

第6章 総括

第1節 実績

【モニターツアーについて】

R4年度は、16市町村、20離島地域がモニターツアーに参加し、ツアー造成本数188本、造成定員数1576人、派遣人数716名、造成定員数に対して送客率45.43%の着地となった。

各離島の目標に対しての実績一覧

No	島名	事業初期(7~8月頃)の目標		R4年度実績			
		目標造成本数 造成本数	目標定員人数 定員数	実績造成本数 造成本数	実績定員人数 定員数	送客実績人数	送客率 送客人数÷定員数
1	伊平屋島	19	133	2	16	7	43.75%
2	伊是名島	23	138	14	108	45	41.67%
3	伊江島	26	208	14	145	21	14.48%
4	水納島	9	54	3	12	3	25.00%
5	粟国島	20	120	0	0	0	実施無し
6	渡名喜島	0	0	0	0	0	実施無し
7	座間味島	10	60	11	78	53	67.95%
8	阿嘉島	0	0	0	0	0	実施無し
9	渡嘉敷島	39	289	32	216	108	50.00%
10	久米島	16	96	26	166	88	53.01%
11	津堅島	25	200	8	56	11	19.64%
12	久高島	25	250	16	160	49	30.63%
13	南大東島	5	35	4	24	19	79.17%
14	北大東島	6	30	6	30	29	96.67%
15	宮古島(西原)	0	0	0	0	0	実施無し
16	宮古島(城辺・上野・下地)	4	40	3	30	13	43.33%
17	宮古島(池間島)	5	60	6	72	41	56.94%
18	宮古島(伊良部島)	0	0	3	40	0	0.00%
19	多良間島	3	30	7	70	43	61.43%
20	石垣島	3	30	12	120	57	47.50%
21	西表島(西部)	4	52	6	80	23	28.75%
22	西表島(東部)	4	28	6	54	38	70.37%
23	小浜島	5	40	0	0	0	実施無し
24	黒島	5	40	6	78	49	62.82%
25	与那国島	5	35	3	21	19	90.48%
		261	1968	188	1576	716	45.43%

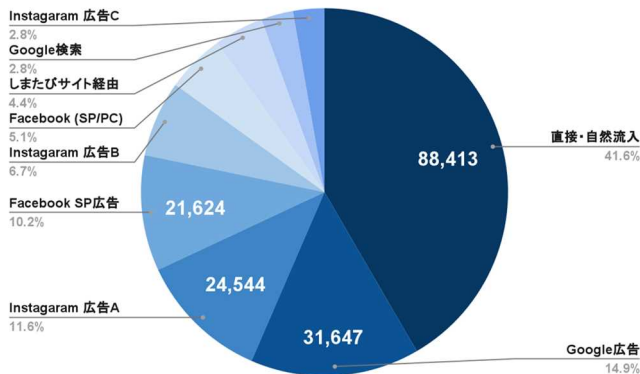
第6章 総括

【広報について】

広報施策においては、エントリー受付期間の令和4年10月11日～令和5年1月10日の間に申込総数2,727名（1,574組）を獲得する事ができた。また、R4年度はWEB・SNSを活用したデジタルマーケティングを中心に集客を行い、その分析結果から、島あっちいに興味関心のあるターゲットが、【女性/40～50代の家族層】であることが明確になった。また、申込に至るまでのプロセスについては【認知→検討→申込】と遷移している事が分かった。

