

「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			
(施策の小項目)	○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	324	
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	観光客及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のため、一部負担を行う。						
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 (対象地域:南北大東島、粟国島、多良間島、与那国島)					→	
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26年度実績				
事業名	予算	決算見込	活動内容	主な財源
沖縄離島住民等交通コスト負担軽減事業	1,211,995	1,159,506	航空路7路線で、観光客等の航空賃を低減するため、事業者に対し負担金を交付した。	一括交付金 (ソフト)
活動指標名			計画値	実績値
運賃水準			航空路 70%	航空路 70%
推進状況	推進状況の判定根拠及び平成26年度取組の効果			
順調	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ったことにより、観光客の利用者数が平成25年の65,172人から、平成26年の70,546人に増加した。			

様式1(主な取組)

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成27年度計画			
事業名	当初予算	活動内容	主な財源
沖縄離島住民等交通コスト負担軽減事業	2,129,293	小規模離島の航空路7路線及び久米島路線において、観光客等の運賃を低減する。 (久米島-那覇路線は、実証実験として実施する。)	一括交付金 (ソフト)

(3) これまでの改善案の反映状況

観光客等の運賃低減を実施したことにより、観光客等の利用実績は増加した。
また、平成27年度から、久米島-那覇路線について、地域の活性化を図る実証実験として、地元住民に限っていた運賃低減を交流人口についても含めることとした。

(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
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・推移			傾向	全国の現状
観光客等の利用実績 (沖縄離島住民等交通コスト負担軽減事業)	53,256人 (H24)	65,172人 (H25)	70,546人 (H26)	↗	—
状況説明	本事業におけるH26年度の観光客等利用者数は70,546人で、前年より5,374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)

(内部要因)
・航空路については、同一路線の運賃がどの事業者においても同額の場合に事業の適用となるため、運賃の値上げ等による価格差や新規航空会社等の参入により競争状態となる路線があるなど、常に価格等を確認する必要がある。

(外部環境)
・航空路については、運賃の設定や新規参入等は事業者の判断によるものであることから、県としては事業を適正に実施していくために各路線の運賃、競争状態などを常に各航空会社のホームページ等から情報を収集しつつ、注視する必要がある。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

・航空路については、運賃の設定や新規参入等は事業者の判断によるものであることから、県としては事業を適正に実施していくために、引き続き、各路線の運賃、競争状態などを注視していく必要がある。

4 取組の改善案(Action)

・情報媒体などを通じて各路線の運賃、競争状態などを引き続き注視しつつ、事業を安定・継続的に実施し、小規模離島の航空路7路線及び久米島路線においては、地元町村や航空会社と協力し、観光客の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			
(施策の小項目)	○離島の魅力や情報の発信			
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	324	
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	<p>離島地域における島全体のブランド化の推進、各島の知名度アップと価値の向上及び離島地域の活性化を図るため、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。</p> <p>具体的には、粟国村、渡名喜村、北大東村、南大東村、多良間村の5村で設立した「おこなわプロジェクト推進協議会」において、5村共同のSNS「おこなわフェイスブック」及び各村ごとのフェイスブック、「おこなわWEBサイト」による情報発信を実施する。発信内容は各島の自然、特産品、伝統文化、行事、日常生活などを画像を交えて紹介する。</p> <p>県は、おこなわプロジェクト推進協議会が開催する総会及び幹事会に参加し、情報発信事業や研修事業等に対し、助言等を行う。</p>						
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 支援	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26年度実績				
事業名	予算	決算見込	活動内容	主な財源
—	—	—	<p>「おこなわプロジェクト推進協議会」において、5村共同情報発信ウェブサイト及びフェイスブックページを活用した各村の住民を中心とした情報発信、観光シーズンや各村のイベント等にあわせたメディア広告、モニターツアーやおこなわの商標登録を実施した。</p> <p>また、同協議会において、離島フェア2014への出展、おこなわ物産展を開催した。さらに、おこなわプロジェクト推進協議会関係者や地域協力隊等を対象としたフェイスブックの管理者研修を行った。</p> <p>県は、おこなわプロジェクト推進協議会が開催する総会及び幹事会に参加し、物産展会場の選定や物産展PR方法等について助言を行った。</p>	—

