

「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	314	
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、一部負担を行っている。						
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 (対象地区: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25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	1,516,926	1,477,724	航空路7路線で、観光客等の運賃の低減を行った。 離島住民については、航空路11路線、航路24路線で事業を実施し、割高な船賃及び航空賃の低減を行った。	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	平成25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24年の53,256人から、平成25年の65,172人に増加した。			

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成26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	1,211,995	小規模離島の航空路7路線で、観光客等の運賃を低減する。	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

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計画どおり増加した。

(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)	49,122人 (23年)	53,256人 (24年)	65,172人 (25年)	↗	—
状況説明	本事業における観光客等利用者数は65,172人で、前年より11,916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)

・沖縄離島住民等交通コスト負担軽減事業では、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っている路線があるなど、常に価格等を確認する必要がある。

(外部環境)

・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)

・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、競争状態などを注視せざるを得ない。

4 取組の改善案(Action)

・沖縄離島住民等交通コスト負担軽減事業については、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路線で、地元町村や航空会社と協力して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	314	
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活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	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。 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した。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した。						
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25年度実績				
事業名	予算	決算見込	活動内容	主な財源
—	—	—	SNS及びWEBサイトの所有権及び運営等の譲渡に係る契約内容について、推進協議会と調整し、譲渡を実施した。	—
活動指標名			計画値	実績値
—			—	—
推進状況	平成25年度取組の効果			
順調	県事業としては平成24年度に終了し、平成25年度には、事業で構築したSNS及びWEBサイトの所有権及び運営等を「おこなわプロジェクト推進協議会」に譲渡した。推進協議会では、SNSを活用したメディア広告をはじめ、ポスター、タブロイド紙の配布、離島フェアへの出展を実施した。また、SNS及びWEBサイトの管理者向け研修も行った。			

様式1(主な取組)

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成26年度計画			
事業名	当初予算	活動内容	主な財源
—	—	「おこなわプロジェクト推進協議会」が平成26年度に実施を予定している研修会、物産展等への助言等を行う。	—

(3) これまでの改善案の反映状況

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。
 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。

(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% (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)	—	↗	—
状況説明	平成24年度開設した対象離島市町村のfacebookページについては、沖縄県内の他のfacebook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。				

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)

②平成25年度以降についても、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)

上記①、②について
 ・おこなわプロジェクト推進協議会の取り組みへの助言を行うため、幹事会、本会議に参加する。平成26年度は物産展を実施する予定のため、物産展会場選定、物産展PR方法等について助言等を行う。

「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)	○販売拡大・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	319	
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、実施できる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				→	→	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25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	49,000	48,839	外部専門家を配置し、個別指導を行ったほか、専門実践知識の修得や戦略構築の支援、さらには各地への出展等、実践修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16事業者に対し、実績値15事業者に実施した。また、南大東島において、地域版販売戦略の構築に向けた取組を行った。	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	15事業者
推進状況	平成25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15事業者(宮古島3事業者、石垣島6事業者その他離島6事業者)と1事業者足らなかったものの、その内訳は目標に概ね近い実績となり、新規販路の開拓が図られ、離島地域に本事業による支援の効果が波及した。			

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成26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	42,247	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、実施できる人材の育成を支援する。	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

平成25年度の本事業において、南大東島をテストケースとして特産品のテスト販売や、自治体、商工会、民間事業者による地域ワークショップを実施し、「地域版販売戦略」の策定に向けた取り組みを行った。この取組状況を報告会(中間・最終)で報告し、他の離島地域への共有を図った。
また、多くの離島地域の企業等に、本事業によって外部専門家の指導等を受ける機会を増やすために、ダイレクトメールや、自治体、商工会及び観光協会への情報提供を行った。

(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	沖縄の状況
離島の製造品出荷額	387億円 (21年)	369億円 (22年)	459億円	△18億円	3,992億円 (21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、事業実施期間内において、新規取引、取引見込み及び調整中を含む65件の新規取引先等を新たに開拓した。この中には、大手コンビニチェーンへの取り引き成立や事業者の連携による次年度のフェア開催などもあり、H28目標値の達成に向けて少なからず寄与している。				

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)

