

第3章 ワークショップの実施

第1節 ワークショップの概要

第1項 ワークショップの目的

離島事業者のデジタル媒体を活用した広報・販売スキルの向上を図るため、各分野の専門家による情報発信及びデジタル/バズ・マーケティングに関するワークショップを実施する。

第2項 ワークショップの内容等

1 カリキュラム

全事業者必修の「情報発信基礎講座」、選択式の「デジマ・バズマ専門講座」及び「実践講座」の合計12回の講座を開催。各事業者は自身の事業内容や目標に応じて、合計6講座以上の受講を目標とした。

また、講座で学んだ内容の定着を図るため、各講座ごとに課題を設定するとともに、講座終了後にメンター期間を設ける等、講師からフィードバックを受ける機会を設けた。

【参考】講師からのフィードバックについて

ワークショップでは、次のとおり講師からフィードバックを受けられる機会を設けた。

- ・講座時間内に全体で質問できる時間
- ・講座終了後にオンライン・オフラインで15分ずつ講師との交流タイムを用意し、個別に質問できる時間
- ・講座終了後のメンター期間。事業者は講座から2か月間はいつでも、所定のGoogleフォームから講師へ質問し、スキルアップに繋げることができる。質問は、各事業者の個別カルテに記載され、事業者は年度内中に見返すことが可能。

2 スケジュール

- (1) 講座実施期間：令和5年8月9日（水）～令和5年11月9日（木）
- (2) メンター期間：令和5年8月9日（水）～令和6年1月8日（月）

3 実施方法



今年度は、開催地域を限定せずに、宮古島市、石垣市、竹富町、久米島町及び伊江村で実施した。

また、全ての離島から受講を促すため、現地会場を訪れなくても参加できるよう、オンライン・オフライン同時開催のハイブリット形式で講座を開催した。


加えて、リアルタイム受講が難しい事業者、又は、復習したい事業者のために、アーカイブ動画を作成し、Eラーニング受講も可能とし、営業時間や繁忙期の異なる参加事業者が平等にスキル習得できる体制とした。

第3項 担当講師とワークショップ内容


1 必修講座「情報発信基礎講座」

SNS時代における『自社の魅力を伝えるブランドストーリー』を作ろう	
(1) 講師	
合同会社イーストタイムズ 代表社員CEO 中野宏一、株式会社初入 代表取締役 横井里佳	
(2) 日時	
令和5年8月9日（水） 14:00～16:00	
(3) 会場	
石垣市役所	
(4) 講座内容	
自社の事業やサービスの価値を探究するワークショップ付き講座。自社ならではの魅力の発掘と分析を行う	
	
(5) 課題	
SNS時代における「自社の魅力を伝えるブランドストーリー」を作ろう	

第3章 ワークショップの実施


ネットニュース記者が教える「バズる情報発信の作り方」
(1) 講師
合同会社イーストタイムズ 代表社員CEO 中野宏一
(2) 日時
令和5年8月23日(水) 14:00~16:00
(3) 会場
宮古市役所
(4) 講座内容
「SNS時代における『自社の魅力を伝えるブランドストーリー』を作ろう」の課題で作成した「ブランドストーリー」の要素を元に、記者の手法を活かした自社のブランドストーリーを作成する座学付ワークショップ

(5) 課題
SNS投稿をしてみよう

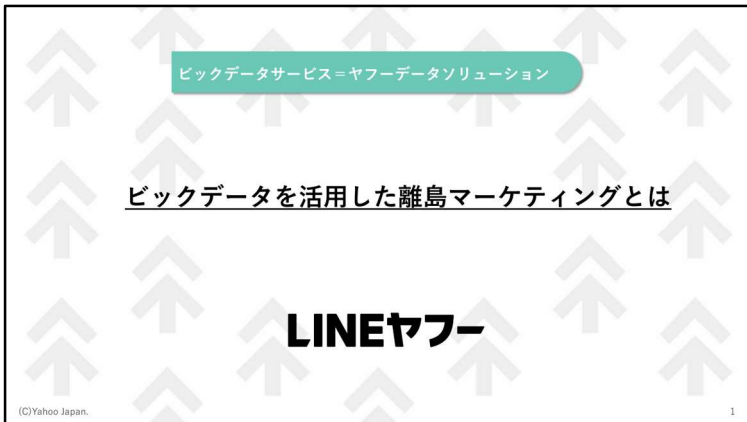
2 選択講座「デジマ・バズマ専門講座」

元Facebook/Instagram社コンサルタントが教える、フォロワーを集め共感の連鎖でバズらせるSNS活用
(1) 講師
合同会社Monita 代表 エリック・ウェイン
(2) 日時
令和5年9月6日(水) 14:00~15:30
(3) 会場
久米島町役場
(4) 講座内容
フローチャートを用いた自社戦略の基本構造理解と、ビジネスアカウントとしてのSNS活用方法

