちづくりを実現**すること」です。

単なる観光振興ではなく、一次産業はじめ他産業と観光を結びつけることで、地域のブランド価値を高め、観光による地域経済循環を生み出します。

■ 組織設計のポイント

1. 観光協会との役割整理とDMO役割設定
2. 組織形態の検討・評価
3. 観光協会との最終調整
4. ローカル・ゼブラ企業としての設立方針の決定

1. 整理の目的

- ・ DMOと観光協会の重複回避と別組織となる場合の役割分担の明確化
- ・ 一体組織となる場合の機能ギャップの可視化と最適化
- ・ 既存事業の効率化と経営資源の集中、適正化とコスト最適化（スリム化）

2. 整理作業の主要な流れ

- ① 現状分析：既存の事業・経費の洗い出しと可視化、現状と意向の把握
- ② ギャップ抽出：観光振興計画と既存観光協会事業との整合性、必要事業の整理とスリム化の可能性
- ③ 資源の確認：必要経費の算出、収益事業の確認
- ④ 役割可視化：既存協会として実施可能な事業、できない事業の可視化

1. 南城DMO設立経緯と目的 ～ 観光協会との役割整理 ～

観光協会に求められる役割	取組事項	取組実施状況
①観光案内	1. 南城市全域の観光案内	▲
	2. 外部の観光雑誌、WEB・SNSへ観光情報提供	○
	3. 観光ガイドの活用・育成	×
②観光客誘致	1. イベント企画・実施	○
	2. 市内情報発信媒体の集約、情報発信強化	×
	3. 地域伝統行事・イベントの情報発信	▲
	4. 観光客受入地域の発掘・連携・協力	×
	5. 観光体験・周遊コンテンツの構築・販売	▲
	6. 観光協会の会員拡大・連携・取りまとめ役	▲
	7. 地域OTA構築	×
③観光マーケティング・マネジメント	1. 観光地経営戦略の策定	×
	2. 地域マネジメント	▲
	3. マーケティング	×
	4. 組織経営強化（経営健全化・内部マネジメント）	×
④人材育成	1. 担い手育成・確保	▲
⑤観光交通充実・利用促進	1. 市内移動手段の構築・支援・利用促進	▲

「▲」と「×」の中でDMOが実施することで最大限に効果を発揮できるものはDMOが実施

DMOの組織形態は？

株式会社で設立

株式会社型の場合は既存観光協会とは別で設立する

又は

一般社団法人で設立

一般社団法人型の場合は既存観光協会を発展させる形で設立する

1. 南城DMO設立経緯と目的 ～ 組織形態の評価・検討 ～

法人形態	専門人材の確保	公的事業・信用	資金調達	意思決定の速度	収益性	初期コスト	組織変革の容易さ	地域の協力体制
株式会社型 (協会とは別で新設)	○	×	◎	○	◎	×	◎	×
一般社団法人型 (協会機能強化型)	×	◎	×	×	×	◎	×	◎

※評価記号の基準：◎（極めて優位）＞ ○（優位）＞ ×（不利/課題大）

観光協会からの新たな提案

南城市の観光のさらなる発展のため

一般社団法人南城市観光協会を

発展的に解散

株式会社型のDMOへ統合

組織を一つにする

1. 南城DMO設立経緯と目的 ～ 組織形態の評価・検討 ～

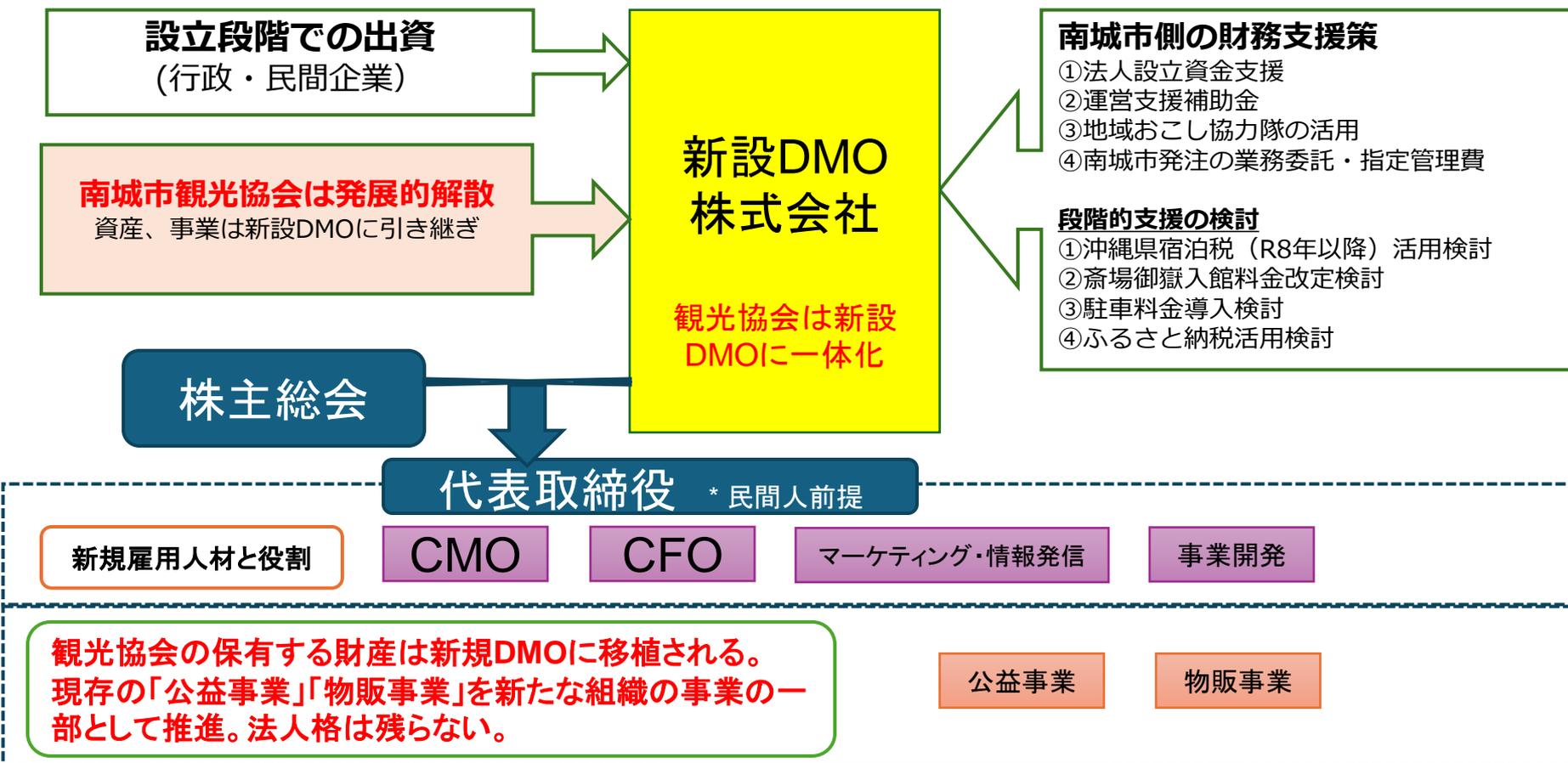
法人形態	専門人材の確保	信用公的事業・	資金調達	意思決定の速度	収益性	初期コスト	組織変革の容易さ	地域の協力体制
株式会社型 (協会とは別で新設)	○	×	◎	○	◎	×	◎	×
一般社団法人型 (協会機能強化型)	×	◎	×	×	×	◎	×	◎
株式会社型 (協会解散して統合)	○	○	◎	○	◎	○	○	○

※評価記号の基準：◎（極めて優位）＞ ○（優位）＞ ×（不利/課題大）

決定

1. 南城DMO設立経緯と目的 ～ 組織形態 ～

観光協会と一体化した新法人の設立



南城市DMO設立方針の決定

地域課題を解決しながら、
観光を手段として南城市を発展させ、
公金に過度に依存しない

『収益性』と『公益性』を兼ね備えた持続可能な組織

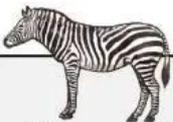
株式会社型DMO の設立を目指す
(ローカル・ゼブラ企業)

ゼブラ企業とは

地域の課題解決に取り組みつつ、持続的な繁栄を目指す企業のことです。相反することが多い「**企業の利益**」と「**社会貢献**」の両立を目指すことを、正反対の色である白と黒を模様にするゼブラ（シマウマ）に例えてこの名がつけました。

ゼブラ企業はユニコーン企業とは正反対の企業として誕生しました。ユニコーン企業は〈1〉創業から10年以内の〈2〉非上場企業にもかかわらず、〈3〉独自の技術（テクノロジー）を持ち、〈4〉企業の評価額が10億ドル以上——という4条件を満たす企業です。こんな企業は神話に出てくる伝説の生き物と同様に、めったにお目にかかれないことからその名がつけました。

