

与論町観光ルネサンス計画策定 に関する調査研究

平成 23 年 3 月

与 論 町
財団法人 地方自治研究機構

はじめに

近年、環境対策、観光振興、地域産業の活性化、少子高齢化対策、地域コミュニティの活性化等の地方公共団体が取り組むべき課題が複雑化・多様化してきている。また、住民に身近な行政は、地方公共団体が自主的かつ主体的に取り組むとともに、地域住民が自らの判断と責任において地域の諸課題に取り組むことが重要となってきた。

このため、当機構では、地方公共団体が直面している諸課題を多角的・総合的に解決するため、地方公共団体と共同して課題を取り上げ、全国的な視点と個々の地方公共団体の地域の実情に即した視点の双方から問題を分析し、その解決方策の研究を実施している。

観光は、旅行業、宿泊業にとどまらず、農林漁業、輸送業、飲食業、土産品業等極めて裾野の広い産業分野となっており、地域社会の経済発展、雇用創出、地域活性化等に大きな影響を及ぼしている。しかし、市町村の観光振興の取組は、国内・国外の競合地との厳しい競争にさらされており、地域が一体となり中長期の視点にたった戦略的な取組が重要となっている。本調査研究の調査対象地である鹿児島県与論町は、国内のリゾートのさきがけとして、昭和40年代頃までは大きな集客があったが、観光・旅行ニーズの多様化や海外や沖縄県をはじめとする競合地の台頭により、観光低迷が長く続いており、新たな戦略的視点にたった観光地づくりが求められている。本調査研究は、与論町の観光の再生に向けた新たな視点や取組手法について検討したものである。

本調査研究の企画及び実施にあたっては、調査研究委員会の委員長及び委員をはじめ、関係者の方々から多くのご指導とご協力をいただいた。

ここに謝意を表する次第である。

本報告書が広く地方公共団体の施策展開の一助となれば幸いである。

平成23年3月

財団法人 地方自治研究機構
理事長 佐野 徹治

はじめに

本町は、昭和45年（1970年）の頃に全国的に起こった離島ブームと併せ、昭和47年（1972年）の沖縄本島復帰まで“日本最南端の地”としてその知名度を得て、全国の多くの若者から脚光を浴び、昭和54年（1979年）には、約15万人の観光客が訪れました。しかしながら、その後、海外旅行を含む観光をはじめとする余暇活動が、本格的に増加し始める昭和60年（1985年）（プラザ合意によるバブル経済の始まり）以降10万人を割り込み、以降は年々減少の一途を辿り、近年は最盛期の4割に満たない6万人を下回る状況となっております。

最近の観光ニーズは、海外嗜好型に加え、体験交流型へと変わりつつあり、豊富で魅力ある体験型観光メニューの創出や自然・農業・水産業・伝統文化など、島の自然を活かした与論独自の観光地づくりが求められ、これまでの従来型観光の転換による観光再生に向けた新たな方策が必要となっております。

このような状況の中、低迷した本町の観光産業を打破すべく、これまでの観光施策の現状・課題の洗い出しや近年の観光客のニーズなど様々な視点から調査・分析を行い、観光施策を抜本的に見直すことにより、新たな観光再生への方向性を見出す必要があることから、今般、本町と財団法人 地方自治研究機構との共同で、新たな観光振興の指針を示した「与論町観光ルネサンス計画の策定に関する調査研究」を行ったところです。

本調査研究の成果は、平成23年度を初年度とする第5次与論町総合振興計画においても、重点プロジェクトとして位置づけられ、最重要施策として推進していくこととなっております。

この調査研究が、本町の観光再生の足がかりとなり、十分な推進体制づくりの下、各種施策が展開され、観光振興、地域経済の浮揚、地域活性化に繋がっていくことを確信します。