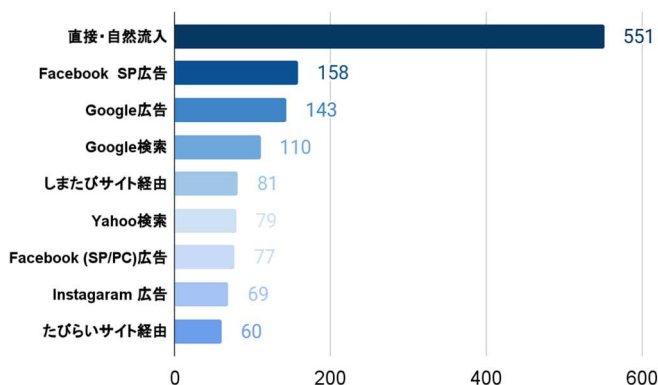
ユーザー流入数が多い参照元

デジタル広告で島あっちいを認知し、検討後、検索し自然流入の経路。



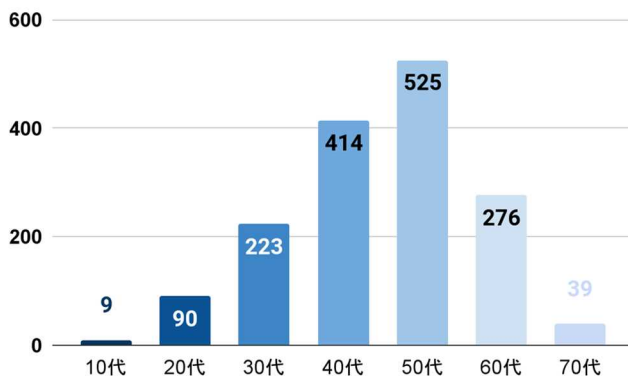
申込完了に至る参照元

デジタル&SNS 広告を通じて、認知から検討期間を経て、後日検索し、申込完了。



代表申込者の年齢

50代、40代が大部分を締めて、次に60代、30代の順番となる。



第6章 総括

【アンケート結果】

モニターツアーの参加者 716 名にアンケートを実施し、12 歳以上の 687 名の回答者の代表的項目について、5 段階評価の結果は以下のとおりである。（5:とても満足、4:やや満足、3:普通、2:やや不満、1:不満）

1. ツアー全体の内容・プログラムの質

5 段階中の平均ポイントは 4.7 ポイント

6. 離島の文化や自然に触れて離島についての理解が深まった

5 段階中の平均ポイントは 4.7 ポイント

7. またこのような交流体験ツアーへ参加したいと思う

5 段階中の平均ポイントは 4.8 ポイント

8. またこの島へ訪れたいと思う

5 段階中の平均ポイントは 4.8 ポイント

9. 島内で使った費用（ツアーに含まれない費用）

参加者の離島滞在中の平均消費額は、8,063 円であり、消費内訳は、以下のとおり。

①「飲食費」3,170 円、②「交通費」806 円

③「土産物・買い物等」2,529 円④フリータイム体験費 1,559 円

第6章 総括

第2節 成果

【モニターツアーについて】

今年度は16市町村、19離島地域が受け入れを行い、R4年度の新規コーディネーターが合計5名となった。

- 1.伊江島 : TMプランニング 玉城氏
- 2.久米島 : 悠久 中島氏
- 3.多良間島 : 多良間島コーディネーター 波平氏
- 4.石垣島 : bigbeach 大浜氏
- 5.西表島(白浜) : 地域おこし協力隊 玉井氏

R5年度以降は、新規コーディネーターの育成やコーディネーター同士の情報交換・研修会等を設けて、ネットワークの構築を図り、アイランドホッピングツアー等をモニターツアーに組み込む事で、実務での連携を図っていきたい。

また、今年度はモニター中に新型コロナウイルス感染の発症の事例はなく、参加者に対して、PCR受検の陰性証明や滞在中の健康管理チェック、コーディネーターの感染予防対策が機能していた成果となった。今後も安全・安心なモニターツアーの運用を継続していきたい。

【自走化支援】

今年度の自走化推進における目標に対しては下記の実績となった。

目標指標	目標値	実績値
商品開発と人材育成支援施策	20 離島に実施	4 離島 (黒島/小浜島/伊是名島/石垣島)
観光コンテンツ販売体制構築と販路拡大	自走化件数 80 プラン	118 プラン
販売件数獲得	予約件数 100 件	予約件数 59 件

【商品開発と人材育成支援施策】については、当初、約10離島が希望または検討していた。ただ、ツアー催行時期の延期により、自走化支援を実施出来る時期が調整出来ない為、見送りとなったケースが発生。実施研修はキャンプ研修とケイビング視察ツアーを行った。

【観光コンテンツ販売体制構築と販路拡大】については、島あっちい関係者、連携事業者が27事業者、118プランの自走化に至った。今後も多くのプランが公開される見込みとなっている。

