

奥武島キャンプ場指定管理の現状報告と次年度以降の方向性について

作成日：2023年1月15日

文責：合同会社PLUCK 石坂

サマリー

奥武島キャンプ場の事業の採算性向上と久米島の新たな魅力づくりを目的とし、複業ギルドを通じ島内外の各所と連携を取りながら活動してきた。結果、以下のような数値となった。

2022年12月末までの利用者述べ人数：735名、平均客単価：851.4円、売上：625,750円

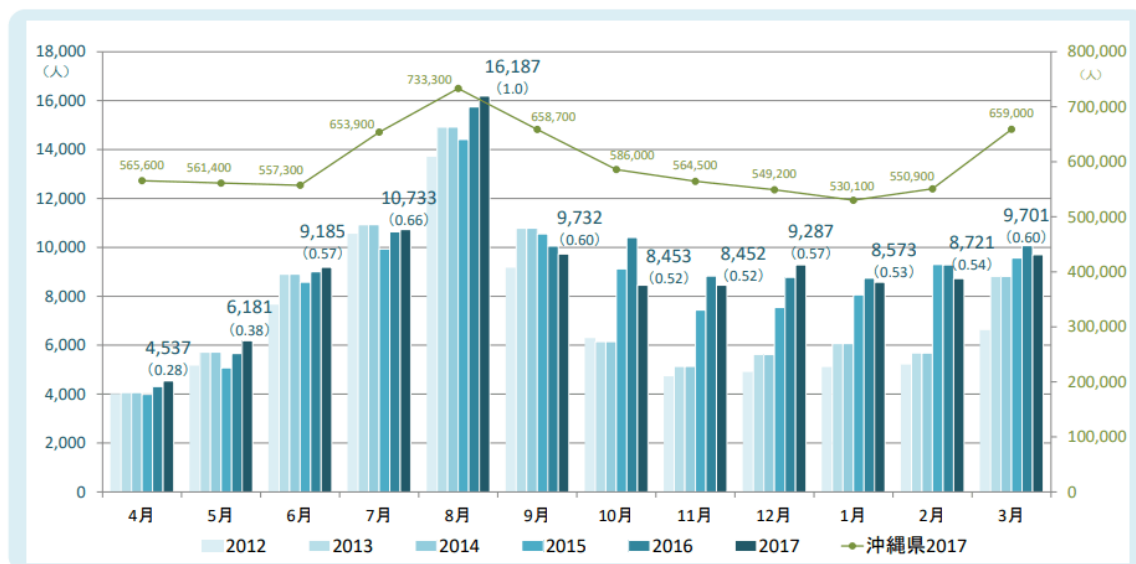
新型コロナウイルス感染症流行前の2018年度における利用者述べ人数は872名、平均客単価は548.7円、売上は351,561円であった。客単価、売上はそれぞれ155.2%、178.0%の増となっている。次年度は島内外の人が楽しめるファミリーキャンプ場としての価値を更に磨いていきたい。

なぜ奥武島キャンプ場の魅力化に取り組むのか

採算性向上以外にも奥武島キャンプ場の魅力化に取り組むべき理由が3点ある。

1. 夏季以外の観光客獲得

次にコロナ禍前(2017)の久米島における観光入込客数の月別推移を示す。



※ () 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

【出典】https://www.town.kumejima.okinawa.jp/docs/2kankou-keikaku/file_contents/keikaku.pdf

8月の観光入込客数は16,187人。最も少ない4月は4,537人で、オンシーズンとオフシーズンの人数差が激しい。

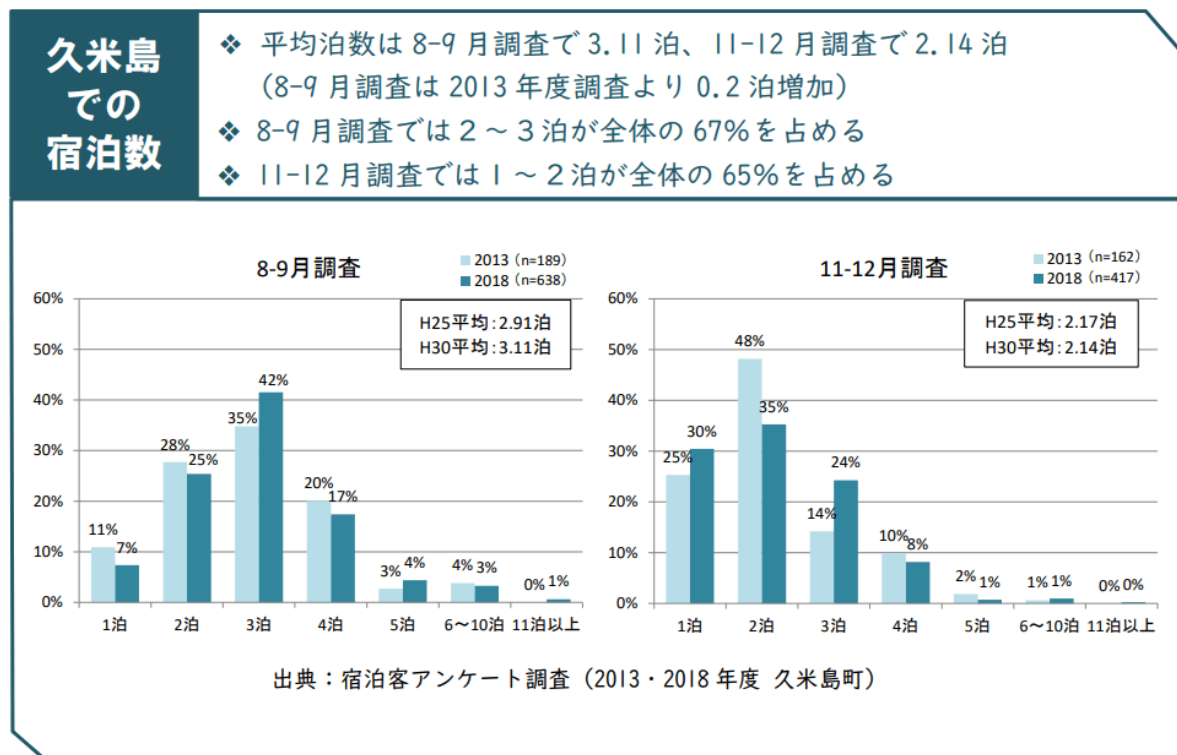
人数差が激しいと、混雑や環境負荷などのオーバーツーリズム問題や、どうしても通年雇用につながらないため非正規雇用に頼らざるを得なかったり、観光への設備投資の判断が踏み切れなかったりと、事業者にも観光客にも双方にとってメリットはない。

