

## 第8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説明や現地説明会・オンライン説明会に取り組んだ結果、参画事業者数は、目標130者（観光商品事業者65者、特産品事業者65者）に対して、133者（観光商品事業者66者、特産品事業者67者）となった。

また、観光商品事業者及び特産品事業者のいずれにも該当しない事業者9者については、聴講枠（個者支援の対象外）として支援を実施した。聴講枠の参加者の中には、積極的に課題に取り組む姿勢が見られた事業者もあり、今年度の事業が幅広い業種の事業者ニーズのある取組であったことが伺える。

#### 第2項 WebやSNS等に商品掲載できた事業者の実績

ワークショップや各分野の専門家による支援を受けながら、離島事業者がデジタル媒体を活用した広報や販売に取り組んだ結果、WebやSNS等への商品掲載を行った事業者数は目標94者（参画事業者数の70%）に対して107者（参画事業者の80.5%）となったほか、商品掲載件数は合計で741件となった。

また、日常でデジタルを活用している事業者数は目標86者（WebやSNS等への商品掲載を行った事業者の80%）に対して92者（WebやSNS等への商品掲載を行った事業者86.0%）となり、いずれの目標も達成している。

そのほか、SNSでの情報発信に関する支援、ブランドストーリーの作成、ビッグデータの活用、商談会への参加等を通じて、離島事業者が自身の商品の持つブランド価値や顧客のニーズの把握等により、離島事業者のデジタル媒体を活用した広報・販売スキルの向上等に寄与した。

#### 第3項 販売実績

本事業による離島事業者の販売実績獲得の効果を確認するため、事業終了時に参画事業者を対象に実施したアンケート調査において、前年からの売上の推移に関する調査を行った。

その結果、アンケートに回答した95者のうち、売上未集計や社外秘のため回答しなかった35者を除く59者から前年からの売上の推移について回答があり、そのうち54者（売上の推移について回答した者の91.5%）から前年よりも売上が増加した又は予約・販売件数が増加したとの回答があった。

また、残る5者については、前年より売上が減少したと回答したものの、その主な要因は、令和5年8月に直撃した台風の影響によるものであると回答している。

アンケート調査により、参画事業者の多くで前年より売上が増加していることが確認できたことから、本事業におけるデジタル媒体活用の実践による広報・販売の取組は着実に成果を上げているものと考えられる。

## 第2節 本事業の課題

### 第1項 前年度の課題

前年度の報告書においては、本事業の主な課題として以下の点が挙げられていた。

- 1 「デジタル」に対する苦手意識による事業不参加
- 2 参画事業者の学習意欲（参画事業者の学習意欲のばらつき）

### 第2項 事業実施にあたって把握した課題

今年度の事業を実施する中で把握した主な課題として以下の点が挙げられる。

#### 1 コロナ禍の終了に伴う離島事業者の業務量の増大

新型コロナウイルス感染症のまん延防止のための措置等が終了したことに伴い、今年度は、観光需要が急激に増加したことにより、離島事業者の業務量が増大したため、一部の事業者においては、ワークショップ等の支援を受けることが困難となった。

#### 2 離島事業者の人手不足

小・中規模の離島事業者においては、人手不足によりデジタル媒体を活用した情報発信の取組に従事できる人員を確保できない状況が確認されている。

#### 3 離島事業者におけるデジタル媒体の活用度の格差

離島事業者においては、デジタル媒体の活用度や習熟度に大きな幅があることが確認されている。また、離島事業者の業態により、販売実績の獲得のために必要な販路が異なることも確認されていることから、一律の支援では、十分に対応できない。

