

第3章 広報実施報告

第1節 実施内容・スケジュール

令和4年度 島あっちい広報施策（実施内容・月別）					
施策名（連携メディア等）		令和4年			令和5年
		10月	11月	12月	1月
SNS 広告	Facebook 広告	○	○	○	
SNS 広告	Instagram 広告	○	○	○	○
SNS 広告	Twitter 広告	○			
SNS 広告	PR 動画制作 & SNS 配信			○	
WEB 広告	リスティング広告	○	○	○	
WEB 広告	ターゲティング広告	○	○	○	
WEB 広告	たびらい内 PR	○		○	
WEB 広告	しまたび内 PR	○	○	○	○
WEB 広告	しまたび & 島あっちい 特別オンラインイベント			○	
PR 施策	インフルエンサータイアップ 「根間うい活用 PR」 Youtube 動画配信			○	
PR 施策	インフルエンサータイアップ 「武智志穂活用 PR」 Instagram 投稿			○	
PR 施策	RAC タイアップ 機内でのチラシ設置			○	
その他施策	OCVB の広報事業との連携 おきなわ物語/SNS 配信	○			
その他施策	各離島との連携 各離島サイト & SNS 配信	○	○	○	○

第3章 広報実施報告

第2節 実施内容詳細

第1項 SNS 広告

◆Facebook 広告／Instagram 広告

・取り組み概要

- 実施メニュー：①Facebook 広告（Instagram 広告運動）
- 配信期間：2022年10月13日(木)～2023年1月29日(日)
- 配信対象地域：日本（沖縄県以外）
- 全体の広告予算：①2,545,448円（税別）

* 実施期間中の参考数値指標

1. インプレッション：7,430,767 ※広告が表示された回数
2. リーチ：2,666,504 ※広告を見たユーザー数
3. クリック数：176,396 ※広告をクリックした回数
4. クリック率：2.3% ※広告がクリックされる率

・配信キャプチャ（Facebook 広告）



第3章 広報実施報告

◆ ツイッター広告

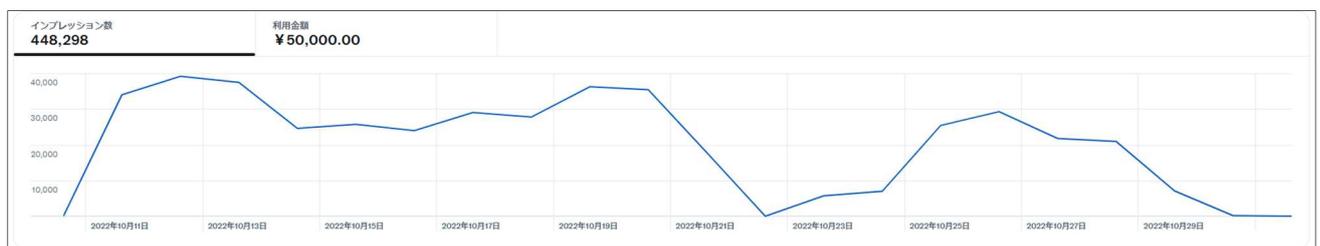
・取り組み概要

- 実施メニュー：①Twitter 広告
- 配信期間：2022年10月11日(火)～2022年10月31日(月)
- 配信対象地域：日本（沖縄県以外）
- 全体の広告予算：①50,000円（税別）

* 実施期間中の参考数値指標

1. インプレッション：448,298
2. プラットフォーム：①iOS ②デスクトップ ③Android ④その他のモバイル
3. 性別：男性（395,281） 女性（47,770）

