

「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	335	
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、一部負担を行う。						
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 (対象地域: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27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	1,874,482 の一部	362,962	観光客等の航空賃を低減するため、小規模離島の航空路7路線及び実証実験として那覇-久米島路線で、事業者に対し、負担金を交付した。	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% (久米島 85%)	航空路 70% (久米島 85%)
推進状況	推進状況の判定根拠及び平成27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、観光客等の利用者数が前年度から、4,291人増の74,837人となった。 また、実証実験として実施した那覇-久米島路線では、低減化した運賃で、36,110人が利用した。			

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成28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	1,905,565 の一部	観光客等の航空賃を低減するため、小規模離島の航空路7路線及び実証実験として那覇-久米島路線で、事業者に対し、負担金を交付する。	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27年度の取組改善案	反映状況
①小規模離島の航空路7路線及び久米島路線においては、地元町村や航空会社と協力し、観光客の増大に向け取り組む。	①航空会社と連携し、本事業の周知等により、利用者の増加に取り組んだ。

(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
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 5.3% 宮古圏域 6.4% 八重山圏域 16.3% (26年度)	本島周辺 7% 宮古圏域 7% 八重山圏域 18% (28年度)	本島周辺 0.0ポイント 宮古圏域 0.4ポイント 八重山圏域 1.9ポイント (26年度)	—
参考データ	沖縄県の現状・推移			傾向	沖縄県の現状
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)	65,172人 (25年度)	70,546人 (26年度)	74,837人 (27年度)	↗	—
状況説明	平成26年度の国内客の離島訪問率は、本島周辺5.3%、宮古圏域6.4%、八重山圏域16.3%となっている。 沖縄離島住民等交通コスト負担軽減事業における航空路の観光客等を含む交流人口の利用者は、H27年度において74,837人(久米島の実証実験を除く)で、前年より4,291人増加しており、引き続き、離島誘客の取組を強化し目標値達成を目指す。				

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境の変化)

<p>○内部要因</p> <ul style="list-style-type: none"> 航空路については、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る路線があるなど、常に価格等を確認する必要がある。 <p>○外部環境の変化</p> <ul style="list-style-type: none"> 航空路については、小規模離島において、例外的に離島住民以外の交流人口も対象としており、平成27年度から小規模離島ではないが久米島においても、地域の活性化を図る実証実験として、新たに交流人口を対象に含めることとしたが、割引率の拡充を求める声がある。 航路については、現在、離島住民のみを対象者としているが、交流人口も対象者として拡充を求める声がある。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

<ul style="list-style-type: none"> 割引率や対象者の拡充については、本事業が安定的かつ継続的に実施できるようなスキームが重要である。
--

4 取組の改善案(Action)

<ul style="list-style-type: none"> 割引率や対象者の拡充については、引き続き、検証する。
--

「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	335	
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	<p>離島地域における島全体のブランド化の推進、各島の知名度アップと価値の向上及び離島地域の活性化を図るため、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。</p> <p>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村で設立した「おこなわプロジェクト推進協議会」において、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する。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する。</p> <p>県は、おこなわプロジェクト推進協議会が開催する総会及び幹事会に参加し、情報発信事業や研修事業等に対し、助言等を行う。</p>						
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	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27年度実績				
事業名	予算	決算見込	活動内容	主な財源
—	—	—	<p>「おこなわプロジェクト推進協議会」において、5村共同情報発信ウェブサイト及びフェイスブックページを活用した各村の住民を中心とした情報発信、観光シーズンや各村のイベント等にあわせたメディア広告、モニターツアーを実施した。</p> <p>また、同協議会において、離島フェア2015で島の食材を使用した「おこなわかレー」の販売、モンベルフレンドフェア横浜、札幌わしたフェア、仙台わしたフェア、新潟伊勢丹で多良間島のやぎ汁、南大東島のコルコル、北大東島のじゃが麺を出展した。さらに、おこなわプロジェクト推進協議会関係者や地域協力隊等を対象としたフェイスブックの管理者研修を行った。</p> <p>県は、おこなわプロジェクト推進協議会が開催する総会及び幹事会に参加し、物産のPR方法等について助言を行った。</p>	—