最後に、本計画の策定にあたり、研究委員会の木村委員長及び委員各位並びに関係者の皆様方の熱心なご審議に心から感謝申し上げます。

平成23年3月

与論町長 南 政吾

目 次

序章 調査研究の概要	3
1 調査研究の背景・目的	3
2 調査研究の項目と方法	5
3 調査研究の体制	8
第1章 与論町の概況	11
1 位置・地勢	11
2 沿革	13
3 人口・世帯	14
4 産業	15
第2章 与論町の観光の現状	19
1 与論町観光の沿革・特色	19
2 観光・交流人口	21
3 観光資源	22
4 観光関連産業（宿泊施設等）	27
5 交通・運輸	28
6 計画・推進体制・主要公共施設	30
第3章 観光入込客の現状及びニーズ	35
1 調査の概要	35
2 観光客属性	35
3 観光形態	37
4 観光利用・ニーズ	40
5 観光に係る評価・意向	44
第4章 観光マーケット、観光ニーズの現状・今後の方向性	49
1 調査の概要	49
2 知名度・来島経験	51
3 競合地域	52
4 旅行形態（同伴者・宿泊施設）	54
5 観光イメージ	55
6 観光資源に対する認知・関心度	56
7 来島意向	60

第5章 新たな観光動向及び先進事例地域の取組の把握.....	63
1 新たな観光動向の取組と“観光再生”.....	63
2 “観光再生”に向けた先進事例地域の取組.....	64
3 “観光再生”に向けた先進事例地域の取組 — 小値賀島（長崎県） —.....	76
第6章 “観光再生”に向けた住民・関係者等の意識・意向.....	85
1 有識者調査.....	85
2 町民ヒアリング.....	105
3 町民ワークショップ.....	109
第7章 “観光再生”に向けた課題と視点.....	119
1 課題の抽出.....	119
2 視点の整理.....	128
第8章 “観光再生”に向けた基本戦略・重点方策.....	139
1 与論町観光ルネサンス計画が標榜すべき理念.....	139
2 理念に即した官民の取組みの基礎となる基本戦略.....	140
3 基本戦略に対応する基本戦術となるべき重要方策.....	141
第9章 今後の“観光再生”に向けた条件整備のあり方.....	149
1 観光再生に向けた諸施策の推進体制.....	149
2 観光再生に向けた諸施策を推進するために必要となるしくみ及び各担い手の姿勢.....	151
資料編.....	157
1 来町者アンケート.....	157
2 観光マーケット（GAP）調査.....	167
委員会・ワークショップ・事務局名簿.....	193

序章 調査研究の概要

序章 調査研究の概要

1 調査研究の背景・目的

(1) 調査研究の背景

① 「第5次与論町総合振興計画」の実施に向けた観光面における戦略づくり

与論町では、平成23年度を初年度とする次期総合振興計画を策定している。

平成13年度から平成22年度の計画として策定された「第4次与論町総合振興計画」においては、「人と自然が輝くオンリーワンの島づくり」をテーマに、観光施策について、与論独特の観光地づくり、誘客対策の充実、受け入れ態勢の充実、推進体制の充実を掲げ、体験型観光の推進を打ち出し、年間観光客数10万人を目標としている。しかし、レジャーの多様化や周辺地域の観光の台頭などを背景に与論町における観光の低迷が続いている。第5次総合振興計画においては、実効性のある総合振興計画の実施に向け、観光振興面の戦略づくりが必要である。

② 観光低迷の現状に即した、従来の観光振興のあり方の抜本的見直し

与論町において、観光客の減少、観光業の停滞（宿泊施設等の老朽化等）、周辺地域観光（沖縄本島やその他離島など）との差別化・個性化の未確立等、観光低迷が顕著化している。

従来型観光振興目標（年間観光客数10万人）や訴求対象の設定に対する点検・見直しを行い、現状に即した誘客策、観光戦略等を検討する必要がある。

③ 新たな観光動向、マーケットへの対応

旅行の形態は、団体旅行から個人・小グループでの旅行へと移行傾向を見せており、効果的、戦略的な観光施策を実施するためには、ターゲットの明確化やニーズの把握などが重要となってくる。しかし、離島ブームにより、兼業による観光業の多い与論町において、観光振興のためのマーケット調査はこれまで十分であったとは言いがたく、まちづくりにおける6次産業化、ニューレジャー・スポーツニーズへの対応、民泊・第二次居住等の新たな観光交流等に対する情報・関心が不足しているといえる。