様式1(主な取組)

活動指標名	計画値	実績値
モニターツアー応募者数	—	1,782件
おこなわ物産展 来場者数	—	5,000人
推進状況	推進状況の判定根拠及び平成26年度取組の効果	
順調	<p>フェイスブック管理者研修の実施により、有効的な魅せ方のスキルを取得したことで、おこなわウェブサイトの全体ページビュー数は236,263、フェイスブックページのいいね！数は34,597と、5村の知名度向上につながった。</p> <p>フェイスブックページについては、沖縄県内の他のフェイスブック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、5村に関する県外での知名度向上につながっている。</p> <p>モニターツアーについては、5村で10名限定の募集に対し、1,782件の応募があった。</p> <p>また、おこなわ物産展においては、2月13日～15日の3日間で約5,000人が来場し、観光、物産、芸能を広く情報発信した。</p> <p>県は、おこなわプロジェクト推進協議会が開催する総会及び幹事会に参加し、物産展会場の選定や物産展PR方法等について助言を行った。</p>	

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成27年度計画			
事業名	当初予算	活動内容	主な財源
—	—	県は総会及び幹事会に参加し、「おこなわプロジェクト推進協議会」が実施を予定しているおこなわカレーの販売やイベント出展など、情報発信事業、研修事業への助言等を行う。	—

(3) これまでの改善案の反映状況

<p>5村で「おこなわプロジェクト推進協議会」を設立し、引き続き情報発信を行っている。</p> <p>推進協議会にて、ウェブサイト及びフェイスブックページの管理者向け研修を実施したが、体制が整ったとは言えず、引き続き、業務委託にて運営・管理を行っている。</p> <p>県が、物産展会場選定、物産展PR方法等について助言等を行ったことで効果的にイベントを開催し、5村の知名度をより一層向上することができた。</p>

(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 5.5% 宮古圏域 6.4% 八重山圏域 11% (25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)	33,000いいね(25年)	34,597いいね(26年)	↗	—
状況説明	<p>平成24年度開設した5村のフェイスブックページについては、沖縄県内の他のフェイスブック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。</p> <p>フェイスブックいいね！の数も順調に推移しており、平成28年度目標は達成見込みである。</p>				

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24年度で県事業としては終了し、「おこなわプロジェクト推進協議会」にWEBに関する運営及び所有権等については譲渡した。引き続き、同協議会の活動内容等について報告を受け、適宜フォローアップを行う必要がある。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

・平成25年度以降についても、おこなわプロジェクト推進協議会がウェブサイト及びフェイスブックページの管理・運営を業務委託にて実施しているが、将来的には各村において、ウェブサイト及びフェイスブックページが管理できる体制を整える必要がある。

4 取組の改善案(Action)

・各村がウェブサイト及びフェイスブックページを管理できる体制を整えるため、引き続き、フェイスブック管理者研修等を実施する。
・県は、おこなわプロジェクト推進協議会が開催する幹事会、本会議に参加し、おこなわプロジェクト推進協議会の情報発信事業、研修事業等の取組への助言を行う。

「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			
(施策の小項目)	○販路拡大・プロモーション活動の支援			
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	329	
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展示会等への出展等の実践を通して、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		→	3団体 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26年度実績				
事業名	予算	決算見込	活動内容	主な財源
離島特産品等マーケティング支援事業	42,247	41,016	外部専門家を配置し、個別指導を行ったほか、専門実践知識の取得や戦略構築の支援、さらには各地への出店等、実践取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計画値どおり16事業者に実施した。	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	16事業者
推進状況	推進状況の判定根拠及び平成26年度取組の効果			
順調	目標とする16事業者(宮古島4事業者、石垣島4事業者、その他離島8事業者)への支援に対し、実績値は16事業者(宮古島7事業者、石垣島2事業者、その他離島7事業者)と順調に支援した。 展示会等の出店等の支援活動による対象商品の販売実績は16事業者合計で10,278千円になり、新規取引先等が121件(成約企業数60件、成約見込み企業数61件)となっている。			

