

## 平成22年度実施 地域ICT利活用広域連携事業 成果報告書

実施団体名 特定非営利活動法人カンパニー奄美

事業名称 あまみエコツーリズム推進事業

### 1 事業の目的

奄美大島経済において大きな役割を担ってきた公共工事の大幅な削減により、奄美において新規雇用を生むビジネスの構築が急務となっている。そこで、ICT技術を駆使し、様々な地域へ多岐にわたる情報を発信することを目的とした事業を行なう。効果として、地域活性化はもちろんのこと、人々の自然・環境問題に対する意識向上に繋がることが見込まれる。さらに緊急災害時などの情報発信も考慮したものとする。

### 2 事業の概要

ICT技術を駆使し、自然豊かな奄美大島を地域内外の方に感じてもらい、自然の大切さを認識して貰えるよう地域資源データベースを構築し、これを活用してポイントラリーを行うためのエコツーリズムシステムを開発し、来訪者の自然保護や環境問題に対する意識改革を促しつつ、地域活性化を行うための情報基盤を整備した。併せてこの基盤の活用形態として災害・緊急情報の配信を行うこととし、防災にも資するものとなった。

### 3 事業の実施概要（詳細は次ページ以降参照）

## I 人材育成・活用成果

### 1 申請主体におけるICT人材の育成・活用内容

#### ① ICT人材の育成人数

NPO法人職員 2名

講習会の参加者 のべ59名

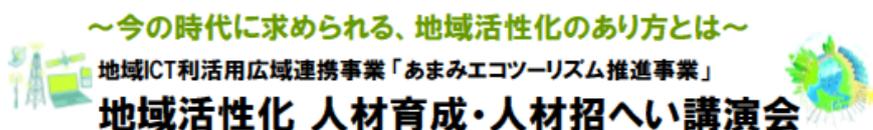
日程	時間	講師	タイトル	参加者詳細
5/19 (木)	10:00～12:00	木部氏	ICTを使った地域情報 発信ケーススタディ	退職した高齢者：2名 自治体関係者：1名 ICT従事者：5名 メディア関係者：3名 一般：1名
	13:00～15:00	木部氏	ICT実践力育成研修	退職した高齢者：2名 自治体関係者：1名 ICT従事者：2名 メディア関係者：1名 一般：1名
	15:30～17:30	広石氏	ソーシャル・ビジネスの ケーススタディ	退職した高齢者：2名 自治体関係者：3名 ICT従事者：4名 一般：1名
5/20 (金)	10:00～12:00	広石氏	ソーシャル・ビジネスの コーディネータ育成研修	退職した高齢者：2名 自治体関係者：2名 ICT従事者：4名 一般：3名
	13:00～15:00	川端氏	ICTを使った地域ブラン ド化ケーススタディ	退職した高齢者：2名 自治体関係者：3名 ICT従事者：4名 一般：2名
	15:30～17:30	川端氏	地域資源の掘起し、地域 ブランディング研修	退職した高齢者：2名 自治体関係者：2名 ICT従事者：3名 一般：1名

#### ② ICT人材の育成方法

##### 講習会の実施

3名の講師を招へいし以下の要領で、2日間で6コマの講習会を実施した。

【講習会案内パンフレット】



**参加無料** 名瀬中央公民館 3階 会議室  
平成23年**5月19日(木)・20日(金)**開催



地域の持つ人・モノ/資源を最大限に活かして、本当に強い地域になるにはどのような戦略が必要なのか、様々な分野での地域活性化のトップランナーの方々を奄美大島にお招きして先端の事例やワークショップ・研修を開催いたします。

自治体関連、NPO関連、観光関連、インターネット関連の方々は、是非ご参加ください。

人材育成	人材招へい・講演	
「地域づくりは人づくり」。地域のリーダーを養成するため、専門家、実践家などを講師として、体系的かつ効果的なカリキュラムによる研修を行います。	地域活性化のための、地域ブランディングや最先端のICT活用や強い組織作りなどの、最先端の事例について、ご講演いただきます。	
<b>講師</b>		
 木部 剛氏 株式会社ザックザック 代表	 広石拓司氏 株式会社エンバブリック 代表	 川端 一輝氏 ITC-Labo.代表
農業ウェブマガジン『ザックザック』を新しい時代の新しい農業＝「農業2.0」をコンセプトとして提唱して運営する。	コミュニティ活動のスキルのためのワークショップ、学びサークルの立ち上げ支援を実践社会起業家の育成に取り組む。	ITコーディネータ、ITCインストラクターとして、全国のIT化の支援や助言を行い数多くの実績を有する。
「ICTを使った地域情報発信ケーススタディ」 「ICT実践力育成研修」	「ソーシャル・ビジネスのケーススタディ」 「ソーシャル・ビジネスのコーディネータ育成研修」	「ICTを使った地域ブランド化ケーススタディ」 「地域資源の掘起し、地域ブランディング研修」

### 人材招へい

地域情報化に関する事業の専門家（学識経験者）を招へいし、ミーティングや協議会への参加を通じて事業の進め方、協議会運営等に関する助言・指導を受けた。協業することによりナレッジトランスファーを行った。

#### ③ 1で育成等したICT人材の活用人数

NPO法人職員 2名

講習会参加の自治体職員 3名

退職した高齢者 2名

#### ④ ICT人材の活用方法

NPO法人職員 2名

地域ニーズの把握、地域の関係者との調整、総務省との調整、システム設計サポート（関係者への要件ヒアリング）、システム稼働支援（関係者へのテスト要請等）、システム運営