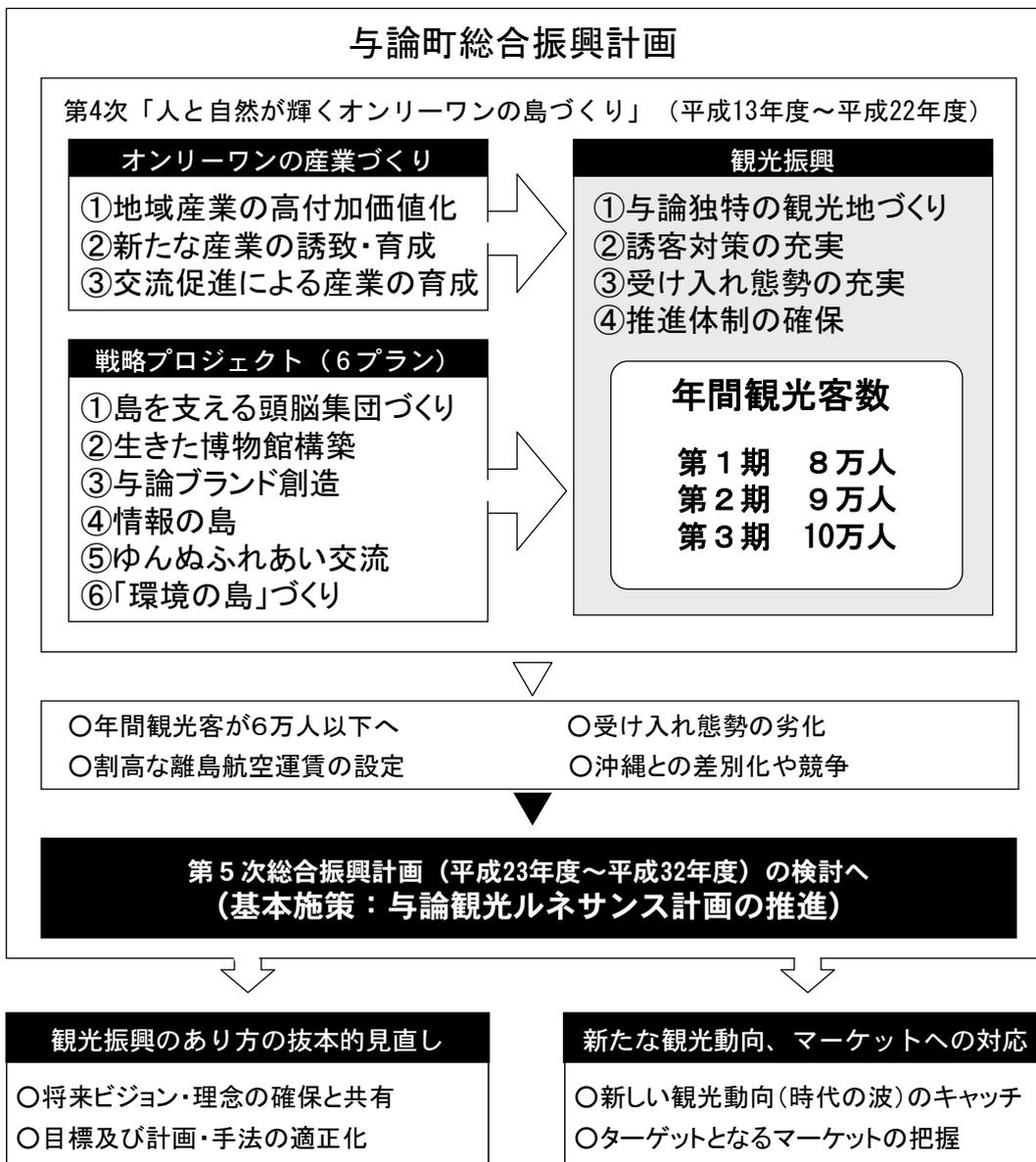
質の高い観光交流を実現するためには、地域の魅力を高め、ホスピタリティを高めていくことが必要であり、自然や農漁業、文化など産業の枠を超えた連携により、社会経済状況に即した与論観光が対応すべきマーケットの掘り起こしや焦点化が必要である。

