

第1節 アンケート調査について

第 1 項 離島オンライン体験利用者アンケート調査概要

調査名：令和 2 年度沖縄離島オンライン体験アンケート

調査目的：本事業で造成及び販売したオンライン体験の満足度を測るとともに、
体験後の渡航意欲についての意向を調査する

調査項目：体験者属性、体験内容、体験の満足度、体験後の渡航意欲調査

調査時期：2020/12/25～3/31

調査対象：各アクティビティ予約サイトにて通常プランの離島オンラインツアー及びオンラインツアーイベントを体験者

調査方法：各アクティビティ予約サイトより体験後の事後アンケートをメールにて送付し、WEB アンケート回答

回収数：463 件

通常プランの離島オンラインツアーのアンケート回収数：85 件

離島オンラインツアーイベントのアンケート回収数：378 件

第 2 項 離島オンライン体験サポート事業参画事業者振り返りアンケート調査概要

調査名：令和 2 年度沖縄離島オンラインサポート事業参画事業者振り返りアンケート

調査目的：本事業に参画した事業者の参画理由や本事業の支援全般にあたっての満足度を測るとともに、
次年度以降のオンライン体験への意欲を調査する

調査項目：参画理由、本事業の支援全般及び事務局への満足度、事業への期待、来年度の意向

調査時期：2021/3/10～3/24

調査対象：令和 2 年度離島オンライン体験サポート事業参画事業者

調査方法：事務局より、アンケートをメールにて送付し、WEB アンケート回答

回収数：46 件

第2節 アンケート結果と分析

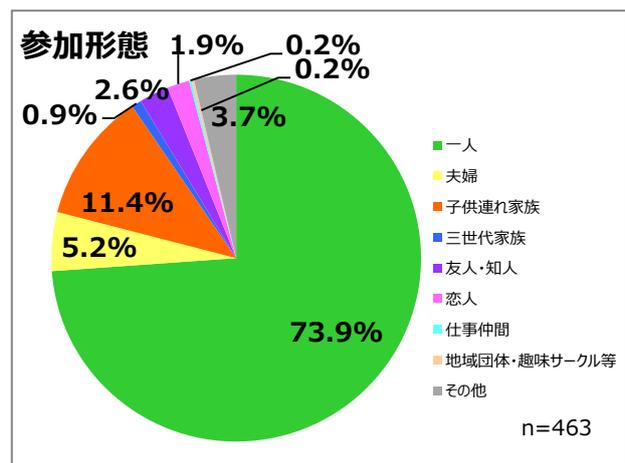
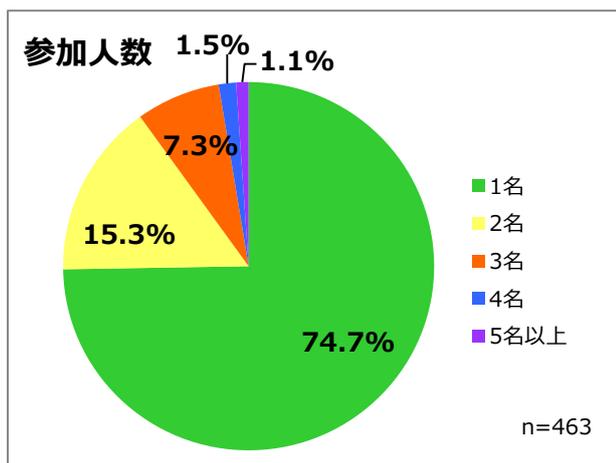
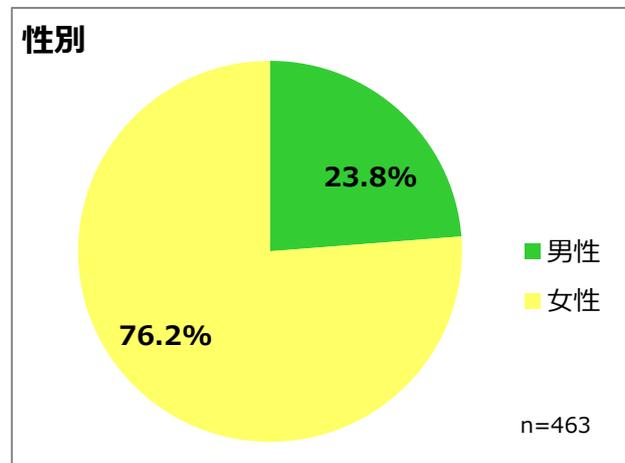
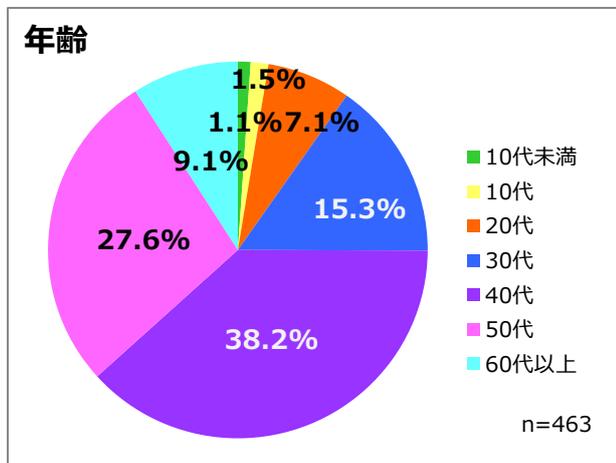
第1項 全参加者アンケート結果

全参加者アンケート回収数：463件

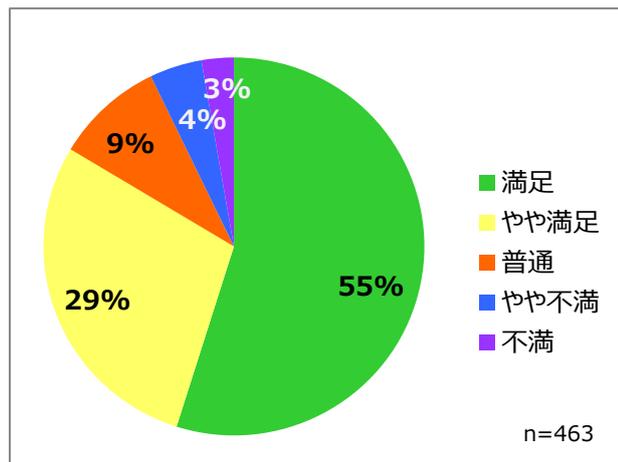
【調査項目】

- ① 体験者属性(年齢/性別/参加人数/参加形態)
- ② 体験の満足度
- ③ 離島オンライン体験を他の人に勧めたいと思うか
- ④ 体験後の離島への渡航意欲調査

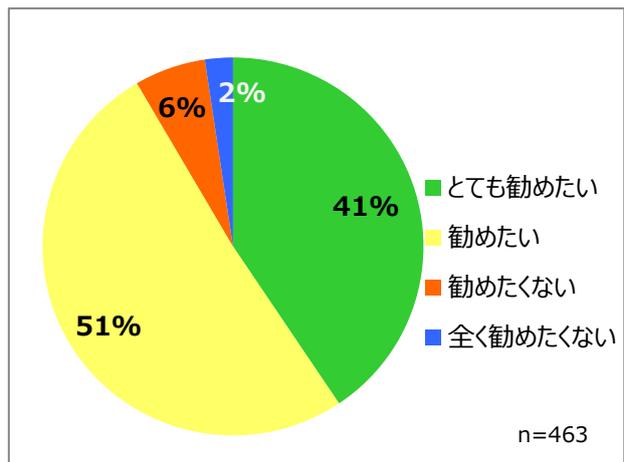
① 体験者属性(年齢/性別/参加人数/参加形態)