講習会参加の自治体職員 3名、及び 退職した高齢者 2名

地域資源データベースコンテンツ募集への協力、アンケート実施協力

## ⑤ 次年度以降のICT人材の育成・活用内容（予定）

### ICT人材の育成

次年度以降のICT人材の育成に関しては、再委託先事業者職員へのOJT方式による人材育成の他、今年度同様に地域活性化、ICT利活用促進といった分野での有識者を招いて地域住民の参加を募り、人材育成を図る想定である。また、今年度の事業実施に関する様々なノウハウに関しても地域の有志を集めて勉強会を実施し、ナレッジの地域での共有化を図る想定である。

### ICT人材の活用内容

NPO法人職員 2名

継続事業（予定）におけるシステム開発に関する地域ニーズの把握、地域の関係者との調整、総務省との調整、システム設計サポート（関係者への要件ヒアリング）、システム稼働支援（関係者へのテスト要請等）、システム運営

稼働中のシステムの利用促進のための地域の関係者への支援要請等、利用者からの問い合わせ対応、改善要望ヒアリング

講習会参加の自治体職員 3名、及び 退職した高齢者 2名

稼働中のシステム利用即新のためのプロモーション活動等

## 2 事業運営主体におけるICT人材の育成・活用内容

### ① ICT人材の育成人数

再委託先事業者職員 3名

### ② ICT人材の育成方法

運営主体事業者職員が、他地域のICT利活用事業の実施・運営の経験のある系列会社職員を招へいし、事業実施・運営に関する作業を協働し、OJT形式にてナレッジのトランスファーを実施した。

### ③ 1で育成等したICT人材の活用人数

再委託先事業者職員 3名

### ④ ICT人材の活用方法

再委託先事業者職員 3名

地域ニーズの把握、地域の関係者との調整、システム設計サポート（関係者への要件ヒアリング）、システム開発プロジェクトのマネージメント、システム稼働支援（関係者へのテスト要請等）、システム運営

## ⑤ 次年度以降のICT人材の育成・活用内容（予定）

再委託先事業者職員 3名

システム運用サポート、稼働中のシステム利用促進のためのプロモーション活動等

## II システム構築・活用成果

### 1 構築システム概要

奄美大島の自然を体験する海や山のスポットや観光情報、災害時の避難情報等、奄美大島の外部からの訪問者だけでなく、島内住民にとっても有用なスポットを地域資源としていくつかの情報カテゴリ毎に分類して登録するための「地域資源データベース」を構築した。コンテンツの登録を容易に行えるようにするため、CMS（コンテンツ マネジメント システム）で構築。また、登録したコンテンツが、海外からの訪問者も参照できるよう、日本語だけでなく、英語、中国語でも表示できるようにした。

この「地域資源データベース」を活用するため、登録されたスポット毎に位置情報（緯度・経度）を持たせて、携帯電話のGPS機能を使って実際にスポットを訪問するとポイントが溜まる「GPSポイントラリー」システムを構築した。

更にスポットを閲覧する際に、位置情報（緯度・経度）からシステムで計算して近隣に存在する地元のお店や観光スポットを紹介する「位置連動広告配信」機能を構築した。

携帯電話への「位置連動広告配信」を配信するためのメール配信の仕組みを利用し、災害・緊急情報を配信するための「災害・緊急情報配信システム」も構築した。

### 2 システム設計書

別添2のとおり。

### 3 システム運用で得られた成果

- これまでは、奄美大島の自然資源PR、自然保護スポット、観光案内、災害発生時の避難所の案内等、奄美大島のさまざまな情報は、配信する目的や用途、メディア毎にそれぞれ、その都度地域情報を収集し、管理していたためバラバラに存在していたが、これを観光情報、歴史・文化情報、スポット情報、災害避難場所などのカテゴリ別に集約し、一元管理し、当全体で共有するシステムを構築した。これは奄美大島の情報収集基盤の整備である。これにより、一度地域資源情報を登録することで、必要な地域資源情報を収集する際にリストアップされるようになる。また、情報の更新も一元化できるため、それぞれの情報管理者が個々に情報の更新をしなくとも、地域資源データベースの情報を1カ所で更新するだけで、データベース利用者全員が更新された情報を利用可能となり、島内の企業や各団体などが地域資源情報の収集コストを低減できる。また、地域資源の情報配信の際に、同じスポットが同じ

説明で語られるため、情報参照者にとっては、各スポットのイメージが定着しやすい。また、口コミ情報の収集も一元化できるため、より多くの口コミ情報を収集可能となり、情報利用者にとって信頼度の高い情報の提供が可能となる。

- これまで、奄美大島には島内向けのローカルの新聞社やテレビ局、FMラジオ局などのメディアはあったもの、奄美大島全体の地域情報を島外に対して常時配信するようなメディアが無かった。したがって、奄美大島の島外に散らばっている奄美大島出身者、奄美大島ファン等へ継続的に島の情報を提供する手段が無かった。また、島外の人に新たに奄美大島に興味を持ってもらうための手段も無かった。地域資源データベースを使った奄美大島の情報配信サイトを構築することで、島外への継続的な情報配信基盤の整備ができた。
- 地域資源データベースに集約された地域資源情報をポイントラリーやホームページで紹介しているが、これを日本語だけでなく、英語と中国語でも閲覧可能としたことにより、奄美大島を訪問する外国人、ネット上で日本の情報を検索する外国人等に対してPRするための情報配信基盤の整備ができた。

