

「主な取組」検証票

施策展開	3-(12)-ア	観光リゾート産業の振興	
施策	②観光客増大に向けた誘客活動の推進		
主な取組	沖縄離島住民等交通コスト負担軽減事業	実施計画 記載頁	303
対応する 主な課題	沖縄県の39の有人離島は、本島・本土からの交通アクセスや高い移動コストなどの課題を抱えており、一部の離島を除いて県外での知名度が低い。このため、個性豊かな伝統文化や自然環境等の魅力を生かした観光を推進し、滞在日数の増大や観光客一人当たりの消費額の増加を図ることが重要である。		

1 取組の概要(Plan)

取組内容	観光客および島内消費を増加させ定住条件の改善を目的に、小規模離島を訪問する観光客等の航空賃の低減するため、一部負担を行っている。						
年度別計画	24	25	26	27	28	29～	実施主体
	運賃水準 航空路70%				→		県
	小規模離島を訪問する観光客を対象とした運賃低減への支援 (対象地区:南北大東島、粟国島、多良間島、与那国島)					→	県
担当部課	企画部 交通政策課						

2 取組の状況(Do)

(1) 取組の推進状況

(単位:千円)

平成24年度実績				
事業区分	予算	決算見込	活動内容	備考
沖縄離島住民等交通コスト負担軽減事業	2,108,187	1,999,574	平成24年4月1日より航空路7路線で、観光客等の運賃の低減を行っている。離島住民については、航空路10路線、航路24路線で事業実施している。 【一括交付金(ソフト)】	-
			計画値	実績値
運賃水準航空路			70%	70%
-			-	-
推進状況	取組の効果			
<input checked="" type="checkbox"/> 順調 <input type="checkbox"/> やや遅れ <input type="checkbox"/> 大幅遅れ <input type="checkbox"/> 未着手	小規模離島の航空路7路線で、観光客等の運賃の低減を行い、観光客増大に向け取り組んでいる。			

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成25年度計画			
事業区分	当初予算	活動内容	備考
沖縄離島住民等交通コスト負担軽減事業	2,234,300	事業を継続実施し、小規模離島の航空路(7路線)で、観光客等の運賃を低減する。【一括交付金(ソフト)】	-

様式1(主な取組)

(3) これまでの改善案の反映状況

計画通り進捗しており、前年度同様、事業推進を図る。

(4) 成果指標の達成状況

成果指標	基準値	現状値	H28目標値	改善幅	全国の現状
国内客の離島訪問率	本島周辺 5.3% 宮古圏域 6% 八重山圏域 14.4% (23年度)	—	本島周辺 7% 宮古圏域 7% 八重山圏域 18%	—	—
参考データ	沖縄県の現状			傾向	全国の現状
観光客等の利用実績	49,122人 (H23年)	53,256人 (H24年)	—	↗	—
状況説明	本事業における観光客等利用者数は53,256人で、前年より4,134人増加している状況である。				

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境など)

事業の適用、保留については、各路線の状況での判断になることから、各路線の運賃、競争状態などを注視していく必要がある。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

事業を継続実施し、小規模離島の7航空路線で、観光客等の運賃の低減を行い、観光客増大に向け取り組んでいく。

4 取組の改善案(Action)

事業を継続実施し、小規模離島の7航空路線で、観光客等の運賃の低減を行い、観光客増大に向け取り組んでいく。

「主な取組」検証票

施策展開	3-(12)-ア	観光リゾート産業の振興	
施策	②観光客増大に向けた誘客活動の推進		
主な取組	沖縄離島戦略的情報発信支援事業	実施計画 記載頁	303
対応する 主な課題	沖縄県の39の有人離島は、本島・本土からの交通アクセスや高い移動コストなどの課題を抱えており、一部の離島を除いて県外での知名度が低い。このため、個性豊かな伝統文化や自然環境等の魅力を活かした観光を推進し、滞在日数の増大や観光客一人当たりの消費額の増加を図ることが重要である。		

1 取組の概要(Plan)

取組内容	県外での知名度の低い離島において、住民や外部専門家等で構成する情報発信推進チームにより、島の魅力となる資源を特定し、情報発信戦略に基づく戦略的・効果的な情報発信を行う。						
年度別計画	24	25	26	27	28	29～	実施主体
	5村 支援対象						県
	情報発信	粟国村、渡名喜村、北大東村、南大東村、多良間村の5村共同による情報発信					
担当部課	企画部 地域・離島課						