そのため夏以外の時期の観光客数を増やすことが長年の課題となっている。

キャンプやアウトドア体験は夏以外がオンシーズンであるため、課題解決への貢献が期待される。

2. 冬季の滞在日数の増加

資料によると、8-9月は2-3泊の観光客が多く、1人あたり平均消費額は7.5万円。一方11-12月は1-2泊の観光客が多く、平均消費額は約5.6万円。



【出典】https://www.town.kumejima.okinawa.jp/docs/2kankou-keikaku/file_contents/keikaku.pdf

滞在日数と消費額は相関する。そのためできるだけ冬季でも長く地域に滞在してもらい、楽しんでもらうことが島の経済の活性化には重要。

キャンプやアウトドア体験は宿泊滞在の伴うアクティビティである。1泊ホテル、1泊キャンプ、といったように、冬季の滞在日数増に貢献できる可能性がある。

3.雨天時でも楽しめるコンテンツ作り

久米島町観光振興基本計画に記載の「久米島観光の弱み」の中に、「海以外の体験型プログラムが不足」「雨天時のサービス・プログラムが少ない」がある。

❖ 久米島観光の強み・弱み

分類	強み	弱み
観光資源	・ハテの浜に代表される海洋資源 ・手付かずの自然 ・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	・海以外の資源が活かされていない ・イーフビーチなどは、漂流物などのゴミが目立つ状況
食、おみやげ	・生産量日本一の車エビ、海ぶどう ・もずく、久米島鶏、泡盛など豊富な食材	・飲食店が少ない ・おみやげを買える店が少ない ・地元産の食材を活かした料理も少ない
アクセス・交通	・那覇から25分の好立地 ・運賃の安いフェリーでも3時間程度の距離にある ・車で1周45分のコンパクトな島	・飛行機の輸送量 ・島内での移動はレンタカーに依存
インフラ・施設	・海洋深層水を活用した施設 ・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	・ホテルの老朽化 ・島内の案内板、外国語の表記の不足
その他	・FM放送局 ・ゆるキャラ「く～みん」	・海以外の体験型プログラムが不足 ・雨天時のサービス、プログラムが少ない ・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

【出典】https://www.town.kumejima.okinawa.jp/docs/2kankou-keikaku/file_contents/keikaku.pdf

奥武島キャンプ場は屋根付きの炊事場や食事スペースがあり、雨天でも利用できる。「雨でも久米島らしいアウトドア体験が楽しめるキャンプ場」として機能できれば、新たな過ごし方を観光客に提案できる可能性がある。

目指すべき姿

以上を踏まえ、以下3点をコンセプトに、事業の採算性向上と久米島の新たな魅力づくりを目的として活動している。

- ・「おいしいキャンプ場」
- ・「日帰り・グループで楽しめるキャンプ場」
- ・「地域と触れ合うキャンプ場」

事業実施体制

久米島町複業ギルドメンバーを中心にチームを結成。以下のような体制で業務を開始した。概ね月1回程度の定例ミーティングを実施し、チームビルディングと進捗管理を実施している。

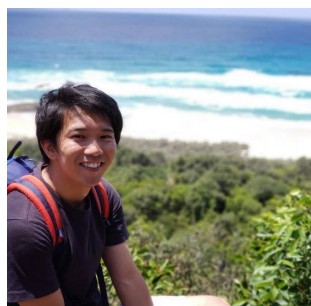
メンバー



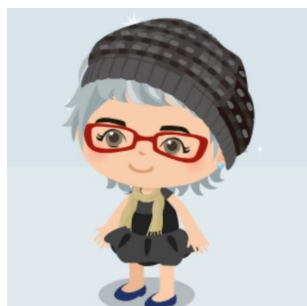
プロジェクトマネージャー、事業開発チーム・サービス担当：石坂達
ITコンサルタント。地域づくり・教育事業コーディネーター、島ぐらしコンシェルジュとして勤務後、合同会社PLUCKを起業。プロジェクトマネジメント、アウトドアやデジタルマーケティングなど様々な事業を組み合わせた「複業型身の丈起業」に取り組む。また「久米島複業ギルド」を運営し、地域の自治力向上と経済循環の改善を目指している。沖縄県DXアドバイザー、日本ワーケーション協会公認ワーケーションコンシェルジュ。



事業開発チーム・食担当：池原久美子
立命館大学法学部卒業後、株式会社三菱東京UFJ銀行に入行。個人富裕層・法人オーナー向け総合提案業務に従事。
2018年、沖縄県久米島にて合同会社結人舎を創業。もち麦の栽培、焼き菓子の製造販売、キッチンカーの運営、久米島特産品の販売スペースプロデュースなど、地域の豊かな食文化をプロデュースする事業を展開している。



事業開発チーム・イベント担当：福村優斗
同志社大学卒業後、日本企業を経て、国際ボランティアなどを経たのちに国際環境NGO勤務。その後久米島町へ移住、公営塾にて、高校生に指導を行った。
現在は、フリーランスとして経理コンサルタントを中心としながら、複数の事業会社にてロジスティクスや裏方の業務を行っている。
2021年より久米島未来エネルギーにも勤務。



総務・経理担当：松本千春
各種事務歴30年以上。2017年、佐賀県より久米島へ移住。島内企業で勤務後、各種事務代行・PC操作代行業Hahaha久米島を開業。
「好きなこと・得意なことで久米島のお手伝い」をテーマに様々な企業で培ったスキルと経験を活かし、島内外の法人・個人事業者様の事務業務負担軽減に尽力している。



キャンプ場運営アドバイザー：宮平未来
沖縄県那覇市出身。琉球大学農学部卒。キャンプ沖縄事業協同組合副代表理事、(一社)災害プラットフォームおきなわ理事兼事務局長。2018年から現在までコーディネーター兼キャンパーとして活動。「より良く生きられるしなやかな社会」を防災、健康、キャンプの立場から考えている。