様式1(主な取組)

活動指標名	計画値	実績値
モニターツアー応募者数	—	881件
推進状況	推進状況の判定根拠及び平成27年度取組の効果	
順調	<p>フェイスブック管理者研修の実施により、有効的な魅せ方のスキルを取得しつつあることで、おこなわウェブサイトの全体ページビュー数は133,644、フェイスブックページのいいね！数は34,719と、5村の知名度向上につながった。</p> <p>フェイスブックページについては、沖縄県内の他のフェイスブック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、5村に関する県外での知名度向上につながっている。</p> <p>モニターツアーについては、1村1名(計5名)の募集に対し、881件の応募があった。</p> <p>県は、おこなわプロジェクト推進協議会が開催する総会及び幹事会に参加し、物産展会場の選定や物産展PR方法等について助言を行った。</p>	

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成28年度計画			
事業名	当初予算	活動内容	主な財源
—	—	<p>県は総会及び幹事会に参加し、おこなわプロジェクト推進協議会が実施を予定している「おこなわかレー」の販売をはじめ、離島フェア2016などへのイベント出展、ダイビングツアー造成・実売、フェイスブックページ管理者向け研修会など、情報発信事業、研修事業への助言等を行う。</p>	—
平成27年度の取組改善案		反映状況	
<p>①各村がウェブサイト及びフェイスブックページを管理できる体制を整えるため、引き続き、フェイスブック管理者研修等を実施する。</p> <p>②県は、おこなわプロジェクト推進協議会が開催する幹事会、本会議に参加し、おこなわプロジェクト推進協議会の情報発信事業、研修事業等の取組への助言を行う。</p>		<p>①各村がウェブサイト及びフェイスブックページを管理できる体制を整えるため、フェイスブック管理者研修等を実施した。</p> <p>②県は、おこなわプロジェクト推進協議会が開催する幹事会、本会議に参加し、おこなわプロジェクト推進協議会の情報発信事業、研修事業等の取組への助言を行った。</p>	

様式1(主な取組)

(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
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 5.9% 宮古圏域 7.3% 八重山圏 域 15.7% (27年度)	本島周辺 7% 宮古圏域 7% 八重山圏 域 18% (28年度)	本島周辺 0.6ポイント 宮古圏域 1.3ポイント 八重山圏 域 1.3ポイント (27年度)	—
参考データ	沖縄県の現状			傾向	沖縄県の現状
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年度)	102,319いい ね (25-27年度)	34,719いい ね (27年度)	↗	—
状況説明	国内客の離島訪問率は、現状値が基準値より本島周辺0.6ポイント、宮古圏域1.3ポイント、八重山圏域1.3ポイントと、それぞれ上昇し、入域観光客数の増加に寄与している。フェイスブックいいね！の数も順調に推移しており、今後も目標値を目指し取り組む。				

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)

<p>○内部要因</p> <ul style="list-style-type: none"> 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。 <p>○外部環境の変化</p> <ul style="list-style-type: none"> 石垣、宮古への観光客数は増えているが、まだ5村の知名度が低い。
--

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

<ul style="list-style-type: none"> 平成25年度以降についても、おこなわプロジェクト推進協議会が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おり、今後も連携し情報の充実化等を図る。

4 取組の改善案(Action)

<ul style="list-style-type: none"> 県は、引き続きおこなわプロジェクト推進協議会に対し、フェイスブック研修等を実施し、情報の充実化を図る。 県は、おこなわプロジェクト推進協議会が開催する幹事会、本会議に参加し、おこなわプロジェクト推進協議会の情報発信事業、研修事業等の取組への助言を行う。