(2) 調査研究の目的

上記の背景のとおり、与論町の“観光再生”の方向としては、“観光業”振興にとどまらず、与論町全体の持続的な発展へと、取組の視点を拡大することが必要となる。そのため、本調査研究の目的として「観光（＝まち）再生に向けた新たな戦略づくり（“観光業”振興から与論町の持続的な発展へ）」とした。

「観光（＝まち）再生」に向けた新たな戦略づくり
（“観光業”振興から与論町の持続的な発展へ）

図表0-1 調査研究の背景と検討の方向



2 調査研究の項目と方法

(1) 調査研究の項目

調査の目的を踏まえ、調査項目として次の9項目を掲げた。報告書の各章は本項目にしたがい、取りまとめている。

- ① 与論町の概況
- ② 与論町の観光の現状
- ③ 観光入込客の現状及びニーズ
- ④ 観光マーケット、観光ニーズの現状・今後の方向性
- ⑤ 新たな観光動向及び先進事例地域の取組の把握
- ⑥ “観光再生”に向けた住民・関係者等の意識・意向
- ⑦ “観光再生”に向けた課題と視点
- ⑧ “観光再生”に向けた基本戦略・重点方策
- ⑨ 今後の与論町の観光再生に向けた条件整備のあり方

報告書の各項目（章）の概要は次のとおりとなっている。

① 与論町の概況（第1章）

与論町の概況として、①位置・地勢の状況、②まちづくりの沿革、③人口・世帯の状況、④産業・就業者等の状況について整理した。

② 与論町の観光の現状（第2章）

与論町の観光の現状として、①与論町観光の沿革・特徴、②観光交流人口の推移、③今後の与論町の観光振興に資する観光資源の現状について整理した。また、観光振興に係る与論町の主要計画や推進体制の現状についてとりまとめた。

③ 観光入込客の現状及びニーズ（第3章）

来町者（観光客）調査結果から、与論町の観光入込客の①属性、②観光形態、③観光利用施設・ニーズ、④観光に係る評価・意向等について整理した。

④ 観光マーケット、観光ニーズの現状・今後の方向性（第4章）

与論島（町）観光に係る観光需要・ニーズ等を把握するため、観光マーケット調査（インターネット調査）を実施し、その調査結果をとりまとめた。調査内容は、旅行経験、観光地イメージ、観光施策等の認知度・興味度、経験者の感想、今後の旅行意向等となっている。

⑤ 新たな観光動向及び先進事例地域の取組の把握（第5章）

新たな観光動向として、“観光再生”、“離島観光振興”に係る取組事例についてとりまとめた。また、視察調査として実施した値賀島（長崎県）の具体的な取組等についてとりまとめた。

⑥ “観光再生”に向けた住民・関係者等の意識・意向（第6章）

与論町の観光再生に係る住民・関係者の意識・意向をとりまとめた。調査対象は、与論町に縁のある在京等の有識者等（文化人、観光交流関係者、与論出身者等）、町民で、書面調査、ヒアリング調査、ワークショップを実施した。