①一般に経営基盤が脆弱な離島地域の企業等においては、県内外の消費者に選ばれる特産品づくりや販売拡大に関して指導等を受ける場や環境が十分ではない。

②各離島は魅力的な素材や商品を有しているものの、商品の強みや弱み、ニーズに応じたターゲットの設定等、消費者視点に立ったマーケティングについてのノウハウが不足しており、広くブランド化されていない。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

③平成25年度の本事業から、1社ごとのマーケティング活動は当然重要であるが、島内企業等の連携した活動等についても、消費者にそれぞれの島を想起させ、その結果、商品のブランド価値を相対的に高めることが認識された。

4 取組の改善案(Action)

上記①、②について

・各離島において離島特産品等マーケティング支援事業への参加・エントリーを圏域ごとの地域説明会等の実施により促進し、外部専門家からの指導等を受ける機会を増やすことにより、ひきつづき「島外にモノを売る」人材の育成に取り組む。

上記③について

・離島特産品等のブランド力の向上のため、「地域版販売戦略」の構築に向けた地域連携の活動を試行的に実施する。併せて、離島地域の「地域版販売戦略」モデルの構築に向けて関係者(行政や商工団体など)との連携強化を図る。

「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	319	
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25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	23,289	22,788	沖縄セルラーパーク那覇において、平成25年11月15日から11月17日の日程で離島フェア2013を開催した。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。離島フェア開催実行委員会(18離島市町村、県、離島振興協議会)において、効率的・効果的なフェア実施に努めた結果、特産品の売り上げが3,160千円(5.8%)の増額となっている。 (総事業費29,989千円、県負担金22,400千円)	県単等
活動指標名			計画値	実績値
離島フェア来場者数			15万人	14万人
推進状況	平成25年度取組の効果			
順調	平成25年度の離島フェアの入場者数は13万9,922人で、前年度の14万8,685人と比較すると、8,763人(5.9%)の減少となっているものの、出展業者数は120業者と前年度の104業者から16業者増加し、特産品の売上実績も57,510千円と、前年度の54,350千円と比較すると、3,160千円(5.8%)の増額となっている。			

様式1(主な取組)

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成26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	22,617	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る。 (総事業費32,221千円、県負担金21,976千円※県負担金は昨年比△424千円)	県単等

(3) これまでの改善案の反映状況

離島フェア開催実行委員会(18離島市町村、県、離島振興協議会)において、効率的・効果的なフェア実施に努めた結果、特産品の売り上げが3,160千円(5.8%)の増額となっている。

(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)	14万人 (25年)	15万人 (28年)	1万人	—
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25年度の離島フェアの入場者数は13万9,922人で、基準年度の13万人と比較すると、9,922人(7.6%)の増加となっている。 事前告知についてはTV、ラジオ、新聞など従前の告知広告に加えてFacebookやラインを活用した離島フェアファンへの情報拡散も積極的に行っており、H28目標値については、達成見込みである。				

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)

①平成22年度から会場をセルラーパーク那覇に変更したことにより、会場、駐車場のキャパシティが大きくなり、モノルールが利用可能となるなど、公共交通機関の利便性が高く、観光客の誘客を図る上でも有効となっている。
②平成25年度は、出展業者数は前年度の104業者から120業者へと増加したものの、来場者数は13万9,922人で、前年度の14万8,685人と比較すると、8,763人(5.9%)減少している

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

③来場者数を増加させるため、誘客の仕方やイベント内容を工夫する必要がある。

4 取組の改善案(Action)

上記①、②、③について
・離島フェア開催実行委員会(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総括を踏まえ開催方法の見直しを検討し、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	322
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の貢献し、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	市町村を中心として地域が自主・自立した地域づくりを行うことで、地域特性に応じた持続可能な社会構築を促進するため、市町村職員をはじめとした地域づくりの中核的役割を担う人材に対し、各種地域づくり関連施策等を活用して成果を上げている取組事例等の収集・発信、施策等の具体的内容解説や活用を促す説明会等を開催する。						
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 団体等
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25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	27,135	13,015	外部人材の登用を支援する「地域おこし協力隊」2名を採用し、制度利活用のノウハウやその成果について市町村に情報提供を行った。	県単等
活動指標名			計画値	実績値
研修会等参加延べ人数			—	212人
推進状況	平成25年度取組の効果			
順調	新たに国頭村及び渡名喜村が「地域おこし協力隊」制度を活用した。ICTを活用し、「ゆいゆいSNS」を立ち上げたことにより、県内各地で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相互に情報・意見交換できる環境の整備が図られた。			