「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)	○販路拡大・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	340	
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事は困難であり、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きわ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展示会等への出展等の実践を通して、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27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	42,931	41,506	離島地域で連携した販売戦略の構築支援のほか、外部専門家による個別指導、セミナー開催や商品改良、各地への出店等による直販手法の取得の支援を3団体(「伊良部島」、「石垣島」、「南大東島・北大東島・多良間島」)に実施した。	一括交付金(ソフト)
活動指標名			計画値	実績値
支援件数			3団体	3団体
進捗状況	推進状況の判定根拠及び平成27年度取組の効果			
順調	個別事業者毎に支援していたが、沖縄離島によっては認知度が低いことから、消費者やバイヤーに商品を効果的にPRすることができなかつたため、平成27年度から、3離島事業者以上で構成される団体(地域連携企業体)に対し支援することで、地域が連携して「島」のPRし、併せて商品を売ることで効果的に販路を開拓する。 目標とする地域連携企業体3団体に対し、実績値は3団体と順調に支援した。 展示会等の出店等の支援活動による対象商品の販売実績は3団体合計で8,405千円になり、新規取引先等が45件(成約企業数41件、成約見込み企業数4件)となっている。			

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成28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	62,913	離島地域で連携した販売戦略の構築支援のほか、外部専門家による個別指導、セミナー開催や商品改良、各地への出店等による直販手法の取得の支援する。	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27年度の取組改善案	反映状況
<p>①「商品等規模の限界」を克服するため、複数業者が地域連携することにより、バイヤーが確保したい商品や原材料等の必要量のニーズに対し、地域で連携して補完していく体制を構築する。</p> <p>②マーケティング経験値の少ない離島事業者が、お互いの持つノウハウ・スキル等を共有することにより、マーケティング力を向上させる。</p> <p>③パッケージやロゴ等を統一し、商品のコラボレーションを図り、島全体のブランド力を向上させる。</p> <p>④「沖縄離島」イメージを効果的に活用するため、地域が連携し販売開拓や合同出展等を実施する。</p>	<p>①②③事業者以上で構成する地域連携企業体に支援する方法に変更し、地域で連携し活動することで、互いの得意分野を生かしノウハウ・スキル等を共有することができ、販路を拡大する体制を構築した。</p> <p>③地域連携企業体のロゴを作成し、パッケージや販促物のイメージを統一することにより、商品の魅力が向上し、またギフト商品を展開するなど、新たな販路を開拓した。</p> <p>④島のブランドコンセプトを構築し、物産展に出展する際、統一感ある売り場を作ることにより、島全体の魅力と共に商品を販売する手法を取得した。</p>

(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
離島の製造品出荷額 (石油・石炭除く)	387億円 (21年)	370億円 (26年)	459億円	△23億円	4,147億円 (26年)
参考データ	沖縄県の現状・推移			傾向	沖縄県の現状
—	—	—	—	—	—
状況説明	離島特産品等マーケティング支援事業では、事業実施期間において、新規取引先等45件開拓した。また、平成23年度から平成26年度に支援した44事業者のうち、支援対象商品の売上げが増加した事業者が30社、取引先件数が増加した事業者が23社となっていることから、本事業が平成28年目標値の達成に寄与できるものと考えている。				

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境の変化)

<p>○内部要因</p> <ul style="list-style-type: none"> ・販路開拓や販売拡大に関するマーケティング手法に長けた人材や、これを実施するほどの資金的に余裕のある事業者が少ない。 <p>○外部環境の変化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・消費者の声の情報が制限される離島地域では、「作れば売れる」といった発想に陥りやすい。 ・沖縄ブランドと差別化して「島」の商品として商談しても、大きな離島以外は、当該離島が知られていないため、商品と併せて「島」のPRも必要である。
--

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

<ul style="list-style-type: none"> ・これまで事業者を個別に支援した手法を活用しつつ、個別では事業者が対応できなかったことを地域の事業者が連携して取り組む必要がある。 ・離島地域の事業者が連携し、商品とともに「島」のPRも必要なため、関係機関(市町村や商工会・観光協会等)との情報共有や連携のあり方について、意見交換する必要がある。

4 取組の改善案(Action)