⑦ “観光再生”に向けた課題と視点（第7章）

①～⑥を踏まえ、与論町の“観光再生”に向けた課題及び視点を整理した。

⑧ “観光再生”に向けた基本戦略・重点方策（第8章）

“観光再生”の課題及び視点に基づき、与論町の今後の観光振興、まちづくりに係る基本戦略・重点方策についてとりまとめた。

⑨ 今後の与論町の“観光再生”に向けた条件整備のあり方（第9章）

観光再生に係る条件整備のあり方についてとりまとめた。

(2) 調査研究の方法

調査項目について明らかにするため、下記の調査を行った。

図表0-2 調査研究の方法

区分	調査名	調査方法	摘要
調査1	観光マーケット (GAP) 調査	マーケット調査	<ul style="list-style-type: none"> ○調査対象：1,000 サンプル（属性別、調査設定エリア毎の抽出化） ○調査内容：旅行経験、観光地イメージ、観光施策等の認知度・興味度、経験者の感想、今後の旅行意向等 ○調査方法：じゃらんリサーチセンターによるインターネット調査 ○調査時期：平成22年8月～10月
調査2	先進事例調査	文献調査 視察調査	<ul style="list-style-type: none"> ○調査対象：観光再生、交流型のまちづくり、離島振興等の先進事例 ○調査内容：地域概況、取組手法、推進体制、取組成果等 ○調査方法：文献調査、視察調査（事務局） ○調査時期：文献調査：平成22年8月～10月、視察調査：平成22年10月～平成23年1月
調査3	来町者（観光客） 調査	アンケート調査 ヒアリング調査	<ul style="list-style-type: none"> ○調査対象：平成22年8月～12月の来町者 ○調査内容：観光客属性（性・年齢・居住地）、観光目的、観光ルート、観光資源等に対する評価 ○調査方法：アンケート調査：町内宿泊施設に調査票を配布、宿泊者に記入、ヒアリング調査：来町者又は来町経験者に対して与論町又は東京等でヒアリング ○調査時期：平成22年8月～12月
調査4	有識者ヒアリング 調査	ヒアリング調査	<ul style="list-style-type: none"> ○調査対象：町外の与論町と関係のある有識者（文化人、経済関係者、観光関係者、スポーツ関係者、町出身者） ○調査内容：与論町の魅力、観光振興・地域振興の問題点・課題、今後のまちづくりに求めること ○調査方法：ヒアリング調査 ○調査時期：平成22年9月～12月
調査5	観光再生に関する ワークショップ	ワークショップ	<ul style="list-style-type: none"> ○メンバー：町内観光、まちづくり関係者 ○検討内容：与論町のこれまでの観光振興、今後の観光再生 ○実施時期：平成22年8月～平成23年2月