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成27年度計画			
事業名	当初予算	活動内容	主な財源
離島特産品等マーケティング支援事業	42,931	離島特産品等に関し、地域連携による販売戦略の構築・実施について、外部専門家の指導を行うことにより、それぞれの特産品等が有する希少性・独自性等のメリットを行かした連携を支援する。	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

圏域(中南部・北部・宮古・石垣)毎に地域説明会を実施し、直接、事業者へ事業の趣旨や得られる効果等を説明したことにより、例年支援している宮古島、石垣島等に加え、今年度は新たに津堅島と伊平屋島の事業者を支援し、外部専門家からの現地指導や遠隔指導を実施し、「島外へモノを売る」人材の育成に取り組んだ。

「沖縄離島」ブランドを効果的に活用するため、南大東村において、異なる種類の特産品事業者が連携し、既存商品をセット商品として試験販売した。試験販売とアンケート調査から、連携効果及び連携による販売戦略を構築する上での課題を整理した。

(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 (石油・石炭除く)	387億円 (21年)	376億円 (25年)	459億円	△11億円	2,744,165億円(25年)
参考データ	沖縄県の現状・推移			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では、事業実施期間において、新規取引先等を121件開拓した。また、平成23年度から平成25年度に支援した32事業者のうち、支援対象商品の売上げが増加した事業者が23社、取引先件数が増加した事業者が17社となっていることから、本事業がH28目標値の達成に寄与できるものと考えている。

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)

- ①商品の独自性が高く商談に至るケースがあるなか、原材料の確保や商品供給等の面で、バイヤーの要求に対応できない。
- ②消費者の声の情報が制限される離島地域では、「作れば売れる」といった発想に陥りやすい。
- ③全国的に「沖縄離島」ブランドはイメージが確立しており、離島の企業等は特産品等を販売する上で優位性を保持しているが、販路開拓や販売拡大に関するマーケティング手法に長けた人材や、これを実施するほど財政的に余裕のある事業者が少ない。
- ④商品の輸送時に、個々の事業者の規模が小さいため、大量輸送等のスケールメリットが活かせず、その結果、輸送コストが価格に転嫁されてしまい、島外の商品と比べて割高な商品価格設定となってしまう。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

(1)-①~④について

これまで事業者を個別に支援した手法を活用しつつ、個別には事業者が対応できなかったことを地域の事業者が連携して取り組む必要がある。

4 取組の改善案(Action)

3-(2)について

・「商品等規模の限界」を克服するため、複数事業者が地域連携することにより、バイヤーが確保したい商品や原材料等の必要量のニーズに対し、地域で連携して補完していく体制を構築する。

・マーケティング経験値の少ない離島事業者が、互いの持つノウハウ・スキル等を共有することにより、マーケティング力を向上させる。

・パッケージやロゴ等を統一し商品のコラボレーションを図り、島全体のブランド力を向上させる。

・「沖縄離島」イメージを効果的に活用するため、地域が連携し販売開拓や合同出展等を実施する。

「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			
(施策の小項目)	○販路拡大・プロモーション活動の支援			
主な取組	離島フェア開催支援事業	実施計画 記載頁	329	
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	離島の産業振興と併せて、離島地域と都市地域間及び離島相互間の交流を促進するとともに、新たな地域資源を発掘し、住民自らの創意工夫による地域づくりを支援するため、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 議会
	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26年度実績				
事業名	予算	決算見込	活動内容	主な財源
離島フェア 開催支援事 業	22,617	22,175	離島の魅力を発信する離島フェアの開催経費を支援した。(総事業費32,221千円、県負担金21,976千円)	県単等
活動指標名			計画値	実績値
来場者数			15万人	12.7万人
推進状況	推進状況の判定根拠及び平成26年度取組の効果			
順調	離島フェアを開催し、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。 平成26年度の離島フェアの入場者数は12万6,816人で、前年度13万9,922人と比較すると、1万3,106人(約9.3%)の減少となっている。しかし、特産品の売上額は7,007万円で、前年度の5,751万円と比較すると、1,256万円(約21.8%)増加し、また、出展団体数も129団体で、前年度120団体と比較すると9団体(約7.5%)の増加となっている。			

