

町では、平成 28 年 2 月に「屋久島町まち・ひと・しごと創生総合戦略」を策定しました。この総合戦略は、平成 27 年度を始期とする 5 ヶ年の計画であり、平成 27 年 12 月に策定した「屋久島町人口ビジョン」で示した将来展望を実現するための戦略と位置付けています。

平成 28 年度は、この総合戦略に位置付ける事業として 1 つの事業を実施しました。事業を実施するにあたっては、KPI という最終的な数値目標を設定して、達成状況とその効果を適宜検証する PDCA サイクルが求められていますが、本町においては、この検証作業を 5 月 26 日の「屋久島町総合戦略推進会議」の場及び 8 月 17 日の屋久島町議会全員協議会の場において行いましたので、ここに報告します。

交付対象の事業	事業概要	実績額(円)	本事業における重要業績評価指数(KPI)	実績値(KPI に対し)	総合戦略における位置付け	「屋久島町総合戦略推進会議」による効果検証	町議会における意見等
福岡市・九州離島広域連携事業	<p>福岡市とダイレクトアクセスを持つ九州の離島3市2町と福岡市が連携して、インバウンド及び国内旅行者の流入による交流人口の拡大や地方創生の人材、事業の育成やまちづくりを目的とした観光 PR を実施。</p> <p>【観光関連共同調査】 18,900,000 円</p> <p>【離島UJターン意識共同調査】 5,400,000 円</p> <p>【協働PRツール制作費】 29,240,000 円</p> <p>【国内広報協働PR事業費】 93,463,000 円</p> <p>【海外広報協働PR事業費】 64,548,000 円</p> <p>【協議会推進費】 7,959,000 円</p> <p>5市町計 219,510,000 円</p> <p>※本事業は広域連携事業のため、上記の合計金額を5市町で割り戻した額が、各市町の負担額となる。 (各 43,902,000 円ずつ。)</p>	43,902,000	<p>①入込客数の増加 H26 年度 284,684 人 ↓ H28 年度 290,000 人</p> <p>②福岡ー屋久島便利用者数 H26 年 10,443 人 ↓ H28 年 10,650 人</p>	<p>①入込客数の増加 H28 年度 267,364 人</p> <p>②福岡ー屋久島便利用者数 約 11,862 人</p>	<p>基本目標Ⅱ 屋久島を起点とした教育・交流・移住サイクルの確立 ～地方への新しいひとの流れをつくる～  地方創生総合戦略P15</p>	<p>【Re 島プロジェクトへの直接的な評価】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・去年も福岡直行便の認知度が低いと言っていて、それが改善されていない</li> <li>・縄文杉や白谷雲水峡など、固定概念で、屋久島というイメージが出来上がっている。屋久島の新しいカフェだとか、どうやったらそれを認知してもらえるのだろうか、ということ。発信窓口がない。</li> <li>・縄文杉や白谷雲水峡などの固定概念を、どうやって崩していくか。戦略的に取り組んでいくしかないのでは、そういう意味でこの Re 島プロジェクトには非常に期待している。</li> <li>・ポスター作製等の、来る人を増やすための PR というのが、年度末の遅い段階になっている。セミナーも実施しているが屋久島でもしてほしい。</li> <li>・直行便があるのを知らない人がこれだけいるということは、逆に言うと、コマーシャルの仕方によっては、もっと伸びる余地があるということ</li> <li>・もっと地元の人が魅力を発信する場があると良い。企画した人だけが発信するのではなくて、皆で盛り上げればもっと島が輝くのではないかと。</li> <li>・もっと地元の人が魅力を発信する場があると良い。企画した人だけが発信するのではなくて、皆で盛り上げればもっと島が輝くのではないかと。</li> </ul>	<p>【Re 島プロジェクトへの直接的な評価】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・よく調査はされてまとめているが、概ねこれまでわかっていたこと。もう少し地元・地域のコミュニティに踏み込んで関連性のある取り組みとして、屋久島らしさ独自性を高めてほしい。</li> <li>・外国人が増加している。これに対応できる人材がいるので各施設や案内時等に配置して対応することが必要である。ホテル等の宿泊、観光関係者に対しての外国人対応の研修も必要である。</li> <li>・これまでも検証までは行っているが、そのことがしっかりと反映していない。フェイスブックやインスタグラムが若者の主流となっているので、SNS を有効活用した取り組みをしてほしい。</li> </ul>