#### 4 平成22年度事業実施において明らかとなった課題

- 当事業においては、災害・緊急情報配信システムを構築したが、今回は5市町村の広域連携であった為、情報配信先が5市町村にまたがっていた。災害・緊急情報は、それぞれの自治体で入手した情報を災害・緊急情報配信システムに連携し、それぞれの市町村に配信するが、その入手方法が自治体毎に異なるため、情報連携方式の統一化が出来なかった。また、自治体によっては、既にエリアメール配信の仕組みを持っている自治体もあれば、携帯メールも含めて個別に情報配信する仕組みを持っていない自治体もあるため、いくつかの自治体では、自治体独自の災害・緊急情報とエコラリー奄美の災害・緊急情報が2重に配信されてしまう結果となった。
- 携帯のGPSを使ったエコポイントラリーのシステムを構築したが、島内の特に自然の多いエリアでは携帯電話の電波が届かない場所があり、そこに設定されているスポットを訪問してもポイントが取得出来ないという問題が発生した。これについては、スポットの案内版等にQRコードのステッカーを貼り、これを携帯電話でスキャンすることでポイントを獲得出来るよう整備する必要がある。
- エコポイントラリーで集めたポイントでは、奄美大島でしか手に入れない景品を賞品として渡すこととしている。利用者の利便性を考慮すると、空港での受け渡しが理想的と考えられるが、賞品受け渡しの場所は費用等の観点から断念せざるを得なかった。結果としてエコポイントラリーの利用者に郵送で配送することとしたが、まだ、賞品の選定も含めて賞品の受け渡しのオペレーションが確立されていない。今後早急に賞品の選定、オペレーションの確立を図っていく必要がある。
- システムは構築したが、島内の事業者等のICTリテラシーの不足から使い方についての問い合わせが多くあった。サイト内に説明文言を増やすなどで対策を行った。

## 5 自律的・継続的運営の見込み

サイトを構築し、関連する団体や事業者を紹介することによって、掲載登録数が大幅に増加している状況にある。自律的及び継続的に本事業を運営するために、平成23年12月以降、登録事業者から広告掲載料などを徴収し、事業運営費に充当する計画である。月額で500件×1,000円=500,000円程度が徴収できれば、人件費も含めて十分に事業を継続運営できる見込みである。

そのためにも、登録事業者はもちろんのこと、利用者に対しても、本サイトが充実した内容になるために事務局（当NPO法人）が主体となって積極的に広報活動をおこなっていく。また、受託期間終了後も継続して定期的に地域協議会を開催して様々なご意見を反映する予定である。

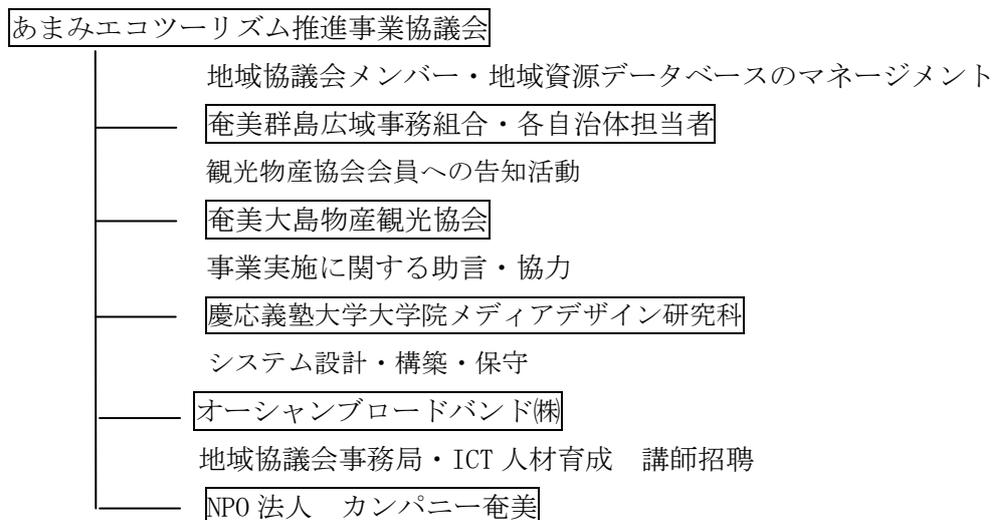
## 6 今後の展開方針

今後の展開方針としては、高品質で利用者が増加するサイト構築を目指すためにも、ICTの人材育成を更におこなう必要がある。育成した新たな人材が、より充実した内容のサイトに構築していくことによって、利用者や被利用者（事業者）の増加が見込まれる。

また、サイトのプロモーション活動として、島内の様々なイベントでのチラシ配布や、全国の百貨店等で開催される奄美展等でのチラシ配布、PRイベント実施等を通じて、エコラリー奄美の利用者を増やしていく予定である。

### III 実施体制

#### 1 実施体制



#### 2 各主体の役割

No	名 称	役 割
1	あまみエコツーリズム推進事業協議会	あまみエコツーリズム事業実施体制を構築するための各種項目を協議・決定する中心的存在
2	奄美群島広域事務組合	地域資源データベース構築のマネージメント
3	奄美市商水情報課	地域資源データベース構築のマネージメント
4	奄美市紬観光課	地域資源データベース構築のマネージメント
5	龍郷町商工水産課	地域資源データベース構築のマネージメント
6	瀬戸内町まちづくり観光課	地域資源データベース構築のマネージメント
7	宇検村建設経済課	地域資源データベース構築のマネージメント
8	奄美テレビ放送株式会社	事業への助言・協力
9	あまみエフエム	事業への助言・協力
10	オーシャンブロードバンド株式会社	システム設計・構築・保守
11	特定非営利活動法人カンパニー奄美	地域協議会事務局・ICT人材育成 講師招聘
12	慶応義塾大学大学院メディアデザイン研究科	協議会会長 事業実施に関する助言・協力