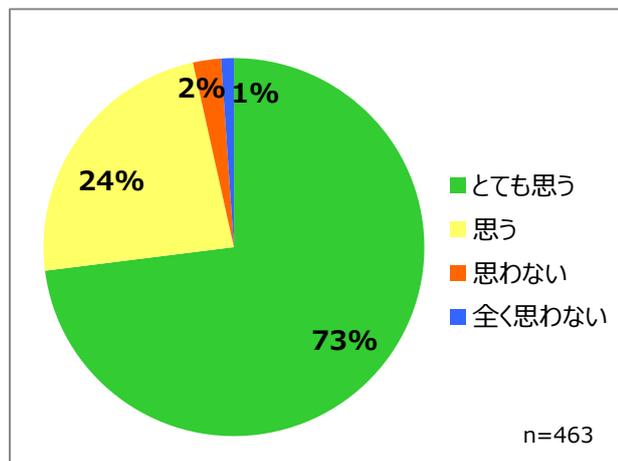
② 体験の満足度



③ 離島オンライン体験を他の人に勧めたいと思うか



④ 体験後、離島へ渡航したいと思うか



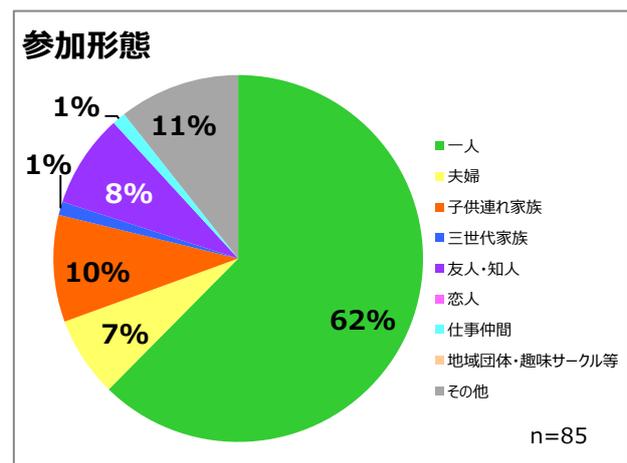
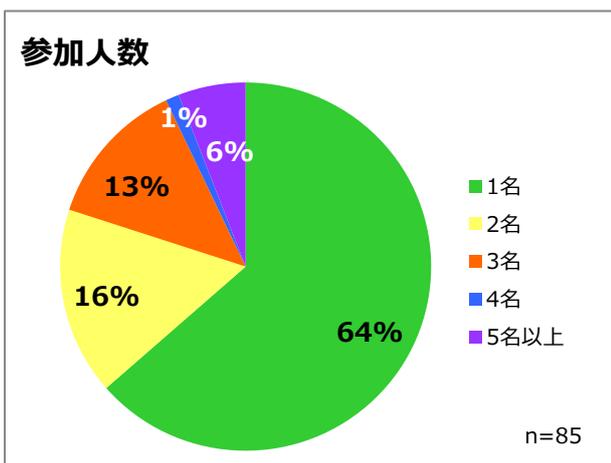
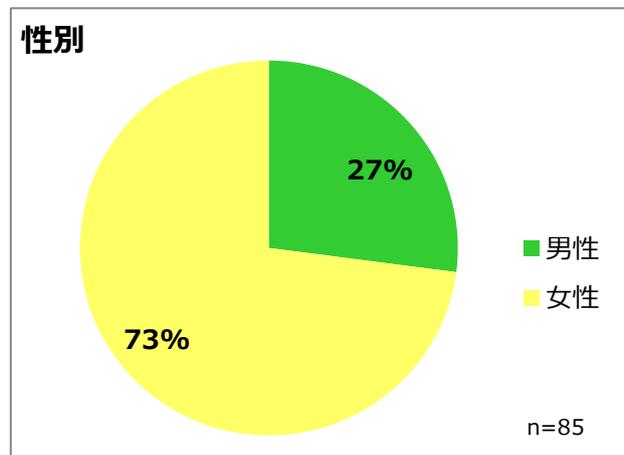
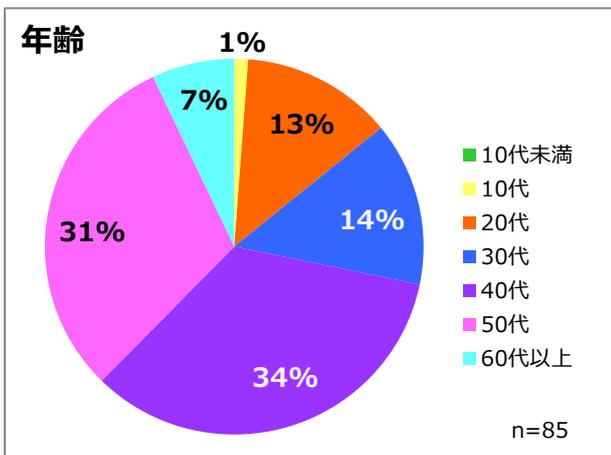
第2項 通常プラン参加者アンケート

通常プラン参加者アンケート回収数：85件

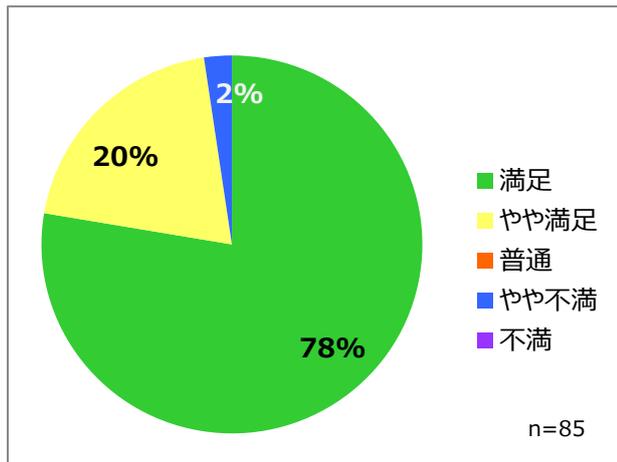
【調査項目】

- ① 体験者属性(年齢/性別/参加人数/参加形態)
- ② 体験の満足度
- ③ 体験の価格の妥当性
- ④ 体験の時間の妥当性
- ⑤ 離島オンライン体験を他の人に勧めたいと思うか
- ⑥ 体験後の離島への渡航意欲調査

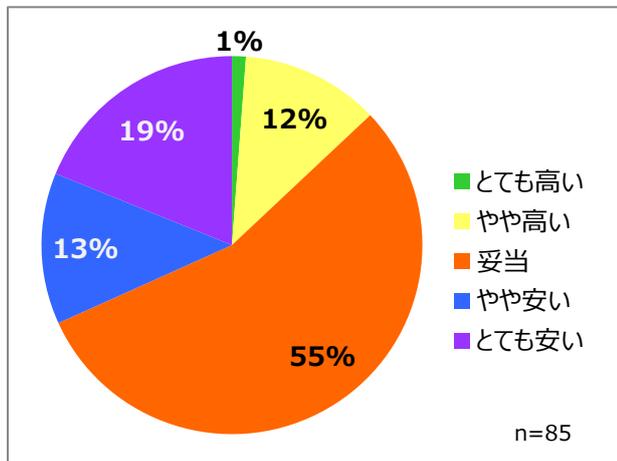
① 体験者属性(年齢/性別/参加人数/参加形態)