(5) 課題
自社ビジネス成長に向けたチェックリスト


第3章 ワークショップの実施

デジタル変革D Xが創る離島振興の未来
(1) 講師
内閣府クールジャパンプロデューサー、コミュニティデザイナー 陳内裕樹
(2) 日時
令和5年9月27日(水) 14:00~15:30
(3) 会場
宮古島合同庁舎
(4) 講座内容
管理職・経営層・観光事業者を対象にした、経営視点でのデジタル変革の在り方を学ぶ、D X推進やデジタル体制の強化の必要性を深める
(5) 課題
来月からのマイアクションを考えよう


ヤフー担当者が教えるECを通じたデジタルマーケティング	
(1) 講師	
LINEヤフー株式会社（ヤフー株式会社） 自治体担当 アカウントエグゼクティブ 内藤剛	
(2) 日時	
令和5年9月28日（木） 14:00～15:30	
(3) 会場	
宮古島合同庁舎	
(4) 講座内容	
Yahoo!ショッピングを例に、EC市場で勝ち抜く戦略方法を学ぶ	
	
(5) 課題	
所在島や地域環境を踏まえた販路拡大戦略を考える	

ビッグデータを活用した離島マーケティングとは	
(1) 講師	
LINEヤフー株式会社（ヤフー株式会社） 自治体担当 アカウントエグゼクティブ 内藤剛	
(2) 日時	
令和5年10月11日（水） 14:00～15:30	
(3) 会場	
伊江島はにくすに	
(4) 講座内容	
ビッグデータ分析とその利用価値を学び、自社そして離島のマーケティングを考える	
	
(5) 課題	
ビッグデータを活用した企業戦略を考える	

第3章 ワークショップの実施


バズる観光企画の作り方
(1) 講師
株式会社JTB 営業開発プロデューサー 佐藤和則
(2) 日時
令和5年10月25日(水) 14:00~15:30
(3) 会場
八重山合同庁舎
(4) 講座内容
訪日インバウンドと旅行市場のトレンド、自社事業・サービスの観光企画を作る際の高付加価値のつけ方や思考法

(5) 課題
事業・サービスを生かした「おもいっきり自分事で妄想した」または「高付加価値化」の観光企画を考える

3 選択講座「実践講座」

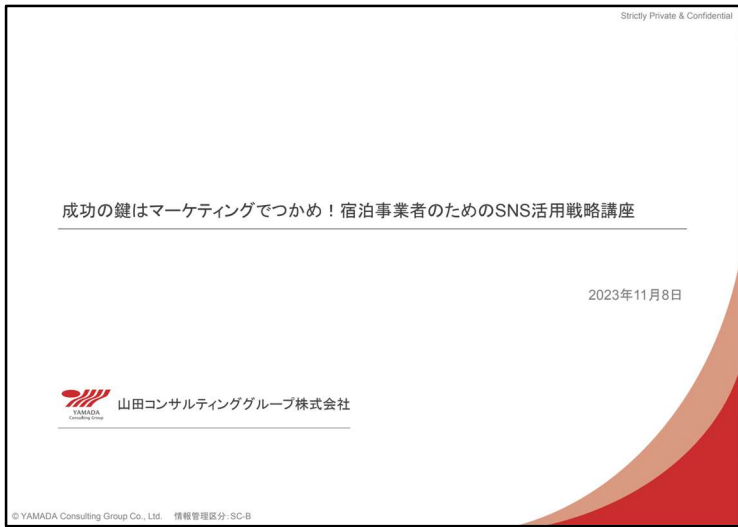
SNSでワールドワイドに販路拡大！最先端のライブコマース実践講座	
(1) 講師	
合同会社Monita 代表 エリック・ウェイン	
(2) 日時	
令和5年9月7日（木） 14:00～15:30	
(3) 会場	
久米島町役場	
(4) 講座内容	
ライブコマースにおける自社戦略の基本構造理解と、動画マーケティングの利用促進	
 The poster features a blue circle on the left and the text 'SNS Marketing Seminar' at the top right. The main title is 'SNSでワールドワイドに販路拡大！最先端のライブコマース実践講座'. Below it, a subtitle reads '「行動パターン」をデータ化し、「確信」をもち、行動に繋げる'. The logo 'monita gk' is at the bottom right.	
(5) 課題	
ライブコマースとグローバル販売の実践に向けたチェックリスト	