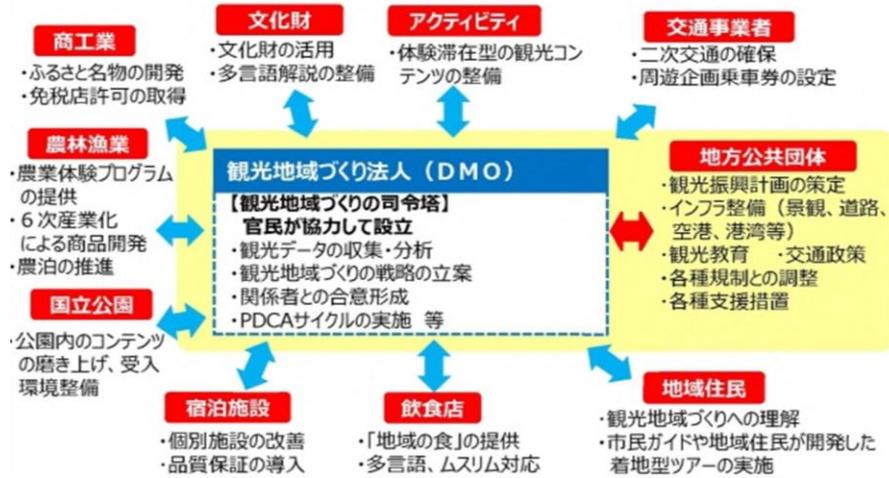
多くのユニコーン企業は他社と競争し、利益を重視して事業を拡大し、業績を伸ばすことを優先します。**しかし、ゼブラ企業は社会の課題に対してどんな貢献ができるかを考えて行動し、「飛躍的な成長」より「持続的な繁栄」を目指します。**経営の価値観や優先順位なども両者は全く異なります。

	 ユニコーン企業	 ゼブラ企業
目的	飛躍的な成長	持続的な繁栄
成果の受益者	個人、株主	公共、コミュニティ
評価の基準	定量的	定性的
方法	競争	協力
結果	独占	共存
優先順位	ユーザーアクション (顧客がどう動くか)	ユーザーサクセス (顧客をどう成功させるか)
価値観	「ゼロサム」 (自分の利益は他者の損失)	「ウィンウィン」 (他者の利益は自分の利益)

1. 南城DMO設立経緯と目的 ～ ローカル・ゼブラ企業設立 ～

地域の関係者を巻き込んだ体制の構築

観光地域づくり法人(DMO)を中心とし、地域の関係者が主体的に参画した体制を構築



出典：観光庁



出典：中小企業庁

観光地域づくり法人(DMO)もローカル・ゼブラ企業も『地域の関係者が主体的に参画した体制』が求められている
地域が一体となって「社会的インパクト」を可視化させることがゴール

1. 南城DMO設立経緯と目的

2. 法人設立のポイント

説明者：南城市DMO設立準備室 室長 平良 幸松

3. ローカル・ゼブラ企業としての今後

発展的解散

2月19日：観光協会理事会・DMO組成に関する説明と意見交換
市の考え方・ローカルゼブラ企業

3月19日：市との協議
・観光協会はどの様にDMOに関わるか

4月2日：三役会
・DMOへの出資と指定管理等について

4月4日：市との協議
・観光協会はこのままで良いのか

4月11日：三役会
・**観光協会の発展的解散とDMOへ吸収合併**

4月14日：市との協議
・**発展的解散の考え方と日程の調整**

なぜ？

指定管理

- 約4900万
- 指定管理施設の運営

補助金

- 約900万
- 観光協会の運営・振興・事業

物産館

- 売上約1億・純利益約500万
- 観光協会の収益事業

実施不可能 実施できなかった 事業

- マネジメントとマーケティング
- 南城市全体の観光地経営戦略
- 旅行業務による収益化

非収益事業の 肥大化

- 情報発信・各種媒体の依頼や取材対応
- 修旅、沖縄系イベントへの参加
- 観光庁や県の事業の活用（負担金）

人材確保 待遇改善

- 待遇改善や昇給に限りがある
- 将来性が無く人材の継続性が無い
- 新しい人材の確保が困難である

決断 スピード感

4月11日：三役会

- ・ 観光協会の発展的解散とDM0へ吸収合併

4月14日：市との協議

- ・ 発展的解散の考え方と日程の調整



観光商工課：出資提案、合意形成、補正予算請求

観光協会：理事会、職員説明、会員説明、臨時総会



横浜合宿：事業計画書＝出資提案書、観光協会説明会資料

令和7年	観光協会の主な実施事項
4月	<u>理事会での方針決定(31日)</u>
5月	<u>職員説明会(1日・2回実施)</u> ・ <u>会員説明会(19日16時～)</u> DMO設立準備室立上げ
6月	<u>観光協会の臨時総会(5日)</u> : 発展的解散と余剰財産移行の方針決議 出資説明
7月～9月	出資説明・議員との意見交換会・設立準備委員会立上 補正予算請求、出資調整と合意形成⇒観光商工課
10月	設立準備委員会・職員説明会とアンケート DMO設立(登記)⇒観光商工課

横浜合宿

- ・ 事業計画素案を作る
- ・ 観光協会と観光商工課の日程感

事業計画素案

- ・ 観光協会部分の分解と計画
- ・ 新規事業の計画

観光協会資料

- ・ 現状の分析
- ・ 理事会、職員説明会、会員説明会

面談・会議

- ・ 弁護士、社労士、税理士
- ・ 横浜経済新聞、NFTメディア

集中・意見

- ・ 集中する時間
- ・ 意見、案、考え方

4月31日

- 理事会での提案⇒**方針決定!**
- 理由と事業計画素案、株式会社型の説明

5月1日

- 職員向け説明会
- DMOとは・理由、株式会社型の説明

5月19日

- 会員向け説明会
- DMOとは・理由、株式会社型の説明

臨時総会

6月5日

- 発展的解散の方向性を議決
- DMOの説明と観光協会の現状（会員説明会同）
- 弁護士のアドバイスと立会
- 善井アドバイザーによる事業計画説明

4月4日の市との協議から2ヶ月

設立準備室

■ 南城市DMO設立準備室

1. 南城市観光協会内に設置
2. 観光協会と観光商工課、善井アドバイザー
3. 出資説明、設立準備委員会の事務局

新規DMOの出資資本構成の考え方

部外秘

南城市 20%	A社 10%	C社 10%
	B社 10%	D社 10%
	市民参加 株式購入 30%	E社 10%
市内公益 20%	市内民間 50% ※市内に法人登記されている 民間事業者	市外民間 30% ※市内で観光宿泊事業を営んでいる 登記が市外の民間事業者
市内資本 70%		市外資本 30%
公益 20%	民間 80%	

第1段階: 資本金(2,500万円)の出資提案 ～R7.6.18

※出資意向確認 (令和7年7月10日時点)

第1段階	(1,000万円)		(500万円)		(1,000万円)	
	南城市 40%		タピック沖縄様 20%		株式会社南都様 20% (500万円)	
	※9月議会上程				百名伽藍様 20% (500万円)	
	市内公益 40%		市内民間 20%		市外民間 40%	
市内資本 60%			市外資本 40%			
公益 40%			民間 60%			

※市内民間: 市内に法人登記されている民間事業者

※市外民間: 市内で観光宿泊業を営んでいる登記が市外の民間事業者

第2段階:資本金(1,000万円～)の出資提案(観光協会会員様)

出資額:500万円/社

条件:市内本社登記・納税、法人設立準備委員会への参画、法人設立後の月2回以上の役員会参加

情報公開日:7月10日(公募期間:7月10日～8月10日)

出資提案方法:公募型

	(1,000万円)	(500万円+1,500万円)	(1,000万円)
第1段階	南城市 25%	タピック沖縄様 12.5%	株式会社南都様 12.5% 百名伽藍様 12.5%
第2段階		秀開発工業様 12.5% 国際事務機様 12.5% (株)たまぐすく様 12.5%	
	公益 25%	市内民間 50%	市外民間 25%
	市内資本 75%		市外資本 25%
	公益 25%	民間 25%	