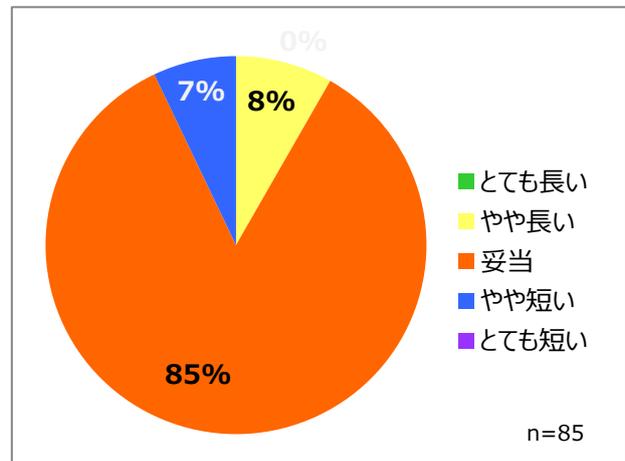
② 体験の満足度



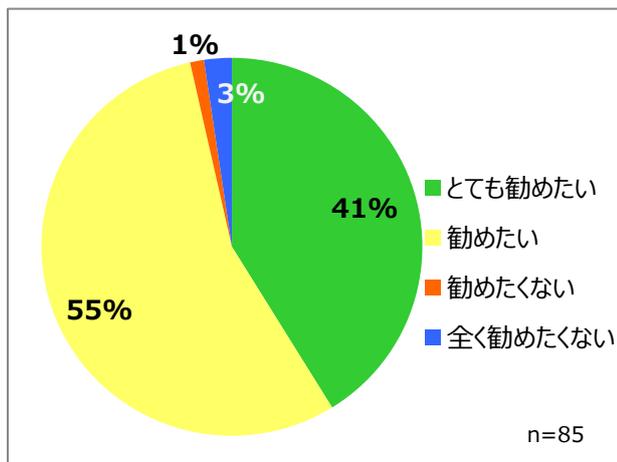
③ 体験の価格の妥当性



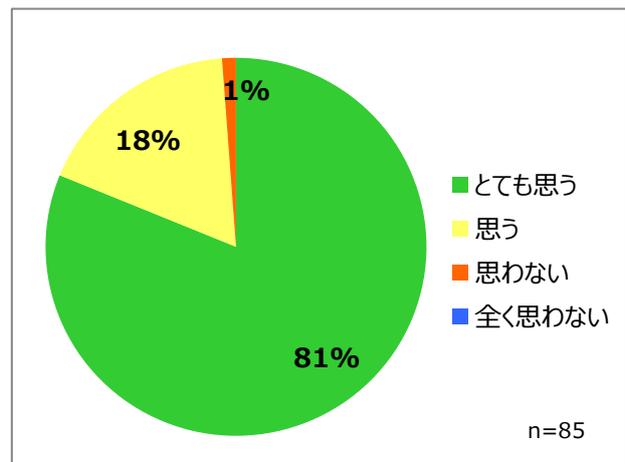
④ 体験の時間の妥当性



⑤ 離島オンライン体験を他の人に勧めたいと思うか



⑥ 体験後、離島へ渡航したいと思うか



第3項 イベント参加者アンケート

イベント参加者アンケート回収数：378件

I. 2/20開催(320件) II. 3/13開催(25件) III. 3/20開催(33件)

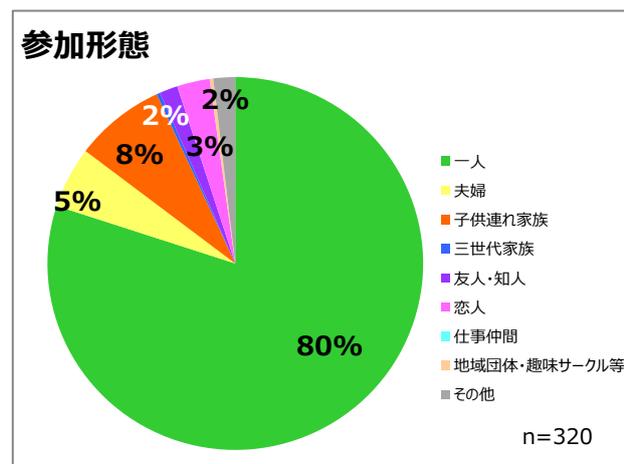
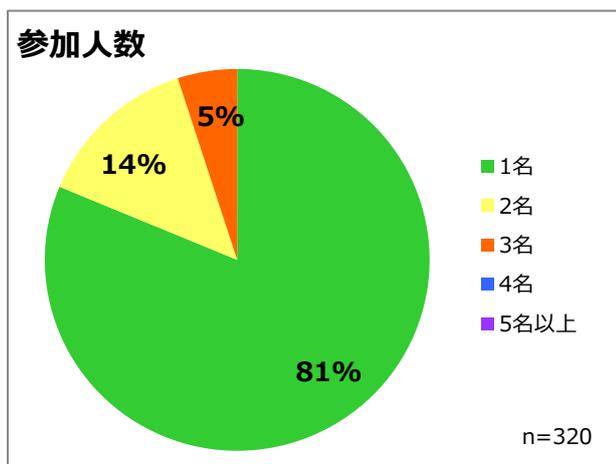
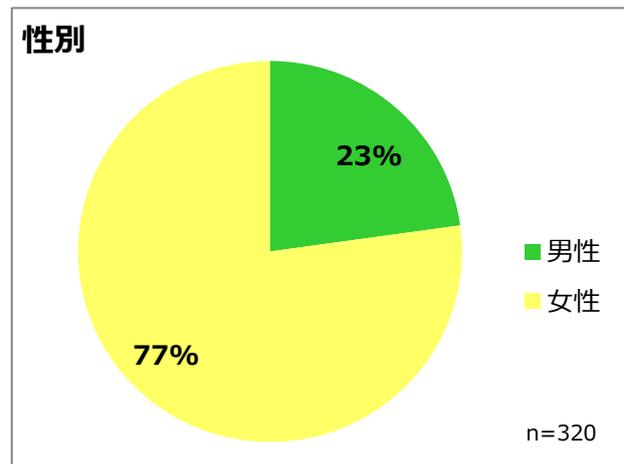
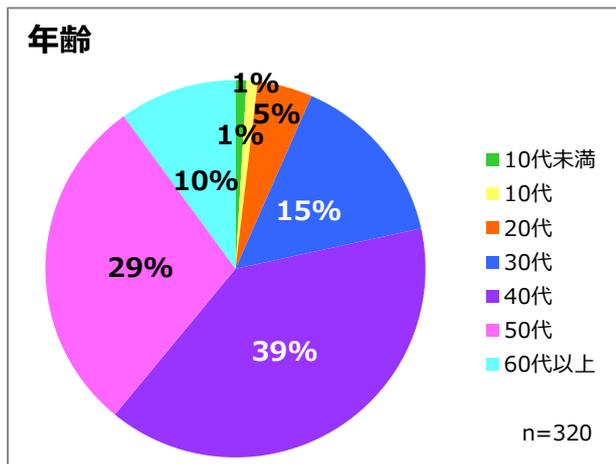
イベント実施日：I. 2/20開催(無料) II. 3/13開催(有料) III. 3/20開催(有料)

【調査項目】

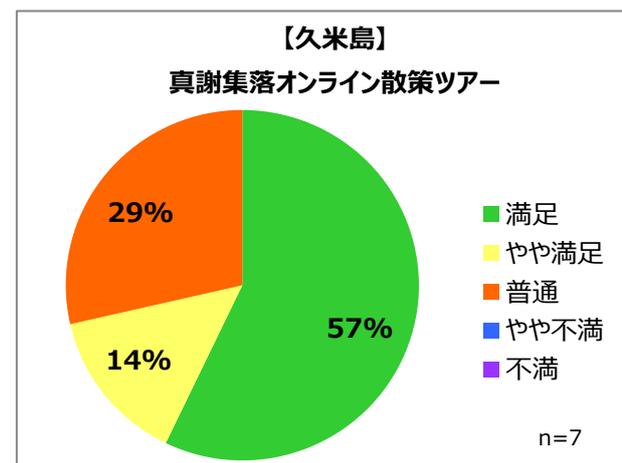
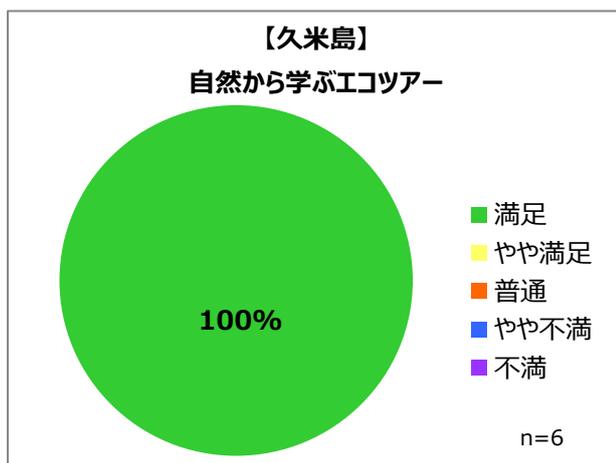
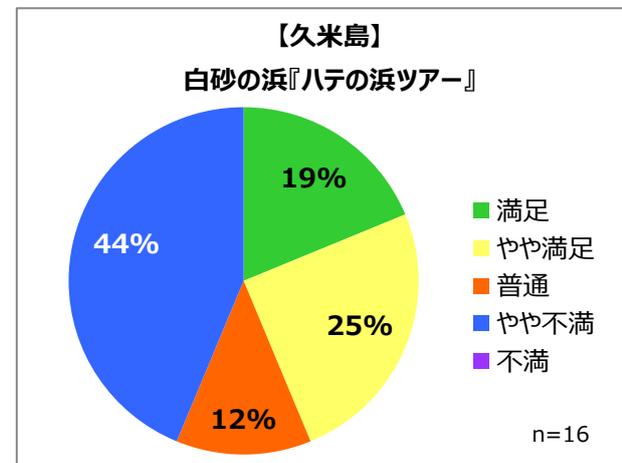
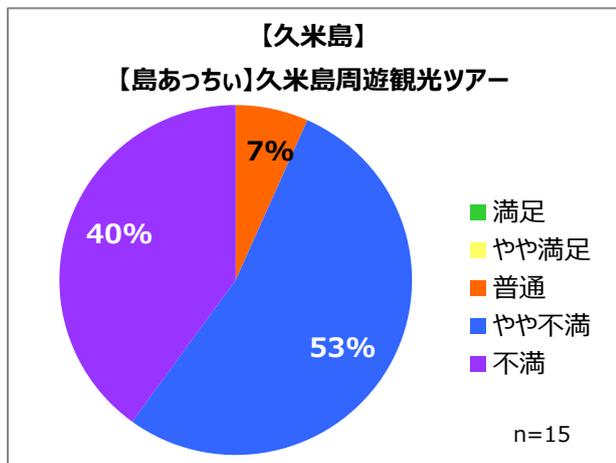
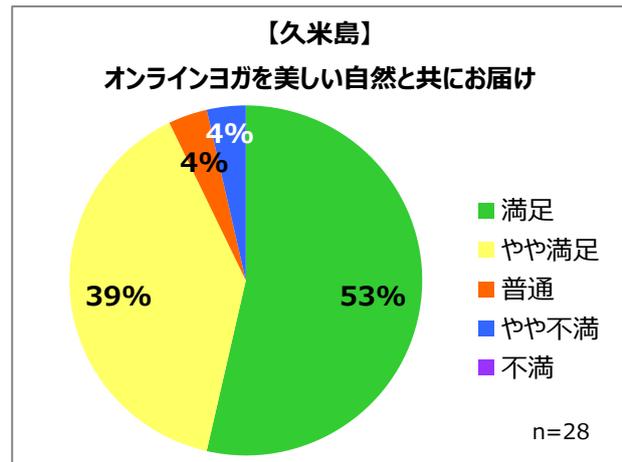
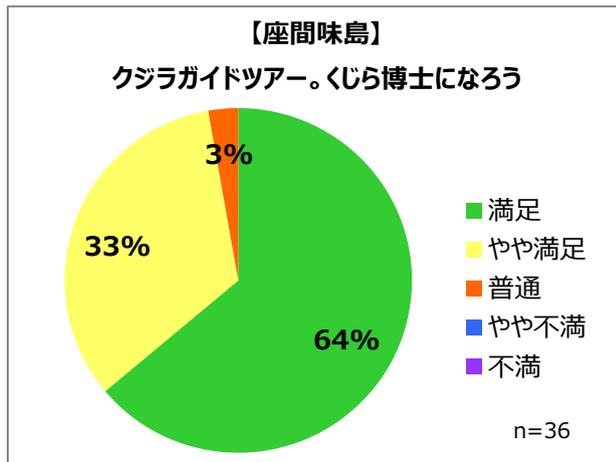
- ① 体験者属性(年齢/性別/参加人数/参加形態)
- ② 体験の満足度
- ③ 離島オンライン体験を他の人に勧めたいと思うか
- ④ 体験後の離島への渡航意欲調査