### 3 事業実施進行表

実施内容	2月	3月	4月	5月	6月	7月
協議会等設立・準備会合	△					
協議会等開催	△	△		△		△
人材育成講習会				△		
システム構成の検討・決定	→					
システム構築に係る競争入札	→					
システム設計・構築		→	→	→	→	
システム稼働					→	→
効果測定					→	→
報告書作成						△

#### IV 本事業に関する周知・広報等

##### 1. 本事業により構築したウェブサイト又は本事業を掲載したウェブサイト

[1] <http://www.e-amami.jp/> [エコラリーあまみ]

[2] <http://company-amami.org/> [NPO 法人カンパニー奄美 HP]





(1-3) PC、中国語：簡体字トップページ

The screenshot shows the PC version of the Amami Ecotourism website in Simplified Chinese. The header includes the logo '奄美的生態旅遊' and navigation links for '登錄', '日本語', 'English', '中文簡體', and '中文繁體'. The main navigation bar contains '首頁', '最新信息', '積分拉力賽', '奄美大島的介紹', '景點信息', '活動', and '奄美專欄'. The main content area features a large landscape image of a beach and a smaller image of palm trees. Below this is a '最新信息' section with a '申請加入會員' button and a post from 2 months ago. There are also sections for 'PICKUP景點' and '最新通知 商品服務一覽', each with sub-sections for '住宿' and '飲食' listing various services and locations.

(1-4) PC、中国語：繁体字トップページ

The screenshot shows the PC version of the Amami Ecotourism website in Traditional Chinese. The header includes the logo '奄美的生態旅遊' and navigation links for '登錄', '日本語', 'English', '中文簡體', and '中文繁體'. The main navigation bar contains '首頁', '最新信息', '積分拉力賽', '奄美大島的介紹', '景點信息', '活動', and '奄美專欄'. The main content area features a large landscape image of a beach and a smaller image of palm trees. Below this is a '最新信息' section with a '申請加入會員' button and a post from 2 months ago. There are also sections for 'PICKUP景點' and '最新通知 商品服務一覽', each with sub-sections for '住宿' and '飲食' listing various services and locations.

(2-1) 携帯、日本語トップページ



(3-1) スマートフォン、日本語・英語・中国語：簡体字・中国語：繁体字トップページ



【実際のポイントラリーの画面】

1:本場大島抽体験コース

6月1日 00:00-7月31日 00:00

A:奄美大島の空の玄関口 B:奄美大島絨の、手作業による製造工程をガイドの説明のもと見学、体験する事ができます。(要予約) C:泥染め体験で自分だけのオリジナル作品を作ることができます。(要予約) D:奄美大島絨とレザー(革細工)のコラボレーションした製品を作っています。E:幅広いデザインの手染めTシャツや雑貨などがあります。F:泥染めとテーチ平染めが見学できます。泥田に浮かぶ泥染め体験も行っています。(要予約)各店舗、施設の営業時間、定休日等をご確認ください。

獲得ポイント:40pt

このラリーのスポット

あと6カ所でクリアです！

**A** 奄美空港  
鹿児島県奄美市笠利町和野宇長浜金久374番4  
9:00～19:00  
・奄美空港は奄美大島の北、奄美市笠利町の太平洋側に位置します。  
奄美市名瀬方面からは龍郷町役場から屋入トンネルを抜けて、香尾木の交差点を右折して直進します。

**B** 奄美大島結核光公園 大島絵村  
鹿児島県大島郡龍郷町香尾木1945  
○夏期 4月～9月 9:00～18:00 ○冬期 10月～3月 9:00～17:00

**C** 泥染染色  
鹿児島県大島郡龍郷町戸口2176  
9:00～18:00

**D** 絨レザー かすり  
鹿児島県奄美市名瀬町3-16

**E** さねんばな  
奄美市名瀬入舟町3-9  
8:00～20:00  
奄美空港から、バスで50分 ホテルウェストコートのすぐ前です。名瀬港から徒歩8分

3:奄美の自然を感じるエコラリー

00:00-8月31日 00:00

A:奄美の空の玄関口 B:およそ6万本もあるソテツ群生地 C:マイナスイオンを満喫して下さい D:ガイドさんと同行して頂く夢をお勧めします E:雄大な新産です F:水中散歩をお楽しみください

獲得ポイント:40pt

このラリーのスポット

あと6カ所でクリアです！

**A** 奄美空港  
鹿児島県奄美市笠利町和野宇長浜金久374番4  
9:00～19:00  
・奄美空港は奄美大島の北、奄美市笠利町の太平洋側に位置します。  
奄美市名瀬方面からは龍郷町役場から屋入トンネルを抜けて、香尾木の交差点を右折して直進します。

**B** 安木屋場 ソテツ群

**C** マテリヤの滝  
大和村大金久

**D** 全作原原生林  
奄美市名瀬龍戸石峰山原

**E** 徳活の新産  
大和村戸門

自然豊かな奄美大島の地域資源を知るための体験型のコースや自然の大切さを認識してもらえるようなコースをポイントラリーに設定。

【GPSによる位置情報の取得の写真】



実際の登録店舗「ISLAND STYLE」での携帯画面



【実際のポイントラリーの画面】

1:本場大島袖体感コース

6月1日 00:00-7月31日 00:00

A:奄美大島の空の玄関口 B:奄美大島袖の、手作業による製工程をガイドの説明のもと見学、体験する事ができます。(要予約) C:泥染め体験で自分だけのオリジナル作品を作ることができます。(要予約) D:奄美大島袖とレザー(革細工)のコラボレーションした製品を作っています。E:幅広いデザインの手染めTシャツや雑貨などがあります。F:泥染めとテーチ平染めが見学できます。泥田に浸かっでの泥染め体験も行っています。(要予約)各店舗、施設の営業時間、定休日などはご確認ください。