・配信キャプチャ Twitter 広告



* 実施成果

対象地域を沖縄県以外に設定。

キーワードは旅・離島・沖縄離島で設定。一番リーチしたキーワードは「旅（インプレッション数 15,056）」

タイムライン広告配信。性別では男性が女性の約 8.3 倍となった。

バナー広告を見たユーザーをサイトへ誘導した。

第3章 広報実施報告

◆ P R 動画制作&SNS 配信

・取り組み概要

島あっちいアカウントを活用し、県外の方に向けて、幅広くリーチした。

動画コンテンツ活用の配信方法は2つ。1つはInstagram広告、1つはYouTube 広告。

2つの取り組みともに、短期間で広範囲に表示回数を獲得し、リーチ数や視聴数も実績を得たが、サイト誘導という観点では、偏りが生じた。それぞれの配信実績については、下記のとおり。

* 実施期間中の参考数値指標【Instagram広告】

1. インプレッション：308,032
2. リーチ数：132,096
3. クリック：7,900

* 実施期間中の参考数値指標【YouTube 広告】

1. 表示回数：134,827
2. 視聴数：63,565
3. クリック：64

・実施例

The image shows two examples of promotional content. On the left is a screenshot of an Instagram post from the account '島あっちい' (Shimaitchi). The post features a video thumbnail with a sunset over a body of water and text that reads '沖縄県在住の方へ 沖縄モニターツアー 参加者募集' (Recruitment for Okinawa Monitor Tour for residents of Okinawa Prefecture). Below the thumbnail, it says '先着2000名限定!' (Limited to the first 2000 people!). On the right is a screenshot of a YouTube video player. The video shows two people standing on a cliff overlooking a coastal town and the ocean. The video title is '沖縄本島～離島のモニターツアー 旅行代金を80%補助します' (Okinawa Main Island ~ Monitor Tour of Remote Islands, 80% subsidy on travel expenses). A yellow banner at the bottom of the video reads '※沖縄県までの交通費および、前後泊費等は参加者の全額自己負担となります。' (Note: Transportation fees to Okinawa Prefecture and accommodation fees before and after are the full responsibility of the participants.). The video player interface shows a progress bar at 0:06 / 0:15 and a '広告をスキップ' (Skip Ad) button.

第3章 広報実施報告

第2項 WEB 広告

◆リスティング広告

・取り組み概要

島あっちいアカウントを活用し、県外の方向けに、幅広くリーチした。

リーチのための設定条件について、「県外在住、且つ、年齢層は30代以上中心」をメイン対象者として設定し、メインキーワードを「離島名×ツアー（例：久米島 ツアー）」に設定した。また、獲得効率を高めるために、1件あたりの獲得単価（CPA）を随時変動させることで、臨機応変に運用を実施した。

* 実施期間中の参考数値指標

1. クリック数：27,880（⇒サイト流入数に貢献）
2. 予約完了数：143（⇒応募件数に貢献）

・実施例

<p>【沖縄離島ツアー】旅費80%補助 【島あっちい公式】 募集中 / 体験型モニターツアー [広告] acchi.okinawa/沖縄離島ツアー/旅行代金80%...</p> <p><沖縄離島ツアーの旅費を最大80%補助> 沖縄在住者の満足度90%超の「島あっちい」はこちら！【参加者数限定の離島モニターツアー】 沖縄県民参加者1万超の実績、観光客を対象に募集開始！ 沖縄離島モニターツアー <コスパ抜群> 旅費80%補助</p>	<p>【CUSTOMIZER.島あっちい / 離島の名前: 沖縄離島}ツアー】旅費80%補助 【島あっちい公式】 募集中 / 体験型モニターツアー [広告] acchi.okinawa/沖縄離島ツアー/旅行代金80%...</p> <p><沖縄離島ツアーの旅費を最大80%補助> 沖縄在住者の満足度90%超の「島あっちい」はこちら！【参加者数限定の離島モニターツアー】 沖縄県民参加者1万超の実績、観光客を対象に募集開始！ 沖縄離島モニターツアー</p>
--	---