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成27年度計画				
事業名	当初予算	活動内容		主な財源
離島フェア 開催支援事 業	22,129	離島の魅力を発信する離島フェアの開催経費を支援する。		県単等

様式1(主な取組)

(3) これまでの改善案の反映状況

離島特産品を使用し、島々の子ども達のアイディアから生まれた島々フレーバーアイスクリーム試食会や離島市町村の「島キャラ」によるショー等を実施することによる話題づくりで集客活動をした。

(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
離島フェア来場者数	13万人 (23年)	12.7万人 (26年)	15万人	△0.3万人	—
参考データ	沖縄県の現状・推移			傾向	全国の現状
—	—	—	—	—	—

状況説明

平成26年度の離島フェアの入場者数は12万6,816人で、前年度の13万9,922人と比較すると、約1万3,000人(約9.4%)の減少となっている。
天候や同時期に行われた他のイベント等により年度毎に増減はあるが、出展団体数や売上金額は増加しており、目標値を達成できる水準にある。

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)

①業者選定が遅れたことにより準備期間が短くなったため、広報周知期間を十分に確保できず、効果的な集客が図れなかった。

②出店希望の事業者が多かったにもかかわらず会場の制約により、出店ができなかった事業者があった。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

(1)-①について

離島フェア開催実行委員会事務局と連携し、実行委員会総会等を早めに開催することにより、準備期間を確保し、効果的な周知活動を実施する必要がある。

(1)-②について

出店希望数や入場者数等を勘案し、適正な会場規模を検討する必要がある。

4 取組の改善案(Action)

3-(2)-①について

離島フェア開催実施委員会(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課題や効果を踏まえ、準備を早期から着手することにより周知期間を確保し、集客に努める。

3-(2)-②について

出展を希望する全事業者が出展できるよう会場配置を工夫し、今後、出展希望者数が増加する場合は、会場の変更等も視野に入れ、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)-エ	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			
(施策の小項目)	○離島の活性化を担う人材の育成			
主な取組	地域づくり推進事業	実施計画 記載頁	332	
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	①地域特性に応じた持続可能な社会構築を促進するため、他の参考となる地域づくり事例の収集及び地域づくり人材の発掘を行うとともに、沖縄県内の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情報・意見交換できるようICT(情報通信技術)を活用した情報発信を行う。 ②ICTの効果を高めるため、地域づくり人材がリアルに交流できる研修会・交流会を開催する。						
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活用促進を図る研修会等の開催					→	県 市町村 地域づくり 団体
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26年度実績				
事業名	予算	決算見込	活動内容	主な財源
地域づくり推進事業費	26,848	17,761	「地域おこし協力隊」である嘱託職員2名により、地域づくり人材・活動の掘り起こしを目的として、取材活動を行い、離島地域においては、22団体の取材を行った。 ICT(情報通信技術)を活用した「ゆいゆいSNS」の運用を開始し、地域づくり事例等の発信及びメンバー間のコミュニケーションの促進を図った。 また、「地域おこし協力隊」制度の周知を図った。	県単等
活動指標名			計画値	実績値
研修会等参加延べ人数			-	176人
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活用促進(収集件数)			-	22件

様式1(主な取組)

推進状況の判定根拠及び平成26年度取組の効果	
順調	<p>新たに久米島町が「地域おこし協力隊」制度を活用し、2名の隊員が導入され、離島地域における隊員数は3名となった。</p> <p>「ゆいゆいSNS」を活用したコミュニケーションの促進及び交流会等の実施により、県内地域づくり人材間の関係性の強化が図られた。また、「ゆいゆいSNS」の活用方法等を周知したことにより、県内地域づくり人材間の連携が図られた。</p> <p>地域づくり人材・団体の取材を行うとともに、「ゆいゆいSNS」の周知を図ったことにより、平成27年3月末で「ゆいゆいSNS」のメンバーは109名(離島:30名)となった。</p>