2. 法人設立のポイント ～ 出資第2.5段階 ～

第2.5段階:追加資金(100万円～)の出資提案 市内事業者様

【内容案】

条件：法人格保有、株主総会への出席

出資：1口100万円

情報公開日：法人設立後（公募期間：12月～）

出資提案方法：公募型

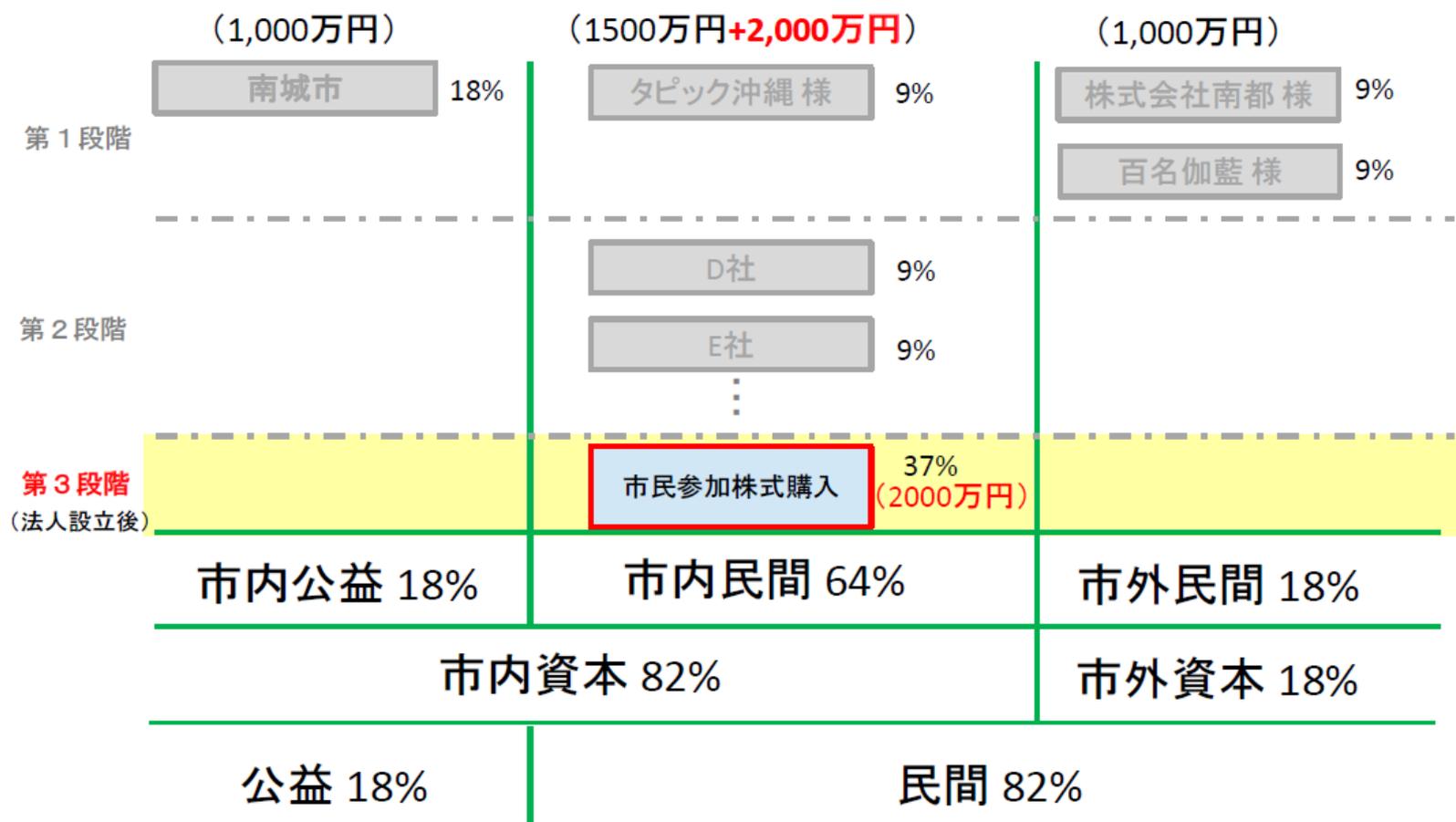
第1段階	南城市 1000万円	夕ピック沖縄様 500万円	株式会社南都様 500万円	資本金
			百名伽藍様 500万円	
第2段階		秀開発工業様 500万円		↑
		国際事務機様 500万円		
		(株)たまぐすく様 500万円		
第2.5段階(増資)		1口 100万円 (目標:1000万円)		↓
		⋮		
第3段階 (法人設立後)		市民参加株式購入 (目標:2000万円)		↑
出資比率 (第3段階除く)	公益 20%	市内民間 60%	市外民間 20%	↓
	市内資本 80%		市外資本 20%	
	公益 20%	民間 80%		

第3段階: 事業運転資金(2,000万円)の出資提案DMO設立後～(市民参加型)

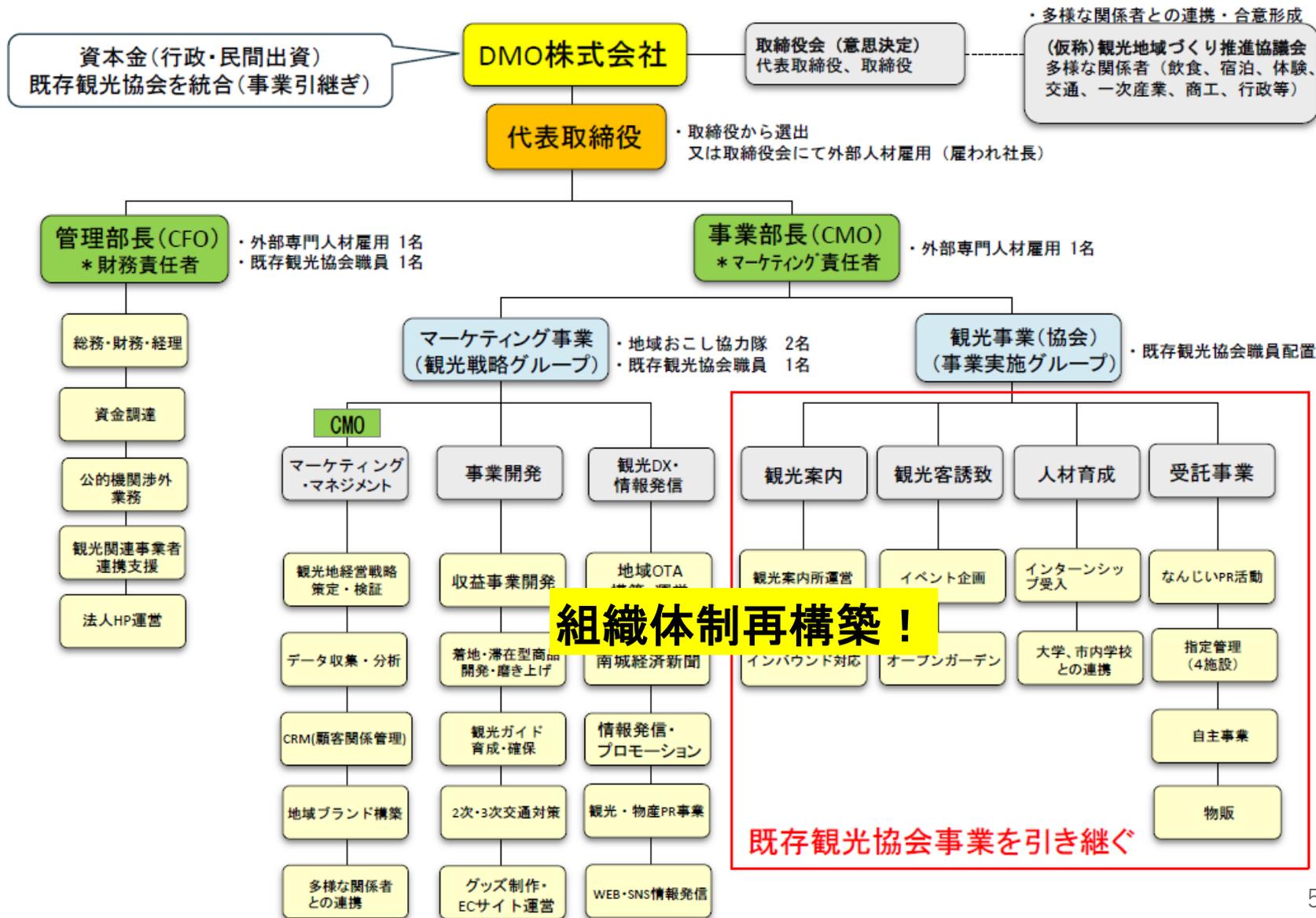
【内容案】

条件: 議決権無し株式発行

発行数: 1,000株(1口20,000円)



2. 法人設立のポイント ～ 組織体制 組織図案 ～



2. 法人設立のポイント ～ 組織体制 人材確保の考え方 ～

役職	パターン（可能性）	考え方
代表取締役	①取締役会選出型	出資者から取締役が選出され、取締役会から代表が選出される。 （取締役会、事務決裁、対外交渉、職員調整等：月10日程度想定）
	②公募型 ※CMO兼務	地域推薦などの条件を付けて公募し、取締役会で決定する。 年俸制。3年間は報酬固定。
CMO （マーケティング 責任者）	①公募型	新たにCMOを広く公募し、雇用する。 年俸制。3年間は報酬固定。
CFO （財務責任者）	①出資者兼務型	出資企業より選出する。（出向元の給与を法人で負担） R7年度のみ（DMO登録申請に向けての体制整備）
	②公募型	新たにCFOを公募し、雇用する。DMO運用開始のR8年度～ 年俸制。3年間は報酬固定。
総務統括	①市役所出向・兼務型	南城市役所から出向又は兼務で職員を派遣する。（派遣元負担） 全ての情報を取りまとめる役割兼地域とのつなぎ役。
	②観光協会職員	南城市観光協会の職員を総務統括として任用する。 全ての情報を取りまとめる役割兼地域とのつなぎ役。
事業開発	①地域おこし協力隊	地域おこし協力隊で公募する。（総務省制度活用） 事業開発とNFTによる調達業務も統括。
観光DX・情報発信	①地域おこし協力隊	地域おこし協力隊で公募する。（総務省制度活用） 観光DX・情報発信業務の統括を担う。

■ 南城市DMO設立準備委員会

目的. DMO設立に向け協議を進める

委員. 出資社から推薦⇒設立時役員

期間. 会社設立までの間、月2回の準備委員会

■南城市DMO設立準備委員会での審議事項

1. 設立目的・基本方針の明確化
2. 組織体制・運営方法の検討
3. 事業計画の策定
4. 財務計画の策定
5. 定款・規約等の策定
6. 設立準備と許認可申請
7. その他、DMO設立準備に関し必要な事項に関すること⁵⁸