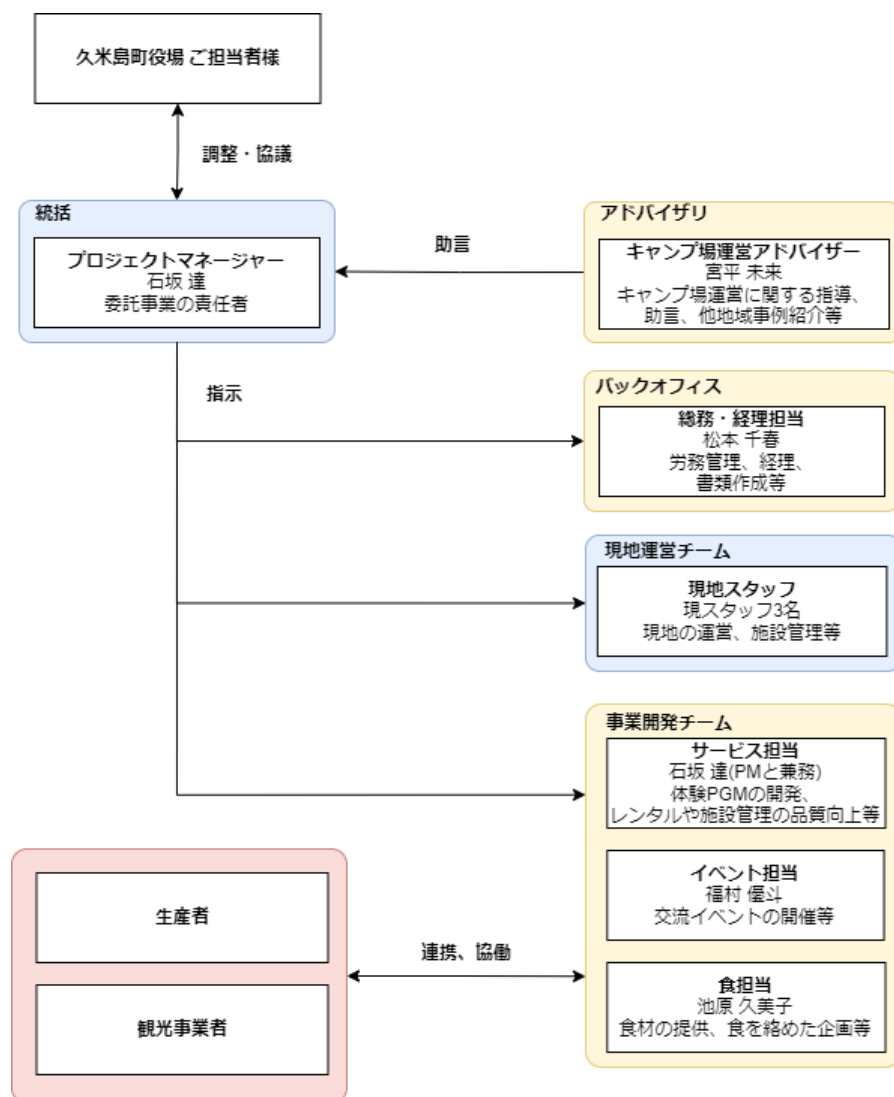
・キャンプ沖縄事業協同組合

(<https://coop.campo.ooo>)

・(一社)災害プラットフォームおきなわ

(<https://dmpokinawa.com>)

組織体制図



実施内容

指定管理の為の事務手続き

既存キャンプ場スタッフの雇用や指定管理のために以下のような事務手続きを実施した。

No	手続き名
1	健康保険・厚生年金保険新規適用届の提出
2	雇用保険適用事業所設置届
3	・労働保険関係成立届 ・労働保険概算保険料申告書
4	労働条件の整理
5	労働条件通知書の用意、提示
6	就業規則・雇用契約書・個人情報 取り扱い誓約書・秘密保持契約
7	健康保険・厚生年金保険保険料口座振替
8	賞与規程の作成
9	評価制度の作成
10	買掛金の準備
11	労働保険料納付
12	住民税給与天引き手続き
13	住民税納付手続き
14	定期健康診断手続き
15	有給休暇制度の構築
16	健康保険の手配
17	買掛・光熱費 口座振替手続き
18	日本オートキャンプ協会加入・保険手続き
19	久米島町観光協会加入手続き
20	業務委託契約手続き

毎月、通年の事務手続き

年間を通じて実施する事務手続きについて以下のように整理し、マニュアルを作成。問題なく実施できるような体制を整備した。

毎月	業務
15日頃	売上金監査、回収
	小口現金・領収証監査、補充(売上金より)
	未払金請求書類回収
	タイムカード回収
20日頃迄	石坂代表給与明細送信
	給与計算・現金出納帳入力・前月分予算実績表作成
23日頃	翌月シフト表 時間overチェック
25日	給与支給(ATM)・明細書メール送信
月末	未払金支払(ゆうちょダイレクト)
	社会保険料納付(口座振替)
都度	イベント時の現金補充、その他要望対応

年間	業務
4月	労使・保険関係手続、支払等整備、健診申込
5月	労働保険納付
6月	
7月	住民税控除開始(特例届済) 源泉所得税納付 代表/健康保険月額変更届(全員基礎算定届)
8月	
9月	賞与支給、社会保険・厚生年金保険料改定適用
10月	・健康保険および厚生年金保険被保険者賞与支払届の提出 ・雇用保険料率改定適用
11月	
12月	年末調整、住民税納付
1月	年末調整還付、源泉所得税納付 給与支払報告書・法定調書提出
2月	
3月	賞与支給、源泉税納付、労働保険納付

指定管理の実施

奥武島キャンプ場、旧バーデハウス久米島、旧レストハウス畳石の維持管理、トイレの清掃、軽微な修繕の手配、イベント広場及び一帯の植栽や芝生の維持管理を行っている。

島内教育機関への協力

林間学校等島内教育機関の学校行事としての利用に関しては利用料を無料としサイトを提供している。

食体験サービス開発

バームクーヘンづくり体験、島食材BBQセット、久米島赤鶏ダッチオープンローストチキンづくりの3体験を開発。(同)結人舎協力の下サービスを提供している。

サトウキビでつくる！ 手作り炭焼きバームクーヘン体験

久米島最とうきむらびな茶屋(久米島)へお越しください。BBQつむバームクーヘン。

木々に囲まれたまどでつくる炭焼きバームクーヘンは絶品です。

夏祭りなどのイベントにもおすすめです！

焼き肉や焼きそばで出汁の上りの色や匂いがするまで、どんなバームクーヘンが出来るかを是非チャレンジしてみてください！

詳細はこちら

久米島産海老お付き BBQ食材セット

キャンプで焼く！
久米島産の新鮮な海老お付きの
BBQ食材セットです！

シーバーキューの食材は
新鮮なままにお届けします。

詳細はこちら

ダッチオープンでワイ ルドに！久米島赤鶏ま るごとローストチキン

久米島赤鶏まるごととお野菜をダッチオープンで丸焼きに！

久米島の伝統の料理を味わったことで、早稲い
で焼いた赤鶏の皮をまるごと野菜にま
べられるお野菜セットです。

ダッチオープンで焼くことで、焦げ付
てお肉をダッチオープンの中に入れ、皮
がパリパリで食べられます。

もちろん特別に久米島ならではのチップ
体験も、是非ご体験ください！

詳細はこちら

詳細はこちら

売店の設置

キャンプ場内に無人販売を行う売店とワーキングスペース、レンタル用品の展示スペースを設置。無人販売のため廉価な商品のみでの取り扱いとしている。そのため商品販売の売上は低いが、展示を行うことでレンタル用品を確認しやすくなり、レンタル促進の一助となっている。