コロナ禍も乗り越えた！オンライン旅行体験商品の作り方	
(1) 講師	
旅のわツアー 代表 齋藤あゆみ、WhyKumano Hostel & Cafe Bar 代表 後呂孝哉	
(2) 日時	
令和5年10月12日（木） 14:00～15:30	
(3) 会場	
伊江島はにくすに	
(4) 講座内容	
宿泊・観光業界の新たなサービス拡大を狙った、オンラインツアーの企画づくりと活用方法、販売戦略	
(5) 課題	
自社コンテンツのオンライン体験化を考える	

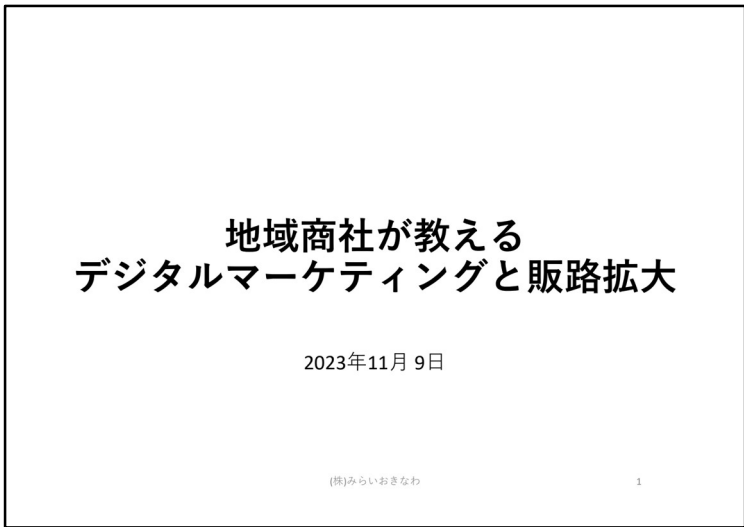
第3章 ワークショップの実施

HACCPと国内外への販路開拓について
(1) 講師
株式会社桜波 代表取締役 阿部 錬平
(2) 日時
令和5年10月26日(木) 14:00~15:30
(3) 会場
石垣市役所
(4) 講座内容
食品を扱う業者必須のHACCPの理解向上と、海外展開を視野に入れた販売戦略
<div data-bbox="205 792 948 1305"><p style="text-align: right;">confidential</p><p>『価値を伝えて売りまくる』ためのデジバズ講座</p><p>HACCPと国内外への販路開拓について</p><p>株式会社桜波 代表取締役 阿部 錬平</p><p>2023年10月26日</p><p>©2023 OUHA Co., Ltd. All Rights Reserved. </p></div>
(5) 課題
HACCPの理解度チェックと、今度のアクションを考える

第3章 ワークショップの実施

成功の鍵はマーケティングで掴め！宿泊業者のためのSNS活用戦略講座
(1) 講師
山田コンサルティンググループ株式会社 武藤良輔
(2) 日時
令和5年11月8日（水） 14:00～15:30
(3) 会場
竹富町役場
(4) 講座内容
宿泊事業者にとって有益な、商品販売のペルソナ設計と戦略的なSNS活用法を学ぶ

(5) 課題
マーケティングのフレームワークを活用して戦略を策定する

第3章 ワークショップの実施

地域商社が教えるデジタルマーケティングと販路拡大
(1) 講師
株式会社みらいおきなわ 代表取締役常務 木村政昌
(2) 日時
令和5年11月9日(木) 14:00~15:30
(3) 会場
竹富町役場
(4) 講座内容
沖縄県のフィールドを活かした海外への戦略的販路拡大 
(5) 課題
自社の理想的な販路拡大を考える