令和7年	観光協会の主な実施事項
11月～12月	職員アンケート(10月末～11月)・職員面談①(11月) 職員面談②(12月)
1月～2月	事業・施設・職員引継ぎ準備/ 財務整理・業務整理 物産館出品者の引継ぎ調整・棚卸等準備
3月	事業・施設・職員移行 会員は3月31日付で退会(理事は継続)
4月	事業・施設、職員移行完了 / DMOとして指定管理開始
4月～8月	残務処理(支払・回収・納税・決算・総会・財産移行・解散届)

1. 南城DMO設立経緯と目的

2. 法人設立のポイント

3. **ローカル・ゼブラ企業としての今後**

説明者：南城市DMO設立準備委員会 委員 善井 靖

地域力創造アドバイザー	善井 靖 氏 (A084)
活用分野	観光振興・交流
活用期間（頻度）	令和6年度～令和7年度（月2回～3回程度）
キーワード	#観光振興 #地域経済活性化 #DMO #観光地域づくり #地域の魅力発掘 #合意形成 #多様な関係者 #ワークショップ #勉強会 #観光協会

【目的】

観光の司令塔となる観光地域づくり法人（DMO）を設立し、行政や民間事業者及び地域住民等の多様な関係者を巻き込みつつ、データに基づく戦略策定・実施・効果検証、観光コンテンツの開発・地域資源の磨き上げや受け入れ環境の整備等を行い、地域一体となった観光振興による地域経済・地域社会の好循環（持続可能な観光地域づくり）を図る。

【内容】

- DMOに関する勉強会の開催
- 観光地域づくり講演会の開催
- DMO組成検討市民会議・WSの開催
- 観光協会との役割整理作業の助言
- 観光地域づくり法人の組織設計素案作成の助言
- 観光関連事業者及び地域住民との意見交換実施



DMO勉強会



観光地域づくり講演会

【成果】

- 観光地域づくりの理解醸成のため勉強会を4回開催。（7月～9月）延べ118名参加
- 観光地域づくりの市民意識啓発のため講演会を1回開催。（10月）参加者105名
- DMO組成検討のため市民会議・WSを6回開催。（10月～3月）延べ131名参加
- 観光地域づくりについての考えを確認するため、関係者と意見交換実施。（5月～3月）計20名多様な関係者が参加して、観光地域づくりの理解醸成やDMO必要性の整理が図られた。
- 市民会議・WSにおいて、参加者よりDMO設立の目的や収益モデルの提案。
- 観光関連事業者や市民等の意見を踏まえて観光地域づくり法人設立の方向性決定。



DMO組成検討市民会議・WS

1. DMO組織体制 ～ローカルゼブラ企業の設立～

ローカルゼブラ企業とは

地域の課題解決に取り組みつつ、持続的な繁栄を目指す企業のことです。相反することが多い「**企業の利益**」と「**社会貢献**」の両立を目指すことを、正反対の色である白と黒を模様にするゼブラ(シマウマ)に例えてこの名がつけました。

ゼブラ企業はユニコーン企業とは正反対の企業として誕生しました。ユニコーン企業は<1>創業から10年以内の<2>非上場企業にもかかわらず、<3>独自の技術(テクノロジー)を持ち、<4>企業の評価額が10億ドル以上——という4条件を満たす企業です。こんな企業は神話に出てくる伝説の生き物と同様に、めったにお目にかかれなことからその名がつけました。

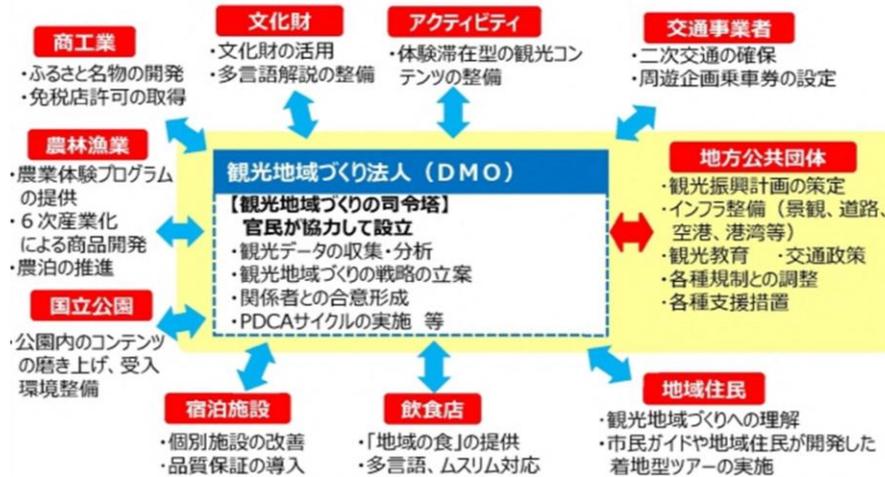
多くのユニコーン企業は他社と競争し、利益を重視して事業を拡大し、業績を伸ばすことを優先します。しかし、**ゼブラ企業は社会の課題に対してどんな貢献ができるかを考えて行動し、「飛躍的な成長」より「持続的な繁栄」を目指します。**経営の価値観や優先順位なども両者は全く異なります。

	 ユニコーン企業	 ゼブラ企業
目的	飛躍的な成長	持続的な繁栄
成果の受益者	個人、株主	公共、コミュニティ
評価の基準	定量的	定性的
方法	競争	協力
結果	独占	共存
優先順位	ユーザーアクション (顧客がどう動くか)	ユーザーサクセス (顧客をどう成功させるか)
価値観	「ゼロサム」 (自分の利益は他者の損失)	「ウィンウィン」 (他者の利益は自分の利益)