広報の強化

まずは観光客の検索で奥武島キャンプ場が認知されることを目指し、instagramによる集客、SEO記事の作成を実施。SEO記事作成時にはキャンプ場だけではなく他の観光スポットも紹介することで波及効果を狙った。

年度内にはのぼりや垂れ幕などを作成し、アナログでの工法も強化する予定。

SEO記事

久米島観光を120%楽しめる！モデルコース&おすすめスポットを紹介 | PR | 沖縄トラベル
<https://okinawatravel.jp/kumejima-modelcourse>

初心者でも楽しめる！奥武島キャンプ場アウトドア体験3つをご紹介します | 久米島ブログライターズ
<https://kumejima.icokinawa.com/2022/08/25/post-2569/>

「はての浜」観光した後どうする？何する？解決旅のプラン3選 | 久米島ブログライターズ
<https://kumejima.icokinawa.com/2022/09/28/post-2763/>

手ぶらでも楽しめる！奥武島キャンプ場でファミリーキャンプしてきました。 | 久米島ブログライターズ
<https://kumejima.icokinawa.com/2022/08/03/post-2416/>

沖縄・久米島の「シンリ浜キャンプ場」「奥武島キャンプ場」を紹介するよ！ | いしおのブログ
<https://i-shio.com/campfield2002/>

冬の沖縄。アウトドアキャンプをどう楽しむ？ | いしおのブログ
<https://i-shio.com/winter-camp2212/>

久米島でバーベキュー！道具の貸し出しや場所、おすすめ食材を紹介するよ！ | いしおのブログ <https://i-shio.com/kumebbq1905/>

久米島でアウトドア料理を楽しむならこんな風に！お役立ち情報をお届け！ | いしおのブログ <https://i-shio.com/out1804/>

沖縄・久米島の冬支度と、冬の楽しみ方は？ | いしおのブログ <https://i-shio.com/winter1811/>

instagram

自アカウントの運用を行っている。



また沖縄トラベルのinstagramアカウントでも久米島のモデルコースを紹介頂いた。
こちらは1382いいねを獲得している。



価格改定

以下のように価格を改定した。その結果や影響については後述する。

ご利用料金			
※利用料金を2022年7月14日より改定しました。			
施設名	区分	単位	金額
キャンプ場	テントサイト	1区画・1泊につき(1区画最大5名まで)	2,000円
		※島民・久米島ファンクラブ会員のソロ利用、3泊目以上ご利用の方	1,000円
		※シャワー利用のみの場合	100円
	デイキャンプ	大人・小人一律1回あたり	500円
		※5名利用につき1名無料	
	温水シャワー	1回あたり(10分)	200円
貸し切り利用	キャンプ場	1日	50,000円
	多目的広場(ウミガメ館横の芝生エリア全体)	1日	10,000円

シーカヤック体験の提供

久米島とりっぷ主催の島あっちいイベントにて、クリアカヤックによるカヤック体験を行った。ウミガメが高確率で見れる奥武島において、新しいキャンプの魅力となる可能性が示唆された。今後安定して観光体験として提供できるような体制を準備している。

焚き火・キャンプファイヤー体験の提供



【団体向け】キャンプ ファイヤー体験

修学旅行、企業合宿、サークル旅行に！
仲間とキャンプファイヤーを囲み、歌い踊る特別な夜を。貸切利用との併用もおすすめです。

[詳細 →](#)

薪を島内から調達し、焚き火体験として提供する準備をしている。またキャンプファイヤー体験の提供を開始した。修学旅行や林間学校、グループ旅行などでの需要を開拓していく。

キャンプ場施設の魅力化

ハンモックスペースやスラックライン、子供専用テントの設置



キャンプ場内に子どもたちが遊べるハンモックやスラックライン、テントを設置した。子供連れの家族の利用時にはよく使われている。

キャンプイベントの実施

キャンプ場の利用促進のため、キャンプイベントを企画、実施している。



クラフトキャンプ(荒天のため延期)

ものづくりをする人向けのキャンプイベント。売店でのオリジナル商品開発につなげるためにも企画。荒天のため延期。

島あっちい

久米島とりっぷ様主催のもとアウトドア体験を実施。新サービスとして準備中のクリアカヤック体験にも挑戦した。参加者からの評価や満足度は他のプログラムと比べても高かった。



キャンプ初め

黒糖づくり、書道など多彩なイベントを実施。



島まーる事業

2月に島外参加者を招きアウトドア体験とキャンプ場の利活用に関するディスカッションを行う予定。

初心者向けキャンプ講習会

2月にキャンプ沖縄事業協同組合の下地代表、宮平副代表を招き、初心者向け講習を行う予定。

スタッフによる業務改善提案制度

スタッフが自発的にキャンプ場の利活用促進を目指す業務改善制度を構築。賞与と連携。それぞれ以下のようなテーマで活動している。

- ・平田：焚き火や釣りなどのアクティビティが楽しめるようにするための体制整備
- ・前里：子どもが喜ぶキャンプ場にするための体制整備
- ・小山：初心者向けキャンプ講習の定例化、売店におけるコワーキングスペース・カフェ機能の追加

有識者からのコンサルティング

今後の事業展開の参考とすべく、以下の有識者からコンサルティングを受けた。

- ・O氏(技術士・指定管理している長野のキャンプ場においてDXを実現)
- ・U氏(大手キャンプ用品メーカーにて製品・キャンプ場・グランピングフィールドの開発経験、地方創生会社の経営経験あり)
- ・M氏(フリーランス保育士・アッパークラスの多い軽井沢の親子に人気の体験について精通)
- ・S氏(国内大手アウトドア用品専門ECサイト、レンタルサイト、OTA運営企業において新規事業本部長)
- ・D氏(大手百貨店における食料品担当係長)

結果

利用人数と売上

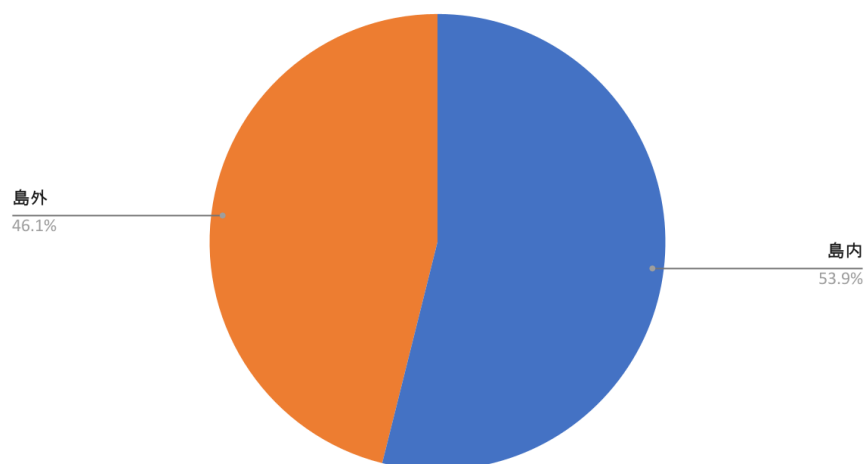
以下のような結果となった。

- ・2022年12月末までの利用者述べ人数：735名
- ・2022年12月末までの売上：625,750円
- ・2022年12月末までの平均客単価：851.4円

