

## 第6章 総括

### 1 実績

#### 【応募者数・参加者数】

平成30年6月1日～平成31年1月31日のエントリー受付期間中、応募総数4,984組11,621名のエントリーがあり、平成30年7月20日～平成31年3月24日のツアー実施期間において沖縄本島住民2,863名、離島在住者118名を25離島29地域へ派遣。なお助成対象者は2,981名、未就学児55名は助成対象外で、総送客数は3,036名であった。

#### 【参加者の平均消費額】

ツアー料金以外の消費額は6,246円となった。最も消費額が高かったのが「オプションプログラム」の4,602円、次いで「土産物」が3,794円となった。他では、「交通費」が3,055円、「娯楽費・入場費」は2,177円であった。なお、ツアー参加者のうち、90.6%がツアー料金以外で支出している。

#### 【ツアーの満足度】

モニターツアーへ参加者に対してアンケートを実施。回答結果より、「ツアー全体の満足」は、「とても満足した」と回答した参加者が64.1%「やや満足した」と回答した参加者が28.6%だった。「とても満足した」「やや満足した」の合計では、92.7%であった。なお、ツアー参加前の「期待度」では、「とても期待した」「やや期待した」の合計は、74.4%であり、満足度は参加前の期待度を上回る結果となった。

#### 【離島への理解度】

ツアーに参加しての感想で、「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」というアンケート結果では、「大変そう思う」の回答が58.7%、「ややそう思う」との回答が36.6%であり、参加者の95.3%が離島についての理解が深まったと回答している。

#### 【交流体験ツアーへのリピート参加意向】

ツアーに参加しての感想で、「またこのような交流体験ツアーへ参加したいと思う」というアンケート結果では、「大変そう思う」との回答が70.6%、「ややそう思う」の回答が23.5%の結果となった。また、「大変そう思う」「ややそう思う」の合算では94.1%の参加者が「また交流体験ツアーへ参加したい」との意向を示している。

#### 【訪れた島への再訪意向】

ツアーに参加しての感想で、「またこの島を訪れたいと思う」というアンケート結果では、「大変そう思う」との回答が70.4%、「ややそう思う」の回答が23.9%の結果となった。「大変そう思う」「ややそう思う」の合算では94.3%の参加者が「またこの島を訪れたい」と回答している。

#### 【連携事業者数(個人・団体)の状況】

昨年度に比べて、離島地域の体験プラン種類の増加に比例して連携先事業者も増えている状況。  
※下記は島あっちい事業に参画している離島地域の連携事業者合計値

連携先	平成29年度						平成30年度					
	連携事業者 合計	宿泊施設 (単位：軒)		体験プログラム提供 (単位：団体・人)		オプション プログラム提供 (単位：社)	連携事業者 合計	宿泊施設 (単位：軒)		体験プログラム提供 (単位：団体・人)		オプション プログラム提供 (単位：社)
		民宿	民泊	団体等	個人			民宿	民泊	団体等	個人	
合計	288	65	83	70	27	43	392	63	112	52	90	75

## 第6章 総括

### 2 課題

#### 【離島側との諸連絡、調整】

各離島に対して事務局担当1名、副担当1名の計2名を割り当て、各島との連携体制を構築した。一部の離島で昨年度の事業の時と、事務局担当者が変更になるケースがあり、前任の担当者から離島の過去背景や、情報の引継ぎが不足した点が発生した。その為、初回訪問でコーディネーターと事務局担当者でコミュニケーションを綿密に行った。

参加者アンケートをツアー毎に都度郵送し、ツアー終了後に回答済みのアンケートと請求書類をセットで郵送してもらう運用ルールを作り、参加後アンケートの返送遅延を防いだ。参加者アンケートの島への発送においては、配達会社の配送が遅延することがあり、島への到着が遅れてしまうことがあったため、もっと余裕を持った発送が必要である。

#### 【ツアー造成】

コーディネーターの役割を明確化し、事務局の離島担当者が主体となって各離島との調整や各旅行社との調整を行い、前年度より円滑にツアー造成を行なうことができた。離島側の意向を尊重してツアー造成を行っていたが、自走化を見据えて事務局や旅行社においてチェックを行い、自走化可能な内容かを都度検討する必要があった。