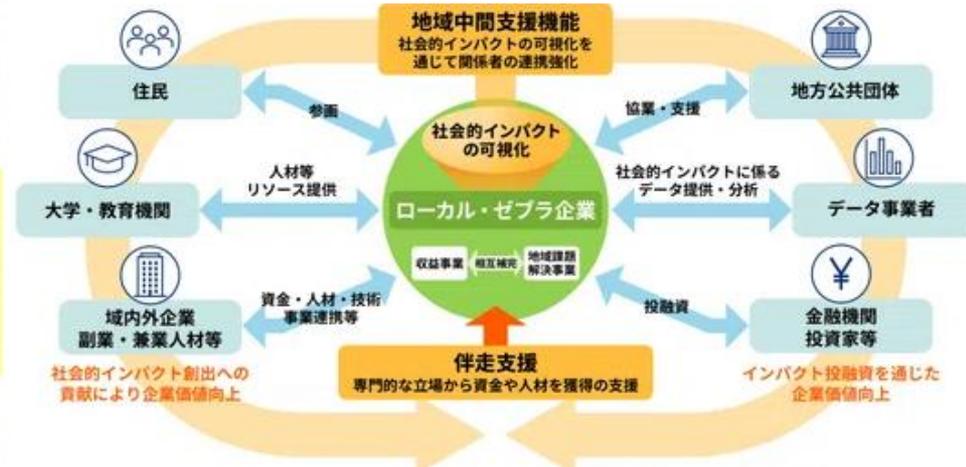
1. DMO組織体制 ～ローカルゼブラ企業の設立～

地域の関係者を巻き込んだ体制の構築

観光地域づくり法人(DMO)を中心とし、地域の関係者が主体的に参画した体制を構築



出典: 観光庁

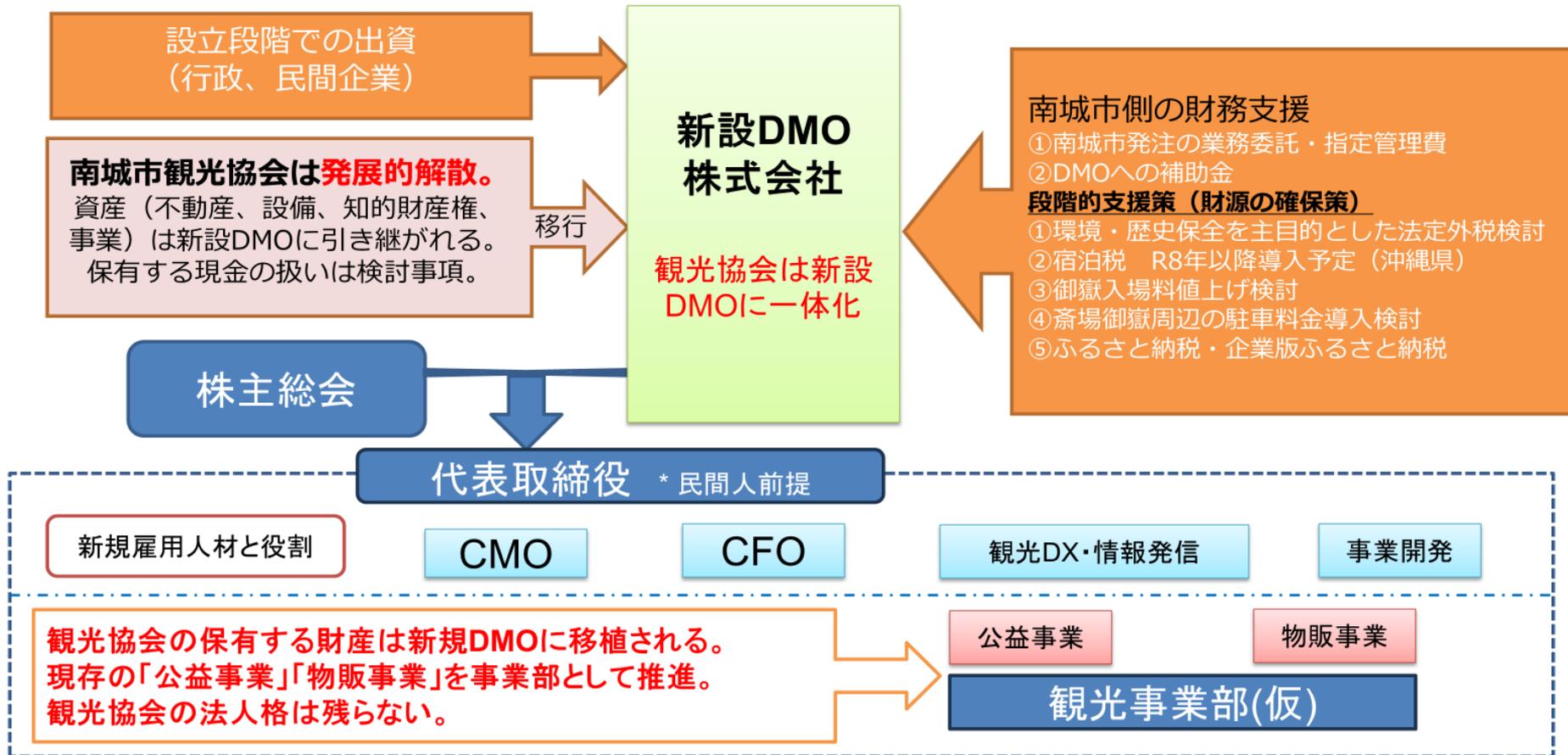


出典: 中小企業庁

観光地域づくり法人(DMO)もローカル・ゼブラ企業も
『地域の関係者が主体的に参画した体制』が求められている
地域が一体となって「社会的インパクト」を可視化させることがゴール

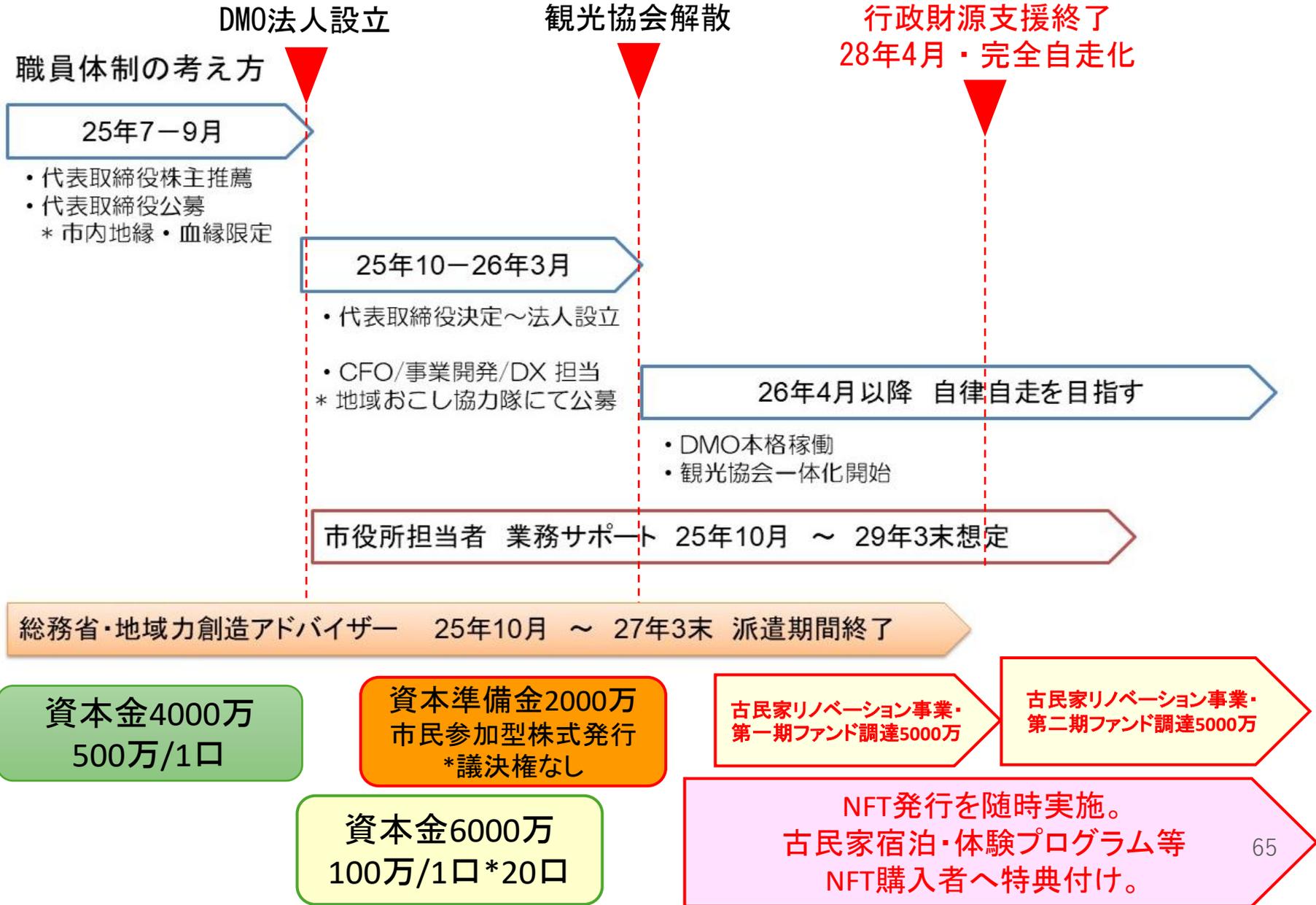
2. DMO組織設計 ～法人形態～

観光協会と一体となった新たな法人の設立（株式会社）



※観光協会の方針について臨時総会にて決定済。観光協会の財産はDMOへ寄付を予定。

2. DMO組織設計 ～職員体制と財源確保～





3. DMOの役割 ～安定した組織運営資金の確保 収益モデル～



出典：南城市DMO組成検討アドバイザー(善井靖氏)提案資料66

3. DMOの役割 ～安定した組織運営資金の確保 収益モデル～





3. DMOの役割 ～安定した組織運営資金の確保 収益モデル～



出典：南城市DMO組成検討アドバイザー(善井靖氏)提案資料68

3. DMOの役割 ～安定した組織運営資金の確保 収益モデル～



出典：南城市DMO組成検討アドバイザー(善井靖氏)提案資料69

3. DMOの役割 ～安定した組織運営資金の確保 収益モデル～

収益モデル検証①：琉球古民家の一棟貸事業

平均利益率：70%（直轄事業）

域内古民家をリノベーションし、一棟貸として管理運営する事業モデルです。南城市には百名伽藍をピラミッドのトップとして、「ゆったり過ごせる小規模の宿、一棟貸」が多く、大規模ホテルはユインチホテル南城のみという特徴があります。