2 取組の状況(Do)

(1) 取組の推進状況

(単位:千円)

平成24年度実績				
事業区分	予算	決算見込	活動内容	備考
沖縄離島戦略的情報発信支援事業	66,938	65,465	5村共同情報発信WEBサイト及びfacebookでの情報発信、モニターツアーの実施、ターゲットに適した雑誌広告等のプロモーション等、情報発信戦略に基づく情報発信を実施した。【一括交付金(ソフト)】	—
活動指標名			計画値	実績値
情報発信支援			—	5村共同情報発信WEBサイト及びfacebookでの情報発信を行った。
—			—	—
推進状況	取組の効果			
<input checked="" type="checkbox"/> 順調 <input type="checkbox"/> やや遅れ <input type="checkbox"/> 大幅遅れ <input type="checkbox"/> 未着手	平成24年度開設した対象離島市町村のfacebookページについては、沖縄県内の他のfacebookページと比較しても閲覧者数が多いこと、掲載された投稿に対し、特に沖縄県外から多くのコメントが寄せられていることから、対象離島に関する県外での知名度向上につながった。			

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成25年度計画			
事業区分	当初予算	活動内容	備考
—	—	粟国村、渡名喜村、北大東村、南大東村、多良間村の5村共同による情報発信	—

(3) これまでの改善案の反映状況

平成24年度で県事業が終了したため、今後は、5村共同で情報発信を継続的に取り組んでいく必要がある。

(4) 成果指標の達成状況

成果指標	基準値	現状値	H28目標値	改善幅	全国の現状
国内客の離島訪問率	本島周辺 5.3% 宮古圏域 6% 八重山圏域 14.4% (23年度)	—	本島周辺 7% 宮古圏域 7% 八重山圏域 18% (28年度)	—	—
参考データ		沖縄県の現状		傾向	全国の現状
5村共同情報発信フェイスブックいいね数	3,000いいね(24年)	31,906いいね(24年)	—	—	—
状況説明	参考データについては、平成24年度に開設した対象離島市町村のfacebookページについては、沖縄県内の他のfacebookページと比較しても閲覧者数が多いこと、掲載された投稿に対し、特に沖縄県外から多くのコメントが寄せられていることから、対象離島に関する県外での知名度向上につながっている。				

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境など)

沖縄離島戦略的情報発信支援事業は、平成24年度をもって県の事業としては終了したが、今後も継続的に情報発信する必要がある。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

継続的に取り組んでいる必要があることから、5村で「おこなわプロジェクト推進協議会」を立ち上げ、情報発信に取り組むこととしている。

4 取組の改善案(Action)

沖縄離島戦略的情報発信支援事業にて構築したウェブサイト及びフェイスブックページ等は、平成25年度も、協議会にて管理・運営を業務委託にて実施しているところだが、今後は、各村において継続的に管理・運営できる体制を整えるため、協議会にてウェブサイト管理者向け研修を実施していく。

「主な取組」検証票

施策展開	3-(12)-ウ	特産品開発やプロモーションなどマーケティング支援等の強化
施策	① 離島の特色を生かした特産品づくりと販路の拡大	
主な取組	離島特産品等マーケティング支援事業	実施計画 記載頁 308
対応する 主な課題	離島特産品の製造業者が市場ニーズを把握することは困難であり、また、小規模零細業者が多いことから、独自に製品開発、販路拡大等を展開することは、資金力、生産力、人材、ノウハウ等の面から極めて厳しい現状にある。	

1 取組の概要(Plan)

取組内容	離島の特産品等の販売拡大を促進し、産業の振興を図るため、外部専門家を効果的に活用し、離島地域の企業等において販売戦略を構築し、実施できる人材の育成を支援する。						
年度別計画	24	25	26	27	28	29~	実施主体
	16事業者 支援件数				→	→	県
	マーケティング等に関する支援						
担当部課	企画部地域・離島課						

2 取組の状況(Do)

(1) 取組の推進状況

(単位:千円)