獲得ポイント:40pt

このラリーのスポット

あと6カ所でクリアです！

**A**  **奄美空港**  
鹿児島県奄美市笠利町和野宇長湊全久374番4  
9:00～19:00  
・奄美空港は奄美大島の北、奄美市笠利町の太平洋側に位置します。・奄美市名瀬方面からは麓御町役場から屋入トンネルを抜けて、吾尾木の交差点を右折して直進します。

**B**  **奄美大島結輝光公園 大島袖村**  
鹿児島県大島郡龍郷町吾尾木1945  
○夏期4月～9月 9:00～18:00 ○冬期10月～3月 9:00～17:00

**C**  **肥後染色**  
鹿児島県大島郡龍郷町戸口2176  
9:00～18:00

**D**  **結レザー かすり**  
鹿児島県奄美市名瀬町3-16

**E**  **さわんばな**  
奄美市名瀬入舟町3-9  
8:00～20:00  
奄美空港から、バスで50分 ホテルウェストコートの前まで。名瀬港から徒歩8分

3:奄美の自然を感じるエコラリー

00:00-8月31日 00:00

A:奄美の空の玄関口 B:およそ6万本もあるソテツ群生地 C:マイナスイオンを満喫して下さい D:ガイドさんと同行して頂く夢をお勧めします E:様々な新産です F:水中散歩をお楽しみください

獲得ポイント:40pt

このラリーのスポット

あと6カ所でクリアです！

**A**  **奄美空港**  
鹿児島県奄美市笠利町和野宇長湊全久374番4  
9:00～19:00  
・奄美空港は奄美大島の北、奄美市笠利町の太平洋側に位置します。・奄美市名瀬方面からは麓御町役場から屋入トンネルを抜けて、吾尾木の交差点を右折して直進します。

**B**  **安木屋場 ソテツ群**

**C**  **マテリヤの滝**  
大和村穴全久

**D**  **全作原原生林**  
奄美市名瀬龍戸石峰山原

**E**  **徳活の新産**  
大和村戸門

【ポイントラリー参加者の写真】



【実際の避難場所の案内画面】

**検索**

キーワード

エリア

カテゴリ

災害種類

災害種類

災害種類

災害種類

マップから探す

〒584 大牟田 豊前町 豊前市 豊前県

【19】おススメスポット

**避難場所(亀美高校)** 災害種類: 地震

No image

住所: 名瀬市田町1-1

---

**避難場所(下佐大前集会所)** 災害種類: 地震

No image

住所: 名瀬市大前町

---

**避難場所(徳仁児童館)** 災害種類: 地震

No image

住所: 名瀬市徳仁町22

スポット名	避難場所(亀美高校)
エリア	亀美市
住所	名瀬市田町1-1
カテゴリ	災害種類
サブカテゴリ	避難場所

周辺のスポット    周辺の関連スポット    内見しているスポット

## V 事業による成果

### 1 事業による成果（アウトプット指標）

項目	成果指数	成果指数に関する説明等	調査時期	結果についての分析等
参加者数	644 件	ポイントラリーへのコンテンツ掲載者及び利用者の総数	23 年 7 月	観光協会加盟店等の協力により、2 ヶ月間という短期間で想定以上の登録数が獲得できた。今後継続して登録者数を増やすことで魅力あるコンテンツを掲載していく予定
利用登録者数	237 人	ポイントラリーの利用登録者数	23 年 7 月	システム稼働後 2 ヶ月での利用登録数としては、目標値である 100 人を上回った。プロモーション活動を通じて、継続して利用者数を増やしていく予定。
利用件数（アクセス数）	36,101 ページビュー	エコラリー奄美の HP への 6・7 月 2 ヶ月間でのアクセス数	23 年 7 月	現在、当初予定していた 407 本のコンテンツが掲載されているが、高齢者向けのコンテンツが必要との意見が出されており、今後拡充する予定。
情報配信件数	407 件	エコラリー奄美の HP のコンテンツ数	23 年 7 月	協議会メンバー等の協力により、2 ヶ月間という短期間で想定以上のコンテンツ数が獲得できた。今後継続して登録者数を増やすことで魅力あるコンテンツを掲載していく予定
広告収入額	0 円	ポイントラリーへの飲食店等の情報掲載による広告収入	23 年 7 月	現在は、広告収入は徴収しておらず 23 年 12 月以降に徴収開始予定である。これまでに十分な利用実績をつくり、広告収入の獲得を目指す。
一人当たりの利用頻度・リピート率	22.2%	エコラリー奄美の HP の一人当たりの利用頻度（現状のサイト会員数が、7 月 31 日の 3 日以内にログインした	23 年 7 月	一人当たりの利用頻度が HP のアクセス数に関する指標として取得することが難しかったため、特定の 1 日におけるユニークユーザーの平均ページビュー数を持って代用した。