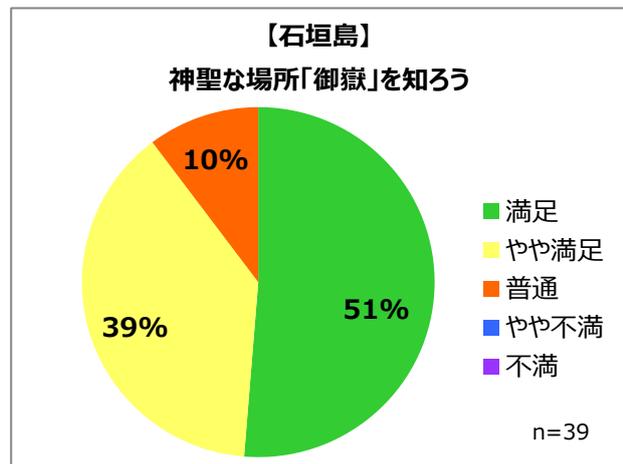
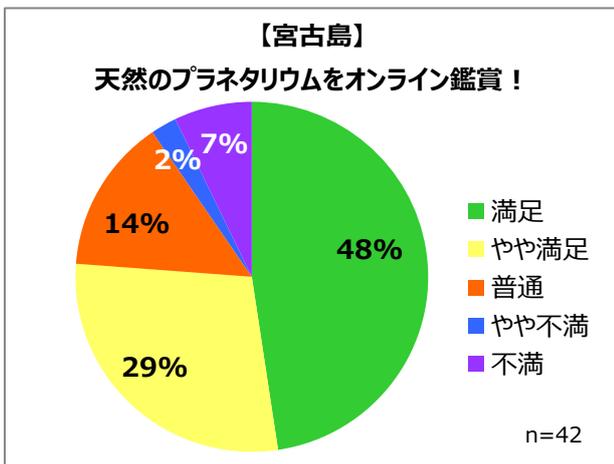
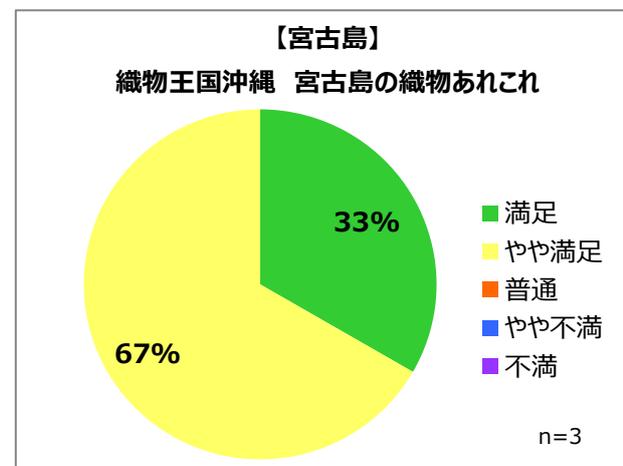
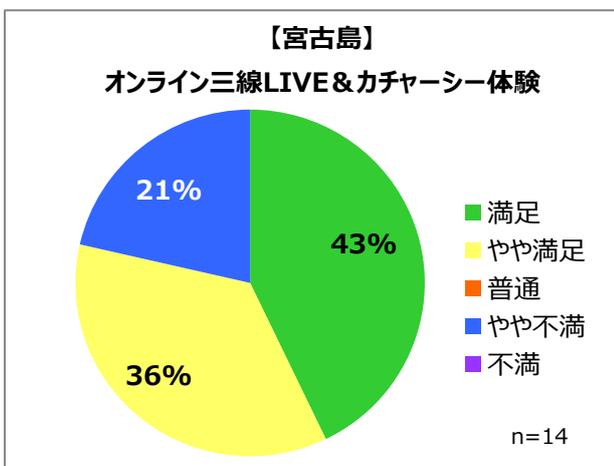
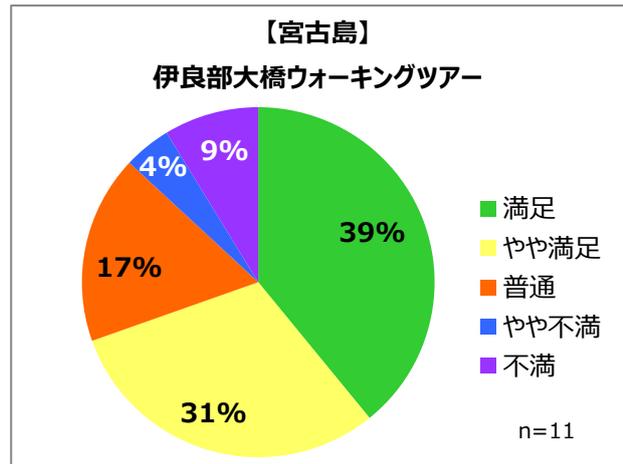
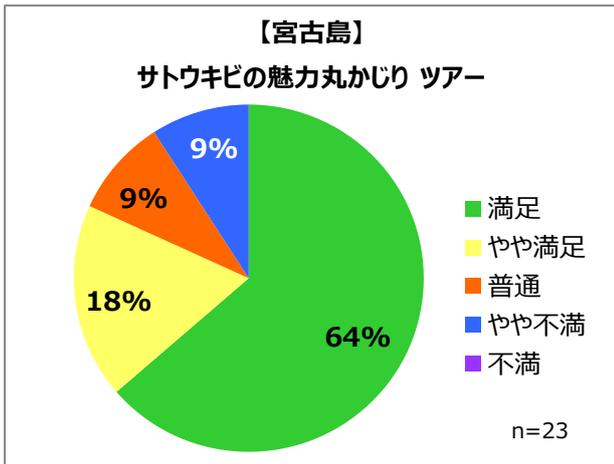
I. 2/20開催(320件) (無料)

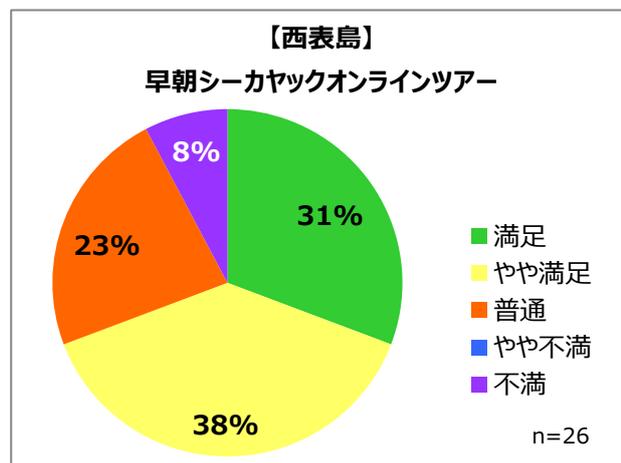
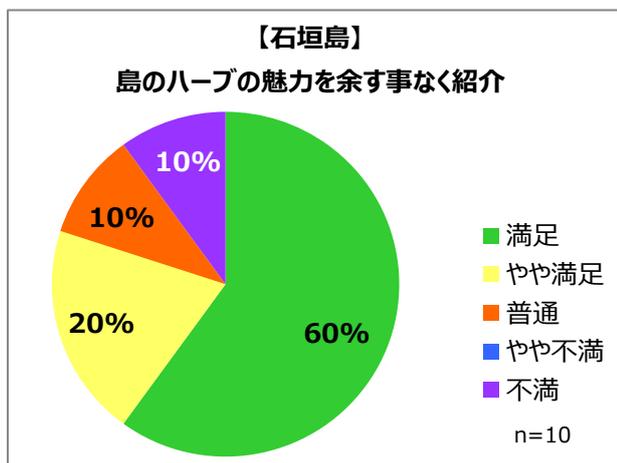
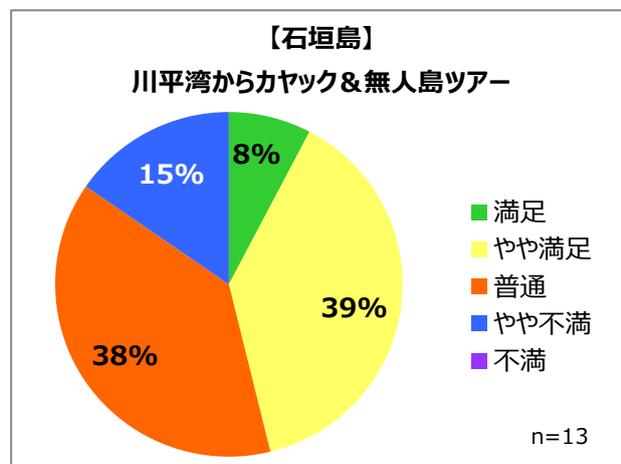
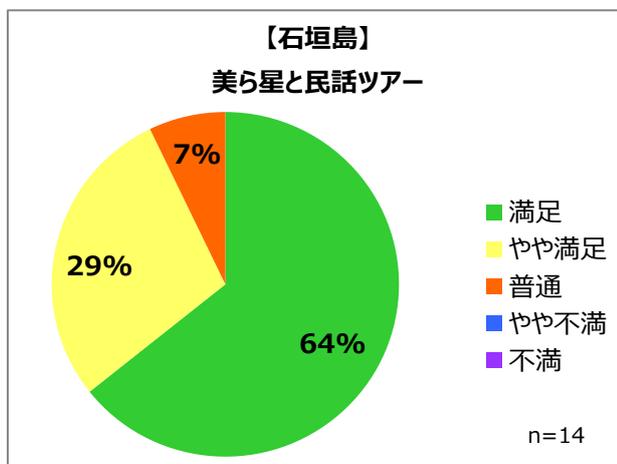
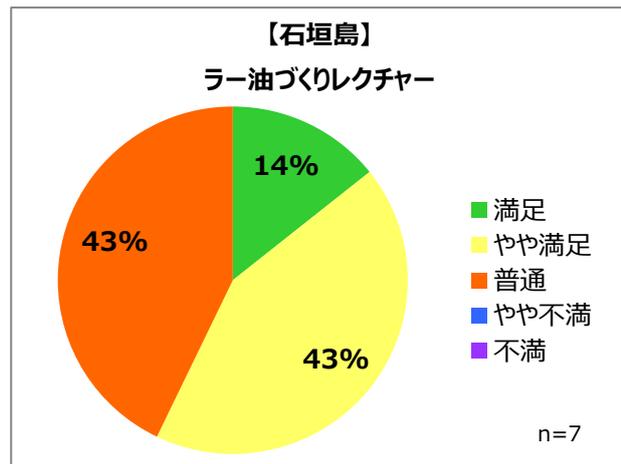
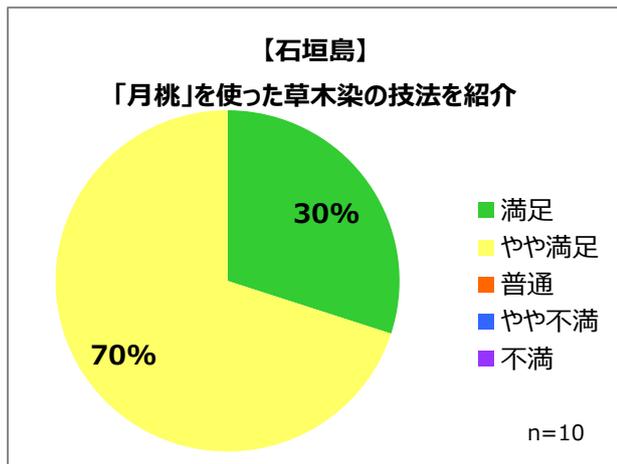
① 体験者属性(年齢/性別/参加人数/参加形態)