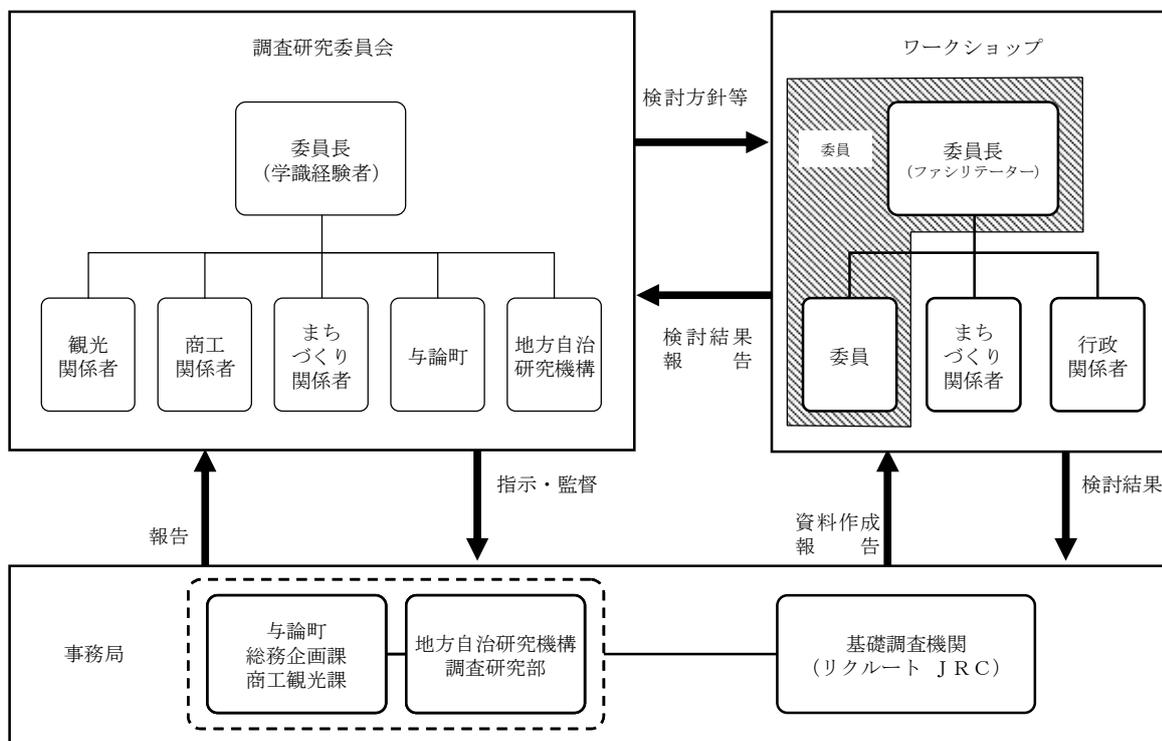
3 調査研究の体制

「与論町観光ルネサンス計画策定に関する調査研究」委員会（委員長：木村乃明治大学特任准教授）を設置し、調査結果の分析及び調査研究結果のとりまとめ等を検討した。委員は、学識経験者、観光関係者、商工関係者、まちづくり関係者、与論町及び地方自治研究機構関係者で構成し、8月、11月、2月の3回開催した。

委員（一部）のほか、まちづくり関係者（観光振興、特産品開発、まちおこし、地域コミュニティ等）、行政関係者等で組織するワークショップを組織し、8月（2回）、11月、2月の4回開催した。

また、与論町、地方自治研究機構で構成する事務局を設置し、委員会での審議に必要な資料収集、調査研究の具体的な方法について検討した。調査研究の一部を基礎調査機関（株）リクルート（じゃらんリサーチセンター）に委託した。