		割合数)		
設置数	1カ所	デジタルサイネージ端末の設置数	23年7月	デジタルサイネージの設置については、予定通り空港ロビーに設置することができた。
設置網羅率	100%	当初予定していたデジタルサイネージ端末の設置場所への設置網羅率	23年7月	デジタルサイネージの設置については、予定通り空港ロビーに設置することができた。
プログラム数	6コマ	人材育成プログラムの実施コマ数	23年7月	人材育成プログラムの実施コマ数については、当初予定していたコマ数を確保することができた。参加者数についても予定していた15名程度の参加があった。
プログラム開催数	1回 2日間	人材育成プログラムの開催回数	23年7月	人材育成プログラムの実施コマ数については、当初予定していたコマ数を確保することができた。参加者数についても予定していた15名程度の参加があった。
地域資源 DB 登録件数	407件	地域資源 DB への登録件数	23年7月	協議会メンバー等の協力により、2ヶ月間という短期間で想定以上のコンテンツ数が獲得できた。今後継続して登録者数を増やすことで魅力あるコンテンツを掲載していく予定
緊急時メール配信希望者登録数	237人		23年7月	ポイントラリーの利用者の全てが緊急時メールの配信希望としていたため、ポイントラリーの利用者登録数と同数となった。
災害マップ登録件数	165件	地域資源 DB に登録されている避難所情報	23年7月	現在確認されている奄美大島内の避難所情報については、全て登録できた。
奄美大島の世界遺産情報閲覧数	269件	エコラリー奄美のHP上の世界遺産に関するコンテンツへのアクセス数	23年7月	サイト開設後、2ヶ月間でのアクセス数であり、プロモーションの成果もあり、多くのアクセスを獲得できた。

奄美大島の歴史文化 情報閲覧数	202 件	エコラリー奄美の HP 上の歴 史文化情報に関するコンテ ンツへのアクセス数	23 年 7 月	サイト開設後、2 ヶ月間でのアクセス数であり、プロ モーションの成果もあり、多くのアクセスを獲得でき た。
海外からのアクセス 数	32 件	エコラリー奄美の HP への海 外からのアクセス件数	23 年 7 月	外国語対応した成果もあり、海外からのアクセスも確 保できた。
ポイント利用者数	237 人	ポイントラリーの利用者	23 年 7 月	プロモーションの成果もあり、多くのポイント利用者 を獲得できた。
店の登録件数	138 件	ポイントラリーへの飲食店 等の店舗の登録件数	23 年 7 月	観光協会加盟店等の協力により、2 ヶ月間という短期 間で想定以上の登録数が獲得できた。今後継続して登 録者数を増やすことで魅力あるコンテンツを掲載し ていく予定

## 2 事業による社会的効果等（アウトカム指標）

項目	事業成果	調査内容	算出方法	調査時期	結果についての分析
地域イベント・交流件数 【単独指標】	2回(6月0回、7月2回)	6月と7月のイベント開催回数を比較	イベントの月間開催回数を事業終了後に集計する。 【根拠式】開催回数の増減=開催回数(後)-開催回数(前)	23年6月、7月	7月は、観光シーズンとなりイベント開催数が増加した。
観光客の滞在時間の増加	平均 6.7 時間増加	6月と7月に観光客に対しアンケートを実施	観光客の平均滞在時間をアンケート調査し、本年6月と7月の増減状況を比較する。 2. 観光客の滞在時間の増加 観光客の平均滞在時間をアンケート調査し、本年6月と12月の増減状況を比較する。 【根拠式】平均滞在時間の増減時間=平均滞在時間(後:平均値)-平均滞在時間(前:平均値) 平均滞在時間(前:平均値)=観光客の滞在時間÷観光客数 平均滞在時間(後:平均値)=観光客の滞在時間÷観光客数	23年6月、7月	ポイントラリーへの参加、及び7月が観光シーズンであることから、観光客の滞在時間も増加したものと考えられる。
観光客の訪問箇所数	100.5%の増加	6月と7月に観光客に対しアンケートを実施	観光客の平均訪問箇所数をアンケート調査し、本年6月と7月の増減状況を比較する。 【根拠式】平均訪問箇所数の増減数=平均訪問箇所数(後:平均値)-平均	23年6月、7月	ポイントラリーへの参加、及び7月が観光シーズンであることから、観光客の訪問箇所数が増加したものと考えられる。

			<p>訪問箇所数（前：平均値）</p> <p>平均訪問箇所数（前：平均値）=観光客の訪問箇所数÷観光客数</p> <p>平均訪問箇所数（後：平均値）=観光客の訪問箇所数÷観光客数</p>		
観光収入	約 137 万円増	観光関連の事業者 6 者にヒアリングを実施	<p>【根拠式】観光収入金額の増減数=平均観光収入金額（後：平均値）-平均観光収入金額（前：平均値）</p> <p>観光収入金額（前：平均値）=観光収入金額÷観光事業者数</p> <p>観光収入金額（後：平均値）=観光収入金額÷観光事業者数</p>	23 年 6 月、7 月	ポイントラリー、ウェブサイトの導入による効果、7 月がシーズンであることもあり、観光収入が大幅に増加していると考えられる。
訪問・観光客数の増加率	約 1.31 倍	観光関連の事業者 3 者にヒアリングを実施	<p>月間観光客数をアンケート調査し、本年 6 月と 7 月を前後比較する。</p> <p>【根拠式】月間観光客数の増減率=月間観光客数（後）÷月間観光客数（前）</p>	23 年 6 月、7 月	観光協会での統計情報が無かったため、島内の宿泊施設の滞在者数により測定を行った。ポイントラリー、ウェブサイトの導入による効果、7 月がシーズンであることなどから大幅に増加したものと考えられる。
エコツアーリズム従事者の売上増加率	約 2.33 倍	観光関連の事業者 3 者にヒアリングを実施	<p>月間売上高をアンケート調査し、本年 6 月と 7 月の集計値と前後比較する。</p> <p>【根拠式】月間売上高の増減率=平均月間売上高（後：平均値）÷平均月間売上高（前：平均値）</p> <p>月間売上高金額（前：平均値）=月間売上高金額÷観光事業者数</p>	23 年 6 月、7 月	ポイントラリー、ウェブサイトの導入による効果、7 月がシーズンであることなどから大幅に増加したものと考えられる。

