

第7章 総括

第1節 実績

【モニターツアーについて】

今年度は、2,200名を25離島へ派遣予定としていたが、新型コロナウイルス感染症の影響で一時派遣中止となった期間などもあり、十分な送客人数が確保できず、事業目的である「県民の離島に対する理解促進」や、参加者からのアンケートによる「体験プログラムなどの開発・改善」の達成に支障をきたしていたことから、11月以降出発のツアーから助成率を5割から8割に引き上げ、送客数の確保を図った。

【応募者数・参加者数】

- ・ エントリー受付期間：令和2年7月20日～令和3年1月31日
- ・ ツアー実施期間：令和2年9月15日～令和3年3月15日
- ・ 応募総数5,361名（2,793組）のうち、712名を17離島21地域に派遣
- ・ 助成対象者は706名、助成対象外は6名（5歳以下）であり、そのうち沖縄本島住民679名、離島在住者27名

【ツアーの状況】

公開ツアー数は、334本であり、催行ツアー数は132本、中止したツアーは202本（最小催行人数未達による不催行82本、悪天候によるもの4本、新型コロナウイルス感染症の影響による中止が111本）であった。

＜派遣離島・地域＞15市町村17離島21地域

伊平屋島、伊是名島、伊江島、粟国島、座間味島、渡嘉敷島、久米島、津堅島、久高島、北大東島、南大東島、宮古島（西原地区）、池間島、石垣島（米原地区・南部）、西表島（東部・祖納地区・船浮地区・白浜地区）、黒島、与那国島

＜造成したが派遣がなかった離島・地域＞4市町村、4離島、4地域

阿嘉島、宮古島（城辺・上野・下地地区）、多良間島、石垣島（北部）

【連携事業者数(個人・団体)の状況】

今年度の連携事業者数は、昨年度より44件増加している。その詳細は以下のとおりである。

- ・ 新しく参画したのは、石垣島（北部）と西表島（白浜地区）であり、それに関わる事業者は9件増えた
- ・ 既存の12地域では、新たな連携事業者が35件増えた

連携先	令和2年度						令和元年度					
	連携事業者 合計	宿泊施設 (単位：軒)		体験プログラム提供 (単位：団体・人)		オプション プログラム提供 (単位：社)	連携事業者 合計	宿泊施設 (単位：軒)		体験プログラム提供 (単位：団体・人)		オプション プログラム提供 (単位：社)
		民宿	民泊	団体等	個人			民宿	民泊	団体等	個人	
合計	326	47	90	63	78	48	282	40	90	46	64	42

※新規エリアの参画や、コーディネーターの変更などにより、各項目で連携施設が増える結果となった。

第7章 総括

【アンケート結果】

モニターツアーの参加者に対し、アンケートを実施した。

代表的項目について5段階評価（とても満足、やや満足、普通、やや不満、不満）の結果は以下のとおりである。

1. ツアー全体についての内容・プログラムの質

「とても満足した」 67.2%、「やや満足した」 27.9%

上記2点の評価を合計すると、満足度 95.1%となり高い評価が得られた。

2. 離島の文化や自然に触れて離島についての理解が深まった

「大変そう思う」 71.9%、「ややそう思う」 26.9%

上記2点の評価を合計すると、理解度 98.8%となり高い評価が得られた。

3. またこのような交流体験ツアーへ参加したいと思う

「大変そう思う」 83.4%、「ややそう思う」 13.5%

上記2点の評価を合計すると、参加希望度 96.9%となり高い評価が得られた。

4. またこの島へ訪れたいと思う

「大変そう思う」 79.8%、「ややそう思う」 16.8%

上記2点の評価を合計すると、再訪意向度 96.6%となり高い評価が得られた。

5. 島内で使った費用（ツアーに含まれない費用）

参加者の平均消費額は、2,818 円であり、金額順の消費項目は、以下のとおり。

①「オプションプログラム」 5,205 円、②「土産物・買い物等」 3,642 円

③飲食費 2,825 円、④「交通費」 2,739 円、⑤その他 1,499 円、⑥「娯楽費・入場費」 999 円

第7章 総括

第2節 課題

今年度の送客数は、昨年度比▲1,148名と大幅に減少した。

主な要因は、新型コロナウイルス感染症の影響であり、ツアー実施期間中に緊急事態宣言等が4度あり、その都度派遣中止となった。

・令和2年度：助成対象送客数 706名（応募総数 2,793組、応募人数 5,361名）

※目標 2,200名

・令和元年度：助成対象者送客数 1,854名（応募件数 3,768組、応募人数 7,686名）

※目標 3,000名

【連携・調整】

今年度は、自走化に向けて離島の事業者と旅行会社の関係性の強化を図るため、提携する旅行会社を昨年度の7社から5社にし、旅行会社と離島事業者との連携を取りやすくした。また、昨年度の1つの離島に対し3社がローテーションで担当していたところを、今年度は2社にしたところ、双方のコミュニケーションが増え、信頼関係が深まった。