南城DMOが起点となり、沖縄南部に「琉球古民家の一棟貸モデル」を推進し、DMOの地域OTAが斡旋する事業を目指します。

ブランド価値の構築
「暮らすように旅するまち、南城」をブランド化し、滞在価値を高めます

宿泊選択肢の拡大
南城訪問者に幅広い宿泊選択肢を提供します

DMOの収益源化
「第二の大洲モデル」として新設DMOの主要な収益源となります



このゾーンが空白。古民家一棟貸のモデル価格帯。



3. DMOの役割 ～安定した組織運営資金の確保 収益モデル～

収益モデル検証①：琉球古民家の一棟貸事業（先行事例）

大洲DMO事例から学ぶ成功モデル

NIPPONIA HOTEL 大洲 城下町 2020_2022 ラインナップ

浦岡邸（大正期）
NIPPONIA SADA棟
2020年7月OPEN
レストラン・客室

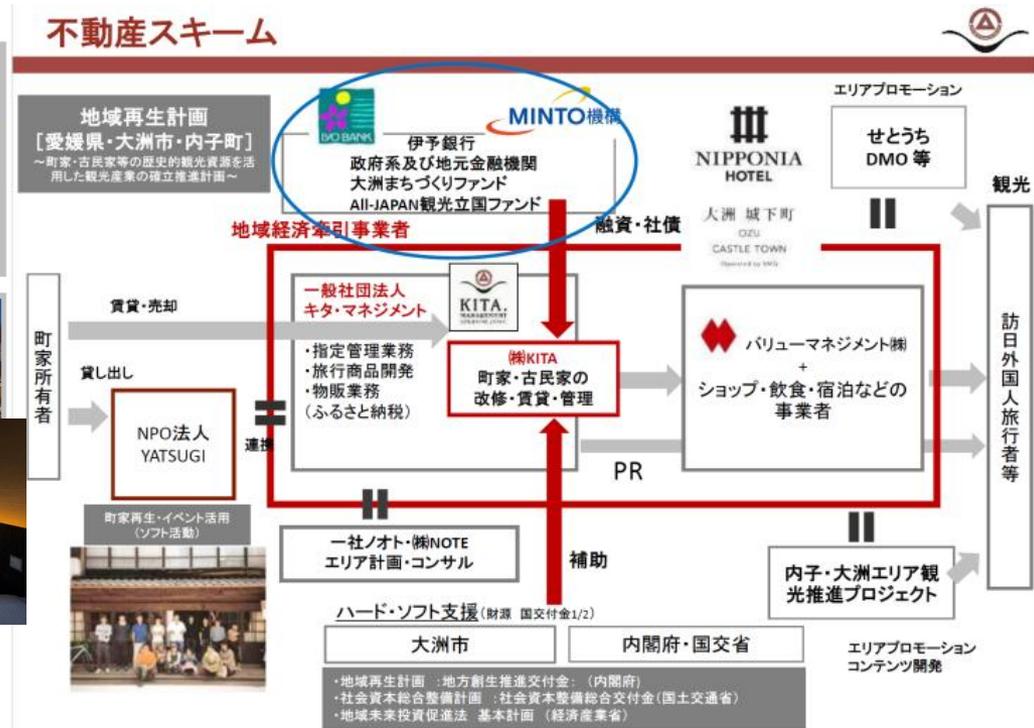
村上邸（江戸期）
NIPPONIA OKI棟
2020年7月OPEN
フロント・客室・SHOP

いづみや別館（昭和期）
NIPPONIA TUNE棟
2020年7月OPEN
宴会場・客室

旧加藤家住宅（国登録・大正期）
NIPPONIA MITI棟
2021年4月OPEN
客室（スイート）

中川邸（昭和期）
NIPPONIA IA ATU棟
2022年4月OPEN
客室・SHOP

村田邸（伊東期）
NIPPONIA YATSUGI棟
2022年4月OPEN
客室・SHOP



大洲市のDMOは古民家再生を通じて地域活性化に成功しており、この事業モデルは南城市の琉球文化と古民家の特性を活かした応用が可能です。**高利益率（70%）を実現しながら、文化保全と経済活性化を両立させる優れた事例として注目されています。**

収益モデル検証①：琉球古民家の一棟貸事業

step① 古民家再生

地域の遊休不動産を観光資源として活用し、高付加価値の宿泊施設に転換

step② 地域経済循環

宿泊施設の運営を通じて地域内での経済循環を促進し、雇用創出にも貢献

step③ 滞在価値の創出

地域文化を体験できるプログラムと連携し、滞在価値を高める総合的な観光戦略として発信



3. DMOの役割 ～安定した組織運営資金の確保 収益モデル～

収益モデル検証①：琉球古民家の一棟貸事業



大洲CMO・井上氏
顧問就任予定

平屋の琉球古民家のリノベ費用は大洲事例の約半分
1000万程度。
エリアを決めて集中管理すれば運用コストも低く抑
えられる。

南城古民家リノベーション事業は可能性あり。

古民家リノベーション事業・
第一期ファンド調達5000万

27年度3棟
事業スタート

古民家リノベーション事業・
第二期ファンド調達5000万

28年度3棟
事業スタート

琉球古民家の一棟貸6棟/営業利益1700万(28年度)

3. DMOの役割 ～安定した組織運営資金の確保 収益モデル～



出典：南城市DMO組成検討アドバイザー(善井靖氏)提案資料74

収益モデル検証②：おたすけツーリズム事業

平均利益率：30%（外注事業）

農業、漁業、薬草作り、歴史資産保全等の「おたすけツーリズム」を開発・提供する事業です。観光客が地域社会に積極的に貢献しながら旅行を楽しむ「貢献ツーリズム（Contribution Tourism）」の一形態として位置づけられます。

貢献ツーリズムは2025年までにグローバルな観光市場において10%以上のシェアを占めると予想されています。

貢献ツーリズムの要素

- 地域への直接的貢献（環境保全、文化継承等）
- 持続可能性（地域資源の保全と発展支援）
- 学びと体験（地域住民との交流を通じた価値観獲得）
- 双方向性（観光客と地元コミュニティの共創）



貢献ツーリズムの南城市における展開

● 自然保護活動

久高島やニライカナイ橋周辺の環境保全活動（ビーチクリーン、植林活動など）を通じて地域の自然環境を守ります。

● 文化継承プログラム

地元の伝統芸能や祭りの参加体験、琉球文化の学習ワークショップを提供し、文化の継承に貢献します。

● 農業体験と地域産業支援

南城市の特産品（マンゴーやゴーヤ）の収穫体験や地元農家支援を通じて、地域産業の維持発展に貢献します。

● コミュニティ支援

高齢化が進む地域での交流活動（高齢者との交流プログラムや世代間の文化交流）を通じて地域コミュニティを活性化します。

貢献ツーリズムの地域への波及効果

- 地域住民による観光プログラム運営による新たな雇用創出
- 観光収益の地域内循環の促進
- 地元産品や伝統工芸品の消費促進
- 地域との深い関わりによる再訪意欲の向上
- 意義ある旅行を求める富裕層・若年層の獲得
- **持続可能な観光地としてのブランド化**

収益モデル検証③：スルーガイド事業

平均利益率：30%（直轄事業）

御嶽から久高島まで域内の自然歴史文化を連日型でガイドする人材育成とマッチングを行う事業です。

欧米からの高付加価値な観光客層のニーズに応える有効な手段です。適切なプロモーションと地域連携により、南城市の経済と地域ブランドの飛躍的向上に貢献する可能性があります。

- 沖縄の観光市場規模・9000億円
- 欧米圏からの観光客割合・15%
- スルーガイド1日ツアー単価・6万円
- 地域との深い関わりによる再訪意欲の向上
- 意義ある旅行を求める富裕層・若年層の獲得

3. DMOの役割 ～安定した組織運営資金の確保 収益モデル～



観光価値の最大化

斎場御嶽や久高島といった南城市の豊かな自然・歴史・文化を深く掘り下げ、独自の観光体験を提供します。



観光客層の拡大

沖縄の歴史文化に関心を持つ欧米からのインバウンド層に強くアプローチし、再訪を促します。



地域経済の活性化

地域住民がガイドとして雇用され、宿泊施設や飲食店など地域産業全体への経済波及効果が期待されます。

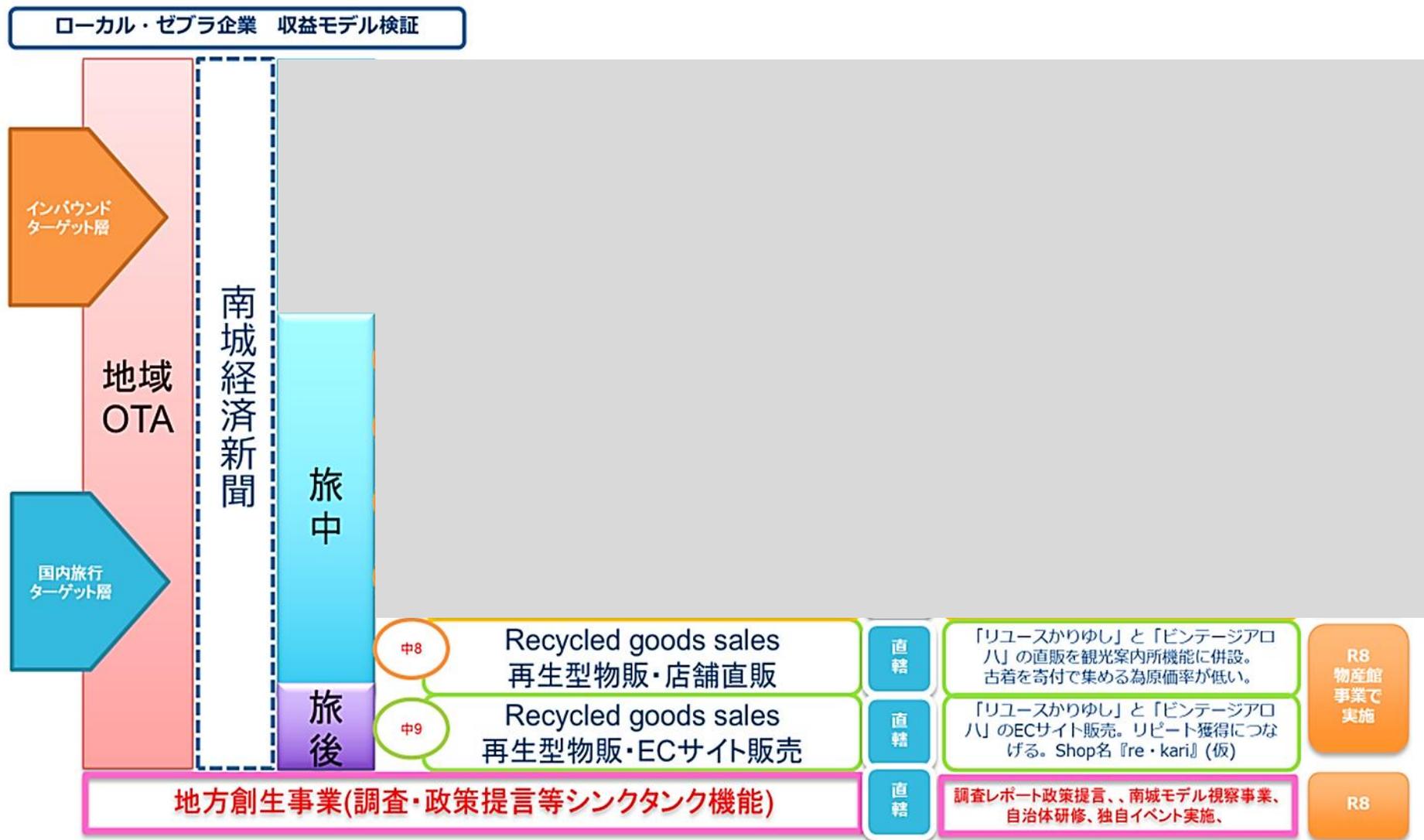


地域ブランドの向上

南城市を「文化と自然の体験型観光地」として世界に認知させ、長期的な観光価値を高めます。

 スルーガイド10名+おたすけツーリズム事業/営業利益1643万(28年度)