### 第3項 課題に対する対応

上記の課題に対し、以下の対応を行うことで解決を目指した。

- (1) 説明会等においてネット社会の到来により、消費者は、来島前からWebやSNS等でリサーチを行っていることを知ってもらい、これまでの対面による商売のスタイル（来島して初めてお店に立ち寄ってもらう）だけに頼るのではなく、デジタル発信のスキルやツールを持つことの重要性について理解を促した。
- (2) 講座の受講状況の確認や受講後のサポートを徹底するとともに、講座で学んだ内容の定着を図るため、受講者へ課題の提出を求めた。
- (3) 講座を離島で開催するなど、あらゆる機会を捉えて講師や担当者が実際に離島を訪問して事業者とコミュニケーションをとることで、リモートの負担感を軽減し、関係性構築によって途中離脱率の低下を目指した。
- (4) 多忙な事業者の受講を促すため、講座のアーカイブ配信体制を整えるとともに、効果を落とさない範囲で課題の内容を簡略化した。
- (5) 参画事業者の幅広い要望に応えられるよう、講座を必修と選択に分けて実施した。

### 第4項 今後の課題

今年度の取組の結果を踏まえて、今後の課題として主に以下の2点が挙げられる。

- 1 「デジタル」に不慣れな事業者に対して、十分に支援できる体制とする必要がある。
- 2 デジタル媒体の活用度や習熟度に大きな差があり、また、業態により販売実績を獲得するために必要な販路が異なる離島事業者に対して、それぞれの実態に応じたきめ細やかな支援を行う必要がある。

## 第3節 本事業の今後の方向性についての提言

### 第1項 個者支援における販売促進コンサルティングの重要性

離島事業者の習熟度に応じた支援を行うため、一方的かつ一元的な情報やサポートの提供ではなく、各事業者に個別に寄り添う形の個者支援が必要であると考えます。支援のスタイルは、対面での交流や、事業者ごとの事業内容を把握した上でのサポートを積極的に織り交ぜることで、より明確かつ大きな成長が事業者にもたらされるようになって見込まれる。事業者にとっての最終目的である販売獲得に向けて確実にアプローチするためにも、個者支援にあたっては、従来のデジタル媒体の活用だけにとどまらず、販売促進のためのコンサルティング支援も行う必要がある。

### 第2項 事業者のレベルに応じたコース分けの必要性

千差万別の離島事業者を支援するにあたり、全事業者に一律の講座やサポートを一気に提供することで事業としての総体的な目標を達成することは、困難である。また、ある一定のレベルの習熟度を支援の要件とする場合には、参画できる事業者数が限られてしまうことが懸念される。

次年度の参加事業者数を積極的に増やし、なおかつ前年度・今年度の成果を踏まえてより具体的な成果を目指すのであれば、事業者の温度感やレベルに応じた参加コースを複数用意することによって、この課題は解決できると考える。

コースの例は以下に挙げる。

#### 1 上級コース

- (1) 本事業で提供するすべての講座が受講できる
- (2) 対面での伴走支援や個別のコンサルティングサポートが受けられる
- (3) 事業者自身が情報発信等の実践フローに取り組みフィードバックが得られる

#### 2 中級コース

- (1) 中級者向けの講座を受講し課題に取り組む
- (2) 初心者向けの動画講座等も受講できる
- (3) 質問や自主的な課題提出等に対して専門家から一定期間のサポートがある

#### 3 初級コース

- (1) 初心者向けの動画講座等をセミナー形式で受講できる
- (2) 課題提出は必須ではないが、提出した場合は講師からのフィードバックが得られる

### 第3項 B t o Bの発信力強化

商談会や即売会の成果を分析した結果、販路拡大と売上向上のためには、自社で直接的な販路を増やすだけでなく、活性化している市場や他社のプラットフォームを有効活用したり、卸の役割を持つ別事業者と関係性を構築したりすることも重要であると考えます。

また、離島事業者の更なる販売実績の獲得を図るためには、B t o C (消費者:エンドユーザー) 向けへの広報のみでなく、経営支援プラットフォームなどを用いたB t o B向けの広報スキルの向上を図るスキームを組み込む必要があると考えます。