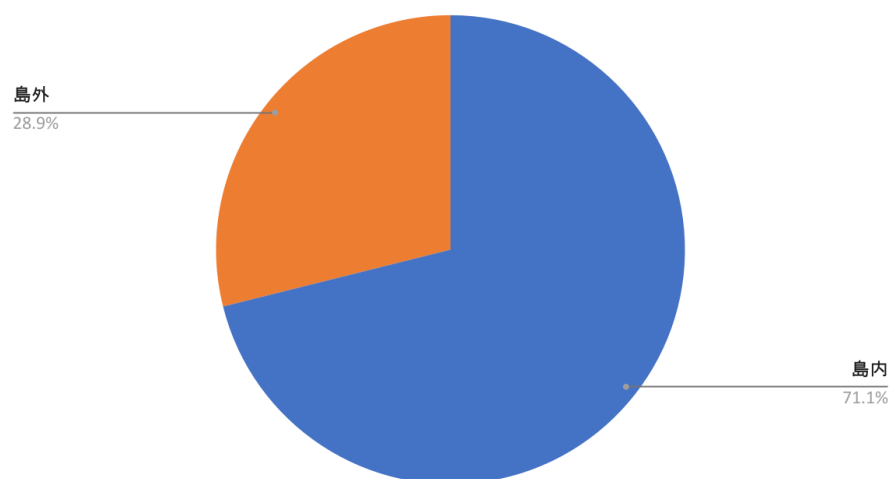
利用状況

宿泊割合は島内利用者、島外利用者はそれほど変わらなかった。日帰り利用の割合は島内が7割を占めた。

宿泊の利用割合(12月までの実績値:469名)

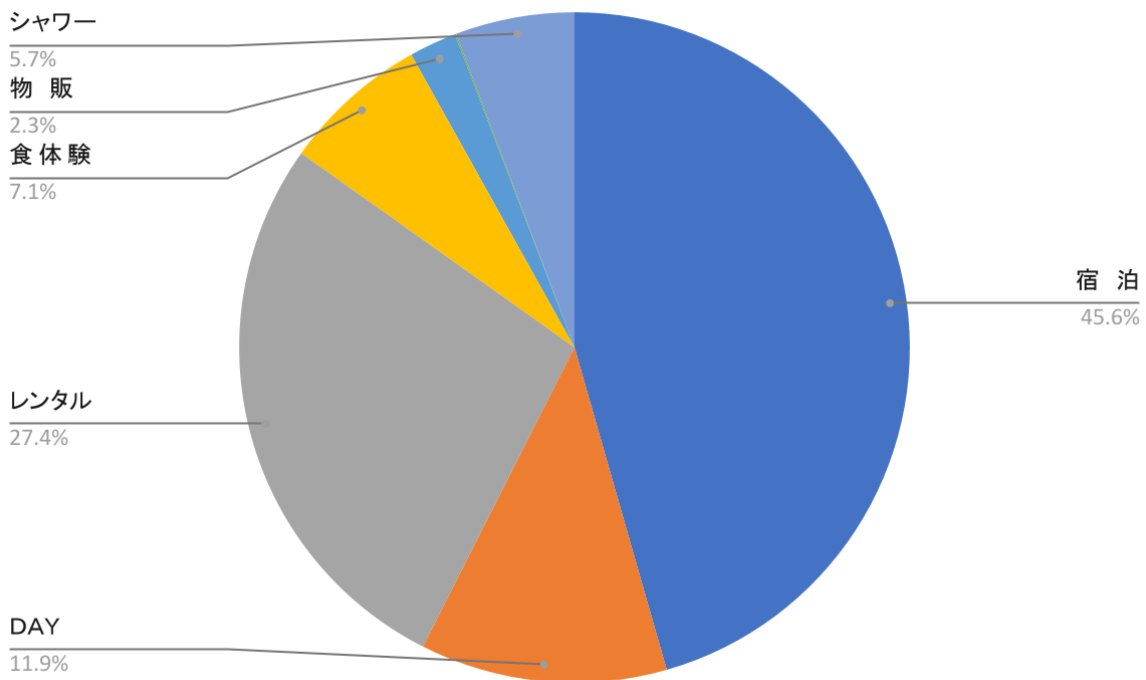


DAYの利用割合(10月までの実績値:266名)



売上比率

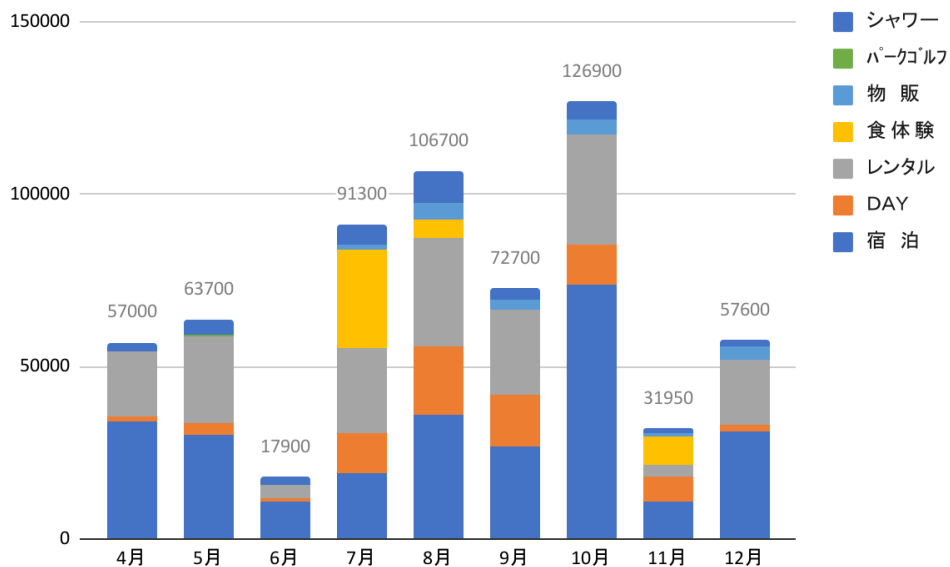
2022年12月末までの売上625,750円の内訳は、以下のような結果となった。