◆ターゲティング広告

・取り組み概要

島あっちいアカウントを活用し、県外の方向けに、幅広くリーチした。

リーチのための設定条件について、「県外在住、且つ、年齢層は30代以上中心」をメイン対象者として設定。通常バナー広告の露出からスタートし、レスポンス広告（1つの設定で、複数サイズのバナーが自動的にサイズ変更されて効率的に運用できる仕組み）や、リマーケティング広告（過去に一度、島あっちいサイトにアクセスしたWEBユーザーに対して、再度リーチを図る仕組み）なども織り交ぜながら、応募件数の最大化を図るための取り組みを実施した。

第3章 広報実施報告

＊実施期間中の参考数値指標

1. クリック数：約 9,300 (⇒サイト流入数に貢献)
2. 予約完了数：110 (⇒応募件数に貢献)

・実施例



◆たびらい内PR

・取り組み概要

たびらい観光情報の広告メニューを活用し、県外の方向けに、幅広くリーチした。実施メニューとしては、ニュース記事配信および SNS 配信、メルマガ内バナー枠を活用。

＊実施期間中の参考数値指標

1. クリック数：1,481 (⇒サイト流入数に貢献)
2. 予約完了数：60 (⇒応募件数に貢献)

・実施例



第3章 広報実施報告

◆しまたび内PR

・取り組み概要

しまたびの広告メニューを活用し、キャンペーンページの設置、SNS 配信、および観光記事の掲載を行い、離島ファン向けに幅広くリーチした。

* 実施期間中の参考数値指標

- 1. クリック数：9,271 (⇒サイト流入数に貢献)
- 2. 予約完了数：81 (⇒応募件数に貢献)

・実施例



鳥あっちいとは?

「人と人がつながる鳥旅」をテーマに掲げ、沖縄県外にお住まいの方を対象に、沖縄離島の歴史や文化、自然、離島の人の交流を、楽しみ体験する沖縄離島ツアーが「鳥あっちい」です。

離島での様々なアクティビティ体験、そして島のひととのふれ合いを通して、島の魅力を感じ発信してもらうことを狙っています。

参加後のアンケート回答を条件に、沖縄本島発着の離島モニターツアー旅行代金の8割を沖縄県が補助します。

なお、県外から沖縄本島(出発地)までの交通費や前後泊の宿泊費等の費用は参加者の自己負担となります。

アンケートでいただいたご意見は「何度も訪れたいくなる魅力ある島づくり」のため、離島観光の発展に活用させていただきます。

島の人の温かさに触れる、忘れられない体験をしてみませんか？

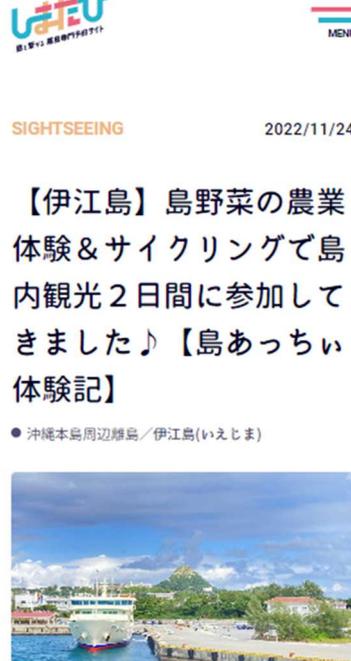


SIGHTSEEING 2022/12/3

【久米島】鳥あっちいツアー「記念日を久米島紬とともに過ごす旅」に同行してきました♪【鳥あっちい体験記】

● 久米島 / 久米島(くめじま)

琉球列島の中でもっとも美しい島「球美の島」と呼ばれた「久米島」。沖縄県主催のモニターツアー「鳥あっちい」で、少し変わった鳥旅を体験してきました！島の伝統工芸品「久米島紬」の着付体験や真謝(まじゃ)集落の散歩、フォトツアーが盛り込まれた「カップルアンバーサリーを久米島でエンジョイす



SIGHTSEEING 2022/11/24

【伊江島】鳥野菜の農業体験&サイクリングで島内観光2日間に参加してきました♪【鳥あっちい体験記】

● 沖縄本島周辺離島 / 伊江島(いえじま)