図表0-3 調査研究の体制



第1章 与論町の概況

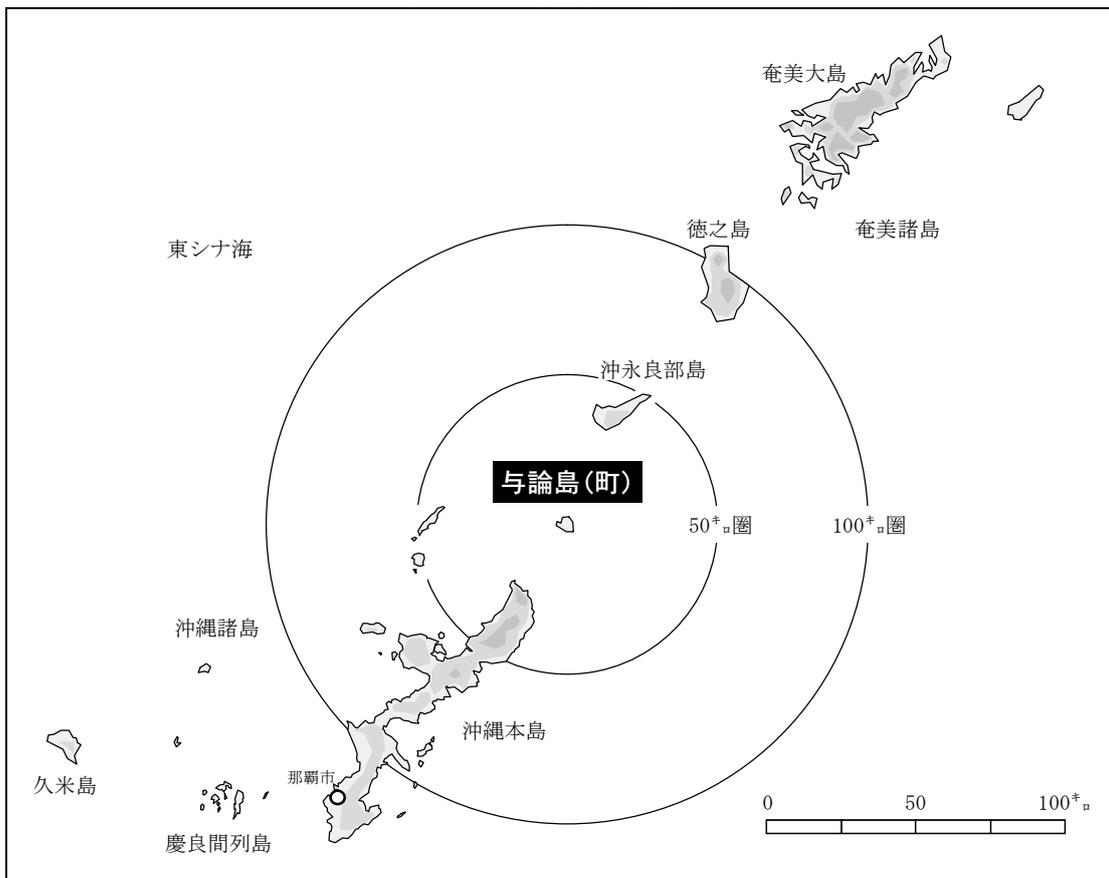
第1章 与論町の概況

1 位置・地勢

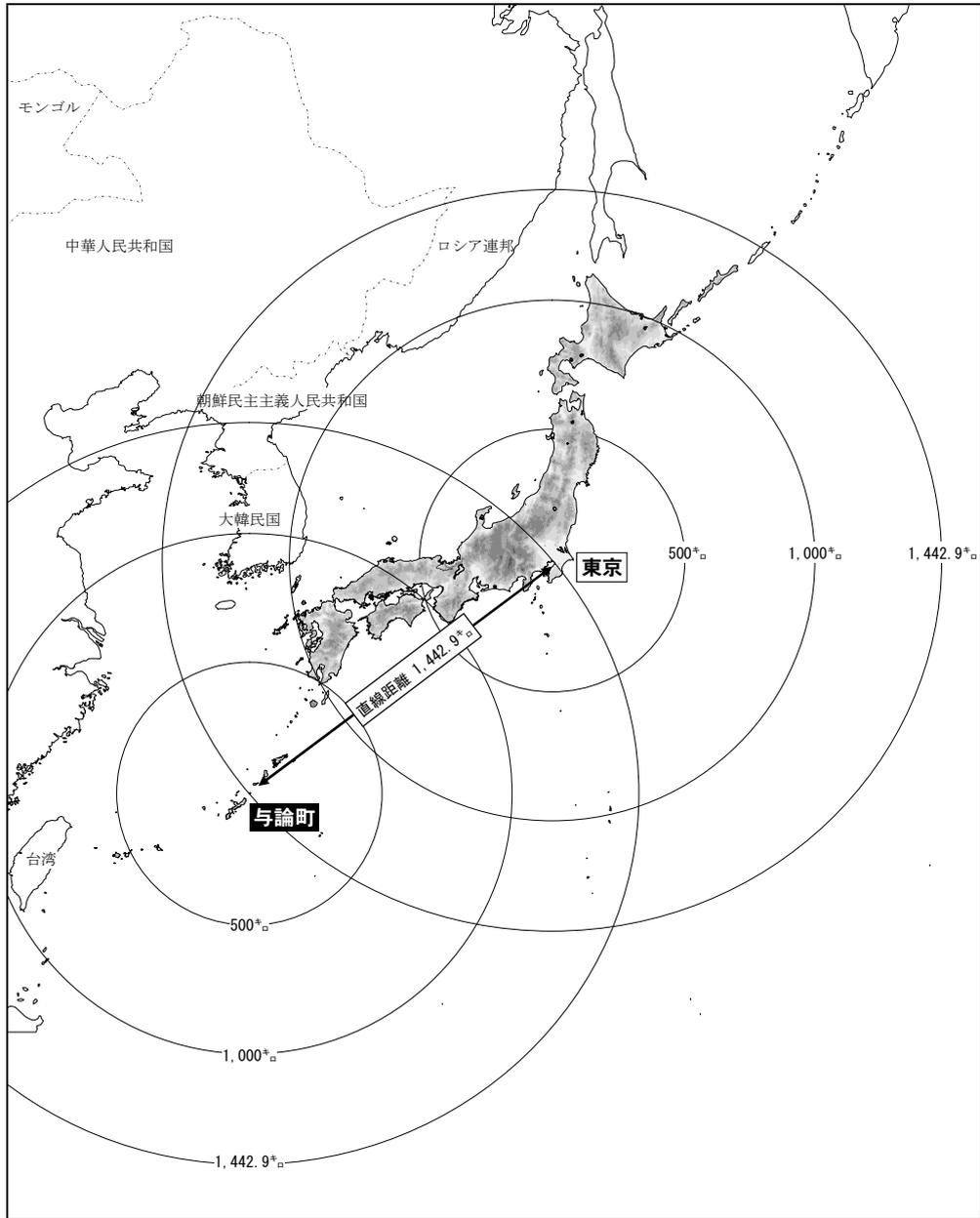
与論島は、航路距離で本土から 592km、奄美市名瀬から 209km の、奄美大島の南西海上に位置する、鹿児島県最南端の島である。周囲 23.65km、面積 20.49km² の島で、北方 32.5km には沖永良部島、南方 23km には沖縄本島を望むことができる。また、東京～与論島の直線距離は 1,442.9km で、首都圏からみると、この距離圏内には中国、韓国、ロシア等が含まれる。