宿泊・レンタルの比率が高い。特にレンタルは売上が伸びやすいが、今後年数を重ねると道具の劣化による修理・再購入が懸念される。商品が新しいうちに売上を伸ばしておく必要がある。

売上月次推移

以下のような結果となった。

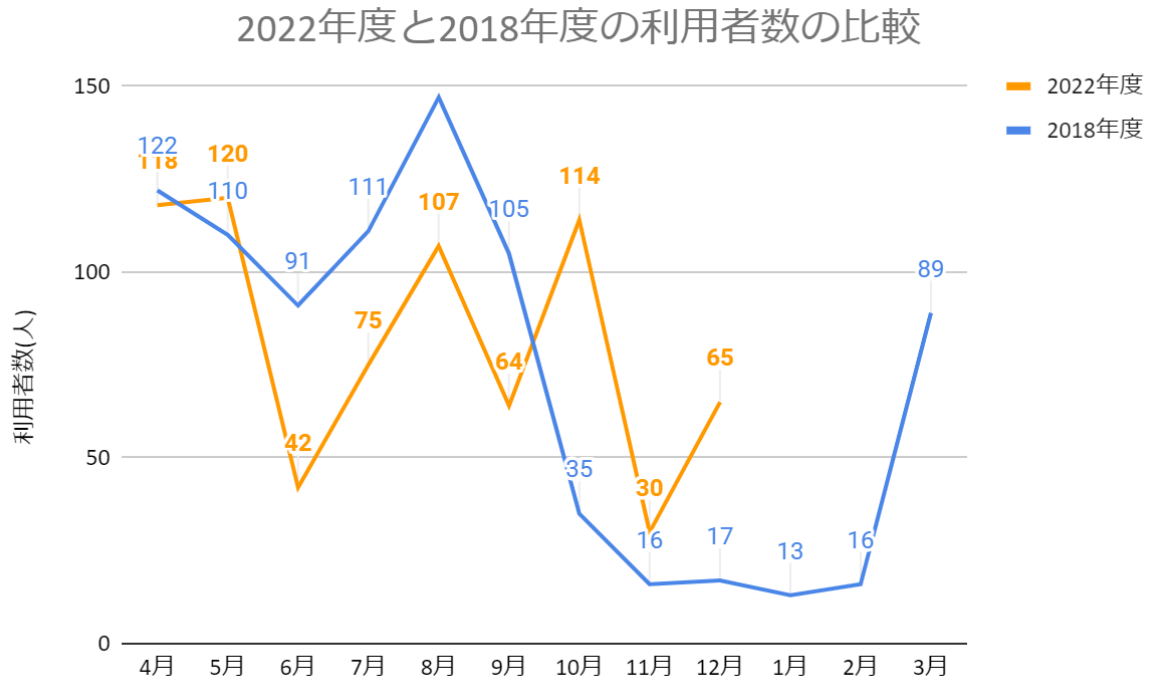


雨季の6月は落ち込み、ハイシーズンである7-9月は売上が伸びた。また10月は久米島マラソン大会があったため利用者が増え、売上也伸びた。食体験は1件あたりの単価が高いため、予約が入れば売上也大きくなった。7月以降日帰り利用の料金を上げたため、売上におけるDAYの金額が増加した。12月は年末のキャンプ者が増えたため宿泊・レンタルの割合が大きくなった。

コロナ以前の2018年度との比較

2018年度と比べ、2022年度の実績及び予測値は以下のものであった。

年間利用者数

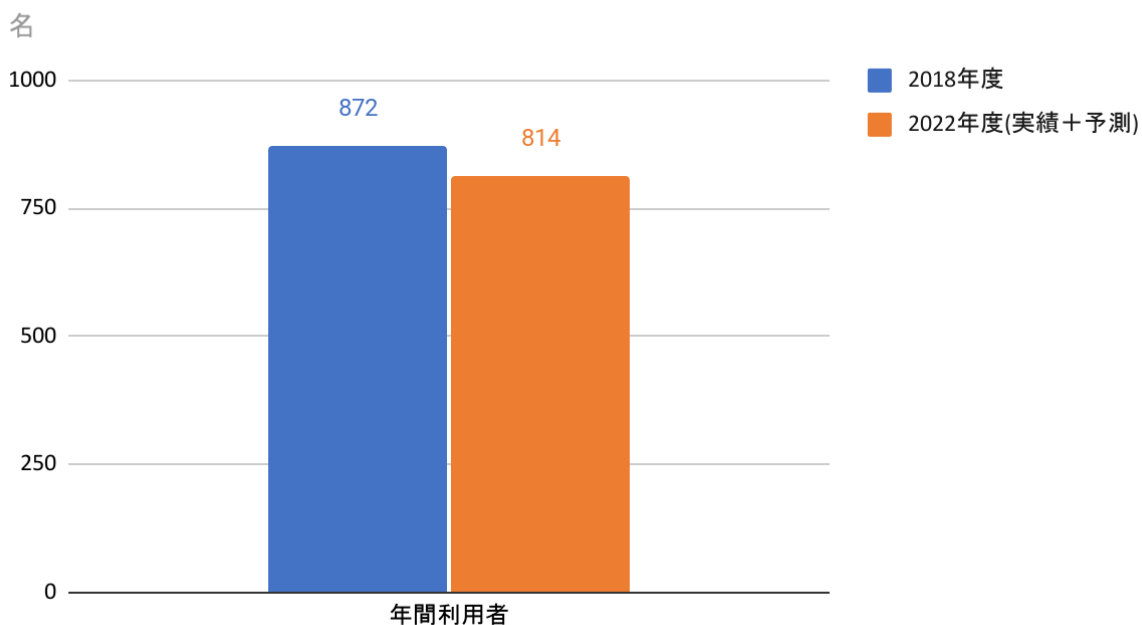


夏季を中心に落ち込んだが、それ以外の月は2018年度を上回る利用者数となった。夏季の利用者の減少要因としては、梅雨の長雨、新型コロナウイルス感染症、キャンプ場料金の値上げの影響等が考えられる。また夏季以外の増加要因としては、島内におけるキャンプ人口の増加、沖縄におけるキャンプのオンシーズンの認知拡大、10月の久米島マラソン開催が考えられる。