平成24年度実績				
事業区分	予算	決算見込	活動内容	備考
離島特産品等マーケティング支援事業	66,833	58,445	外部専門家を配置し、個別指導や遠隔指導、助言を行ったほか、専門実践知識の修得や戦略構築の支援、さらには各地への出展等、実践力修得の支援や商品改良、新流通チャネル開拓、直販手法の構築支援を行った。【一括交付金(ソフト)】	-
活動指標名			計画値	実績値
支援件数			16事業者	17事業者
-			-	-
推進状況	取組の効果			
<input checked="" type="checkbox"/> 順調 <input type="checkbox"/> やや遅れ <input type="checkbox"/> 大幅遅れ <input type="checkbox"/> 未着手	目標とする16事業者への支援は達成したものの、17事業者の内訳は宮古島4事業者、石垣島7事業者、その他6事業者であり、その他離島の支援が当初目標より少ない実績となった。			

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成25年度計画			
事業区分	当初予算	活動内容	備考
離島特産品等マーケティング支援事業	49,000	離島の特産品等の販売拡大を促進し、産業の振興を図るため、外部専門家を効果的に活用し、離島地域の企業等において販売戦略を構築し、実施できる人材の育成を支援する。【一括交付金(ソフト)】	-

様式1(主な取組)

(3) これまでの改善案の反映状況

前年度採択された支援対象事業者のうち、引き続き課題を残していると判断した場合には、概ね16事業者を目途に次年度も当該事業の支援を受けることができるとした。

(4) 成果指標の達成状況

成果指標	基準値	現状値	H28目標値	改善幅	全国の現状
離島の製造品出荷額	387億円 (21年)	369億円 (22年)	459億円	△18億円	未検証 (24年)
参考データ	沖縄県の現状			傾向	全国の現状
—	—	—	—	—	—
状況説明	離島特産品等マーケティング支援事業については、離島特産品等を取り扱う事業者が本事業実施期間内において、新規取引、取引見込み及び調整中を含む215件もの新規取引先等を開拓した。				

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境など)

一般に経営基盤が脆弱な離島地域の企業等においては、島外消費者に選ばれる特産品づくりや販路の拡大等に関して指導等を受ける場や環境が十分ではなく、各離島が有する魅力的な素材を活かしておらず、「地産地消」は進んでいるものの、島外消費者向けに広くブランド化されていない。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

本事業では、これまでに離島市町村全18自治体(一部離島の自治体も含む。)のうち、8市町村内の事業者を支援した。この割合を高めることは、離島地域に広く、販路の拡大等に関して指導等を受ける場を提供できることに繋がる。

4 取組の改善案(Action)

地域ブランド力や地域イメージ等も加味した離島の魅力創出を図るため、関係者(行政や商工団体など)との連携強化を図りながら、離島地域ごとの地域販路戦略の策定を促す。また、各離島において離島特産品等マーケティング支援事業への参加・エントリー等を促進し、外部専門家からの指導等を受ける機会を増やすことにより、「島外にモノを売る」人材の育成に取り組む。

「主な取組」検証票

施策展開	3-(12)-ウ	特産品開発やプロモーションなどマーケティング支援等の強化	
施策	①離島の特色を生かした特産品づくりと販路の拡大		
主な取組	離島フェア開催支援事業	実施計画 記載頁	308
対応する 主な課題	離島特産品の製造業者が市場ニーズを把握することは困難であり、また、小規模零細業者が多いことから、独自に製品開発、販路拡大等を展開することは、資金力、生産力、人材、ノウハウ等の面から極めて厳しい現状にある。		

1 取組の概要(Plan)

取組内容	離島フェア開催実行委員会(18離島市町村、沖縄県及び沖縄県離島振興協議会で構成)が開催している離島フェアの開催経費を支援する。						
年度別計画	24	25	26	27	28	29~	実施主体 県 市町村 沖縄県離島 振興協議
	15万人 来場者数			→	15万人	→	
	離島フェア開催経費の支援						
担当部課	企画部地域・離島課						

2 取組の状況(Do)

(1) 取組の推進状況

(単位:千円)

平成24年度実績				
事業区分	予算	決算見込	活動内容	備考
離島フェア 開催支援事業	22,505	22,476	離島特産品の展示・即売、島々の伝統芸能の公演、離島市町村のPRコーナーの設置など、離島の魅力を発信するほか、流通相談会を開催し、販路拡大に結びつけた。【県単等】	-
活動指標名			計画値	実績値
来場者数			15万人	14.9万人
-			-	-
推進状況	取組の効果			
<input checked="" type="checkbox"/> 順調 <input type="checkbox"/> やや遅れ <input type="checkbox"/> 大幅遅れ <input type="checkbox"/> 未着手	平成24年度の離島フェアの入場者数は14万8,685人で、前年度の13万365人と比較すると、約1万8,000人(約14%)の増加となっている。また、特産品の売上実績は54,940千円で、前年度の49,970千円と比較すると、約4,970千円(約10%)の増額となっている。			