<ul style="list-style-type: none"> ・マーケティング力を向上するために、マーケティング経験値の少ない離島事業者が連携し、物産展での食べ方提案やマスコミ対応、商談方法など互いの持つノウハウ・スキル等を共有することで、出展や商談の活動を効果的に実施する。 ・各圏域で実施する補助事業者の募集説明会や成果報告会に関係機関の参加を促し、情報共有や意見交換を行い連携を図る。

「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支援			
主な取組	離島フェア開催支援事業	実施計画 記載頁	340	
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事は困難であり、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きわめて厳しい現状にある。			

1 取組の概要(Plan)

取組内容	離島の産業振興と併せて、離島地域と都市地域間及び離島相互間の交流を促進するとともに、新たな地域資源を発掘し、住民自らの創意工夫による地域づくりを支援するため、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27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	22,129	22,062	離島の魅力を発信する離島フェアの開催経費を支援した。(総事業費32,221千円、県負担金21,976千円)	県単等
活動指標名			計画値	実績値
来場者数			15万人	15万人
推進状況	推進状況の判定根拠及び平成27年度取組の効果			
順調	離島フェアを開催し、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。 平成27年度の離島フェアの来場者数は14万9,911人で、前年度12万6,816人と比較すると、2万3,095人(約18.2%)増加した。また、出展団体数が前年度とほぼ同数の128団体(H26は129団体)にも関わらず、特産品の売上額は7,345万円となり、前年度の7,007万円と比較すると、338万円(4.8%)増加した。			

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成28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	21,129	離島の魅力を発信する離島フェアの開催経費を支援する。		県単等

様式1(主な取組)

(3) これまでの改善案の反映状況

平成27年度の取組改善案	反映状況
<p>①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課題や効果を踏まえ、準備を早期から着手することにより、周知期間を確保し、集客に努める。</p> <p>②出展を希望する全事業者が出展できるよう会場配置を工夫し、今後、出展希望者数が増加する場合は、会場の変更等も視野に入れ、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。</p>	<p>①離島に大規模台風が襲来し作業が遅れたため、周知期間の確保の点で一部影響がでてしまったが、作業スケジュールについては、1ヶ月ほど前倒し、準備に着手した。</p> <p>②屋外の離島食堂については、エリア面積の制約上から全出店希望者の出店までには至らなかったが、展示即売会場については、ブース配置を工夫し、客足をスムーズにし、滞留による販売機会のロスを減少させた。</p>

(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
離島フェア来場者数	13万人 (23年度)	15万人 (27年度)	15万人	2万人	—
参考データ	沖縄県の現状・推移			傾向	沖縄県の現状
—	—	—	—	—	—
状 明 況 説	平成27年度の離島フェアの来場者数は、14万9,911人となっており、基準値より約2万人改善し、目標値を達成している。来場者数15万人を平成33年度まで引き続き維持することにより、製品開発や販路拡大等の支援に向けて取り組んでいく。				

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境の変化)

<p>○内部要因</p> <ul style="list-style-type: none"> ・屋外ブース(離島食堂)は、出店希望者が多かったにもかかわらず、エリア面積の制約により、店ができなかった事業者があった。 <p>○外部環境の変化</p>

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

<ul style="list-style-type: none"> ・出店希望数や入場者数等を勘案し、適正な配置を検討する必要がある。 ・台風襲来などの影響も考慮した作業スケジュールを設定する必要がある。

4 取組の改善案(Action)

<ul style="list-style-type: none"> ・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課題を踏まえ、出展を希望する全事業者が出展できるよう会場全体の配置を工夫し、離島フェアをより効果的に開催できるように取り組む。 ・周知期間の確保について、台風の襲来等による影響が生じた場合にも対応できるような作業スケジュールを設定し、準備を早期から着手することにより、集客に努める。