第2節 実績

第1項 参加事業者数

1 講座の受講者数及び事業者内訳（観光商品事業者・特産品事業者）

各講座別の受講者数及び離島事業者の内訳は、次のとおりであった。

講座名	観光商品事業者		特産品事業者		合計	
	受講希望者数	受講者数	受講希望者数	受講者数	受講希望者数	受講者数
1 SNS時代における「自社の魅力を伝えるブランドストーリー」を作ろう	66	48	67	49	133	97
2 ネットニュース記者が教える「バズる情報発信の作り方」	66	40	67	40	133	80
3 元Facebook/Instagram社コンサルタントが教えるフォローを集め共感の連鎖でバズらせるSNS活用	51	34	53	31	104	65
4 デジタル変革DXが創る離島振興の未来	38	13	31	13	69	26
5 ヤフー担当者が教えるECを通じたデジタルマーケティング	35	14	52	22	87	36
6 ビッグデータを活用した離島マーケティングとは	38	14	36	11	74	25
7 バズる観光企画の作り方	47	13	24	6	71	19
8 SNSでワールドワイドに販路拡大！最先端のライブコマース実践講座	47	23	52	25	99	48
9 オンライン旅行体験商品の作り方	33	9	16	5	49	14
10 HACCPと国内外への販路開拓について	21	5	30	7	51	12
11 成功の鍵はマーケティングで掴め！宿泊業者のためのSNS活用戦略講座	28	7	5	2	33	9
12 地域商社が教えるデジタルマーケティングと販路拡大	43	10	48	11	91	21
合計	513	230	481	222	994	452

※「受講希望者数」は、講座開始時に行ったアンケートにおいて各講座への参加を希望した離島事業者数である。また、「受講者数」は、リアルタイムで参加していた事業者及び課題を提出した事業者を合算し算出した。

2 市町村別参加者数

各講座別の市町村別の参加者数は、次のとおりであった。

講座名	受講者数	所属地域					
		石垣市	宮古島市	伊江村	久米島町	竹富町	その他
1 SNS時代における「自社の魅力を伝えるブランドストーリー」を作ろう	97	31	21	8	17	10	10
2 ネットニュース記者が教える「バズる情報発信の作り方」	80	28	17	6	12	10	7
3 元Facebook/Instagram社コンサルタントが教えるフォローを集め共感の連鎖でバズらせるSNS活用	65	19	14	4	14	6	8
4 デジタル変革DXが創る離島振興の未来	26	11	10	1	2	1	1
5 ヤフー担当者が教えるECを通じたデジタルマーケティング	36	9	11	3	5	5	3
6 ビッグデータを活用した離島マーケティングとは	25	7	5	3	1	6	3
7 バズる観光企画の作り方	19	8	5	1	0	2	3
8 SNSでワールドワイドに販路拡大！最先端のライブコマース実践講座	48	13	13	2	10	6	4
9 オンライン旅行体験商品の作り方	14	2	5	1	0	2	4
10 HACCPと国内外への販路開拓について	12	5	4	0	0	2	1
11 成功の鍵はマーケティングで掴め！宿泊業者のためのSNS活用戦略講座	9	1	3	2	0	2	1
12 地域商社が教えるデジタルマーケティングと販路拡大	21	5	5	2	3	3	3
合計	452	139	113	33	64	55	48

※現地開催を行わなかった市町村については、「その他」として一括して計上している。

※赤枠で囲った箇所は講座を現地開催した地域を示す。

第2項 アーカイブ動画再生数

講座は、全てアーカイブ動画をYouTubeの限定公開で展開した。

	講座名	YouTube再生回数
1	SNS時代における「自社の魅力を伝えるブランドストーリー」を作ろう	230回
2	ネットニュース記者が教える「バズる情報発信の作り方」	169回
3	元Facebook/Instagram社コンサルタントが教えるフォロワーを集め共感の連鎖でバズらせるSNS活用	142回
4	デジタル変革DXが創る離島振興の未来	68回
5	ヤフー担当者が教えるECを通じたデジタルマーケティング	87回
6	ビッグデータを活用した離島マーケティングとは	25回
7	バズる観光企画の作り方	33回
8	SNSでワールドワイドに販路拡大！最先端のライブコマース実践講座	89回
9	オンライン旅行体験商品の作り方	20回
10	HACCPと国内外への販路開拓について	13回
11	成功の鍵はマーケティングで掴め！宿泊業者のためのSNS活用戦略講座	15回
12	地域商社が教えるデジタルマーケティングと販路拡大	22回