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成25年度計画			
事業区分	当初予算	活動内容	備考
離島フェア 開催支援事業	23,289	離島特産品の展示・即売、島々の伝統芸能の公演、離島市町村のPRコーナーの設置など、離島の魅力を発信するほか、流通相談会を開催し、販路拡大に結びつける。【県単等】	-

(3) これまでの改善案の反映状況

計画どおり進捗しており、前年度同様、事業推進を図る。

(4) 成果指標の達成状況

成果指標	基準値	現状値	H28目標値	改善幅	沖縄の現状
離島フェア来場者数	13万人 (23年)	14.9万人 (24年)	15万人	1.9万人	—
参考データ	沖縄県の現状			傾向	全国の現状
—	—	—	—	—	—

状況説明
平成24年度の離島フェアの入場者数は14万8,685人で、前年度の13万365人と比較すると、約1万8,000人(約14%)の増加となっている。
目標の15万人に向け、計画どおり進捗しており、前年度同様、事業推進を図る。

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境など)

平成21年度の離島フェア開催実行委員会において、会場や駐車場のキャパシティが十分ではない、また、観光面での対応が出来ていないなどの意見があったことから、会場をセルラーパーク那覇に変更した。(沖縄コンベンションセンターでの展示即売会場面積2,500㎡が3,254㎡となり、駐車場駐車可能台数2,282台が3,900台となった。)
今後の出展者数や来場者数の動向を踏まえ、会場等の選定について留意していく。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

平成24年度は、出展者数は前年度の106業者から104業者へと減少したものの、来場者数は14万8,685人で、前年度の13万365人と比較すると、約1万8,000人(約14%)増加していることなどから、出展者数や来場者数の確保などの検討が必要である。

4 取組の改善案(Action)

離島フェア開催実行委員会(18離島市町村、県、離島振興協議会)において、前年度の離島フェアの総括を踏まえ開催方法の見直しを検討し、離島フェアをより効果的・効率的に開催できるように取り組む。

「主な取組」検証票

施策展開	3-(12)-工	離島を支える多様な人材の育成		
施策	① 離島の産業・生活を支える人材の育成・確保			
主な取組	地域づくり推進事業	実施計画 記載頁	310	
対応する 主な課題	○離島においては、少子化に加え若者の流出が著しいことから、本島に比べ高齢化が急激に進展しており、地域産業や地域づくりの担い手が不足している状況にある。このため、離島産業の活力増大や住民生活の質の向上に貢献し、地域を活性化できる人材の育成・確保が課題である。			

1 取組の概要(Plan)

取組内容	地域特性に応じた持続可能な社会構築を促進するためには、地域が自主・自立して地域づくりを行うことが重要であり、市町村職員をはじめとした地域づくりの中核的役割を担う人材に対し、各種地域づくり関連施策等を活用して成果を上げている取組事例等の発信、施策等の具体的内容解説や活用を促す説明会等を開催する。						
年度別計画	24	25	26	27	28	29～	実施主体
	地域づくりに関する取組事例等の収集・発信、地域づくり関連施策の					→	県 市町村 地域づくり 団体等
担当部課	企画部地域・離島課						

2 取組の状況(Do)

(1) 取組の推進状況

(単位:千円)

平成24年度実績				
事業区分	予算	決算見込	活動内容	備考
地域づくり推進事業費	25,294	24,174	市町村職員・地域づくり人材に対し、関係機関等の協力を得ながら各種施策等の活用を促す説明会等を5回開催した。また、「うちなー地域づくりフェスタ(平成24年11月)」を開催するなど、地域づくりへの意識向上を図った。【県単等】	—
活動指標名			計画値	実績値
研修会等参加延べ人数			—	455人
うちなー地域づくり事例・施策集の発行部数			—	700部
推進状況	取組の効果			
<input checked="" type="checkbox"/> 順調 <input type="checkbox"/> やや遅れ <input type="checkbox"/> 大幅遅れ <input type="checkbox"/> 未着手	○外部人材を登用し地域の課題解決に当たる「地域おこし協力隊」制度の導入について積極的に検討する離島村が出始めている。 ○うちなー地域づくり大賞を受賞した団体に対し、意見交換・視察等の打診が多く寄せられるなど、地域づくり団体間で自主的な交流が促進されている。			