その一方で、旅行会社によってレギュレーションが異なるため、担当旅行会社の交代による事務手続き等の変更が発生した。このため、離島事業者側でその変更手続き作業に時間がかかり、ツアーの造成が遅れる事があった。次年度は、旅行会社との契約に必要な申請方法を離島事業者に早い段階で説明するなどし、ツアー造成に遅れが出ないように改善する。

【モニターツアー造成】

事業開始初期の4月～5月にかけては、新型コロナウイルス感染症の影響により各離島の受け入れ体制の調整に時間を要し、販売のタイミングを図るのが難しかったものの、国や県のガイドラインが整理されたことで、事業後期の販売はスムーズにできた。10月までは、助成率が5割でツアー造成したが、最小催行人数に達しなかったことで中止となるケースが39本（造成ツアー全体の53%）あった。

11月以降は、助成率が8割に変更となり、最小催行人数を下回るツアーは大幅に減ったが、自走化を見据えて、次年度は正規料金でも市場に出せるよう、担当旅行会社も離島事業者側に踏み込んだサポートができる体制を整えたい。また、その島の強みが発揮できるような商品を多く造成できるよう、専門講師を招聘し、ワークショップから市場に出すまでの研修を行ってきたい。

【広報】

モニターツアー同様、新型コロナ感染症の影響を大きく受けた。特にテレビや新聞など、マスメディア広告においては、掲載内容および掲載タイミングの急な変更対応が難しく、エントリーにつながる最適なタイミングで掲載できないこともあった。次年度は、ある程度柔軟な対応が可能なWEB広告を中心に広報戦略を組み立てていく必要がある。

【各離島】

コロナ禍での事業運営ということもあり、モニターツアーの急な中止や飛行機の減便など、流動的な要素が多く、島内の調整においてコーディネーターに負荷がかかることがあった。事業後期においては、国や県、各自治体で新型コロナウイルス感染症の情報が整理されたことで、一定の運用基準を各地域で設けることができ、事業運営が安定した。また、各

第7章 総括

地域のコーディネーターから、「他地域の取り組み事例をもっと知りたい」という要望が多かったため、次年度では、コーディネーター同士がコミュニケーションを図れるような取り組みを実施する。

【応募受付期間】

モニターツアー募集期間は、昨年度と同様約20日間設けた。事業開始の初期段階で離島事業者と年間の募集計画を決めることで概ね予定通りツアー公開をすることができた。

しかしながら、新型コロナウイルス感染症の影響で、一部の離島では募集タイミングの遅れにより最小催行人数未達になるケースもあった。その対策として募集期間の延長を行ったが、その分手配完了が遅くなることで、参加希望者へ当選連絡も遅れる事態が生じた。このため、今後は、募集期間の延長については、厳格なルール設定を行う必要がある。

加えて、募集期間中のモニターツアー情報についても SNS などを活用して発信頻度を増やし、エントリーに繋げていく必要がある。

【WEB サイト】

公式サイトにおいては、いくつかの課題があった。

- ・ パソコンで操作するユーザーにとっては良いが、スマートフォンなどではわかりづらい状況にあるため、どの端末でも操作しやすい比率に改善をしていく必要がある
- ・ 参加者から「家族、カップルなど、属性別におすすめのモニターツアーを紹介して欲しい」との意見があったことから、次年度は各離島のモニターツアーの属性表示をするなどより利用しやすい環境にしていく必要がある
- ・ 公式 HP に特設ページを設置することで、島あっちの SNS（Facebook や Instagram）へ流入させ、新規のフォロワー獲得を狙う