3. DMOの役割 ～安定した組織運営資金の確保 収益モデル～



出典：南城市DMO組成検討アドバイザー(善井靖氏)提案資料 80

3. DMOの役割 ～安定した組織運営資金の確保 収益モデル～

収益モデル検証④：再生型物販事業 店舗直販とECサイト販売の二軸展開

店舗直販

平均利益率：35%（直轄事業）

「リユースかりゆし」と「ビンテージアロハ」の直販を観光案内所機能に併設。古着を寄付で集めるため原価率が低いことが特徴です。

ECサイト販売

平均利益率：35%（直轄事業）

「リユースかりゆし」と「ビンテージアロハ」のECサイト販売リピート獲得につなげます。Shop名『re・Heart』（仮）



市場背景

観光市場の現状

観光客層としては、エコツーリズムや文化体験を好む層が増えており、地域性のある商品やユニークなお土産への需要が高まっています。

サステナブルファッション市場

持続可能性を意識した消費が世界的に増加しており、リユース衣料やヴィンテージ商品への注目が高まっています。ビンテージアロハシャツやかりゆしウェアは、ファッション性と文化的背景を併せ持つ商品として国際的な人気も高いです。

EC市場の成長

コロナ禍以降、観光地の商品をオンラインで購入できる仕組みが重要視されており、観光地で購入した商品をリピートするためのEC展開が成功事例として増えています。

3. DMOの役割 ～安定した組織運営資金の確保 収益モデル～

再生型物販事業の導入ステップ

1. 事業計画と市場調査

- **ターゲット設定**：国内外の観光客、特にエコ意識が高く沖縄文化に興味のある層を選定。
- 市場調査：京都の伝統工芸品直販+EC展開など、他地域の類似事例を参考にします。
- 収益モデル策定：商品価格帯、販売目標、必要な初期投資・運営コストを試算します。

2. 商品の準備

- **リユースかりゆしウェア確保**：地元住民からの寄付や買取キャンペーンを実施します。
- ビンテージアロハシャツ調達：国内外のヴィンテージ市場や業者から仕入れます。
- **新商品開発**：リユース品のリメイク商品を地元クリエイターと共同で開発します。

3. 店舗の立ち上げ

- **観光案内所の活用**：商品展示スペースを整備します。
- 接客とプロモーション：「沖縄文化」や「リユースの意義」を説明できるスタッフを育成します。
- 店舗内イベント：「かりゆしウェア着こなし講座」等のワークショップを開催します。

4. ECサイトの構築

- **サイト設計と機能**：商品購入、観光情報提供、サステナブルな取り組みの発信ができるよう設計
- マーケティング施策：店舗購入者へのQRコード配布によるECサイト誘導を行います。
- 顧客データ活用：パーソナライズされたメールマガジンやクーポンの配信に活用します。

事業の強み

観光資源の活用

南城市の観光地としての魅力と「地域性の高い商品」を組み合わせることで、観光客の購買意欲を高めます。かりゆしウェアやアロハシャツは「沖縄文化」を体現する商品であり観光土産としての大きな需要が見込めます。

サステナブル性とリピート創出

「リユースかりゆし」は環境意識の高い観光客や若年層に強く訴求。ECサイトにより観光後もリピート購入を促進し、年間を通じた収益化が期待できます。



収益モデル検証④：地方創生事業（ローカル・ゼブラ型地域経営）

戦略定義と使命

本モデルは、ローカル・ゼブラ理念を基盤として、企業としての収益性追求と地域社会への貢献という二つの目標を同時に達成することを目指しています。従来の行政補助金に依存する体質から脱却し、完全な自立経営を実現することで、持続可能な地域経営の新しい形を示します。
地方創生事業がその司令塔を担います。

市民参加型経営

地域住民が株主として参画し、
真の意味での
地域オーナーシップを実現します

地域投資循環

地域内での資金循環を促進し、
経済的な自立基盤を構築します

ゼブラ理念実践

企業利益と社会貢献の両立により、
持続可能な成長を追求します

3. DMOの役割 ～安定した組織運営資金の確保 収益モデル～

資金構造：市民・ファンド・NFTによる三層モデル

資金調達には多様なステークホルダーからの参画を可能にする三層構造を採用しています。

市民株式



ゼブラファンド



NFT販売



1 市民株式（資本準備金）25%

小口株主による出資により、地域住民が真のオーナーとして事業に参画します。目標調達額は約2,000万円で、地域オーナーシップの形成と市民の当事者意識の醸成を実現します。

2 ゼブラファンド投融資 45%

社会的リターンを重視する金融機関や企業からの投融資を受け入れます。目標調達額は約3,000万円から4,000万円で、収益性と社会性のバランスを評価する投資家との連携を強化します。

3 DMO発行NFT 30%

宿泊・体験優待特典が付いたNFTを販売し、デジタル技術を活用した新しい資金調達手法を導入します。目標調達額は約2,000万円から3,000万円で、運転資金として活用します。

3. DMOの役割 ～安定した組織運営資金の確保 収益モデル～

地方創生事業の具体的展開

南城市の豊かな地域資源を最大限に活かし、多角的な事業展開により持続可能な地域の財源を築きます。各事業は互いに手を取り合い、南城市全体の魅力を高めることに貢献します。



一次産業連携プロジェクト

農泊体験や漁業体験、薬草カフェなどを通じて、地域と観光客の交流を促進し、地場産業の活性化を図ります。



地域人材育成・教育事業

地域協力隊の育成支援、地域づくり大学、修学旅行誘致など、教育と観光を融合し、地域の未来を担う人材を育成します。



地域ブランド・ふるさと納税連携

地域特産品の商品開発とブランディング、ふるさと納税返礼品の充実を通じて、地域経済の循環を強化します。



地方創生事業の具体的展開

一次産業連携プロジェクト

- 農泊体験による都市と地域の温かい交流の促進
- 沖縄の自然を体感する漁業体験プログラムの開発と運営
- 薬草カフェで地域の宝と観光を繋ぐ
- 生産者と観光客の心温まる直接交流機会創出

地域人材育成・教育事業

- 地域に新しい風を吹き込む地域協力隊の育成支援
- 観光地域づくり大学による学びと成長の機会提供
- 未来を担う修学旅行誘致による教育観光推進
- 地域課題を語り合う市民フォーラムの開催

地域ブランド・ふるさと納税連携

- 南城市ならではの特産品の商品開発支援
- 南城市の魅力を伝えるブランディング戦略の立案実行
- ふるさと納税返礼品の充実と地域活性化
- 地域資金が豊かに巡る仕組みの構築

1 視察研修事業

一人3万円から5万円の参加費設定により、地域が自ら生み出す財源を創出します。南城市の地域運営モデルを学びの場として全国に発信し、持続可能な地域の土台を確立します。

2 調査レポート・出版事業

地域からの調査委託を受け、南城市の知恵と経験を次へと繋ぎます。「南城DMO叢書」の発行により、地域の知見を体系化し、沖縄から全国のDMO運営に貢献する大切な知を蓄積します。

3 イベント・MICE事業

「NFTツーリズム」など南城市の魅力を活かしたテーマの講演会やシンポジウムを開催します。全国から参加者をお招きし、南城市を地域を元気にする先進事例として発信する拠点とします。

3. DMOの役割 ～安定した組織運営資金の確保 収益モデル～

期待される効果と波及影響

本事業の展開により、南城市の経済・社会に温かい効果をもたらします。単なる数字の改善にとどまらず、地域社会全体の持続可能性を高める包み込むようなインパクトを創出します。