様式1(主な取組)

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成25年度計画			
事業区分	当初予算	活動内容	備考
地域づくり推進事業費	27,135	各種施策等説明会や市町村担当者ヒアリング等を積極的に利用し、外部人材を登用して地域課題解決の取り組む地域おこし協力隊等や市町村と住民等が連携・協働して取り組むことで高い効果を発揮する施策等の活用等を促し、地域づくりを担う人材の育成につなげていく。【県単等】	-

(3) これまでの改善案の反映状況

○市町村における外部人材の登用を積極的に働きかけるため、県が国の「地域おこし協力隊」制度を導入し、ノウハウ等を習得、提供していく。

○地域づくりの中核的役割を担う人材の育成、さらなる能力向上を図るためには、各自の活動情報等の交換や研修会等での知識吸収はもとより、外部との交流(刺激)を適宜行うのが有効であると考えことから、直接交流が図られる機会を多く設定していく。

(4) 成果指標の達成状況

成果指標	基準値	現状値	H28目標値	改善幅	全国の現状
離島における新規就農者数(累計)	78人 (22年)	149人 (24年)	390人	71人	47,880人 (23年)
参考データ	沖縄県の現状			傾向	全国の現状
地域おこし協力隊員制度を活用する自治体の数	1市町村 (23年)	2市町村 (24年)	6市町村 (28年)	↗	-
状況説明	参考データについては、外部人材を登用することで、市町村職員や住民が互いの能力を発揮し合い、一層の能力向上につながり、引いては、特性に応じた地域づくりに大いに貢献することが期待できる。				

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境など)

- ・国・県等の地域づくり支援策について、これまでも情報発信に取り組んできたが、県内部の情報共有及び連携が不足している。
- ・離島が多いことなどから、各地で地域づくりに尽力している人材の直接交流が容易でなく、また、その機会も十分に確保されているとは言えない。
- ・地域づくりは、地域・土着的要因の影響を受けるため、信頼のおける人間関係の構築が重要となり、活動の中核的役割を果たす人材が不在の場合、その育成に相当の期間を要する。
- ・離島や過疎地域においては、Uターンした人材が地域づくりに大きな貢献を行っている事例がみられる。

様式1(主な取組)

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

- ・過疎・小規模離島町村では人口・行政規模が小さいことから、地域全体としてマンパワーが十分とはいえず、外部人材の導入等に向けた取組が求められる。
- ・地域づくりに継続的に取り組み一定の成果を発揮している活動については、積極的に情報発信し広く周知を図ることで、社会的認知度とやりがいの向上及び他地域等との交流を促進していくことが重要である。
- ・地理的条件等に左右されずに、地域づくりの中核的役割を担う人材同士の関係性(信頼・つながり)構築を図る手法の実証等が必要である。
- ・研修会は、多数を相手にすることや情報の一方通行になりがちであり、「地域づくりを担う人材」の能力向上・育成の観点から工夫が必要である。

4 取組の改善案(Action)

- ・県が、外部人材の登用を支援する国の「地域おこし協力隊」制度の活用を通じて利活用のノウハウ等を蓄積し、その成果を市町村に提供していくことで、市町村における外部人材の登用を支援していく。
- ・ICT(情報通信技術)を活用して、市町村職員を含め各地で地域づくりの中核的役割を担う人材が、地理的条件に左右されずに相互に情報・意見交換や相談等を行い、関係性(信頼・つながり)を強化する環境を整備していく。また、ICT(情報通信技術)を積極的に活用し、地域づくりの活性化に寄与する情報等を発信していく。
- ・地域づくり人材間の関係性(信頼・つながり)をより強化しネットワーク化していくため、直接に交流する機会等を増やしていく。
- ・研修会等の会合、担当者ヒアリングを含むあらゆる機会を捉えて、市町村職員等に対し地域づくり関連施策等をわかりやすく情報発信するなどして、取組を促していく。

