

第10章 総括

第1項 成果

本事業は、離島の歴史、文化、自然などに触れることにより離島に対する理解を深めること、体験プログラムの開発、モニターツアーの実施、参加者の意見のフィードバックによるプログラムの改善を図る事を目的に、一括交付金を活用した三年間の実施が予定されている。初年度となった今年度は、沖縄本島地域の住民を離島へ派遣し、旅費の8割を助成するモニターツアーを行った。

受託者である当コンソーシアムは、初年度のモニターツアー対象地を沖縄離島体験交流促進事業で受け入れ経験のある小規模離島と石垣島や宮古島の遠隔地（19離島20地域）とした。これらの離島はバスやタクシーなどの島内交通が未整備で商店等が少ないため、大人や家族の受け入れをするには課題が多い地域である。旅行会社主催ツアーの場合、添乗員が基本的な段取りと旅行者のケアをするため、そのノウハウは受け入れ地域には必要がない。しかし、年に数回のツアー受け入れだけでは離島活性化にはつながらないため、県民や県外旅行者が小規模離島へ行ってみたいという機運を喚起し、少人数で気軽に離島へ行き楽しむことができる仕組みづくりを目指し、「本島住民の離島理解促進」とプログラムの開発・改善を含む「離島の受入態勢の強化」の2つのミッションを掲げた。

本事業は当初「島たび」という通称名であったが、那覇市が平成24年～26年に実施した那覇市離島連携事業「島たび助成」との混同を避けるため通称名の変更を行った。モニターツアーの手法を導入した新通称名は「島あっちい」とし、離島の自然環境や生活文化に敬意を払いながら、深く触れ合う旅のスタイルとして、各種メディアと連携しブランディングを行った。また、リゾートを期待して参加する人や利便性を求める参加者と離島のミスマッチを防ぎ、離島の自然・文化・生活を守るという意識を啓発するために、WEBサイトや新聞・ラジオなど多様なメディアを活用した離島理解促進活動を行った。

当事業体で定義した「島あっちい」のスタイルは下記の通りである。

- 1、地域の自然・文化・暮らしを愛し大切に人の旅
- 2、交通機関や商業施設がないからこそ、人の優しさや温かさ、自然や文化など島の魅力に触れることができる旅
- 3、島人が、旅行客とのふれあいを通して、自身の島に対する誇りや自信が高まる旅
- 4、体験と交流を通じて多くの島人に喜びと収入が生まれることを目指し、島々と旅行客の双方が元気になれる旅

1. 「本島住民の離島理解促進」について

今年度は、①小規模離島(地域)での体験活動(歴史・文化・自然・農漁業等)と地域住民との交流を図る、②メディアとの連携・県内企業を巻き込んだ広報戦略及びWEBサイトを充実させる事で、本島住民の離島に対する関心・理解を高め、離島旅行の需要創出に向け実践した。

事業が6月下旬にスタートしてから約2ヶ月で19離島20地域78のツアーを造成し、8月31日から9月30日までモニター募集を行った。告知にあたっては県内4金融機関・郵便局・大同火災に賛同を得ることができ、本島内343店舗の窓口でポスター掲示及びモニター募集要項をコピー・配

布してもらうなど、県内企業や大学などの教育機関、県内各メディアの協力を取り付けた。これらが功を奏し、WEB サイトは1ヶ月で70万PVを集め、半年余で本島住民延べ11,559名がモニターツアーに申し込み、2,894名を各離島(地域)へ派遣することができた。さらにWEB上で展開した「100の豆知識」普及のため、JALJTAグループとANAの協賛のもと、航空券が当たる離島クイズを行い、離島フェア会場で贈呈式を行った。またラジオ番組として9月から3月までの半年間、RBCiラジオにて沖縄海邦銀行の提供で「島あっちいタイム」(毎週木曜日8:30~8:45)を、ROKではイオン琉球の提供で「島あっちい応援隊」(毎週水曜日18:30~18:45)を島(地域)のコーディネーターと電話を繋ぎながらのインタビュー形式で放送を行った。加えて3月中旬には沖縄海邦銀行・オリオンビール・大同火災海上保険・沖縄電力・イオン琉球の県内企業5社協賛によって2時間のRBCiラジオ公開生番組「島あっちいコンサート」を放送し、県民の離島への関心を高めた。これらは官民が連携して離島振興を図る機運につながるものと期待される。

2. 「離島の受入態勢の強化」について

今年度は、①地域資源を活かした大人向け体験プログラムを作る、②旅行会社を介さずコーディネーター自らが島内移動や食事・体験の段取りを行う、③添乗員なしの観光客を受け入れる、④ツアー参加者へのアンケート調査や振り返りゆんたく会を通して地域の魅力や課題を認識・再発見する、をテーマに小規模離島や地域の皆様に多様なチャレンジをしていただいた。

事務局と地域のコーディネーター・ガイド・住民が連携した事により7月から2月までの8ヶ月間で造成した体験プログラムは100種類を数え、モニター受け入れを通じて試行することができた。内容やテーマ・料金は地域自らが考え、作ることをサポートした事によって、その島ならではの自然・文化・暮らしを活かすことができ、各離島(地域)の個性化へ向けた第一歩となった。加えて新しいガイドの発掘や育成にも繋がった。今年度は計247のツアーが19離島20地域にて実施されたが、地域の担い手を育成し、ノウハウを蓄積することで離島観光の仕組みをつくるのがモニターツアーの意義であるとの認識から、クレームが課題抽出と対応策のヒントとなるような事業運営を行った。繰り返しモニターを受け入れるなかで、各離島(地域)内や離島間のコミュニケーションが促進され、コーディネーターを中心にガイドや宿泊施設、その他サービスを提供する人々の連携が進んだ。アンケート調査によるモニターの満足度は後半ほど高まり、「とても満足・満足」が通算で93%となった。また99.5%が「モニターツアーに参加して離島の重要性・特殊性・魅力に対する理解が深まった」、98.8%が「今回訪れた島(地域)を再訪したい」と回答している。なかにはモニターツアー参加中に次回訪問の予約が行われ、すでに数回来訪したモニターがいるなど、各地でリピーターが生まれている。島あっちいの考え方に共感し、島のファンになったリピーターは、確実に離島の応援団となることが見込まれる。