【問い合わせ】

昨年度までは、コールセンターを別会社に委託していたが、今年度は、主にWEBからの申し込みの設定にしたため、事務局にカスタマーサポートチームを設定して対応した。コロナ禍であっても社内で綿密に連携を図り漏れなく管理することができ、状況に応じた対応で参加者に混乱を与えることなく運営する事ができた。

一方で、事務局や旅行会社の営業日の兼ね合いで、休日の対応が難しいことから、モニターツアー中の不測の事態の調整ができず、参加者への対応が遅れるケースがあった。今後は、事務局、コーディネーター、旅行会社の3者の祝日の連絡体制の見直しを行う必要がある。

また、今年度は、電話やメールでの問い合わせが約1,200件あった。多かったのは、ツアー内容の詳細や、抽選結果、エントリーに関する質問であった。次いで、新型コロナウイルス感染症の影響を受けて、例年に比べ、エントリー後や当選後のキャンセルが多かった。

次年度は、参加者が公式サイトでツアーの内容や出発までの流れを把握できるよう、ツアー造成の段階から記載ルールを設けるなどして改善する必要がある。

第7章 総括

第3節 成果

【参加者】

参加者からのアンケートでは「ツアー全体についての満足度」は95.2%であった。
また、離島へ「理解度」、「再訪意向」共に、90%以上と高評価を得ており、モニターツアーへ参加することによって沖縄県民の離島への関心や理解促進に繋がった。

【運営面】

事務局側は、コロナ禍での受け入れ離島との調整、また緊急事態宣言などの発出のたびに中止や変更作業に苦慮したが、感染者を1人も出すことなく、706名のモニターを各島へ派遣することができた。

安全、安心に実施できたことは、作成したガイドラインに則って離島事業者が感染防止等を確実に実行したこと、また都度、事務局や関係各所と詳細な打ち合わせをすることで密な連携が図れた結果である。さらに、参加者アンケートにフリータイム時の行動について記入する項目を設け、万が一の時に対応できるようにした。

今年度の新型コロナウイルス感染症防止対策を講じたガイドラインや緊急連絡先のフローチャート、参加者への約束事項等は、大変有効であったため成果物として次年度へも引き継いでいきたい。

また、島の地域振興に繋がる成果は、以下の通りであった。

- ・ 新しく参画した地域が2件（石垣島（北部）と西表島（白浜地区））
- ・ 長年の課題であった地域のコーディネーターの後継者となるような若いリーダーが3名（西表島（東部）、与那国島、多良間島）誕生したことで、コーディネーターの世代交代があった

【自走化支援】

今年度の新たな取り組みとして実施したOTA研修には、16地域、18事業者が参加し、年度内で1事業者2件の体験プログラムの掲載に繋がった。また、新型コロナウイルス感染症の影響による離島への渡航自粛等で調整に時間を要したため、掲載に至らなかった体験プログラムは、次年度内での掲載を目指したい。

旅行社とのマッチングについては、昨年度の課題として、旅行社側の条件などの事前把握が十分にできないまま実施してしまったことがあった。その反省を踏まえ、今年度はWEBで事前に打ち合わせをし、その後WEB商談を実施することで、コロナ禍でも離島へ渡航することなくマッチングができた。なお、渡航自粛が解除となった年度末には、マッチングした旅行社が12離島への現地視察も行った。

合計24回の商談で、3地域が旅行社と契約完了し、久高島は事務局を介さず、直接旅行社と契約を完了している。また、次年度は、14地域が契約完了見込みとなる。

【販売会社マッチング 契約実績一覧】

No.	離島名	掲載数 (件)	体験・ツアー名 (掲載先での掲載名称)	掲載先	掲載先情報
旅行社					
1	西表島 (東部)	1	星空観察（ナイトツアー）	JTB	令和3年上期 ツアーパンフレット掲載

第7章 総括

2	久高島	1	島内散策	中央ツーリスト	日帰りツアー販売 (令和2年12月29日出発)
3	渡嘉敷島	1	カヤック体験	ANAセールス	令和3年上期ツアーパンフレットのオプション販売掲載 (全国の北海道～九州のJTB店舗で展開予定)
4	栗国島	2	①日帰りツアー ②1泊2日ツアー	国際旅行社	【日帰りツアー販売】 令和3年4～10月 ※4月上旬に新聞広告予定、国際旅行社WEBサイトでも販売予定