「主な取組」検証票

施策展開	3-(12)-オ	交流と貢献による離島の新たな振興	
施策	①多様な交流・協力活動の促進		
主な取組	沖縄離島体験交流促進事業	実施計画 記載頁	312
対応する 主な課題	離島地域の振興については、「ユイマール精神」に基づき、県民全体で支え合う新たな仕組みを構築していくことが重要であるが、沖縄本島地域の住民の離島地域への関心は低い状況にあり、多様な交流を通じて相互理解を深めていく必要がある。		

1 取組の概要(Plan)

取組内容	沖縄本島の児童生徒を離島に派遣し、地域の人々や児童生徒との交流のもと、体験学習や民泊等を実施する。						
年度別計画	24	25	26	27	28	29～	実施主体
	1,900人 派遣児童 生徒数				→	→	県
	本島児童生徒を離島へ派遣						
担当部課	企画部地域・離島課						

2 取組の状況(Do)

(1) 取組の推進状況

(単位:千円)

平成24年度実績				
事業区分	予算	決算見込	活動内容	備考
沖縄離島体験交流促進事業	126,454	122,879	将来を担う児童生徒が、離島の重要性、特殊性及び魅力に対する認識を深めるとともに、沖縄本島と離島との交流促進により、離島地域の活性化を図ることを目的に、沖縄本島の児童生徒を離島に派遣した。【一括交付金(ソフト)】	再掲 5-(1)-ア 340
活動指標名			計画値	実績値
派遣児童生徒数			1,900人	1,904人
-			-	-
推進状況	取組の効果			
<input checked="" type="checkbox"/> 順調 <input type="checkbox"/> やや遅れ <input type="checkbox"/> 大幅遅れ <input type="checkbox"/> 未着手	沖縄本島内の24校57クラス1,904人(21小学校51クラス1,712人、3中学校6クラス192人)の児童生徒を16離島に派遣し、各離島ならではの体験をするとともに、離島小学校24校の児童生徒との交流を行った結果、派遣した児童生徒に離島の重要性、特殊性及び魅力に対する認識を深めることができ、離島地域の活性化を図ることができた。			

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成25年度計画			
事業区分	当初予算	活動内容	備考
沖縄離島体験交流促進事業	125,856	将来を担う児童生徒が、離島の重要性、特殊性及び魅力に対する認識を深めるとともに、沖縄本島と離島との交流促進により、離島地域の活性化を図ることを目的に、沖縄本島の児童生徒を離島に派遣する。【一括交付金(ソフト)】	-

様式1(主な取組)

(3) これまでの改善案の反映状況

計画どおり進捗しており、前年度同様、事業推進を図る。

(4) 成果指標の達成状況

成果指標	基準値	現状値	H28目標値	改善幅	全国の現状
体験・交流を目的に離島へ派遣する児童生徒数(累計)	558人 (23年)	1,904人 (24年)	約1万人	—	—
参考データ	沖縄県の現状			傾向	全国の現状
—	—	—	—	—	—
状況説明	沖縄本島内の24校57クラス1,904人(21小学校51クラス1,712人、3中学校6クラス192人)の児童生徒を16離島に派遣し、各離島ならではの体験をするとともに、離島小学校24校の児童生徒との交流を行った。				

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境など)

【内部要因】

沖縄離島体験交流促進事業の応募校数は平成24年度の1,904人(21小学校51クラス1,712人、3中学校6クラス192人)から平成25年度の4,660人(57小学校137クラス4,270人、3中学校11クラス390人)と大幅に増加しており、平成25年度は新たに2島(津堅島、北大東島)が事業に参加し、受入体制も増加傾向にあるため派遣児童数の枠の拡大について検討を行なう必要がある。

【外部環境】

沖縄離島体験交流促進事業に参加した児童生徒からのアンケート調査では満足度97.8%で、「西表の動物は、天然記念物がいっぱいいた。」「尚円王の事がいっぱい知れた。」等と離島でしか味わうことが出来ない経験を得たとの回答があった。一方、離島市町村の受入体制の構築年数の違いや島の風土によって評価・課題に差がある。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

応募校も平成24年度の21校から平成25年度の57校と大幅に増えており、受け入れる離島市町村も増えていることから、派遣数の枠について検討が必要である。

4 取組の改善案(Action)

沖縄離島体験交流促進事業については、離島市町村の受入体制の構築年数の違いや島の風土によって評価・課題に差があるため、事業実施前にきめ細かい説明会を行なう等、地元の十分な理解を図りながら派遣規模を段階的に拡大していく。