※2024年3月10日時点

第3項 メンター期間のフィードバック実績

講座終了から2か月の間、講師がメンターとして地域事業者へのフィードバックを行った。

フィードバックの方法は、個別カルテを通じて質問回答を行うことを基本とし、必要に応じて、電話等での対応を行った。

	講座名	質問数
1	SNS時代における「自社の魅力を伝えるブランドストーリー」を作ろう	3
2	ネットニュース記者が教える「バズる情報発信の作り方」	6
3	元Facebook/Instagram社コンサルタントが教えるフォロワーを集め共感の連鎖でバズらせるSNS活用	4
4	デジタル変革DXが創る離島振興の未来	2
5	ヤフー担当者が教えるECを通じたデジタルマーケティング	0
6	ビッグデータを活用した離島マーケティングとは	1
7	バズる観光企画の作り方	0
8	SNSでワールドワイドに販路拡大！最先端のライブコマース実践講座	0
9	オンライン旅行体験商品の作り方	1
10	HACCPと国内外への販路開拓について	1
11	成功の鍵はマーケティングで掴め！宿泊業者のためのSNS活用戦略講座	0
12	地域商社が教えるデジタルマーケティングと販路拡大	0

第4項 参加者の感想・意見（要約）

- ・発信は必要なものなので、無料でこれだけの講座を受けられるのはありがたい。
- ・デジタル媒体を活用した情報発信が大事であるという意識改革ができた。
- ・自分の住む離島に講師が来てくれたので、アドバイスを直接教えてもらえたのが良かった。
- ・思っていたものとは、異なった内容だったため、自分には必要ないと思った。
- ・受講者の参加意欲を高めるため、受講証明書の交付や参加者同士の交流促進といったものがあるとよかった。
- ・参加者同士がもっと交流できて、横のつながりが広がり講座後も関係を保てるような方法があればいいと思った。
- ・デジタルに慣れていない人向けの講座と、慣れている人向けの講座が別であればいいと思った。
- ・観光業・特産の他に、職種の分野別にカテゴライズされていたら選択しやすかった。
- ・インバウンドの影響をうけ、SNSや情報発信を多言語に対応したほうがいいのかと考えている。そういう講座があってもいいかと思った。

第3節 総括

第1項 成果

ワークショップについては、12講座全てを開講し、課題への回答等に関して講師による必要なフィードバックを行う等、計画どおりに支援を実施することができた。また、所定回数の講座（基礎講座2講座、選択式講座である「デジマ・バズマ専門講座」及び「実践講座」からそれぞれ2講座ずつの合計6講座）を全て受講した離島事業者は、94者（参画事業者の70.7%）となった。

また、デジタル媒体を活用した広報の重要性を伝えることで、離島事業者の意識改善を促すことができた。

第2項 課題

傾向としては、SNS発信に関する情報やノウハウを得て情報発信力を伸ばしたいという要望が多く、業界の総論的な講座に関しては理解度や共感性が低かった。また、いくら有用で実益のある講座を用意しても、必須の講座数が増えれば増えるほど、日々自らの業務に勤しんでいる参画事業者たちにとっては負担となっていることが伺えた。加えて、参加していた担当者のレベルや役職によって、同じ講座でも理解度や満足度が異なっていた。以上のことから、次年度の取組では、業種や事業者ごとに必要な情報発信経路や担当者のスキル素地に差異がある部分を、どのようなカリキュラムでカバーするかが要検討課題である。

第3項 総括

様々な分野の専門家を招き、12講座中10講座を選択制としたことで、事業者が興味関心に合わせて講座を選択できるように設計したこと、及び講師によるメンター期間を設けて事業者へのフィードバックが十分にできるようにしたため、参加事業者の個別の満足度は高かった。講

第3章 ワークショップの実施

座の受講後、課題や自社事業での実践に取り組んだ事業者からは、ブランディングの方向性が定まったので情報発信がしやすくなった等の声もあり、実際のスキルアップや事業成長に貢献した。

また、石垣島や宮古島等の離島で講座を開催し、実際に参画事業者と講師陣が対面できる機会を設けた。その結果、「デジタル」に忌避感のある事業者も参加しやすくなったほか、受講者の参加意欲が高まった等、ワークショップの効果的な実施に寄与した。

一方で、人員不足や繁忙期との重なりで多忙な小・中規模の事業者にとっては、あまりに多すぎる講座や課題の負担が過大なものとなっていた。また、事業者のデジタル媒体の活用に関する習熟度に応じた講座の実施を要望する意見や自分にとって必要なものではなかったとの意見があったことから、ワークショップを事業者の習熟度やニーズに合わせたものとする必要がある。