「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)	-			
主な取組	地域づくり推進事業	実施計画 記載頁	343	
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に貢献し、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	①地域特性に応じた持続可能な社会構築を促進するため、他の参考となる地域づくり事例の収集及び地域づくり人材の発掘を行うとともに、沖縄県内の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情報・意見交換できるようICT(情報通信技術)を活用した情報発信を行う。 ②ICTの効果を高めるため、地域づくり人材がリアルに交流できる研修会・交流会を開催する。 ③地域の活性化を図るため、外部人材の登用を支援する「地域おこし協力隊」制度の市町村への導入を支援するとともに、受入市町村及び協力隊員のスキルアップのための研修会等を行うほか、地域づくり団体の相互交流促進や人材育成事業を行う団体を支援する。						
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					→	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27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	23,536	18,402	「地域おこし協力隊」を配置し、地域づくり人材・活動の掘り起こしを行うとともに、地域づくり団体を紹介するパネル展を3回開催し、各地で地域づくりに取り組んでいる団体の活動内容や成果等の周知を行った。 地域SNS(ゆいゆいSNS)を活用し、地域づくり人材の交流促進するため、研修会・交流会を4回開催し、関係性の強化を図った。 また、「地域おこし協力隊」制度の周知や協力隊等の研修会を3回開催し、隊員活動の支援を行った。	県単等
活動指標名			計画値	実績値
研修会等参加延べ人数			-	317人
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(収集件数) <離島>			-	19件

様式1(主な取組)

推進状況	推進状況の判定根拠及び平成27年度取組の効果
順調	<p>地域おこし協力隊による取材活動の結果、86件の地域づくり人材・団体等の情報収集が行われ、地域づくり活動に取り組む団体を紹介するパネル展を3回開催し、広く周知を図った。</p> <p>また、地域づくり人材間の関係性強化及びスキルアップのため、研修・交流会を開催し、ゆいゆいSNSを活用したネットワークづくりに取り組んだほか、地域おこし協力隊受入市町村や隊員向けの研修・交流会などを行った。</p> <p>離島地域でも「地域おこし協力隊」の導入が進み、新たに粟国村と伊是名村で制度の活用が行われた。</p>

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成28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	20,832	<p>「地域おこし協力隊」等の制度の周知を図るとともに、「地域おこし協力隊」等を対象とした研修会を実施し、隊員活動の支援を行っていく。</p> <p>また、ゆいゆいSNSを活用した地域づくり人材間のネットワーク構築を図るとともに、研修会・交流会を開催し、あわせて、九州・山口各県の取り組みである「地域活性化人材リスト」に県内の地域づくり人材を登録し、人材育成の支援を行う。</p>	県単等

(3) これまでの改善案の反映状況

平成27年度の取組改善案	反映状況
<p>①「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、「地域おこし協力隊」導入後は、行政職員及び隊員を対象とした研修会の実施を行っていく。</p> <p>②ICT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。また、地域づくり活動を広く周知するため、県内の地域づくり人材・団体の情報を県のHPにも掲載し、情報発信を行う。</p> <p>③これまでは県が研修会の企画・運営を行ってきたが、地域づくり人材にも企画・運営に参加してもらうなど、より実践的な研修会の開催を行っていく。</p>	<p>①「地域おこし協力隊」の制度周知や採用に関する情報提供を行い人材登用の支援を行うとともに、協力隊のネットワーク構築と活動期間中の目標設定や隊員のスキルアップを目的とした研修会を3回開催した。</p> <p>②ICT(ゆいゆいSNS)を活用して地域づくり人材間の関係性強化や交流促進を行った。また、地域づくり活動を広く周知するため、地域づくり人材・団体の活動内容等を紹介するパネル展を開催し、周知を図った。</p> <p>③地域づくり団体が活動する地域で現地研修会を開催し、研修場所の地域づくり団体に研修会の企画・運営に参画してもらうことで、実践的な研修会が行うことができた。</p>

(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
—	—	—	—	—	—
参考データ	沖縄県の現状・推移			傾向	沖縄県の現状
地域おこし協力隊員制度を活用する自治体の数 <離島>	1村 (25年)	2町村 (26年)	4町村 (27年)	↗	7市町村 (27年)
全県的交流会(意見交換会・円卓会議等)への地域づくりキーマン等の参加延べ人数	39人 (25年)	176人 (26年)	163人 (27年)	→	—

様式1(主な取組)