年間平均客単価、年間の売上予測

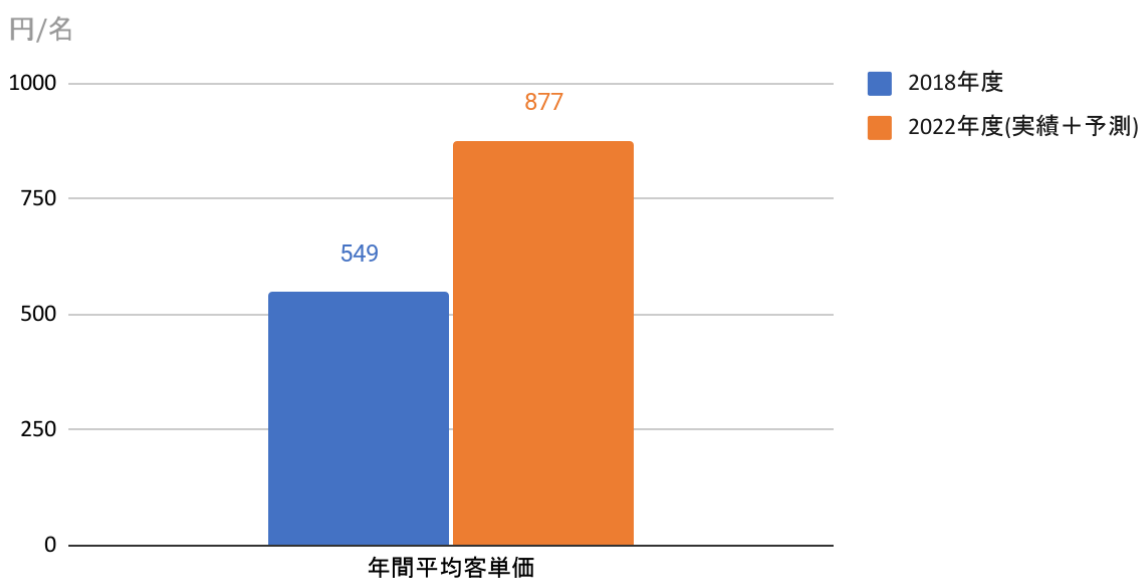
年間利用者数に関しては、夏季以外の利用者数増加の影響もあり2018年度に迫る数字となり、2018年度と比べ93.4%程度となることが予想されている。

年間利用者数の比較(2022年度は12月末までの実測値＋予測値)



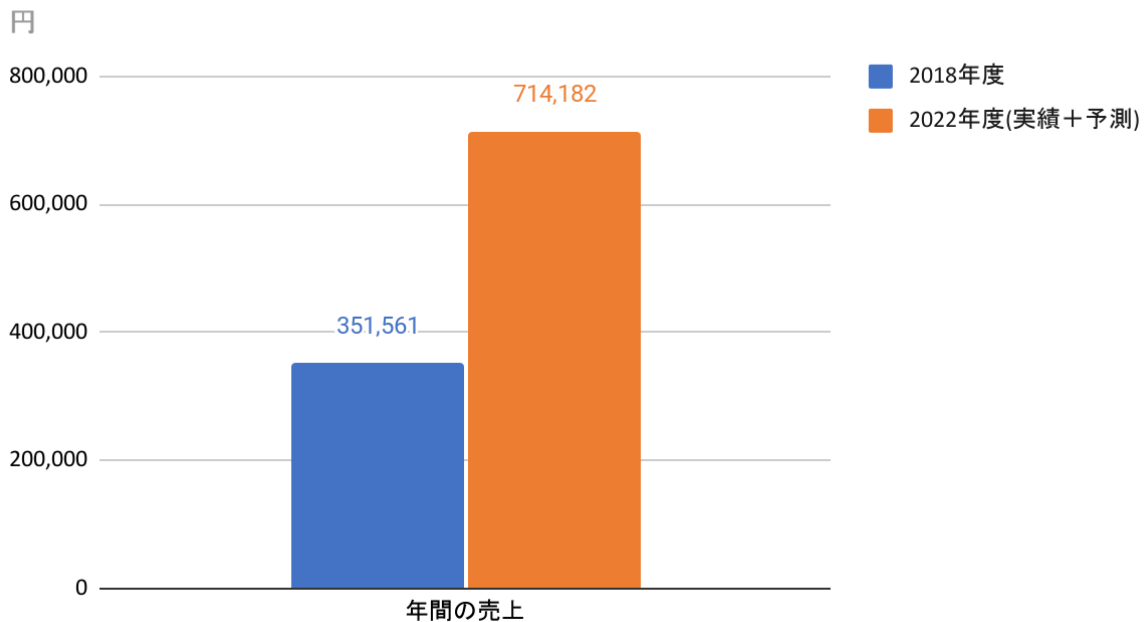
客単価は877円の予測である。2018年度と比べ159.9%となることが予想されている。キャンプ料金の値上げ、レンタルサービスの拡充などが要因だと考えられる。

年間平均客単価の比較(2022年度は12月末までの実測値＋予測値)



利用者数は2018年度と比べ若干減っているが、客単価が上がったため、年間の売上予測も上がっている。金額としては203.1%の増加が予想される。

年間売上の比較(2022年度は12月末までの実測値＋予測値)