【販売件数獲得】の目標に対して、59件/111人/692,700円の予約売上を獲得。今後は、春夏需要に向けて更に体験数の拡充と販売件数を伸ばしていきたい。

第6章 総括

第3節 課題

【モニターツアーについて】

目標であった派遣人数 2,000 名に届かなかった原因は、主に下記の 3 点である。

- 1 点目：事業計画より募集開始が約 2 か月延期、催行時期が 1 か月延期となった為、十分な催行期間を確保出来なかった。
- 2 点目：抽選式から先着順に変わり、下記のデメリットが発生し、催行率が低下した。
※背景：催行期間をなるべく長く確保するために、【抽選式】→【先着順】にして工数(約 2 週間)削減を図った。
 1. 応募した参加者に対し旅行会社から契約案内をしたところ、8 割補助の為か、「気軽に申し込んだ」層が多く、申込後に【予定が合わない】【仕事が休めない】【返答無し】が多数発生し、最少催行人数未達により中止。
 2. キャンセル発生対策として、キャンセル枠待ち数を定員数の 1 倍から 3 倍へ増やすも、上記 1. の対応に時間を要した結果、来沖にかかる飛行機代の早割が適用できない等の理由により、見送りキャンセルとなる悪循環。
 3. 昨年度までの【抽選方式】の場合は、最少催行人数未達となったツアーの応募者に、他のツアーへの参加案内を行っていたが、今年度の【先着順】の場合、顧客リストが各旅行会社(4 社)に渡る為、上記の対応が出来なかった。
- 3 点目：1 組または 1 世帯限定の参加条件が特殊な、小人数のツアー造成による非効率な運用があった。

上記の課題及び送客率の改善に向けて、次年度は夏の 7 月下旬からモニターツアー受入れを開始し、先着順ではなく、抽選式に戻し、来島意欲の高い参加者の選定を行う。更に、参加条件の緩和(1 名での応募可/年齢制限なし等)を図り、送客率の改善をしていく。

【自走化支援】

今年度の目標であった、自走化した体験アクティビティの予約件数 100 件に対して、実績が 59 件/111 人/692,700 円の予約件数、売上に留まり、目標値を下回った。原因としては、当初予定していた 7~8 月頃の島あっちいモニターツアーが受入れ出来なかった為、フリータイム利用案内が出来ず、目標未達となった。また、しまたびサイト立ち上げ時は、サイトの認知度が低く、掲載している体験アクティビティの種類も少なかった為、一般観光客からの利用が少なかった。一方で、年末の 2022 年 12 月~2 月にかけて、予約件数が伸びてきており、サイトの認知度(SEO 対策※サイトの上位表示)が向上していることから、2023 年の春~夏の予約拡大に期待が持てる。

第6章 総括

第4節 総括

まず、R4 年度離島ブランディング(島あっちい)事業は、初の沖縄県外在住者を対象にモニターツアーの造成・集客・催行することが出来た点は、離島観光振興事業の重要な実績となった。また、モニターツアー中に新型コロナウイルス感染症の発症の疑いの報告もなく、県外から移動し離島へのモニターツアー派遣までのアクセスについても、大きなトラブル等も無く、運営する事ができた。

モニターツアーの送客率の改善は次年度の必須かつ重要アクションとして、捉えていく必要がある。モニターツアーの内容については、昨年度までの事業で沖縄県民から高い満足度を得ていた体験アクティビティが、県外観光客に対しても同様に高い満足度を得られている。更に、アンケートのコメントでは、「一般的なツアーや旅行では体験できない、島の人との交流が出来て非常に感動した」といったコメントがあった。島あっちい独自の「交流会」や「民泊」等を通じて、参加者からの高評価を多く貰った事は、離島のコーディネーターにとっても自信に繋がったと考える。

今後のモニターツアーでは、既存の高評価体験アクティビティはしまたびサイトへの掲載を推進し、自走化販売に繋がていきつつ、新しい体験アクティビティや高付加価値体験の開発や導入にも積極的にチャレンジしていきたい。また、アイランドホッピングツアーを通じて、離島間での連携を強化することで新規事業者及びコーディネーターの発掘に繋がていきたい。