状況説明	<p>地域づくりキーマン等を対象とした研修会の開催回数が減ったこともあり、参加人数が低調となってしまったが、研修会の内容については、地域づくり活動を行う方々の共通のテーマや現地視察を含めた研修会を行うなど、内容に工夫を行った。</p> <p>また、地域おこし協力隊制度の周知を通して導入予定市町村の支援を行い、隊員の導入後についても隊員及び受入自治体職員を対象とした研修会を開催し、支援を行った。</p>
------	--

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境の変化)

<p>○内部要因</p> <ul style="list-style-type: none">・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、地域づくり人材同士が直接交流することが容易ではない。・研修会・交流会を実施し、関係性強化に取り組んでいるが、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していない。・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及各主体間の連携・協働による地域づくりの取組につなげる必要がある。 <p>○外部環境の変化</p> <ul style="list-style-type: none">・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。・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る。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

<ul style="list-style-type: none">・離島・過疎市町村では人口・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。・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することで、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。・運用を開始したゆいゆいSNSによる交流を促進し、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、交流会の内容についても工夫を行い、関係性強化を図る必要がある。・ワークショップなど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。

4 取組の改善案(Action)

<ul style="list-style-type: none">・引き続き、「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するとともに、「地域おこし協力隊」の導入後は、隊員及び行政職員を対象とした研修会の実施を行っていく。・ゆいゆいSNSを効果的に活用し、地域づくり人材間の人的関係性(信頼性)の強化を図る。あわせて、地域づくり活動を広く周知するとともに、県内の地域づくり人材の中核的役割を担うメンバーの人材育成の支援を行い、県内の地域づくり活動が促進するよう取り組んでいく。・県内各地で活動している地域づくり人材が研修会に参加できるよう、開催場所等にも工夫し、より実践的な研修会の開催を行っていく。

「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	344	
対応する 主な課題	<p>○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。</p> <p>○これまで離島地域における体験プログラムの作成や、体験・滞在施設の整備等に取り組んできたが、依然として利用率が低い状況にある。今後はこれらの資源や民泊の取組等を有効に活用し、交流人口を増大させ、離島地域の活性化を図っていく必要がある。</p>			

1 取組の概要(Plan)

取組内容	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ため、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27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	193,824	193,824	沖縄本島の児童(小学5年生)3,447人を、6月～12月の期間で離島へ派遣し、地域の人々や児童との交流のもと、体験学習や民泊等を実施した。	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	3,447人
推進状況	推進状況の判定根拠及び平成27年度取組の効果			
順調	<p>平成27年度は沖縄本島内の47小学校3,447人の児童を宮古島、石垣島等18離島に派遣した。児童が離島の重要性に対する認識を深めるほか、自然を間近に感じる体験や離島特有の密接な人間関係とのふれあいを通じて、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>このほか、簡易宿所の許可取得や島の個性を生かした体験プログラムの開発・改善が進められ、修学旅行の受入など、自主的な取組が活発化している離島もある。</p>			

様式1(主な取組)

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成28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	251,987	<p>本事業は平成28年度から本島の児童を離島へ派遣する本島版と、離島の児童を本島及び別の離島へ派遣する離島版の二つの事業スキームを実施する予定である。</p> <p>本島版においては、将来を担う児童が、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、本島の児童を離島へ派遣し体験学習や民泊などを行う。</p> <p>離島版においては、離島の児童が、生まれ育った地域に誇りを持ち、地域の中心となるリーダーを育てることを目的に、離島の児童を本島や別の離島へ派遣し、離島出身成功者の講演、夢や目標を描くワークショップ、体験学習や民泊、自分の島に戻ってからの島おこし会議を行う。</p>	一括交付金(ソフト)

