

第7章

本事業のまとめ

第1節 本事業の主な成果

第1項 沖縄離島の多様な魅力を伝える事が出来るオンライン体験の商品造成

R3 年度実施にあたり、離島に直接訪問しての新規事業者開拓に取り組んだところ、本事業へ新たに参画した事業者は55者で、R2年度より継続して参画している事業者を合わせると、合計158者となっており、事業目標である150者を達成することができた。

また、本事業で造成した事業者からの紹介を受けて、本事業の参画を決めてオンライン体験の造成に至ったケースもあり、事業の波及効果も得られたところである。また、複数の離島または事業者を組み合わせた、事業者が主催のツアーや事務局主催のイベント、琴平バスでのツアーが実施されるなど、本事業のサポートを通さない状況においても、事業者間の連携が図られていた。

第2項 事業者の稼ぐ力を伸ばす、販売力向上支援の実施

本事業では、オンライン体験の商品造成だけでなく、事業者の稼ぐ力を伸ばす取り組みとして販売力向上支援を実施した。内容としては事業者と事務局との個別面談による課題ヒアリングからの解決策の提案、SNS マーケティングの基礎から応用施策のセミナーや SNS 広告施策及び PDCA を実施した。中でも、SNS 広告施策は、各事業者の商品内容に合わせて、ターゲットやクリエイティブを精査する事によって、本施策だけで154件の予約を獲得し、これまでの広告施策と比べて非常に効果的な施策となった。本施策に参加した事業者からも、【継続して今回の広告施策を自身でも実施したい】【自分のオンライン体験商品に合うターゲットが明確に分かった】【初めての広告の施策だけでなく PDCA を回すことが出来、今後自分でも実施したい】とコメントがあり、事業終了後も離島事業者が自ら商品造成や販売力向上に向けて取り組んでいく様子が伺える。

第3項 オンライン体験商品の予約及び催行による経済波及効果

本事業における有料の通常予約や団体予約の合計人数が4,972件、想定予約総額が11,405,990円の経済波及効果を生むことが出来た。昨年度実績439件に比べて約10倍の有料予約件数獲得に繋がった。成功要因としては、主に団体予約の需要獲得と、ターゲットを明確にした SNS 広告配信施策、事務局主催の有料イベントが挙げられる。また一部の事業者では自ら営業活動や情報拡散などの工夫を行い、予約獲得の成果を得た。

第4項 団体予約の獲得による経済波及効果

本事業で集計出来ている有料の団体貸切予約人数が587人/実績総額2,757,700円となった。要因としては、団体貸切の問合せや予約が、2021年10月頃から増え始めており、年度末にかけて企業・組織団体の福利厚生やレクリエーション、修学旅行の振り替えなど需要と重なった事から、沖縄離島の団体貸切の予約に繋がったと考える。このオンライン体験の団体貸切需要が沖縄観光の閑散期に重なる秋冬となった場合、春夏は現地のリアル体験を実施し、秋冬はオンライン体験で新規顧客の獲得に繋げる事で、観光需要の平準化が図る事が出来ると思う。

第2節 本事業の主な課題

第1項 全国のオンライン体験商品の飽和による市場の激化

昨年度から全国的な新型コロナウイルスの感染拡大が断続的に発生している状況に対して、全国各地域の観光事業者や自治体と連携したオンライン体験商品の造成やキャンペーン、イベントなどを実施した。そのため、新規でオンライン体験造成をする場合、昨年度のような先行優位の状況ではなく、既に競合他社が多くいる中で、差別化を図ったオンライン体験造成がポイントとなる。具体的には商品造成の際に難易度が高い LIVE 配信が人気傾向である点や、そのオンライン体験商品に合わせたターゲット(年齢/性別/趣味・志向)等を出来る限り鮮明にするといった「マーケティング」のスキルが求められている。

第2項 団体予約に対応できる事業者の偏り

今年度の成果でもある団体予約需要に対して、売り上げを獲得できた事業者は全体で約 10 事業者となっている。全ての事業者が団体予約対応可能ではないものの、収益性の観点では団体予約の獲得は事業者ニーズとしては多い。一方で団体予約の実績を残している事業者の特徴としては、昨年度時点からオンライン体験商品造成の実績がある事業者や、事業者自ら旅行会社への営業・SNS での告知等の工夫や営業活動がみられる。今後、新規でオンライン体験商品造成や団体予約獲得を検討する事業者においては、自主的な営業活動や PR をする必要があると考える。