沖縄本島北部からフェリーで約30分で気軽に行ける「伊江島」。島のやや中央に標高172mの城山(通称：タッチュー)がそびえ、特徴的な景観を見せています。

伊江島牛などの畜産やサトウキビ、落花生などの農業が主な産業の伊江島で、農業を体験するツアーに参加してきました！！

第3章 広報実施報告

第3項 PR 施策

◆しまたび & 島あっちい特別オンラインイベント

・取り組み概要

しまたびを活用して参加者を募集し、オンラインイベント形式で島あっちいツアーへの参加の誘発を行った。

＊実施期間中の参考数値指標【2022年12月24日開催】

1. 応募者数：98
2. 参加者数：50～60（当日開催中に途中で出入りがあったため変動値として記載）

・実施例



第3章 広報実施報告

◆インフルエンサータイアップ「根間うい活用 PR」YouTube 動画配信

・取り組み概要

実施メニュー: YouTube 動画制作

配信期間: 2022年12月6日(火)～ 公開中

配信対象地域: 全世界

* 動画配信 1週間の参考数値指標

1. インプレッション数: 15.7万
2. インプレッションクリック率: 2.3%
3. 視聴回数: 8,647回 ※9,711回(2023年2月7日現在)

・配信キャプチャ YouTube



沖縄最大級のウォーキングイベント『てだこウォーク2023』開催！...
6615 回視聴・1か月前



【5千円】沖縄お土産大量！「沖縄ご当地お菓子ガチャ」やってみ...
7444 回視聴・1か月前



リベンジ！沖縄の市町村テストなら満点じゃねえ奴いねえよなあ！【...
6961 回視聴・1か月前



クレーンで上陸する珍しい島！沖縄最東端の北大東島を遊び尽くす！...
9711 回視聴・2か月前

YouTube 検索

「島あっちい」
「沖縄離島体験型モニターツアー」
クレーンで上陸する珍しい島！沖縄最東端の北大東島を遊び尽くす！！【島あっちい】

メンバーになる チャンネル登録 513 共有

- 根間ういちゃんねる【おきなわ節】 さんによって固定されています
- 根間ういちゃんねる【おきなわ節】 2か月前
コーディネーターさんもーじ復しくて寝かかったあぁあ！！また行きたいさあぁあ！！！！！！
- CON-H【こに・あい】 2か月前
ういちゃんの配信で沖縄本島だけでなく色々な離島の魅力を知ることができて嬉しいですね。北大東島も行ってみたいです(*w*)
- FoxP 2か月前
These outside trip videos are always fun
Wish I was there!
- UY 1か月前
ロケ動画で時おり聞けるういちゃんのお声が好き

* 実施成果

動画へは「根間うい」というワードからの検索流入が大きく締めたが、「北大東島」「釣り」というワードからも一部流入が見られた。外部の流入としては、ツアー体験中も含め 10 数回「#島あっちい」と発信した根間ういの Twitter アカウントの投稿からの流入が 51%と最も多かった。次いで、Google 検索からの流入が 40%であった。

