

第8章 総括

(ア) 実績

【応募者数・参加者数】

平成29年4月28日～平成30年3月31日の期間中、応募総数5,282組 12,738名のうち、沖縄県民3,391名を24離島29地域へ派遣した。なお、助成対象者は3,316名（本島住民3,127名、離島住民189名）、75名は5歳以下で助成対象外である。

【参加者の消費額】

ツアー料金以外の消費額として14,768,827円となり、一人あたりでは5,376円であった。最も消費額が高かったのが「土産品」などの買い物で、6,076,589円で平均消費額は3,516円、次いで飲食費が4,259,565円で平均消費額は2,271円となった。他では、交通費が1,731,360円で平均消費額は1,273円、オプションプログラムが1,684,032円で平均消費額は1,253円、娯楽・入場料は802,949円で平均消費額は619円となった。（アンケート結果より）

【ツアーの満足度】

モニターツアーへ参加者に対してアンケートを実施。回答結果より、「モニターツアーの満足度」は、「満足」と回答した参加者が60.2%、「やや満足」と回答した参加者が31.5%だった。「満足」「やや満足」の肯定的な意見の合計では、91.7%であった。

【離島への理解度】

モニターツアーを通じて、離島の文化や自然に触れることで、「離島についての理解が深まったか」というアンケート結果では、「そう思う」の回答が63.8%、「ややそう思う」との回答が29.7%であり、参加者の93.5%がツアーが一定の理解が深まったと回答があった。

【リピート参加意向】

今回モニターツアー参加者に対して、「またこのような交流体験ツアーへ参加したいと思うか」という質問に対して「そう思う」との回答が78.5%、「ややそう思う」の回答が16.8%で肯定的な意見として「そう思う」「ややそう思う」の合算では95.3%の参加者が「また参加したい」との回答があった。

(イ) 課題

【離島側との諸連絡、調整】

安全管理に関するチェックシートを作成し、どのような許可・補償がされているか、何が足りないかを把握し、受入先に対してリスクマネジメントをしていく必要がある。離島側に主体性を持っていただきつつ、プランに対して参加者目線で建設的なアドバイスを提供し、よりブラッシュアップした上で、応募開始にもっていきべきだったが、それが上手くできていなかった。

【ツアー造成】

- ・ファシリテーター業務が多くなり、ツアー造成に至るまで時間がかかった。主体性を持たせる意識改革手法の構築が急務。また、自走化に向けての出口戦略のアドバイスが必要と考え、1島1名のプロマネ制度を導入したことにより責任者が明確になり比較的スムーズになった。
- ・今年度は離島側の意向に沿った形で体験プログラムの料金設定をしていたが、次年度は自走化を見据えて、適正価格の設定調整が必要になってくると感じた。

【広報】

- ・応募受付と広報のタイミングがマッチしていない部分があったが、期ごとの計画的広報展開（年間で事業開始より）が必要。
- ・離島住民からの応募が伸び悩んだ。小規模離島へ伝達手段の改善。離島市町村の広報誌などを活用して告知することも検討した方が良い。
- ・実際に事業を推進してみた結果、想定以上に、沖縄県民にとっての7割助成対象条件付き離島モニターツアー参加の興味喚起が容易ではないと感じている。「通常よりも安く離島旅行に行ける」ことが、島あっちツアーの本質ではなく、「離島ならではの体験プログラムと島人との交流」に対して関心を持ち「その価値に対価を払う意思のある層」がメインターゲットになるものの、今後はこの層に対して的確にアプローチすることが重要。しかし、ピンポイントな手段は存在しないため、やはり、まずは多くの沖縄県民に認知していただき、認知のみならず応募に繋がるような表現方法と商品ラインナップを開発し、成果を生んでゆくことが肝要。