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成26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	28,848	「地域おこし協力隊」等の制度周知を図るとともに、研修会・交流会を開催し、地域づくりを担う人材の育成につなげていく。	県単等

様式1(主な取組)

(3) これまでの改善案の反映状況

県が外部人材の登用を支援する「地域おこし協力隊」制度を活用し、制度利活用のノウハウを市町村に提供を行った。また、ICTを活用し、県内各地で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相互に情報・意見交換ができる「ゆいゆいSNS」を立ち上げるとともに、研修・交流会を2回開催し、ネットワークの構築を図った。

(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	沖縄県の現状
離島における新規就農者数(累計)	78人 (22年)	—	390人 (28年)	—	—
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	1市町村 (23年)	2市町村 (24年)	4市町村 (25年)	↗	—
状況説明	県が外部人材を登用し地域の課題解決に当たる「地域おこし協力隊」を制度を活用したことにより、制度利活用のノウハウを市町村に提供し、市町村における外部人材の登用が推進された。 平成26年度以降も引き続き、制度の周知を図り、目標達成に向け、取り組んでいく。				

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ワークショップ等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。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

- ⑥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。
- ⑦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。
- ⑧ICTを活用した交流の仕組みを構築し、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。
- ⑨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各主体間の連携・協働による地域づくりの取り組みにつなげる必要がある。

4 取組の改善案(Action)

上記②、③、⑥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ていく。

上記①、④、⑦、⑧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。

上記⑤、⑨について

・多様な中核的地域づくり人材間の密度の高い交流・連携・協働が促進されるよう取り組み、身近な地域課題のみならず、県全体に関わる課題解決に向け、より効果的な活動へ発展・継続させていく。

「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	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25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	178,190	離島の受入体制が平成24年度の14市町村16離島から平成25年度の16市町村18離島へと増大したことを考慮し、派遣児童生徒数を平成24年度1,904人から平成25年度3,078人へと拡大した上で、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。	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	3,078人
推進状況	平成25年度取組の効果			
順調	<p>平成25年度は沖縄本島内の44校102クラス3,078人(41小学校92クラス2,702人、3中学校10クラス376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、島人との交流を通して、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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p>			

様式1(主な取組)

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成26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	179,314	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ことを目的に、沖縄本島の児童生徒を離島に派遣する。	一括交付金(ソフト)

(3) これまでの改善案の反映状況

離島の受入体制が平成24年度の14市町村16離島から平成25年度の16市町村18離島へと増大したことを考慮し、派遣児童生徒数を平成24年度1,904人から平成25年度3,078人へと拡大した。そのことにより、平成24年度と比較して1,174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)	4,982人(24-25年)	約1万人(28年)	4,424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25年度は、沖縄本島内の44校102クラス3,078人(41小学校92クラス2,702人、3中学校10クラス376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、離島小学校の児童生徒との交流を行った。
 平成26年度は、沖縄本島内の51校117クラス3,506人(48小学校108クラス3,302人、3中学校9クラス204人)の児童生徒を18離島に派遣する予定。
 なお、平成28年度目標値については、達成見込みである。

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)

内部要因として、①受け入れ体制について、地元の理解を得る必要があることや、②離島毎の受け入れ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、③当事業の学校関係者へ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26年度の67校(4,743人)と大幅に増えている。
 課題として、④平成26年度に応募校(児童生徒数)は67校(4,743人)であったのに対し、派遣決定校(児童生徒数)は51校(3,506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)

⑤応募校が大幅に増加していることから、事業規模の拡大、受入体制の拡大及び派遣数の枠について検討が必要である。

4 取組の改善案(Action)

上記⑤について、平成25年度も事業規模及び受入体制の拡大を行ったが、全ての応募校を派遣できていない現状と応募校が増加傾向にあることを考慮し、引き続き事業規模及び段階的な受入体制の拡大を図る。