当コンソーシアムでは離島の活性化を「喜びの拡大」と「収入の増加」と定義し、本事業を通して、受け入れによる地域住民の心理的充足と経済効果を高めることを目指した。

「喜びの拡大」に関しては、ツアー参加者との交流を通じた「人を受け入れる喜び」が各離島(地域)で広がり、観光振興に対する機運が高まった。それによって3つの離島(地域)で観光受入母体の組織化や立ち上げに向けた会議が行われる等、観光受入れの土台が整い始めている。

「収入の増加」に関しては、その地域に1つしかない商店の品物がツアー実施毎に売り切れたことで観光事業に無関心だったおばあちゃん店主が、「今度はいつくるの?ちゃんと準備しておくさー」

とコーディネーターへ連絡を入れるようになったというエピソードなど、各地域で実感が広がっている。アンケート調査による消費額の内訳は、飲食 30%、お土産 27%、お酒 14%。1人当たりの平均消費額は 7,489 円であった。ツアー旅費とともにこれらの島内消費が、受け入れに関わるすべての人に分配されたことで、地域の観光振興にかかるやる気が高まっている。

次年度はこの勢いを継続発展させるだけではなく、次なるステージとして安心安全の対策とプログラムの質の向上を図ることが重要となろう。

第2項 課題

今後改善すべき課題は下記の通りである。

1. ツアー造成について

- ・本年度はツアー造成にかかる時間を十分に取れなかった。今後、より各離島(地域)の主体性を引き出す為にも、十分なツアー造成期間が必要である。
- ・募集スタート当初は、料金に対する問合せが多くよせられた。プログラムに対する満足度を高める工夫を行うと共に幼児や小学生料金の設定の検討が求められる
- ・交流会はリピート率を高めるために重要なプログラムであることから、地域の実情に合わせた形式や料金の設定が必要である。
- ・島側にて、必要経費(島内交通費等)の積算漏れ・見積りミスがあった。島のミスを事業運営側でカバーできる態勢を取りつつ、島のスキル向上をサポートする必要がある。

2. 募集について

- ・当初、模合グループや企業などの応募を期待したが、実際は夫婦・家族や数人の仲間など、意思決定が早い小グループが多かった。リピートの確率が高いと想定される模合グループや企業の取り込みも出来るよう、次年度は余裕を持った募集期間が求められる。
- ・インターネットを十分に活用できない本島住民に対する、情報発信・応募方法は引き続き改善が求められる。

3. 当選通知について

- ・PC メール受信拒否設定などにより、登録連絡先へ連絡できない応募者が 805 組にのぼり、数回ずつの電話や郵送によるコンタクトをせざるを得なかった。沖縄は相対的に IT リテラシーがあまり高くないため、インターネットでの募集や参加者とのコンタクト方法については検討と改善が必要である。

4. キャンセルについて

- ・一般的なイベントやツアーのキャンセル率は平均 3 割強と言われているが、本事業においても 33.6%のキャンセルが発生した。そのため、追加募集で補ったモニターの確定が出発間際となるツアーが発生し、島側の宿泊場所等の確定と、参加者への連絡(旅のしおりの発送等)が遅れた。今後はキャンセルを見込んだモニターツアー運営の工夫が求められる。

5. 情報不足について

- ・ 事業スタート当初は、参加者へ発信した情報(旅のしおり等)の不足や、島側の個人旅行受け入れの経験不足による段取りの悪さ等があり、参加者から不安や不満の声が挙がった。事業後半には大部分が改善され満足度は向上したものの、さらなる情報(宿泊施設・島内交通・飲食店・商店、その他注意/特記事項等)の充実に取り組む必要がある。

6. 参加者の意識について

- ・ 当初、事業趣旨やモニター参加条件(誓約書項目)に対する理解が十分でない参加者の不適切な行動や発言に、コーディネーターが苦慮したという報告が数多くあった。センディングのオリエンテーションで離島理解促進を強化したことや、事業内容の浸透によって不満の声は減少したが、次年度は、さらなる工夫が求められる。

7. 地域内消費額について

- ・ 商店やお土産が充実している離島(地域)では、宿泊・飲食・プログラム体験料等の基本旅費以外にも消費が生まれたが、全く消費活動が行われていない離島(地域)もあった。域内で経済が循環できるようオプションプランやお土産の充実を図り、より多くの住民が参画できるような仕組みづくりのサポートをする必要がある。

3,000人規模のモニターを離島(地域)へ送るという大型事業によって、人口減少が進む小規模離島に明るい希望がもたらされたが、短期間に集中して大人数が小さな島へ訪れることや宿泊体験交流によって地域にもたらされる収入の大きさや偏りによって離島のくらしや共同体が壊されることのないよう、次年度以降も島(地域)の意向を尊重し、地域に敬意を払いながら共に歩むことで離島(地域)の自立・自律を促す事業運営を心がけることが重要だと考える。