OTA

1	渡嘉敷島	1	ビーチクリーン	ふるぽ (ふるさと納税)	ふるぽWEBサイト
2	渡名喜島	6	①ちまき作り ②島にんじんゼリー作り、 ③となきのおやつ作り ④もちきびちんすこう作り、 ⑤集落ガイド ⑥集落&外周ガイド	自社 WEBサイト	渡名喜村観光協会 WEBサイト
3	座間味島/ 阿嘉島	2	①(阿嘉島) ルディックウォーキング 3島 アイランドホッピング ②(座間味島) ルディックウォーキング	アクティビティ ジャパン	アクティビティジャパン内 座間味村観光協会ページ ※令和元年度掲載済み

※旅行社の「久高島」は事務局の商談を介さず、島単独での契約に至った

OTAの「座間味/阿嘉島」は昨年度より掲載済み

【販売会社マッチング 次年度契約見込み】

No.	離島名	販売数 (件)	体験・ツアー名 (販売先での掲載名称)	販売先	販売先情報
旅行社					
1	渡嘉敷島	1	島内散策、カヤックツアー	ジャンボツアーズ	令和3年夏頃
2	伊是名島	1	島内観光、グラスボート、ナイトツアー	ジャンボツアーズ	令和3年夏頃
3	久米島	1	ネイチャーガイドツアー	ジャンボツアーズ	令和3年5月頃
4	伊是名島	1	歴史ツアー	国際旅行社	令和3年夏頃
5	伊是名島	1	島内観光&ナイトツアー	国際旅行社	令和3年夏頃
6	伊平屋島	1	マリンツアー	国際旅行社	令和3年5月頃
7	伊江島	1	マリン、島内観光など	国際旅行社	令和3年7月頃
8	渡嘉敷島	1	ネイチャーガイドツアー等	国際旅行社	令和3年6月頃
9	西表島 (東部)	1	ナイトツアー等	国際旅行社	令和3年7月頃
10	西表島 (祖納地区)	1	カヌー、トレッキングツアー等	国際旅行社	令和3年11月頃
11	黒島	1	マリン、島内観光等	国際旅行社	令和3年6月頃
12	与那国島	1	フラダンス体験、 乗馬体験ツアー等	国際旅行社	令和3年7月頃
13	小浜島	1	ネイチャーガイドツアー等	国際旅行社	令和3年7月頃

第7章 総括

14	石垣島 (南部)	1	カヌー、星空観察ツアー等	クラブツーリズム	令和3年夏頃 ※流星群の時期に合わせて販売予定
OTA					
1	伊是名島	1	貝殻細工	アクティビティ ジャパン	令和3年5月頃
2	伊是名島	2	グラスボート、ナイトツアー	アクティビティ ジャパン	令和3年夏頃
3	渡嘉敷島	2	ハイキング、集落散策	たびらい	令和3年6月頃
4	粟国島	6	集落散策、海岸散策、早朝散策（各 OTAに3件ずつ掲載）	たびらい	令和3年6月頃
5	伊江島	3	マリン体験等	アクティビティ ジャパン	令和3年夏頃
6	宮古島	2	①クリアカヤック ②パワースポット巡り	アクティビティ ジャパン	令和3年6月頃
7	小浜島	1	星空観察体験	アクティビティ ジャパン	令和3年夏頃
8	与那国島	3	①フラダンス体験 ②民具づくり体験 ③染物体験	たびらい	令和3年夏～秋頃

【広報】

SNSの広報戦略の一環で、人気インフルエンサーを起用した結果、昨年度の20代のエントリー数は134名だったが、今年度は509名(昨年比380%)と大幅に向上した。今後はPRのみならず、若年層受けするツアーを造成し、さらなるエントリー数を獲得したい。

起用インフルエンサーは以下の4名。

- ・ MANARiN（Instagram）多くの若い世代に支持されているSNSコンテンツクリエイター
- ・ セソコマサユキ（Instagram）編集者、フォトグラファー
- ・ リョーサ（Instagram）エンタメバンド「きいやま商店」メンバー
- ・ 嘉数ゆり（Instagram）テレビ番組ウインウイン、アゲアゲめしなどのレギュラーでタレント

【WEBサイト】

公式サイトは検索枠の項目を追加するなどした結果、モニターツアー一覧ページの離脱率が昨年度より15ポイント改善された。今後はスマートフォンなどで閲覧した際の可視性、操作性の向上できるよう改修する必要がある。