第3章 広報実施報告

◆インフルエンサータイアップ「武智志穂活用 PR」Instagram 投稿



* 取り組み概要

実施メニュー: Instagram PR

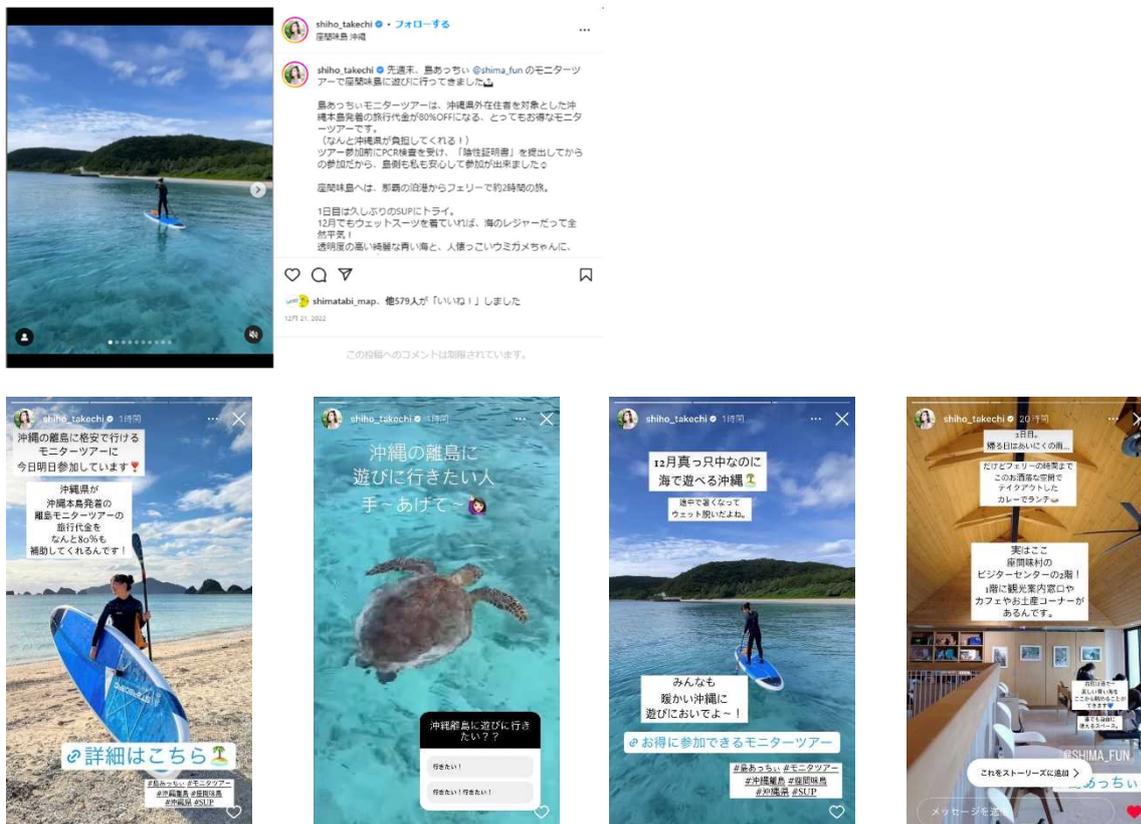
配信期間: 2022年12月15日(木)~2022年12月16日(金)

配信対象: フォロワー

* 配信2週間後の数値 (フィード投稿)

1. リーチ: 22,307
2. いいね! 数: 479 (2023年2月7日現在)
3. 保存数: 22

* 配信キャプチャ Instagram PR



第3章 広報実施報告

◆RAC(琉球エアコミューター株式会社) タイアップ取組 機内チラシ設置

* 取り組み概要

機内の入口やシートポケットに事業紹介チラシを設置し、事業周知及び集客を図った。

配信期間：2022年12月15日(木)～2022年12月31日(土)

配布数：200枚

* 配布チラシ

沖縄離島体験型モニターツアー
島あっちいで
おきなわ離島へ行こう!

モニターツアー
80%
補助!!

島あっちいとは?
 「人と人がつながる島旅」をテーマに掲げ、沖縄県外各島を巡る体験型モニターツアー「島あっちい」です。島の歴史や文化、自然、産業の人の交流を楽しく体験する沖縄離島ツアー「島あっちい」です。島の魅力を発見し、発見した魅力を発信する。島の魅力を発見し、発見した魅力を発信する。島の魅力を発見し、発見した魅力を発信する。

島あっちいモニターツアー参加の諸注意事項

- 参加対象は**
 沖縄県外にお住まいの方
 ① 年齢18歳以上の方(未成年者参加不可)
 ② 年齢18歳以上の方(未成年者参加不可)
 ③ 年齢18歳以上の方(未成年者参加不可)
- 沖縄県までの交通費及び前後泊の宿泊費等は自己負担**
 ① 交通費(往復)は自己負担です。
 ② 宿泊費(往復)は自己負担です。
 ③ 食事代(往復)は自己負担です。
- 出発3日前以内のPCR等陰性証明の提出必須**
 ① PCR検査結果は出発3日前以内の提出が必要です。
 ② PCR検査結果は出発3日前以内の提出が必要です。
 ③ PCR検査結果は出発3日前以内の提出が必要です。