年間スケジュールどおりにツアー造成を行なうことが出来ていなかった。次年度はより一層スケジュール管理を徹底する必要がある。

#### 【広報】

募集開始のタイミングでは記者会見を開き、新聞・テレビ会社といったマスメディア各社に拡散された事で、多くの応募数を獲得することが出来た。しかしその後は、悪天候でパブリシティ施策が中止となることもあり、継続的なメディア拡散をする事ができなかった。

WEBプロモーションでは、過去の応募者の属性を分析しターゲットディスプレイ広告で、ターゲットを絞り込んだ配信をする事が出来た。ただ、WEBプロモーションはパソコンやスマートフォンを利用する方にはリーチ出来るが、利用していない方へのアプローチが課題となった。

紙面広告では、ポスティング広告や新聞広告等の施策で認知を広める施策等を実施。応募数向上に繋げることが出来たが、予算が大きくなってしまふ為、WEB広告と紙面広告の予算配分を慎重に考えていく必要がある。

3年目となり一定の認知は得られてきたが、応募が少ないシニア層や若年層への効果的な広報展開が必要である。また、離島住民からの応募が少なかつたため、離島の方が参加しやすいツアー設計を行なうと共に、離島での広報を工夫する必要がある。

#### 【応募受付期間】

前年度は応募受付期間が1週間と短く、ツアーを検討する時間としては不十分であった為、本年度は20日間に延長し検討しやすくした。ただ、募集期間を延長しても応募が入りにくいツアーが一部ある為、離島コーディネーターと一緒に出発曜日や写真などを工夫し、より魅力のあるツアー造成を行う必要がある。

#### 【WEBサイト】

ツアーの検索機能を強化し、「料金（高い順/安い順）」「宿泊形態（民宿/民泊）」「催行期間（開始日/期限日）」で絞り込み検索を可能にした。民泊の魅力発信のため、民泊の特設ページを開設した。ツアー毎の応募数の偏りを少なくするため、ツアーページに応募者数が自動カウントされて表示される仕組みを導入し、お客様にもリアルタイムな応募状況が閲覧できるようにした。

口コミ投稿フォームを作成しWEB上で口コミが投稿できる機能を構築したが、投稿呼び掛けが不十分で口コミの掲載数がまだ少ない。ツアー終了後すぐに口コミ投稿をしてもらえるように、旅のしおりにQRコード等を設置してツアー最終日に口コミ投稿を呼び掛ける等の工夫が必要である。

## 第6章 総括

---

### 【お客様からの問い合わせ対応】

コールセンターとの連絡調整を行なう担当者を事務局内で決め、コールセンターとの連携が円滑にいくよう体制を整えた。しかし、離島コーディネーターや旅行会社との確認が遅れる場合があり、問い合わせへの返答が遅れることがあった。今後は、迅速に対応できるような体制に整えていく必要がある。

### 【抽選】

当選連絡の際に参加の最終意思確認を行っていたが、回答をギリギリまで保留にする方もおり、辞退した場合の他の方の繰り上げ当選が期限の都合により実施できない場合があった。参加の意思決定に対しても期限を設ける必要がある。

## 3 成果

### 【参加者】

参加者のツアーへの満足度はツアー参加前の期待度を上回る結果となった。また、再訪意向及び島への理解度についても、それぞれ90%を超えており、ツアー参加によって沖縄県民の離島への理解促進・相互理解に繋がった。

ツアー参加者に余裕のある日程を組めた事で、ツアー料金以外のオプションプログラムやお土産に支出した参加者の割合は全体の91%となった。

### 【各離島】

離島間相互ツアーや、最終の振り返り会議を複数離島で合同に実施したことにより、各島での連携強化が図られた。久米島と渡名喜島、渡嘉敷島と阿嘉島、北大東島と南大東島、津堅島と久高島において、島あっちい事業を通じて次年度に周遊ツアーを実施したいとの声があがった。

また、共通の課題を持つ離島同士で意見交換が行なえたことで、共に課題解決に向けて協力体制が構築される期待が持てた。

### 【運営事業者】

前年度から引き続いて同じ事務局で運営したため、離島事業者とのコミュニケーションがより一層円滑に進められた。離島事業者に寄り添いながらツアー造成や各種調整を行い、目標としていた約3000名の送客を達成できた。また、自走化支援としてJV以外の旅行会社やアクティビティ事業者とのマッチングを行い、自走化方向性の枠を広げることができた。