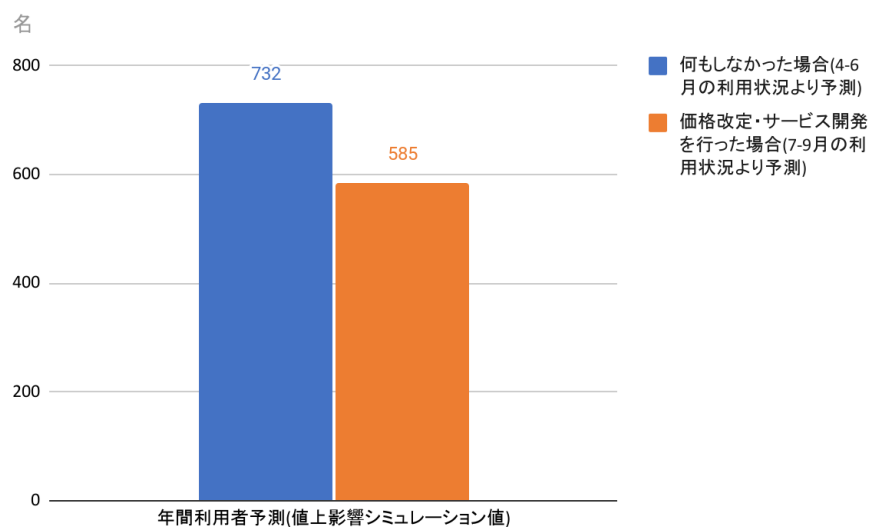


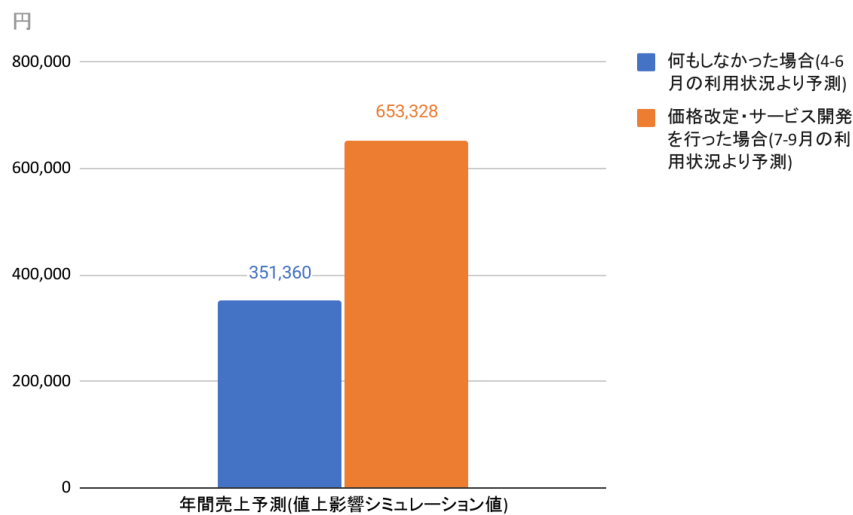
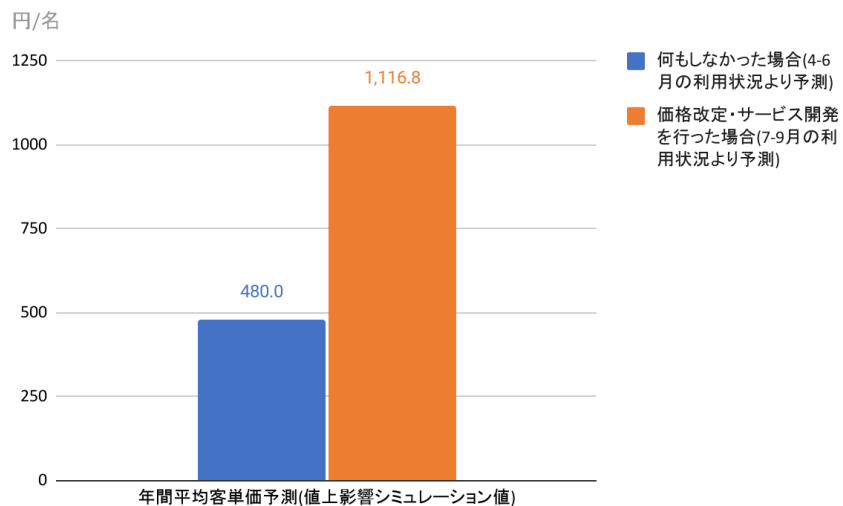
価格改定・サービス開発の影響(シミュレーション値)

年間利用者数、年間平均客単価、年間の売上への影響

価格改定前の4-6月、及び価格改定後の7-9月の実績値をもとに、価格改定により年間利用者数と客単価、売上がどのように変化しうるのかを計算した。

結果、年間利用者数、年間平均客単価、年間の売上予測は以下のようになった。





値上げにより利用客数は減るものの、客単価は倍になっているため、年間売上予測に関しても倍近くの差が開いた。売上の増加に値上げは有効だったことが伺える。

なお年間売上予測(値上影響シミュレーション値)の「価格改定・サービス開発を行った場合」の値は653,328円となっており、2022年12月末までの売上実績値が625,750円であることからすると、2022年度の実績値はこのシミュレーション値を越すことが予想される。これは前述の通り2018年度と比べ夏以外の時期の利用者が増加していることが原因である。

また年間利用者予測については、新型コロナウイルス感染症の状況が月ごとに変化し、異なる月同士の比較は厳密には難しい。そのためあくまで参考程度の値となることをご留意頂きたい。

次年度の展望と課題(案)

キャンプ体験専従人員の強化、サービスの充実、運営のデジタル化による経営改革を行うことで、さらなる奥武島キャンプ場の魅力化を図る。契約上大規模投資は難しいため、小回りのきく改善を行うことで収益性を向上させていくことを目指す。しかし上記のような投資ができない上で独立採算は難しい。したがって経済性の追及のみならず、社会福祉的な価値を高めていく方向も同時に検討したい。

1.スマートな利用ができるキャンプ場

満足度が天気次第になってしまうアウトドア体験。数日前に予約するのではなく、前日や当日など、スマートに予約・利用ができる仕組みを構築することで、利用促進につなげたい。

2.「手ぶらでキャンプ」「楽ちんキャンプ」の方向性強化

売店やレンタルの強化、サービスの充実により、手ぶらで簡単にキャンプが楽しめることを全面に押し出して営業を強化していく。

3.アウトドア体験専従スタッフの配置

これからはサービスのブラッシュアップによる満足度向上が重要。また自走化を行う上で、現地スタッフによりアウトドア体験を提供できる体制が必要だと考える。しかし現状は夏場を中心に施設の維持管理で手が回らない状況がある。

そこで、アウトドアのサービス提供に興味関心の高いスタッフを確保・育成したい。職員の新規採用や意識改革、人材配置の見直しを行う。アウトドア体験専従スタッフを雇用し、施設の維持管理スタッフと業務を切り分ける。

4.繁忙期と閑散期の人員バランス最適化

利用者の多い夏時期は草木が伸びるのも早く、草刈りや剪定に追われ、利用者へのサービス提供に割く時間捻出が難しい状況があった。一方冬時期は前述のような維持管理業務は減ることが予測される。人員バランスの最適化が必要。

5.デジタル化による意思決定スピードの向上と省力化

受付や決済、経理や情報管理等がまだまだアナログベースとなっている。集計に時間がかかり意思決定の支障となっている。受付や決済などデジタル化を推進し、意思決定のスピードを上げたい。また、リモコン型の草刈り機の導入などを検討し、省力化も実現したい。

6. 秋、冬時期のキャンプ場活用促進

沖縄でのキャンプでは秋、冬時期がオンシーズンであるが、利用者は一気に落ち込む。沖縄自体の秋・冬キャンプの魅力を発見・発信していく必要がある。

7. 利用者の増加、客単価の上昇

採算ラインに持っていくためには、利用者数の増加と客単価の上昇の2つを行わなければならない。

8. ファミリーキャンプ場としてのロールモデルの設定

有識者へのヒアリングを通じ、以下をロールモデルとして設定する。



手ぶらキャンプ | 海沿いのファミリーキャンプ場 | BREEZE Family Camp
<https://breeze-camp.com/>

手ぶらでキャンプができ、家族連れに人気のキャンプ場。館山という関東では僻地にあり、単価も高い。家族に人気の要素を取り入れつつ、沖縄・久米島流にアレンジをしたい。

9. 子どもを預かって参加できるプログラム開発

子どもだけが参加できるプログラムは、島内外問わず需要があるよう。アウトドア体験を通じて島内外の子どもの教育に貢献することは、利潤追求だけではない価値が創出できる。