【応募受付】

- ・第1期から第14期まで、14回に分けて募集を行なったが、それぞれの募集期間が約1週間と短く、お客様にとって旅行の検討をする期間としては短すぎたため、応募数が少なかったツアーは追加募集として募集期間を延長したり、終盤は募集期間を2週間に設定したりするなどの改善を行なった。

【お客様からの問い合わせ対応】

- ・問い合わせ先が分散されていた為（お客様対応窓口、事業運営事務局）、お客様がどこへ問い合わせたのかわからず、混乱させてしまった。
- ・助成対象外となるお子様料金が事前に公開されておらず、応募前の問い合わせ増や当選後のキャンセル増の要因となったため、応募前に把握できるように、応募画面、パンフレットに各ツアーの子供料金の表示が必要だと考える。
- ・フリープランの詳細記載がなく、お客様が事前予定を立てづらいとお声があり、次年度は、別途料金の追加オプション設定を事前に固め公開することが必要。しっかりフリープランでその地区で周遊してもらうように促す工夫が必要。

【契約書の発送、返送、身分証の受領】

- ・後半にツアー数が膨大に増え、契約書類の発送がかなりの量となったため、契約書が届かないとの問い合わせが増えたり、宛先不明による返送が増えたりした。時期が後半に集中しないように、ツアー造成の前倒しや広報手法の見直しをしたうえで、応募数が一年を通して平準的になるよう工夫していく必要がある。

【支払い、キャンセル対応、しおりの発送】

- ・しおりの発送等は時間がかかり、お客様に迷惑をかけることがあったため、期中から3名→6名体制に増員して作業行い、改善を図った。
- ・催行判断がギリギリとなるツアーの「離島からの参加者」の交通費負担が多くなった。ツアー催行日前日には本島入りしていることも多く、催行日当日でしか催行判断ができない船を利用したツアーでは困ることが多かったため、離島参加者が催行日当日に本島に来てツアーに参加できるように「午後発」のツアー造成が必要だと考える。また、本島に来なくてもそのまま離島→離島に行ける（石垣島→宮古島）仕組みづくりも必要。

【参加者に関する離島側との最終調整】

- ・現地事業者から「受入準備のために参加者の詳細情報が欲しい」との要望があり、アレルギー対応や特別な対応が必要な情報をメッセージリストとして作成し、事前情報として送付していた。再度受入先の参加者個人情報等の処理方を今一度徹底する必要がある。

【参加者アンケート】

- ・アンケート結果の集計が終盤にしかできなかったため、データをもとにした離島側とのPDCAサイクルが上手く回ってなかったため、回収、集計方法の改善（スマホでの入力促進等）リアルタイムで見ることができ、プロマネも即、次回のツアーへのブラッシュアップの提案ができるような仕組みが必要。

(ウ) 成果

本事業における成果として次の点を挙げる。

【参加者】

・参加者のツアーへの満足度及び島への再訪問意向はいずれも高く、また「離島に対する理解も深まった」と考える参加者が全体の9割を超えていることから、本事業の趣旨である沖縄県民の離島に対する意識喚起は一定の成果を挙げているといえる。

【各離島】

・各離島ごとに状況や環境が違うため全離島一概には言えないが、島の現状と課題を地元事業者とともに共有することで、各島の関連事業者の意識を高めることができた。観光協会が置かれていないなど、受入基盤が弱い離島でも組織化の動きなどが生まれている。

【事業運営事業者】

・本年は、旅行会社、観光企画会社、広告会社でプロジェクトチームを組み、それぞれの機能を有機的に活用し運営した。その結果、離島事業者との連携、県民へのコミュニケーション（PR）などを効果的に展開することができ、ツアー参加者の負担額が前年度の2割負担から3割負担に増額する中で、参加人数も昨年を上回ると共に、3000名の目標も達成することができた。

平成29年度 離島観光・交流促進事業

平成30年3月

発行 : 沖縄県 企画部 地域・離島課

受託者 : (株)アドスタッフ博報堂/(株)パム・コークリエーション/ジャンボツアーズ(株)
共同企業体