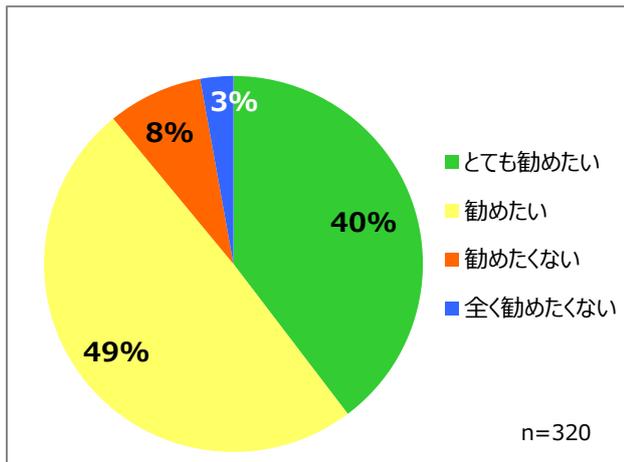
② 体験の満足度



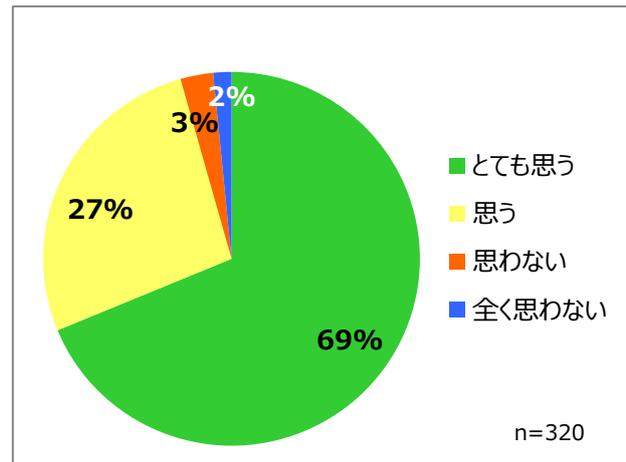




③ 離島オンライン体験を他の人に勧めたいと思うか

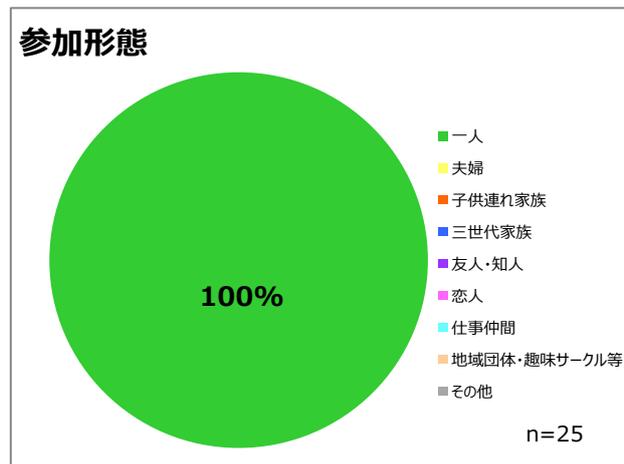
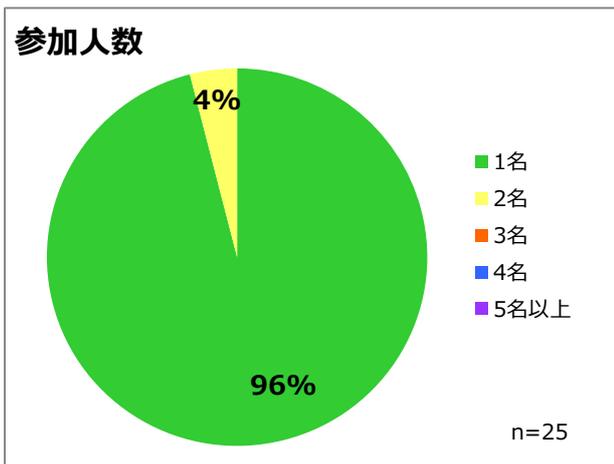
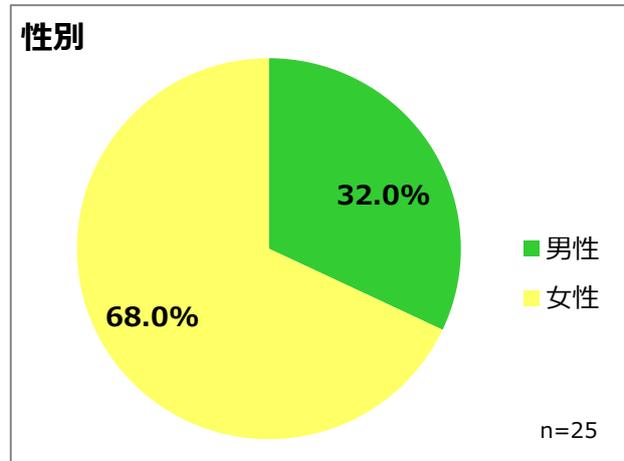
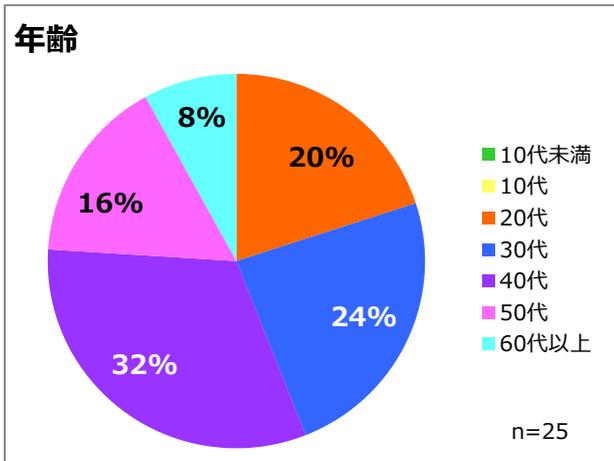


④ 体験後、離島へ渡航したいと思うか

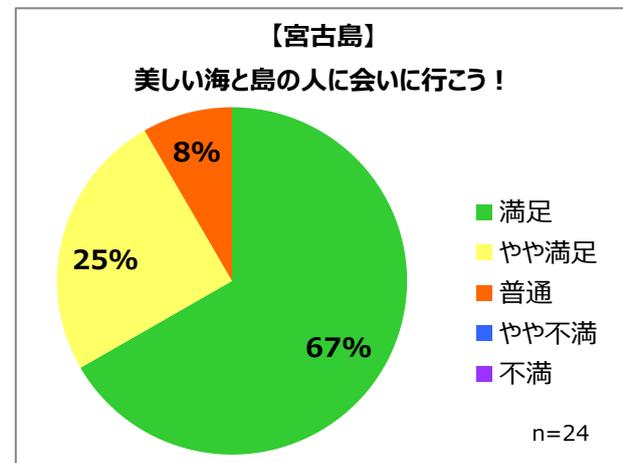
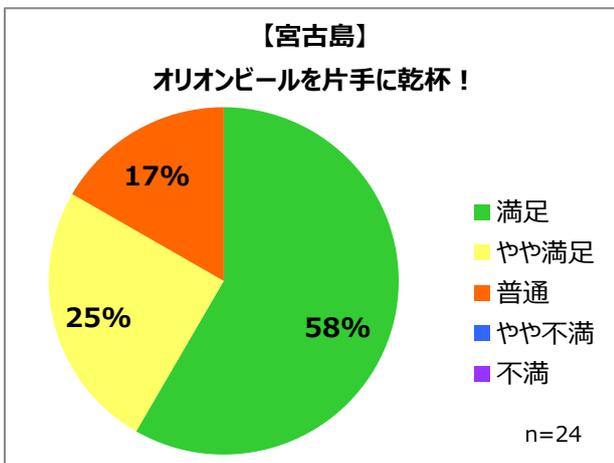
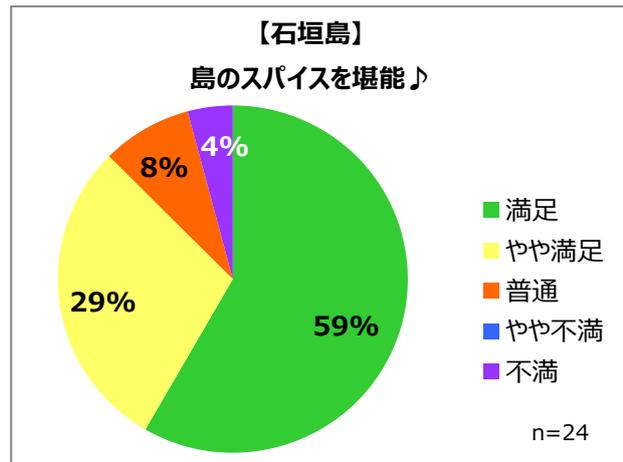
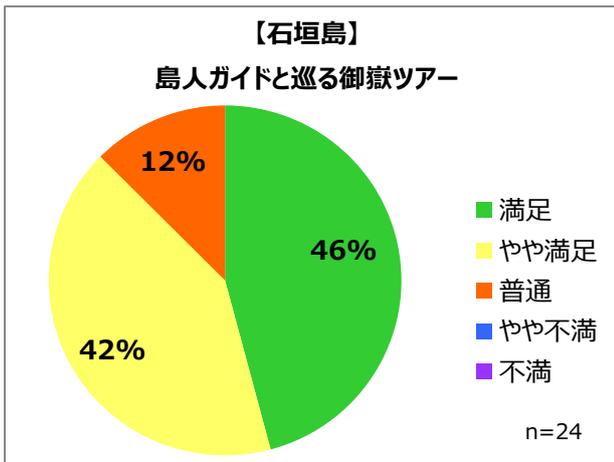