参加費：令和4年度離島モニターツアー(島あっちい)参加費 10,000円(税別) 参加費 10,000円(税別) 参加費 10,000円(税別)
 主催：株式会社コム・フーズから、株式会社サンボックス共同主催
 協賛：株式会社サンボックス、株式会社日本旅行、株式会社国際興行、株式会社JTB沖縄
 島あっちい <https://acchi.okinawa/>

島あっちい対象沖縄離島エリア

沖縄離島モニターツアー一覧 ※一部抜粋

羽田空港 → 那覇空港 → 沖縄離島

島あっちいの参加を検討されている皆様へお願い ※離島は医療体制が脆弱です。必ずご確認ください。

旅行前の健康状態と感染防止対策
 旅行前の健康状態を把握し、感染防止対策を徹底してください。

旅行中に体調不良が起きた場合
 旅行中に体調不良が起きた場合は、速やかに医師の診断を受け、適切な治療を受けてください。

旅行前のPCR検査結果提出のお願い
 旅行前のPCR検査結果を提出してください。

第3章 広報実施報告

第4項 その他施策

◆一般財団法人沖縄観光コンベンションビューローの広報事業と連携・おきなわ物語/SNS 配信

・取り組み概要

OCVB（沖縄観光コンベンションビューロー）と連携し、おきなわ物語/SNS 配信による、島あっちい事業の広報を実施した。

* 実施期間中の参考数値指標

1. 流入数：60
2. 予約完了数：1（応募件数に貢献）

・実施例

← **マハエちゃんのおきなわ物語** 9,799 Tweets Follow

マハエちゃんのおきなわ物語 @okinawastory_jp · Oct 17, 2022 ...

はいたい♪
沖縄本島発着の県内 **#離島ツアー** 費用が80%OFF！
お得に県内離島を旅できる沖縄離島 **#体験モニターツアー**「**#島あっちい**」
の募集がスタートしました🌟
ぜひこの機会に島の魅力を発見してみませんか？😊

📄 詳しくはこちら

acchi.okinawa
島あっちい | 沖縄の離島観光・モニターツアー参...
沖縄の離島観光・モニターツアー参加者募集サイト
「島あっちい」では、沖縄の離島の歴史や文化、...

🗨️ 1 🔄 5 ❤️ 33 📊 📤

第3章 広報実施報告

◆各離島との連携・各離島サイト&SNS 配信

・取り組み概要

各離島の観光協会（与那国町観光協会、伊江島観光協会、）と連携し、各運営サイトおよび SNS 配信による、島あっちい事業の広報を実施した。

* 実施期間中の参考数値指標

1. 流入数：222
2. 予約完了数：0

・実施例



第3章 広報実施報告

第3節 広報施策の総括

第1項 定量面（サイト流入数、応募件数&人数、および、関連数値）

<設計値（目標値）>

月次		10月募集	11月募集	12月募集	1月募集	合計
ツアー催行対象想定月		11月～12月催行	12月～1月催行	1月～2月中旬催行	1月～2月中旬催行	
KGI	【目標】送客人数	583	572	294	127	1,576
KPI①	【目標】応募人数	844	823	529	300	2,496
KPI②	【目標】応募件数	457	456	294	200	1,407
KPI③	【目標】WEBサイト流入数	85,592	84,441	58,800	30,000	258,833
KPI④	【目標】ツアー本数	72	69	31	19	191
KPI⑤	【目標】定員数（人数）	583	572	245	150	1,550