地域の総生産増加額

1.5億円

南城市の域内総生産を年間1.5億円押し上げる
地域への経済波及効果を創出します

地域に根ざした専門人材

15名

地域の魅力を引き出す専門人材など、
質の高い雇用機会を15名分創出します

市民の参加者数

1,000名

市民出資者とNFT保有者を合わせて1,000名の
参画により、共助の心を育む資本を形成します

💡 沖縄から全国への発信モデル

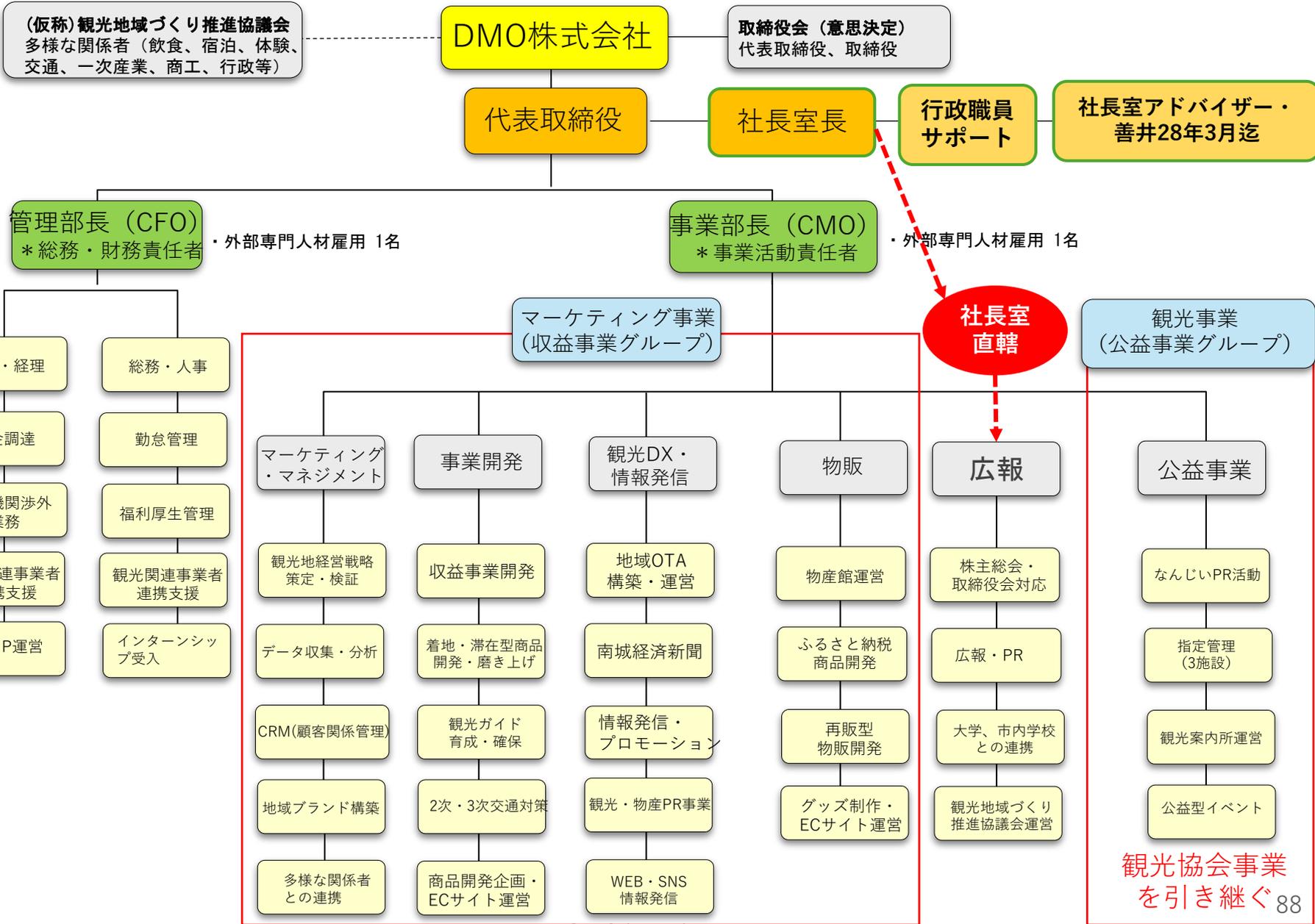
株式会社型DMO、ゼブラ理念、NFT活用を組み合わせた先進的なモデルとして、全国の地域づくりの参考となるモデル化が期待されます

🔄 持続可能な地域の循環

地域資金の巡りを促進することで、外部に頼らず、地域が自立した経済の輪を確立します

👥 共助の心の醸成

市民参加型の運営により、地域への深い愛着と当事者意識が高まり、真の意味での地域コミュニティが育まれます



観光協会事業を引き継ぐ 88

わたし達DMOのビジョン

南城市DMOは、地域固有の魅力を最大限に引き出し、
持続可能な観光モデルを確立することで、地域社会全体の発展に貢献します。

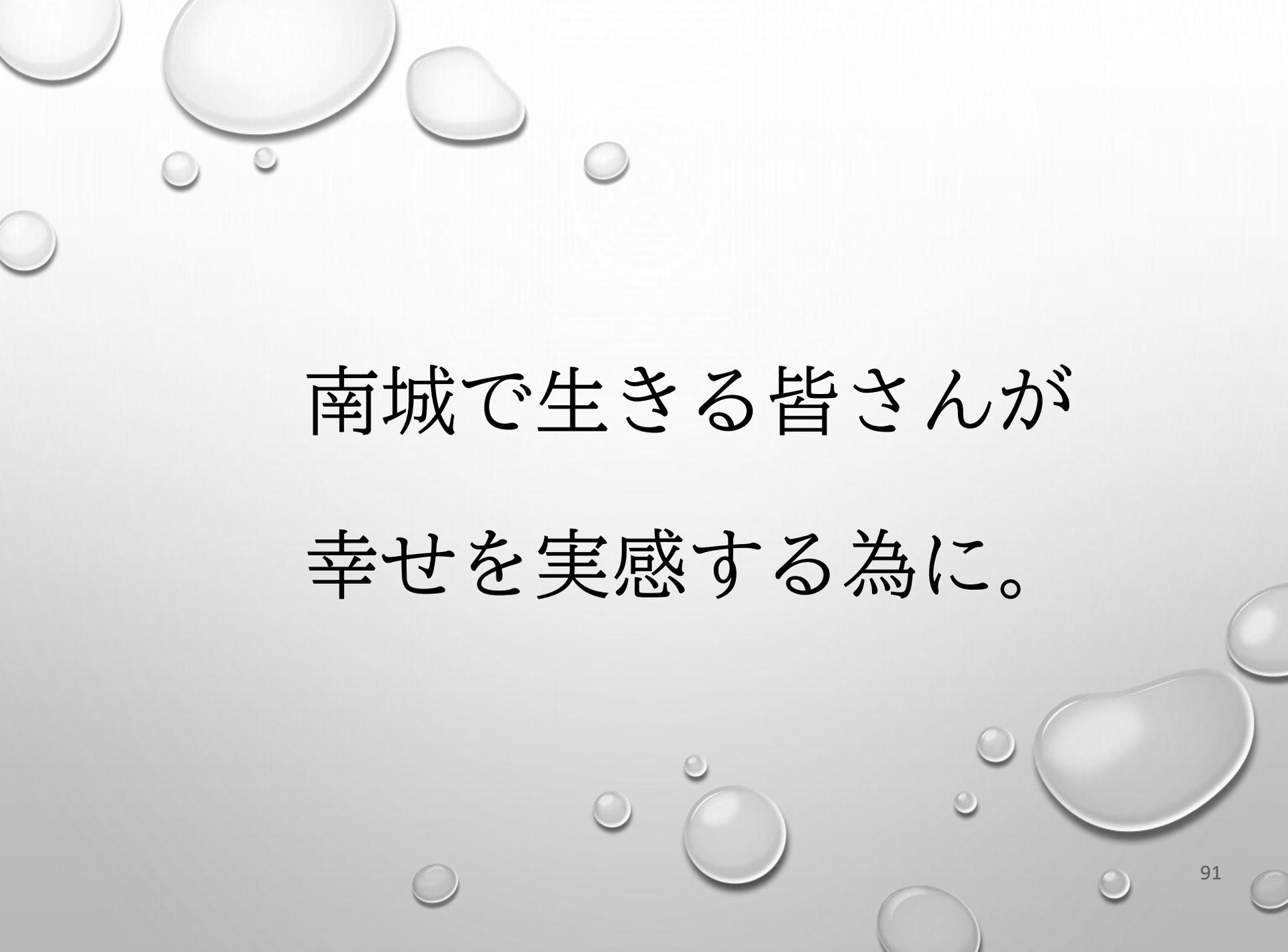


出典情報

本資料は、南城市DMO組成アドバイザー（善井靖氏）による専門的助言、
および中小企業庁が推進するローカルゼブラ支援方針（2024年）に基づいて策定されています。

ここで生まれ、ここで学び、
ここで働き、ここで生き、
ここで土に還る。

私達が、私達の子や孫に、南城の未来を、
自信を持って紡いでいく為に。

The background of the slide is a light gray gradient with several realistic water droplets of various sizes scattered across it. The droplets have highlights and shadows, giving them a three-dimensional appearance. The text is centered in the middle of the page.

南城で生きる皆さんが
幸せを実感する為に。



ここで生まれ、ここで学び、
ここで働き、ここで生き、
ここで土に還る。
私達が、私達の子や孫に、南城の未来を、
自信を持って誇りていくために。



観光地域づくり法人（DMO）に関するお問合せ

南城市観光地域づくり法人（DMO）設立準備室
（一般社団法人南城市観光協会内）

TEL : 098-948-4611 FAX : 098-948-4644