交付対象の事業	事業概要	実績額(円)	本事業における重要業績評価指数(KPI)	実績値(KPIに対し)	総合戦略における位置付け	有識者会議による効果検証	町議会における意見等
福岡市・九州離島広域連携事業	<p>福岡市とダイレクトアクセスを持つ九州の離島3市2町と福岡市が連携して、インバウンド及び国内旅行者の流入による交流人口の拡大や地方創生の人材、事業の育成やまちづくりを目的とした観光PRを実施。</p> <p>【観光関連共同調査】 18,900,000円</p> <p>【離島UIターン意識共同調査】 5,400,000円</p> <p>【協働PRツール制作費】 29,240,000円</p> <p>【国内広報協働PR事業費】 93,463,000円</p> <p>【海外広報協働PR事業費】 64,548,000円</p> <p>【協議会推進費】 7,959,000円</p> <p>5市町計 <u>219,510,000円</u></p> <p>※本事業は広域連携事業のため、上記の合計金額を5市町で割り戻した額が、各市町の負担額となる。 (各 <u>43,902,000円</u>ずつ。)</p>	43,902,000	<p>①入込客数の増加 H26年度 284,684人 ↓ H28年度 <b>290,000人</b></p> <p>②福岡ー屋久島便利用者数 H26年 10,443人 ↓ H28年 <b>10,650人</b></p>	<p>①入込客数の増加 H28年度 <b>267,364人</b></p> <p>②福岡ー屋久島便利用者数 約 <b>11,862人</b></p>	<p><b>基本目標Ⅱ</b> 屋久島を起点とした教育・交流・移住サイクルの確立 ～地方への新しいひとの流れをつくる～</p> <p>地方創生総合戦略P15</p>	<p><b>【Re島プロジェクトへの直接的な評価】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・今は、外から引っ張ってくるだけの話になっているが、今度は我々が外部に情報発信していくことによって、相乗効果を生み出していくことが大事。</li> <li>・島の疑似体験をしていただくということで、体験の要素をくみ上げていくことが、大事ではないか。</li> <li>・ホスピタリティというものを、地元の人たちがどういうふうを考えていて、外部から来られた方達のいうホスピタリティというのがどういうものなのか。そういうことがあまり検証されないまま、ずっと個々人の感性や感覚で動いてきているんじゃないか。</li> <li>・SWOT分析をきちんとやることが大事。屋久島の強みは何か、弱みは何か、機会、チャンスが何か、将来にわたっての脅威は何かということ、そういう分析をする。</li> <li>・本当に今回のデータが正しいのかということも、我々も検証していかなければならない</li> </ul> <p><b>【福岡直行便の便数、アクセス、単価等の課題】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・認知度の低さは、イコール金額の高さ。旅行会社としてその金額で組めない。旅程に飛行機が入ると高くなるから、宿泊代まで入れると福岡からなら5～6万円くらい、これがJRとか使うとまだ安いので、その分が認知度の低さに繋がっていると思う。JRよりはこういういい面がありますと、例えば時間が短縮できますとか、そういうPRをしていけばよいのでは。</li> <li>・福岡便は欠航率が高い。福岡便が最初に欠航する。ここの改善が無いと、来たくても来れない、来ても帰れない。冬場に飛行機は欠航しませんよ、というPRの仕方もあるのでは。</li> <li>・便の乗り継ぎが良くない</li> </ul>	<p><b>【福岡直行便の便数、アクセス、単価等の課題】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・アクセスの問題として、30歳代の女性をターゲットとして取り組むのであれば、若い女性や子供たちはプロペラ機に抵抗があるのではないか。交流人口を増やすためにはジェット機就航の取り組みが必要である。</li> </ul>