(3) これまでの改善案の反映状況

平成27年度の取組改善案	反映状況
<p>①受入体制が整っていない離島に対し、適宜、事業目的や効果の説明を行う。また、地元の核になるコーディネーターを育成するためコーディネートの資質のあるリーダーを選定し、異なる取り組みをしている離島を視察してもらうことによって、島の良さや特徴に気づいてもらい、島特有の体験プログラム作りを行っていく。</p> <p>②簡易宿所の許可取得による民泊の推進、体験プログラムの更新やガイドの養成などに取り組み、体験交流の質の向上を図る。</p>	<p>①受入体制が整っていない離島に対し、適宜、事業目的や効果の説明を行い、理解を求めた。また、伊江村、伊平屋村、久米島町からコーディネートの資質のあるリーダーを選定し、地域づくりに積極的に取り組んでいる池間島へ派遣することで、自分の島の良さや特徴に気づいてもらい、島特有の体験プログラム作りに活かしてもらった。</p> <p>②民泊の推進を図るため、伊江島、久米島、南大東島、津堅島、多良間島、石垣島に保健所職員を迎えて簡易宿所の許可取得に係る講習会を開催した。また、各離島において、体験プログラムの更新やガイドの養成を図るため、打ち合わせ等を行った。</p>

(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
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年度)	12,444人(23-27年度)	約1万人	11,886人	—
参考データ	沖縄県の現状・推移			傾向	沖縄県の現状
—	—	—	—	—	—
状況説明	平成23年度以降、沖縄本島内の延べ174校12,444人の児童生徒を19離島に派遣し、平成28年度目標値である1万人を達成している。引き続き、10年後の目標値である2万人達成に向け、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、外部環境の変化)

○内部要因

児童の受入には地元の理解を得る必要があることや、離島毎の受入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。

○外部環境の変化

当事業の認知度が向上したことにより、応募校(応募数)が平成23年度の8校(558人)から平成28年度の85校(6,163人)と大幅に増えているが、平成28年度の派遣予定校(派遣数)は47校(3,856人)と、全ての応募者を受け入れる事ができない状況となっている。

民泊事業者も不足しているため、簡易宿所の許可取得を促す必要がある。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

○受入体制が整っていない離島に対し、引き続き、事業目的や効果を説明し、地元の核になるコーディネーターを育成する必要がある。

○受入先が応募校(応募数)の大幅な増加に対応するには限界があるが、今後は体験プログラムの充実等を図る必要がある。

4 取組の改善案(Action)

・受入体制が整っていない離島に対し、引き続き、事業目的や効果の説明を行う。また、地元の核になるコーディネーターを育成するためコーディネートの資質のあるリーダーを選定し、異なる取り組みをしている離島を視察してもらうことによって、島の良さや特徴に気づいてもらい、島特有の体験プログラム作りを行っていく。

・体験交流の質の向上を図るため、引き続き、簡易宿所の許可取得による民泊の推進、体験プログラムの更新やガイドの養成などに取り組む。

「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	離島観光・交流促進事業	実施計画 記載頁	345	
対応する 主な課題	<p>○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。</p> <p>○これまで離島地域における体験プログラムの作成や、体験・滞在施設の整備等に取り組んできたが、依然として利用率が低い状況にある。今後はこれらの資源や民泊の取組等を有効に活用し、交流人口を増大させ、離島地域の活性化を図っていく必要がある。</p>			

1 取組の概要(Plan)

取組内容	<p>本島住民が島の歴史、文化、自然と触れ合い、交流を重ねることで島への理解を深め、島の活性化を図ることを目的に実施する。</p> <p>具体的には、本島住民をモニターとして離島へ派遣することで、島々の良さを発見し、島の魅力を更に輝やかせ、県民全体で離島を支えていく社会を目指す。</p> <p>また、モニターの意見等を島へフィードバックすることで、体験プログラムの開発・改善、受入体制の強化など、離島ならではの観光産業の振興に繋げていく。</p>						
年度別計画	24	25	26	27	28	29～	実施主体
				各離島及び本島の意向等の調査	3,000人 本島住民の離島への派遣	→	県
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27年度実績				
事業名	予算	決算見込	活動内容	主な財源
離島観光・交流促進事業	13,525	13,024	全離島市町村を対象としたモニターツアーを平成28年度から実施するにあたり、離島の実態や本島住民及び離島側の意向等について調査を行った。	内閣府 計上
活動指標名			計画値	実績値
各離島及び本島の意向等の調査			—	各離島及び本島の意向等の調査実施