II. 3/13 開催(25件) (有料)

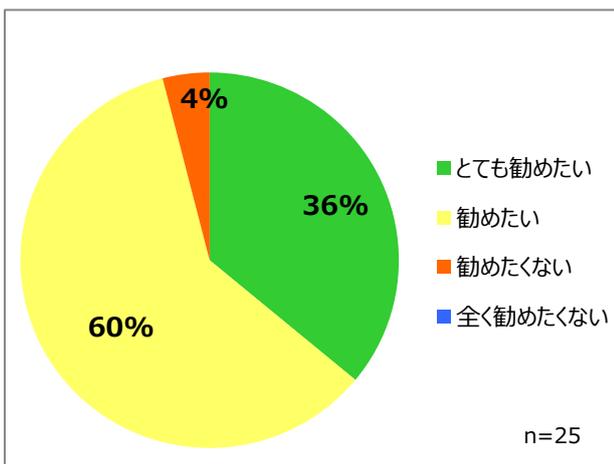
① 体験者属性(年齢/性別/参加人数/参加形態)



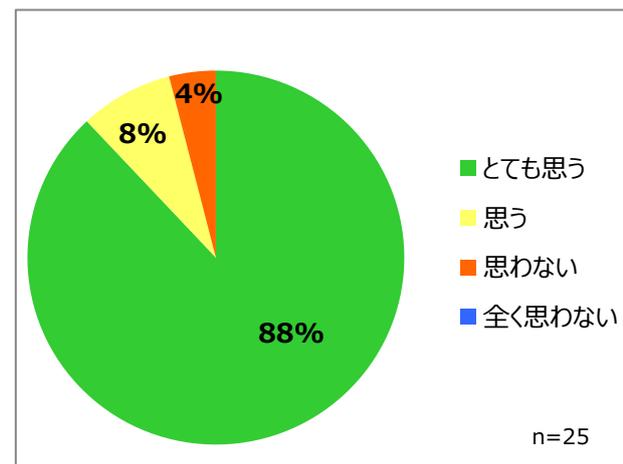
② 体験の満足度



③ 離島オンライン体験を他の人に勧めたいと思うか

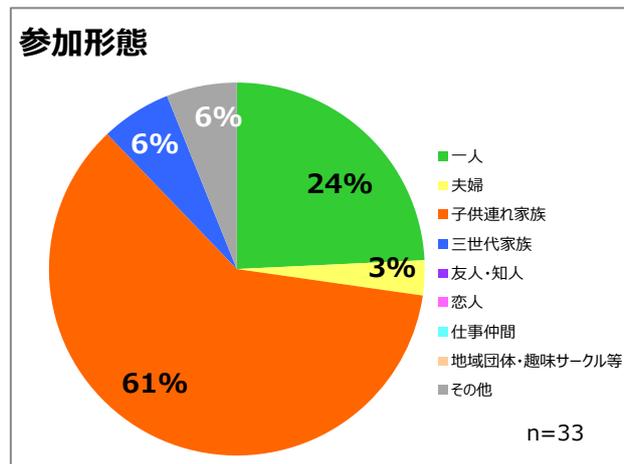
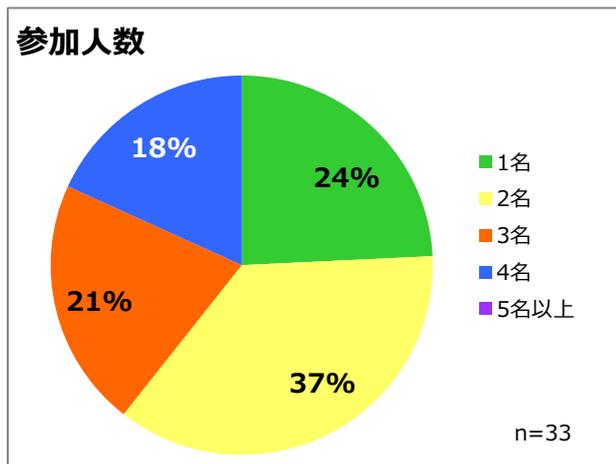
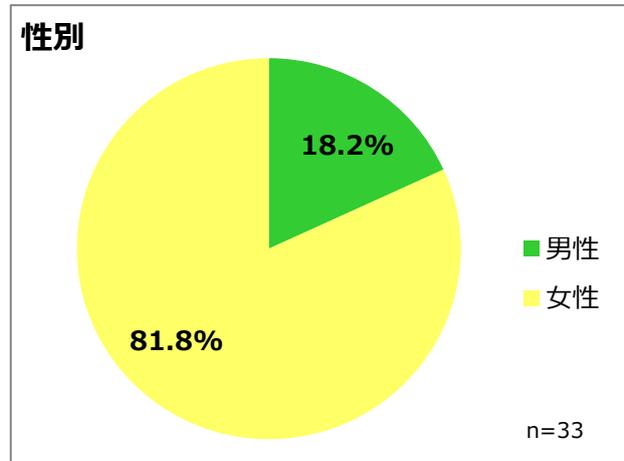
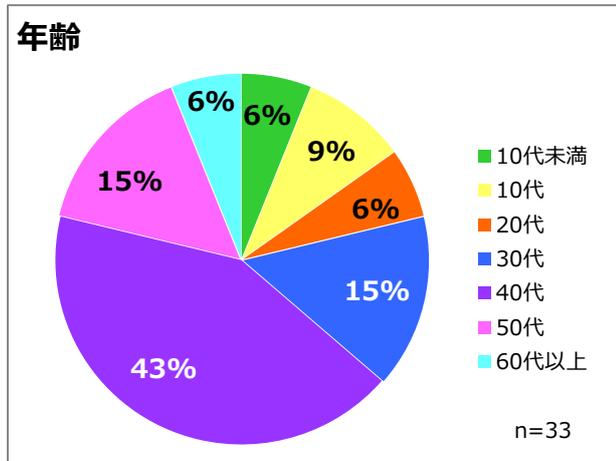


④ 体験後、離島へ渡航したいと思うか

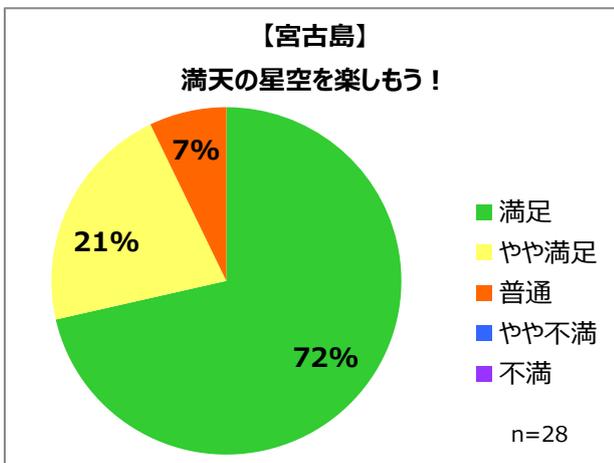
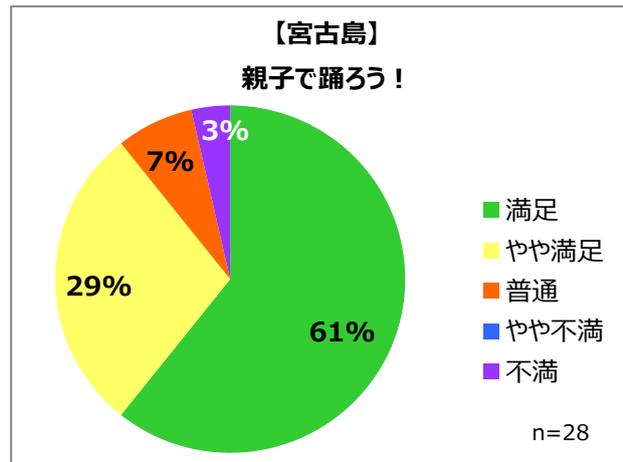
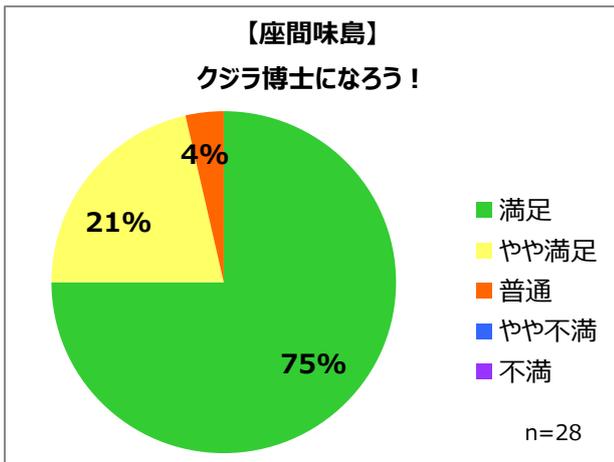