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成27年度計画			
事業名	当初予算	活動内容	主な財源
地域づくり推進事業費	23,536	<p>「地域おこし協力隊」等の制度周知を図るとともに、「地域おこし協力隊」等を対象とした研修会を実施し、隊員活動の支援を行う。</p> <p>また、引き続き、「ゆいゆいSNS」を活用した地域づくり人材間のネットワーク構築を図るとともに、研修会・交流会を開催し、人材育成につなげていく。</p>	県単等

(3) これまでの改善案の反映状況

<p>「地域おこし協力隊」制度の周知を図ったことにより、新たに久米島町が「地域おこし協力隊」制度を活用し、2名の隊員が導入され、離島地域における隊員数は3名となった。</p> <p>また、地域SNSでの交流の促進と地域づくり人材間の関係性を強化するため、研修・交流会を8回開催し、直接的な交流の機会を多く設けた。さらに、研修会参加者同士が、より交流を図れるよう研修会に、ワークショップを取り入れ、異なる活動を行っているメンバーが共通のテーマで話し合いが行えるようテーマにも工夫を行った。工夫を行った。</p>
--

(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
—	—	—	—	—	—
参考データ	沖縄県の現状・推移			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	0市町村 (23年)	1市町村 (25年)	2市町村 (26年)	↗	—
全県的交流会(意見交換会・円卓会議等)への地域づくりキーマン等の参加延べ人数	37人 (24年)	39人 (25年)	176人 (26年)	↗	—
状況説明	<p>研修・交流会の開催数を増やし、研修会の内容にも工夫を行ったことで、研修会・交流会への参加者数が増加した。引き続き研修会・交流会の開催に取り組むことで、参加者が増加していくことが見込まれる。</p> <p>また、「地域おこし協力隊」制度の周知を図るとともに、導入予定の市町村の支援を行い、「地域おこし協力隊」制度を活用する市町村が増加するよう取り組んでいく。</p>				

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)

- ①交流会を実施し、関係性強化に取り組んでいるが、住民、地域づくり団体、企業等及び自治体が、それぞれの立場を尊重しながら、連携・協働して地域課題に取り組むシステムが確立されていない。
- ②人口減少及び高齢化が進み、地域によっては集落・産業機能の低下によるコミュニティの消滅が課題となっている。
- ③地域の伝統・文化の継承や産業を含む地域内の様々な活動を担う人材が不足し、集落機能の低下が懸念されている。
- ④地域づくりに対する理解や意識に格差があることや、離島や過疎地域などは地理的要因等により、地域づくり人材間同士が直接交流することが容易ではない。
- ⑤地域づくりの中核的役割を担う人材間の交流を基盤として地域づくり活動の一層の広がり及各主体間の連携・協働による地域づくりの取組につなげる必要がある。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

- (1)-②・③について
 - ①離島・過疎町村では人口・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て継続して取り組む必要がある。
- (1)-①・④について
 - ②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を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必要である。
 - ③運用を開始したゆいゆいSNSによる交流を促進し、地域づくりの中核的役割を担う人材間の直接交流の機会を設けて関係性強化を図る必要がある。
- (1)-⑤について
 - ④ワークショップなどの参加者を主体とし、地域づくりを意識した実践的な研修会の開催など、工夫が必要である。

4 取組の改善案(Action)

- 3-(2)-①について
「地域おこし協力隊」制度の周知を図り、市町村における外部人材の登用を支援し、「地域おこし協力隊」の導入後は、行政職員及び隊員を対象とした研修会の実施を行っていく。
- 3-(2)-②・③について
・ICTを効果的に活用し、地理的・時間的制約に左右されず、容易に意見交換・活動情報等コミュニケーションを図り、地域づくり人材間の人的関係性(信頼性)の強化を図っていく。また、地域づくり活動を広く周知するため、県内の地域づくり人材・団体の情報を県のHPIにも掲載し、情報発信を行う。
- 3-(2)-④について
・これまでは県が研修会の企画・運営を行っていたが、地域づくり人材にも企画・運営に参加してもらうなど、より実践的な研修会の開催を行っていく。