			$\text{月間売上高金額 (後: 平均値)} = \text{月間売上高金額} \div \text{観光事業者数}$		
エコツアーリズムのブランドの付加価値増加率（価格上昇率）	100.9%	6月と7月に観光客に対しアンケートを実施	<p>奄美の印象をアンケート調査し、本年6月と7月を前後比較する。</p> <p>【根拠式】 奄美の印象評価点の増加率 = <math>\frac{\text{平均奄美の印象評価点 (後: 平均値)}}{\text{平均奄美の印象評価点 (前: 平均値)}}</math></p> <p>平均奄美の印象評価点 (前: 平均値) = <math>\frac{\text{奄美の印象評価点} \div \text{評価者数}}</math></p> <p>平均奄美の印象評価点 (後: 平均値) = <math>\frac{\text{奄美の印象評価点} \div \text{評価者数}}</math></p>	23年6月、7月	アンケート結果で、奄美の印象の評価度をヒアリングしたが、結果として7月に微増した。今後、ポータルサイト上などで奄美ブランドのPRを行い、さらに印象の評価を上げていく。
エコツアーリズム従事者の雇用増加率	約1.12倍	観光関連の事業者3者にヒアリングを実施	<p>エコツアーリズム従事者をアンケート調査し、本年6月と7月を前後比較する。</p> <p>【根拠式】 エコツアーリズム従事者数の増加率 = <math>\frac{\text{エコツアーリズム従事者数 (後)}}{\text{エコツアーリズム従事者数 (前)}}</math></p>	23年6月、7月	ポイントラリー、ウェブサイトの導入による効果、7月がシーズンであることなどから雇用も増加したと考えられる。
エコツアーリズムのPRコスト削減率（業務効率化）	約0.88倍	観光関連の事業者3者にヒアリングを実施	<p>エコツアーリズムのPRコストをアンケート調査し、本年6月と7月を前後比較する。</p> <p>【根拠式】 エコツアーリズムのPRコスト削減率 = <math>\frac{\text{平均エコツアーリズムのPRコスト (後: 平均値)}}{\text{平均エコツ}}</math></p>	23年6月、7月	エコポイントラリーやウェブサイトへのPRができるようになったこと、現在広告料が無料であることからPRコストが減少したものと考えられる。

			<p>ーリズムの PR コスト (前: 平均値)  平均エコツアーリズムの PR コスト  (前: 平均値) = エコツアーリズムの PR  コスト ÷ 観光事業者数</p> <p>平均エコツアーリズムの PR コスト  (後: 平均値) = エコツアーリズムの PR  コスト ÷ 観光事業者数</p>		
着地型ツアー の新規創出数	2 件		<p>着地型ツアー数をアンケート調査し、本年 6 月と 7 月を前後比較する。</p> <p>【根拠式】 着地型ツアーの新規創出増加数 = 着地型ツアー数 (後) - 着地型ツアー数 (前)</p>	23 年 6 月、7 月	ポイントラリーにおいて、ポイントラリーツアーを 2 件追加した。今後も継続的にツアー内容の追加・見直しを行い、魅力あるコンテンツとしていく。
防災準備実践者の増加率	95.5%	6 月と 7 月に観光客に対しアンケートを実施	<p>防災準備者をアンケート調査し、本年 6 月と 7 月を前後比較する。</p> <p>【根拠式】 エコツアーリズム防災準備者の増加率 = エコツアーリズム防災準備者数 (後) ÷ エコツアーリズム防災準備者数 (前)</p>	23 年 6 月、7 月	防災準備の実践準備者数は微減した。防災に関する情報をサイト内に増やすことで、意識を高められるようおこなう。
主観的安全度 向上率 (実感) 【単独指標】	1.2%減	6 月と 7 月に観光客に対しアンケートを実施	<p>主観的安全度向上をアンケート調査する。</p> <p>【根拠式】 安全度向上したと回答した人数 ÷ 回答者数</p>	23 年 6 月、7 月	7 月に主観的安全度が減少してしまっているが、微減であり、今後の PR によって主観的安全度の向上を図っていくことで解消され则认为る。
飲食店・お土産店の売り上げ増加率	約 1.83 倍	観光関連の事業者 4 者にヒアリングを実施	飲食店・お土産店の売上高を調査し、本年 6 月と 7 月の増減状況を比較する。	23 年 6 月、7 月	ポイントラリー、ウェブサイトの導入による効果、7 月がシーズンであることなどから大幅に増加したもの

			<p>【根拠式】 飲食店・お土産店の売上高の増加数=飲食店・お土産店の売上高平均（後）-飲食店・お土産店の売上高平均（前）</p> <p>平均飲食店・お土産店の売上高（前：平均値）=飲食店・お土産店の売上高÷観光事業者数</p> <p>平均飲食店・お土産店の売上高（後：平均値）=飲食店・お土産店の売上高÷観光事業者数</p>		と考えられる。
観光客の満足度	114.8%	6月と7月に観光客に対しアンケートを実施	<p>観光客の満足度をアンケート調査し、本年6月と7月の増減状況を比較する。</p> <p>【根拠式】 奄美の満足度評価点の増加率=平均奄美の満足度評価点（後：平均値）÷平均奄美の満足度評価点（前：平均値）</p> <p>平均奄美の満足度評価点（前：平均値）=奄美の満足度評価点÷評価者数</p> <p>平均奄美の満足度評価点（後：平均値）=奄美の満足度評価点÷評価者数</p>	23年6月、7月	ポータルサイト、ポイントラリーの導入により、満足度が向上したものと考えられる。今後も継続的に利用者を増やし、満足度を上げ、観光客の誘致を図る。
海外からの来訪者数の増加	0	未計測	<p>海外からの来訪者数を調査して、本年6月と7月の増減状況を比較する。</p> <p>【根拠式】 海外からの来訪者数の増加率=海外からの来訪者数（後）-海外からの来訪者数（前）</p>	23年6月、7月	海外からの来訪者の統計情報は県の統計情報しかなく、24年2月頃に集計結果が発表されるとのこと。