Ⅲ. 3/20 開催(33件) (有料)

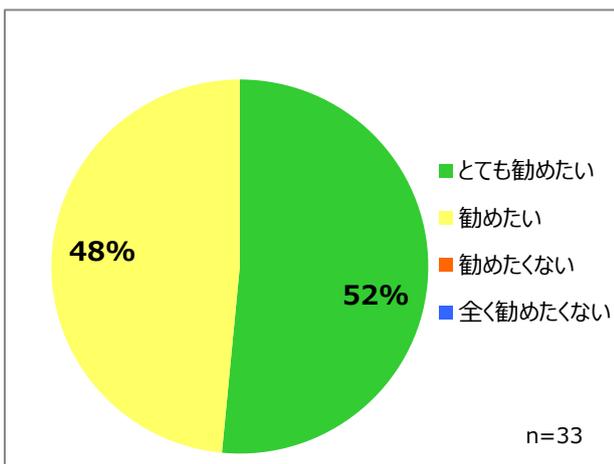
① 体験者属性(年齢/性別/参加人数/参加形態)



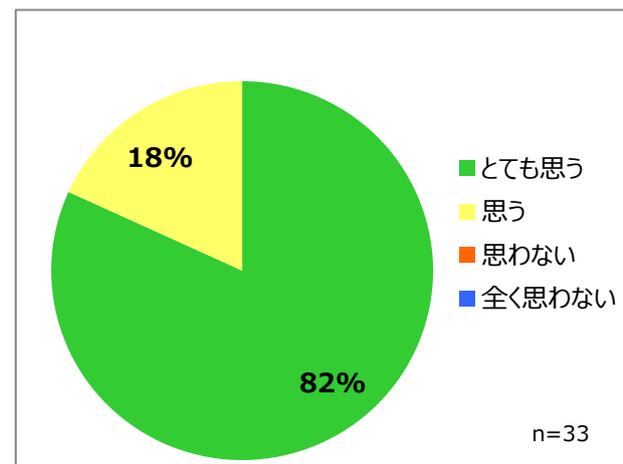
② 体験の満足度



③ 離島オンライン体験を他の人に勧めたいと思うか



④ 体験後、離島へ渡航したいと思うか



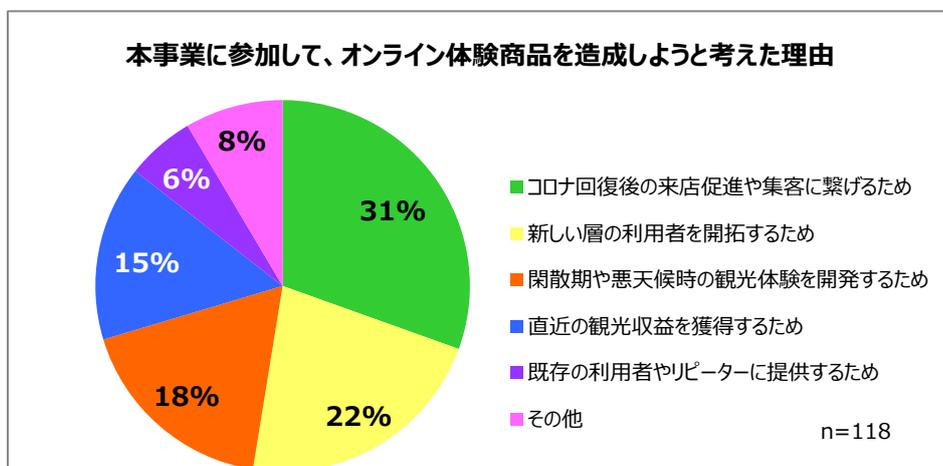
第4項 参画事業者振り返りアンケート

参画事業者振り返りアンケート回収数：46件

【調査項目】

- ① 本事業に参加して、オンライン体験商品を造成しようと考えた理由
- ② 「商品造成の支援」の満足度
- ③ 「予約サイトへの掲載支援」の満足度
- ④ 「販売促進の支援」の満足度
- ⑤ 事務局に期待する支援や研修
- ⑥ 次年度における本事業への参加（造成や販促の支援希望）

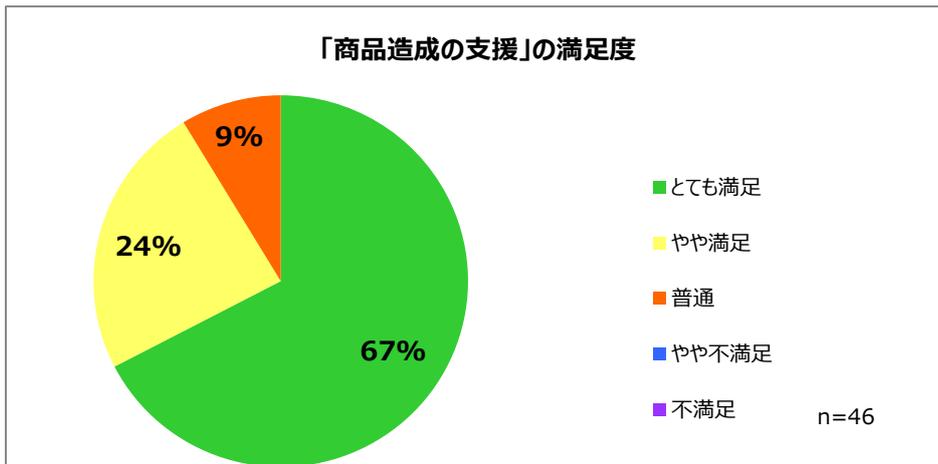
- ① 本事業に参加して、オンライン体験商品を造成しようと考えた理由（複数回答）



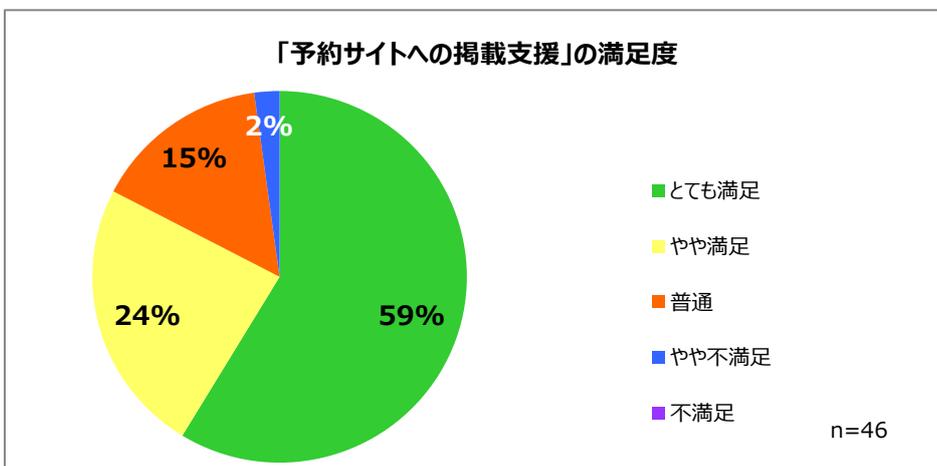
※その他の回答（一部抜粋）

- ・ この手の事業形態を知らなかったため
- ・ 販売促進事業の研修を受け、指導者がいればできそうだった
- ・ 今後のスキルアップのため
- ・ コロナ禍の代替プログラムとして
- ・ 試験的にオンライン体験を試してみたかった
- ・ 島のことを知るきっかけになってもらうため