<実績値>

月次		10月募集	11月募集	12月募集	1月募集	合計
KGI	【実績】送客人数	86	182	260	260	788
KPI①	【実績】応募人数	789	840	891	139	2,659
KPI②	【実績】応募件数	457	502	524	87	1,570
KPI③	【実績】WEBサイト流入数	85,592	82,517	89,550	21,349	279,008
KPI④	【実績】ツアー本数	72	69	32	15	188
KPI⑤	【実績】定員数	583	572	294	127	1,576

第3章 広報実施報告

(各施策の実績表)

施策内容	流入計 (参考値)	応募件数 (参考値)	応募率 (参考値)	投下予算 (税抜)
Facebook 広告	36,130	254	0.7%	918,443※未確定
インスタグラム広告	38,754	120	0.3%	1,436,885※未確定
ツイッター広告	567	1	0.2%	44,691
P R 動画制作&SNS 配信	5,879	11	0.2%	1,187,707
リスティング広告	31,647	143	0.5%	1,300,638
ターゲティング広告	9,300	110	1.2%	415,755
たびらい内 P R	1,481	60	4.1%	300,000
しまたび内 P R	9,271	81	0.9%	882,576
しまたび&島あっちい 特別オンラインイベント	(計測不可)	(計測不可)	-	200,000
インフルエンサータイアップ 根間うい活用 PR・Youtube 動画配信	(計測不可)	(計測不可)	-	554,545
インフルエンサータイアップ 武智志穂活用 PR・Instagram 投稿	1,069	0	0.0%	530,314
RAC タイアップ機内でのチラシ設置	(計測不可)	(計測不可)	-	-
OCVB の広報事業との連携 おきなわ物語/SNS 配信	60	1	1.7%	-
各離島コーディネーターとの連携 各離島サイト&SNS 配信	222	0	0.0%	-

第3章 広報実施報告

第2項 定性面（総括）

◆全体として

- ・通期の主要な設計値（目標値）に対して、WEB サイト流入数、応募件数、応募人数の合計値については、実績が上回る結果となった。※2022年10月11日より初回の募集開始した後、毎月、各種 KPI 指標を見直しながら、現実的な PDCA サイクルを運用したことにより、通期の目標達成としている。
- ・WEB サイト流入数に関しては、SNS 広告、WEB 広告を中心に、県外の方に対して、短期間で、最大限リーチすることができ、且つ、島あっちい事業の魅力を訴求すること、「流入数の最大化」を図ることができた。
- ・応募件数に関しては、全体としては設計値に到達したものの、応募率（応募件数/WEB サイト流入数）については、通期で 0.6%（応募件数 1,570 件/WEB サイト流入数約 280,000）という結果となり、「効率性向上の観点で改善の余地」がある。
- ・応募人数に関しては、設計値に到達し、「1 応募あたりの参加人数が平均で 1.7 名」という結果が出た。これにより、応募者の多くが「1 名での参加」を希望していることがわかった。次年度以降においては、応募率向上の観点から、「1 名での参加」が可能なツアーを各離島で造成していくことが重要である。

◆課題

- ・広報施策の中で「効率性および効果性の観点でバラつきが存在」した。※後述（各施策毎の実績表）を参照
- ・広報活動においては、1 回のリーチで、すぐに応募に至ることは稀と考え、何度も島あっちい事業の PR 情報に触れることにより、応募に至ることが多いと想定。よって、「直接効果（サイト流入し、そのまま応募に至る形）ではなく、間接効果の影響も数多く存在する」と考える。その結果、WEB 計測ツール上ではカウントされていない、もしくは、カウントが低い施策であっても、広報および集客効果のあった施策が存在する可能性がある。
- ・一方で「費用対効果の観点で取捨選択」が求められるため、今回実施した施策の中で、実施を見直すべきメニューがあると捉え、今後活かしていく。

◆改善事項

- ・前述の課題をうけて「広報活動における、効率性および効果性の追求」となる。
- ・1 つには、WEB サイト流入数獲得の費用対効果。さらには、応募率の向上。
- ・選択と集中を図りつつ、次年度以降は定量数値のさらなる改善を図る。