

# 第7章

## 事業総括

---

## 第1節 本事業の主な成果

---

### 第1項 参画事業者数

離島に直接訪問しての事業提案や現地説明会・オンライン説明会に取り組み、成果目標 120 者（観光体験事業者 60 者・特産品事業者 60 者）の成果目標に対して、136 事業者（観光体験事業者 66 者・特産品事業者 70 者）が参画した(達成率 113%)。また、事業終盤には本事業に参画した事業者からの口コミで本事業に興味を持った事業者が出るなど、事業内容が適切で事業者のニーズに合っていたことがわかった。

### 第2項 商品掲載事業者数

本事業の取り組みにより Web や SNS 等に商品を掲載できた事業者の割合が 70%以上（目標：96 者）という成果目標に対して、113 者が商品を掲載(達成率 117%)することができた。SNS への商品掲載に関しては、本事業の広報施策である SNS 広告配信を中心に掲載数を増やすことができ、Web への掲載では OTA サイト 5 社、EC サイト 4 社の商談会を実施し、各離島事業者と合った販売先とのマッチングに努めた結果、46 者が新たに OTA サイトや EC サイトへ商品を掲載することができた。すでに複数の販路を持っている事業者が多い中、46 者が商品を掲載できたのは成果といえる。また、本事業の取り組みにより、これまで現地販売しか取り扱っていなかった 2 事業者が新たに Web へ商品を掲載することができ、事業者の底上げに繋がったと考えている。

### 第3項 販売実績獲得事業者数

販売実績の獲得が学習意欲の向上に繋がると考えており、本事業の成果目標とは別に、受託事業者の目標として参画事業者 120 者以上の販売実績獲得を目標に掲げた。広報施策の SNS 広告配信や媒体毎の広報施策を中心に販売実績を積み上げたが、結果として 75 者の販売実績獲得(達成率 62.5%)に留まった。その要因としては、事業者の事業参画時の目的が認知度の拡大で、販売実績に結び付けられなかったことや、商品時期のズレや在庫不足等により、事業者の目的が販売実績の獲得から認知度の拡大へ変わったことが要因と考えられる。ただ、事業参画の半数以上が本事業の取り組みにより販売実績を獲得することができ、720 万円を売り上げたことは成果といえる。

## 第2節 本事業の主な課題

---

### 第1項 「デジタル」に対する苦手意識による事業不参加

本事業では Zoom 等の IT ツールを活用し、セミナーや商談会、事務局との打ち合わせを実施してきたが、本事業の提案の際、離島事業者によっては、聞きなれない名称やツールに「難しそう」「自分には必要ない」といった印象を持っており、成功事例や同じ離島の事業者を例に事業参画提案を行っても、事業者自身が参画後のイメージを持ってずに事業参画を見送る方がいた。離島事業者全体のデジタルスキル底上げには、IT ツールを避ける事業者の参画が必要と考えているため、次年度以降も参画を提案し、IT ツールのメリットや活用方法を一からレクチャーする必要がある。

### 第2項 参画事業者の学習意欲

今回、事業者の販売力向上支援でセミナーや e-ラーニングの環境を用意したが、セミナーでは、LIVE 配信の他、アーカイブ配信を用意したため LIVE 配信への参加者が少なく、LIVE 配信のセミナーへ参加する事業者は、ほとんど同じ方だった。LIVE 配信では講義内容の不明点や事業者の課題を講師へ質問することができ、参加した事業者のスキルアップに繋がったと考えているが、アーカイブ配信では、視聴したか否かの確認はアンケートで取ったものの自身のスキルアップに繋がったかは不透明である。また、自己学習として用意した e-ラーニングは、事業者の学習意欲によって学習時間にバラつきがあった。今後は、デジタルの活用が自社の売上にどう繋がるのかを理解してもらい、積極的な事業参加に繋がっていく必要がある。

## 第3節 本事業の今後の方向性

### 第1項 業種ごとのアドバイザー設置

今年度は事業者のアドバイザーとして、観光体験事業者は株式会社アクティビティジャパンの小川様、特産品事業者はゆいまーる沖縄の鈴木様に依頼した。日々の相談や事業者と1対1でのコンサルティング面談など、事業者の身になる支援を行った。ただ、本事業は特産品では「工芸品」「農産品」「食品」など様々なジャンルに分かれる。そのため、アドバイザーも観光と特産品でそれぞれ1名ではなく、「工芸品」「農産品」「食品」などの様々な専門家を用意し、細かなアドバイスを行える環境を用意する必要がある。

### 第2項 事業者ごとのレベルに合わせたセミナーの開催

今年度は観光体験事業者と特産品事業者、それぞれで「基礎セミナー」「デジタルセミナー」「SNS活用セミナー」を実施したが、事業者によってOTAサイト、ECサイトの理解度やデジタルの理解度が異なる為、今後は「基礎コース」や「上級コース」のように事業者のレベルに合わせたセミナーを設定する必要がある。レベルに合わせてセミナーを実施することで参加する事業者の理解度にバラつきが生まれず、事業者からの質問も活発になると考えている。

今年度はSNSセミナーでInstagramの活用方法を実施したが、SNSは他にも様々なツールがあるため、他のツールの基礎や活用方法を学ぶ必要がある。

### 第3項 売上アップのための広報能力向上支援

今年度、各種セミナーを開催し、学んだことを実践する場としてSNS広告配信を実施した。次年度もSNS広告配信施策は継続しつつ、SNS広告配信同様に、少額で実施できる広報手段を学ぶ環境を用意することが必要と考えている。「食べチョク」や「ちゅらマルシェ」などの媒体に商品紹介のSNS投稿を依頼する方法を学ぶことで、事業終了後に事業者自身で媒体へ販促に向けた相談ができる状態を目指していきたい。

また、広報施策を実施後に獲得した売上を継続させるため「広報効果が長く続く販促企画の作り方セミナー」や「リピーター獲得施策セミナー」を実施し、継続した売上獲得を目指していきたい。