「主な取組」検証票

施策展開	3-(12)-才	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			
(施策の小項目)	—			
主な取組	沖縄離島体験交流促進事業	実施計画 記載頁	323	
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	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ため、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26年度実績				
事業名	予算	決算見込	活動内容	主な財源
沖縄離島体験交流促進事業	179,314	179,307	沖縄本島の児童生徒を、6月～12月の期間で離島へ派遣し、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った。派遣児童生徒数は、計画値1,900人に対し、実績値3,457人となった。	一括交付金 (ソフト)
活動指標名			計画値	実績値
派遣児童生徒数			1,900人	3,457人
推進状況	推進状況の判定根拠及び平成26年度取組の効果			
順調	平成26年度は沖縄本島内の51校116クラス3,457人(48小学校109クラス3,252人、3中学校7クラス205人)の児童生徒を18離島に派遣した。児童生徒が離島の重要性に対する認識を深めるほか、自然を間近に感じる体験や離島特有の密接な人間関係とのふれあいを通じて、自分の考え方や気持ちを伝えたり、相手の話を一生懸命聞くことによって、コミュニケーション能力が高まるなど、派遣後に変化がみられている。 また、離島では、各団体が協力してイベントや島の問題について話し合う機会が増え、体験プログラムを行う際の安全管理、段取りといったスキルの向上に繋がっている。 修学旅行受入数も順調に増えており、今後は、自主的な取り組みも期待できる。			

様式1(主な取組)

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成27年度計画			
事業名	当初予算	活動内容	主な財源
沖縄離島体験交流促進事業	193,824	将来を担う児童が、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、沖縄本島の児童を離島に派遣する。	一括交付金(ソフト)

(3) これまでの改善案の反映状況

これまでの派遣によって事業効果が認知されたことにより、応募校(児童生徒数)が平成24年度の25校(1,904人)から、平成26年度の67校(4,743人)と大幅に増えたことから、派遣児童生徒数を平成24年度1,904人から平成26年度3,457人へと拡大した。
そのことにより、平成24年度と比較して1,553人多くの児童生徒を離島へ派遣し、離島の重要性、魅力等を認識させることができた。

(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
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)	8,439人(24-26年)	約1万人(28年)	—	—
参考データ	沖縄県の現状・推移			傾向	全国の現状
—	—	—	—	—	—
状況説明	平成24年度以降、沖縄本島内の延べ119校275クラス8,439人の児童生徒を18離島に派遣し、各離島ならではの体験をするとともに、離島の児童生徒との交流を行った。 平成27年度は、沖縄本島内の47校111クラス3,491人の児童(小学5年生)を19離島に派遣する予定。				

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)

内部要因として、①受入体制について、地元の理解を得る必要があることや、離島毎の受入体制の違いや風土によって体験プログラムの評価・課題に差がある。
また、外部環境として、②当事業の認知度向上もあり、応募校(児童生徒数)が平成24年度の25校(1,904人)から平成27年度の75校(5,310人)と大幅に増えているが、平成27年度の派遣予定校(児童数)は47校(3,491人)と、全てを受け入れる事ができない状況となっている。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

(1)-①について、受入体制が整っていない離島に対し、適宜、事業目的や効果を説明し、地元の核になるコーディネーターを育成する必要がある。
(1)-②について、平成27年度には受入先を前年度の16市町村18離島から17市町村19離島へと増大するものの、受入先が応募校(応募数)の大幅な増加に対応するには限界があるため、受入先が対応できる範囲内で体験プログラムの充実等を図っていく必要がある。

4 取組の改善案(Action)

3-(2)-①について、受入体制が整っていない離島に対し、適宜、事業目的や効果の説明を行う。また、地元の核になるコーディネーターを育成するためコーディネートの資質のあるリーダーを選定し、異なる取り組みをしている離島を視察してもらうことによって、島の良さや特徴に気づいてもらい、島特有の体験プログラム作りを行っていく。

3-(3)-②について、簡易宿所の許可取得による民泊の推進、体験プログラムの更新やガイドの養成などに取り組み、体験交流の質の向上を図る。