交付対象の事業	事業概要	実績額(円)	本事業における重要業績評価指数(KPI)	実績値(KPI に対し)	総合戦略における位置付け	有識者会議による効果検証	町議会における意見等
福岡市・九州離島広域連携事業	<p>福岡市とダイレクトアクセスを持つ九州の離島3市2町と福岡市が連携して、インバウンド及び国内旅行者の流入による交流人口の拡大や地方創生の人材、事業の育成やまちづくりを目的とした観光PRを実施。</p> <p><b>【観光関連共同調査】</b> 18,900,000 円</p> <p><b>【離島UIJターン意識共同調査】</b> 5,400,000 円</p> <p><b>【協働PRツール制作費】</b> 29,240,000 円</p> <p><b>【国内広報協働PR事業費】</b> 93,463,000 円</p> <p><b>【海外広報協働PR事業費】</b> 64,548,000 円</p> <p><b>【協議会推進費】</b> 7,959,000 円</p> <p>5市町計 <u>219,510,000 円</u></p> <p>※本事業は広域連携事業のため、上記の合計金額を5市町で割り戻した額が、各市町の負担額となる。 (各 <u>43,902,000 円</u>ずつ。)</p>	43,902,000	<p>①入込客数の増加 H26 年度 284,684 人 ↓ H28 年度 <b>290,000 人</b></p> <p>②福岡一屋久島便利用者数 H26 年 10,443 人 ↓ H28 年 <b>10,650 人</b></p>	<p>①入込客数の増加 H28 年度 <b>267,364 人</b></p> <p>②福岡一屋久島便利用者数 <b>約 11,862 人</b></p>	<p><b>基本目標Ⅱ</b> 屋久島を起点とした教育・交流・移住サイクルの確立 ～地方への新しいひとの流れをつくる～</p> <p>地方創生総合戦略P15</p>	<p><b>【食の課題】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・食、食べ物。これが一番聞いていて耳が痛い。折角屋久島に来て、自然は良いのに、食べ物は何処でも食べられるものが出る。</li> <li>・地元の人が食べている。そんなもん出してもね、っていう、そこの意識改革が必要。企画にアイデアを出してもらって、よその地区ではこういうのが好まれていますよ、っていうのを発表してもらおうとか、そういうのがあれば、屋久島も良くなっていくのでは。ご飯を食べるときに、どこ行っても高い。なぜかという、自分が採ってないものを使うから、原価が高い。そうじゃなくて、野や海で採ってきたものを出せば原価も安い。いろんなお店に頼んで、そういうものを屋久島産ですよと出すと、すごく喜んでくれて、かつ原価はかからない。</li> <li>・おもてなしと言うと質より量で、どさっと出せば、とっってもてなしている感じがあるが、来られている人たちは、そんなにいっぱい入らないと、ちょっとでいいので地のものを。昔ながらのもてなしではなくて、来た人が喜ぶようなものの方が、お互いにお金もかからなくて良い。</li> <li>・サイクリング屋久島に参加させてもらったが、各エイドステーションで出ている食べ物と違って、すごくおいしかった。それこそ、地元の手作りのもので。サバ節を和えたものとか。</li> </ul>	<p><b>【食の課題】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・屋久島に来て食に対する満足度がない。このことに対応するにはどうすべきか。その季節のものやその地域の時期々ものを観光客は求めている。各集落の掘り出しを行い、それに対応する組織づくりも必要である。</li> </ul> <p><b>【その他のカテゴリの意見】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・誘客に係る取り組みに思えるので、あと3年間継続していく取り組みとしてリピーターに来てもらうための対策もしてほしい。そのためには、真のエコツーリズムとして有人山小屋の整備にも取り組んでほしい。</li> <li>・交通と宿泊にガイド等のアクティビティをセットにしたものを商品化してはどうか。</li> </ul>

本件担当  
 屋久島町企画調整課 企画調整係  
 電話：0997-43-5900 (112)  
 Mail：kikaku@yakushima-town.jp