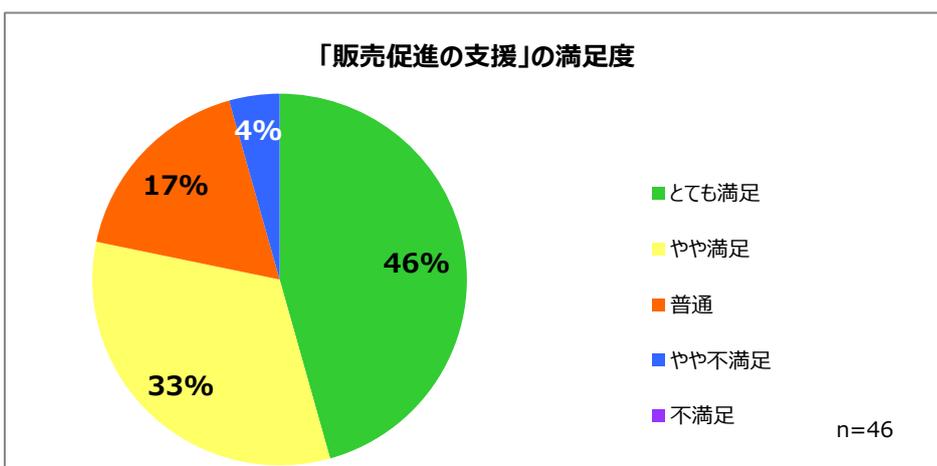
② 「商品造成の支援」の満足度



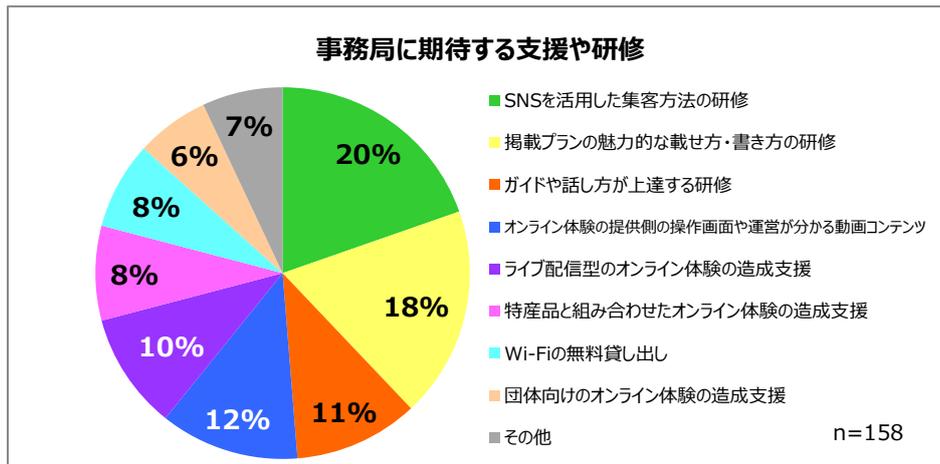
③ 「予約サイトへの掲載支援」の満足度



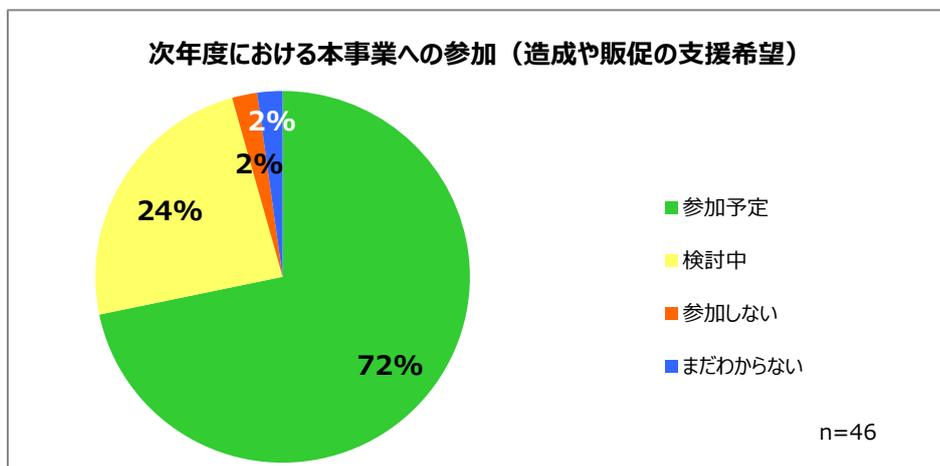
④ 「販売促進の支援」の満足度



⑤ 事務局に期待する支援や研修（複数回答）



⑥ 次年度における本事業への参加（造成や販促の支援希望）



※「検討中」または「参加しない」を選んだ理由（一部抜粋）

- ・ 需要があれば参加
- ・ 事業支援内容を確認してから参加したい
- ・ コンテンツの動きがどうなるか全く予想できない
- ・ やはり現地で魅力を伝えたい
- ・ 体験内容がオンラインには向かない
- ・ TABICA の中で同様の支援がある
- ・ 効果があまり見えなかった
- ・ 環境面の課題が解決していない
- ・ リアル体験が増えてくると、時間の確保が難しくなる

第3節 総括

第1項 離島オンライン体験利用者

① 分析結果

全体を通して、参加者属性は40代、50代の女性が圧倒的に多く、一人参加の参加者が75%を占めている。また、参加者アンケートによるとコロナ禍で旅行に行けないため、オンライン体験で旅行を楽しみたいと感じている参加者も一定数いた。

オンライン体験の満足度は全体的には84%が満足しているが、プラン単位で分析すると、満足度の高いプランと低いプランでははっきりと分かれる。満足度の高いプランは、現地感、主催者のコミュニケーション能力の高さ、体験内容が充実しているプランが多い。一方、満足度の低いプランは、機材トラブルや進行の準備不足、現地の映像や体験を楽しみにしていた参加者の物足りなさや消化不良（話だけで終わった、動画を見たかった、タイトルとのミスマッチ、時間が短い等）の声が多く挙げられていた。しかしながら全体的にみると、3回開催したオンラインイベント（2/20、3/13、3/20）について、初回開催のイベントでは全体的に不満の回答が多いプランも見られたが、運営スキルの向上や事業者への運用時の注意点の共有を行ったことで回数を重ねるにつれ満足度が上がっていることがわかる。

オンライン体験の全体感として、体験価格については半数が妥当な価格だと評価する一方、安く感じているユーザーも32%おり、比較的手ごろ感を感じている。また、体験時間について妥当と感じていた参加者は85%であった。さらに、ほかの人にも勧めたいと感じた参加者は92%、また、実際に離島を訪れたいと感じた参加者も96.5%であったことから、離島オンライン体験の印象はおおむね好調であると言える。

② 成果

全参加者アンケート結果の「体験の満足度」を見ると「満足 55%」、「やや満足 29%」と全体の84%が満足していることが分かる。事業初年度で、満足度の高いオンライン体験を造成できたことは一定の成果だと言える。

また、「体験後の離島への渡航意欲調査（体験後に離島へ行きたいと思ったか?）」においては、全体の96.5%が「とても思う」「思う」と回答しており、体験後に離島への渡航意欲が向上したことが分かる。この点においても、本事業の目的である、コロナ終息後の離島観光の回復および現地への集客に繋がる事業内容であることが分かった。

その他、満足度の低いツアーの傾向（機材トラブルや進行の準備不足など）も把握できたことから、今後は、課題解決に向けた商品開発・改善に取り組む必要がある。

③ 課題

定量的な数値は取得できたものの、「なぜオンライン体験を利用しようと思ったか」や「沖縄離島オンライン体験に求めるもの」など、定性的なデータがまだまだ取れていないため、より一層の満足度向上・来島意欲の向上を図るためにも、今後の課題とする。

④ 総括

今回のアンケート調査は、定量的な内容を中心に、本事業の成果や満足度を把握できるデータを取得できた。また、利用しているユーザー像を当初よりも具体的にイメージすることが出来た。本アンケート結果を、今後のターゲットとするべきユーザー像の明確化や、より一層の商品改善に繋げて活用していきたい。

第2項 離島オンライン体験サポート事業参画事業者

① 分析結果

今年度離島オンライン体験サポート事業に参画した127の事業者のうち、46の事業者から振り返りアンケートの回答を得ることができた。

本事業への参画理由として、新型コロナウイルス感染症の影響により、現地での体験ができない中、コロナ禍収束後を見据えて参画した事業者が31%と割合が高く、次いで新しい層のユーザー獲得目的が22%、閑散期や悪天候時の代替プログラム開発目的が18%と続く。それ以外でも、新しい形の体験プログラムを開発するための前向きな理由での参画が多い。

また、事務局による「商品造成」、「予約サイトへの掲載」、「販売促進の支援」への満足度は平均して80%以上の満足度を獲得することができた。しかしながら、次年度の本事業への参画希望は72%であり、新型コロナウイルス感染症によるユーザー動向を慎重に見極めている事業者もいる一方で、オンライン体験を実施するにあたって必要な環境整備や人員の確保を課題として躊躇している事業者も見受けられる。

次年度以降の本事業への期待することとして、掲載プランの掲載方法や集客方法、コミュニケーション方法など、オンライン体験の運営に関する支援・サポートに関する声が全体の61%に占める結果となった。

② 成果

事務局による支援の中で、最も満足度が高かったのが「商品造成」の91%であり、次いで「予約サイトへの掲載」が83%、「販売促進」が79%となっている。参画事業者からの声として、事務局の親身で丁寧なサポートに対する評価の声が多く、パソコン操作や資料作成、プランに対する第三者目線でのアドバイスなどに満足の声が多い。また、これまではユーザーに現地に来てもらわないとできなかった体験をオンライン上で提供できること、新しい商品販売のきっかけを作ることができたのも大きい。

③ 課題

オンライン体験を実施するにあたり、環境が整っていないことや、パソコン操作に不慣れな事業者も多く、今年度は予約サイトの管理画面やZoom操作など、事務局のサポートを受けながら実施した事業者も多く、ITスキルの底上げが必要である。また、予約サイト掲載まではできたが、予約が入らなかったケースも少なくはなく、次年度は集客方法について研修やサポートが必要である。

このほかにも、リアル体験と並行してオンライン体験を実施している事業者も多く、リアル体験で予約が入るとオンライン体験の対応に手が回らなくなるということもあった。オンライン体験とリアル体験の販売する時間帯や販売時期について、事業者の販売実態に沿った提案や、オンラインとオフラインの継続的な活用事例の提案を検討していきたい。

④ 総括

本事業はオンラインでのアクティビティ体験といった新しい取り組みであり、ユーザーも事業者も初めて体験することも多く、試行錯誤が多かった中、事業者と事務局の二人三脚での商品造成や販売サポートなどを行うことで、新しい販路を見つげられた。また、今年度は結果として売り上げに大きく貢献できたとは言えないが、事業の支援全般に対して一定の評価をいただくことができた。次年度は集客や、運用方法をブラッシュアップしていくことで、直接的な売り上げや来島促進につながっていくことを期待する。