様式1(主な取組)

推進状況	推進状況の判定根拠及び平成27年度取組の効果
順調	<p>全離島市町村を対象としたモニターツアーを平成28年度から実施するにあたり、離島の実態や本島住民及び離島側の意向等について調査を行った。</p> <p>その結果、離島の月別入域観光客数、観光収入額及び宿泊施設の収容能力からみた客単価、繁忙期・閑散期等の状況把握のほか、離島関係者からは、「地域の活性化や受入体制構築に向けて取り組みたい。体験プログラムなどを通して本島と離島住民との交流を促進し、リピーター創出に繋げたい。」などの本事業の参加に前向きな意向を確認した。</p> <p>また、本島住民の離島に対するイメージは、「海がきれい、豊かな自然」といった自然に関するものが多く、認知度については宮古島、石垣島、西表島、久米島などが高かった。</p> <p>訪問したい離島については、認知度の高い離島と重複傾向にあり、認知度を高めることが観光産業における重要課題であることが分かった。そのほか、参加したい体験プログラムや離島振興についての意見等を取りまとめた。</p>

(2) 今年度の活動計画

(単位:千円)

平成28年度計画			
事業名	当初予算	活動内容	主な財源
離島観光・交流促進事業	181,806	<p>本島住民が島の歴史、文化、自然と触れ合い、交流を重ねることで島への理解を深め、島の活性化を図ることを目的に実施する。</p> <p>具体的には、約3,000人の本島住民をモニターとして19離島へ派遣することで、島々の良さを発見し、島の魅力を更に輝やかせ、県民全体で離島を支えていく社会を目指す。</p> <p>また、モニターの意見等を島へフィードバックすることで、体験プログラムの開発・改善、受入体制の強化など、離島ならではの観光産業の振興に繋げていく。</p>	一括交付金(ソフト)

(3) これまでの改善案の反映状況

平成27年度取組改善案	反映状況
—	—

(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
—	—	—	—	—	—
参考データ	沖縄県の現状・推移			傾向	沖縄県の現状
—	—	—	—	—	—
状況説明	—				

3 取組の検証(Check)

(1) 推進上の留意点(内部要因、外部環境の変化)

○内部要因

・離島毎の観光産業の歴史、受入体制や風土の違いにより、体験プログラムや民泊等における評価や課題に差がある。

○外部環境の変化

・住宅(戸建住宅、共同住宅等)の全部又は一部を活用して宿泊サービスを提供する、いわゆる「民泊サービス」が、ここ数年、インターネットを通じ、空き室を短期で貸したい人と旅行者をマッチングするビジネスとして世界各国で展開されており、日本でも急速に普及していることから、国が同サービスの制度設計のあり方を進めているところ。

・訪日外国人旅行者の行動において、都市部中心の買い物から、自然や伝統文化を楽しむ体験型観光へと重点が移っている。

(2) 改善余地の検証(取組の効果の更なる向上の視点)

・受入体制が整っていない離島においては、地元の核になるコーディネーターを育成する必要がある。
・国が進めている「民泊サービス」とは差別化した離島型民泊のあり方やブランディングを行う必要がある。

4 取組の改善案(Action)

・受入体制が整っていない離島に対し、引き続き、事業目的や効果を説明し、共通認識のもと体験プログラムの構築やモニターの受入れに当たってもらう。また、地元の核になるコーディネーターを育成するため、モニターツアー構築の総括やモニターツアーにおいて「島の紹介」などの明確な役割を与えるなど、実践及びモニターとの意見交換によりコーディネートスキルを磨き上げていく。

・離島型民泊については、島ならではの歴史、文化、自然との触れ合い、離島住民との交流の様子などを「島あっちい」WEBサイト、SNSやマスコミによる取材などを活用し情報発信することで国の「民泊サービス」と差別化した離島型民泊のブランド構築に取り組む。