<p>飲食店・お土産店の広告費削減率</p>	<p>約 0.88 倍</p>	<p>観光関連の事業者 3 者にヒアリングを実施</p>	<p>広告費をアンケート調査し、本年 6 月と 7 月の増減状況を比較する。  <b>【根拠式】</b> 飲食店・お土産店の広告費削減率=平均飲食店・お土産店の広告費（後：平均値）÷平均飲食店・お土産店の広告費（前：平均値）  平均飲食店・お土産店の広告費（前：平均値）=飲食店・お土産店の広告費 ÷観光事業者数  平均飲食店・お土産店の広告費（後：平均値）=飲食店・お土産店の広告費 ÷観光事業者数</p>	<p>23 年 6 月、7 月</p>	<p>エコポイントラリーやウェブサイトへの PR ができるようになったこと、現在広告料が無料であることから PR コストが減少したものと考えられる。</p>
<p>観光客の増加率</p>	<p>約 1.31 倍</p>	<p>観光関連の事業者 3 者にヒアリングを実施</p>	<p>奄美大島の来訪者の増加度をアンケート調査し、本年 6 月と 7 月の増減状況を比較する。  <b>【根拠式】</b> 来訪者数の増加率=来訪者数（後）÷来訪者数（前）</p>	<p>23 年 6 月、7 月</p>	<p>観光協会での統計情報が無かったため、島内の宿泊施設の滞在者数により測定を行った。ポイントラリー、ウェブサイトの導入による効果、7 月がシーズンであることなどから大幅に増加したものと考えられる。</p>
<p>観光客一人当りの利用金額の増加率</p>	<p>123.7%</p>	<p>6 月と 7 月に観光客に対しアンケートを実施</p>	<p>奄美大島の来訪者の利用金額をアンケート調査し、本年 6 月と 7 月の増減状況を比較する。  <b>【根拠式】</b> 来訪者の利用金額増加率=平均来訪者の利用金額（後：平均値）÷平均来訪者の利用金額（前：平均値）  平均来訪者の利用金額（前：平均値）</p>	<p>23 年 6 月、7 月</p>	<p>ポイントラリー、ウェブサイトの導入による効果、7 月がシーズンであることなどから増加したものと考えられる。</p>

			$= \text{来訪者の利用金額} \div \text{来訪者数}$ $\text{平均来訪者の利用金額 (後: 平均値)}$ $= \text{来訪者の利用金額} \div \text{来訪者数}$		
観光関連産業での雇用の増加率	約 1.13 倍	観光関連の事業者 4 者にヒアリングを実施	<p>奄美大島の観光関連産業の雇用者数をアンケート調査し、本年 6 月と 7 月の増減状況を比較する。</p> <p><b>【根拠式】</b> 観光関連産業での雇用の増加率 = <math>\frac{\text{平均雇用者数 (後: 平均値)}}{\text{平均雇用者数 (前: 平均値)}}</math></p> <p>平均雇用者数 (前: 平均値) = <math>\frac{\text{雇用者数}}{\text{観光事業者数}}</math></p> <p>平均雇用者数 (後: 平均値) = <math>\frac{\text{雇用者数}}{\text{観光事業者数}}</math></p>	23 年 6 月、7 月	ポイントラリー、ウェブサイトの導入による効果、7 月がシーズンであることなどから雇用も増加したと考えられる。
関連自治体におけるゴミ処理費の削減	0.81 倍	関連自治体へのヒアリングを実施	<p>関連自治体にゴミの処理費用をアンケート調査し、6 月と 7 月とを比較して増減状況を比較する。</p> <p><b>【根拠式】</b> 関連自治体にゴミの処理費用削減費の増減 = <math>\frac{\text{ゴミの処理費用削減費 (後)}}{\text{ゴミの処理費用削減費 (前)}}</math></p>	23 年 6 月、7 月	ウェブサイトでのエコへのアピールの実施との相関性については、判断しかねるが、ゴミ処理費については減少した。

### 3 目標の進捗率

指標	目標値	結果の数値	計測方法・出展等	調査時期	結果の分析（目標値の結果が大きい）
コンテンツアクセス数	月平均 3,000 アクセス	36,101 ページビュー (100%以上)	ポータルサイトのアクセスログ	23年7月末	当初の目標では、月平均のアクセス数（ページビュー数）を3000ページビューと設定していたが、イベントでのチラシ配布などのプロモーション活動の結果、予想外に多くのアクセス数を獲得できた。引き続きプロモーション活動を実施していく予定。
利用者登録数	100人* 1ヶ月間の運用	237名 (100%以上)	ポイントラリーの利用者データベースの件数	23年7月末	イベントでのチラシ配布などのプロモーション活動の結果、予定数の利用者登録数は確保できた。しかし、ポータルサイトのアクセス数に比べると登録者数が少ない。7月以降、奄美大島もハイシーズンとなり、観光客が増えると考えられるため、引き続きプロモーション活動を行い、利用者登録数を増やしていく予定。