地理的には、亜熱帯に位置し、年間平均気温が 22.8 度という温暖な気候で、年中ハイビスカスやブーゲンビリアなどの色鮮やかな熱帯の花々が咲き乱れ、青い海と白い砂浜、そして緑の島のコントラストが美しい、風光明媚な島である。また、与論島及び周辺海域が隆起珊瑚礁で形成されており、このため与論島沿岸部はコーラルリーフで囲まれエメラルドグリーンの鮮やかなサンゴの海で囲まれている。「東洋の海に浮かび輝く一個の真珠」と謳われ、海洋性レクリエーションを中心とした観光の島として全国に知られている。ギリシャ・ミコノス市とは、観光のグレードアップや国際交流の推進を目的として姉妹盟約が結ばれている。

図表 1-1 与論町の位置



図表 1-2 与論町の位置 (2)



2 沿革

与論島の歴史は、近世以前は奄美世、按司世、那覇世、大和世の4期に、明治以降の近代は戦前期、戦後期に区分することができる。

奄美世（原始～8世紀前半）は、大和朝廷に従属し、筑前国の太宰府の管轄下におかれ、部落共同体が形成されていた。按司世（8世紀後半～12世紀前半）は、大和朝廷から離れた無所属時代で、按司と呼ばれる地元首長らによって支配割拠する階級社会が形成されていた。

文永3年（1266年）、琉球王朝の善政を慕い自主的に英祖王に納貢してからの340年間は琉球王統治下に入り、この期を那覇世（12世紀後半～15世紀）と呼ぶ。しかし、慶長14年（1609年）、島津藩の琉球征服の結果、与論島を含む奄美諸島は琉球から分割されて薩摩藩の直屬下に置かれ、植民地的支配の続く大和世が260年間続いた。

明治期になってからは、明治4年（1871年）に実施された廃藩置県により、与論島は薩摩藩の支配から沖永良部支庁の管轄下に入り、さらに明治41年、島嶼町村制が施行されたのを機に、与論島を一つの行政区域とする「与論村」が誕生し、大正9年（1920年）の町村制施行時も引き継がれた。

終戦後の8年間（昭和21～28年）は米国軍政下にあったのち、昭和28年に締結された日米協定により本土復帰を果たし、沖縄返還の昭和47年（1972年）まで、我が国の最南端地となっていた。また、昭和37年に町制を施行し、現在の与論町となっている。

図表1-3 与論島の沿革

区分	沿革
奄美世	<ul style="list-style-type: none"> ○ 原始～8世紀前半 ○ 大和朝廷に従属 ○ 大宝元年（701年）、筑前国に太宰府の管轄下
按司世	<ul style="list-style-type: none"> ○ 8世紀後半～12世紀前半 ○ 天長元年（824年）、経済的理由から太宰府の管轄外に放棄され、無所属時代始まる ○ 440年間、按司（首長）の支配割拠する階級社会形成期
那覇世	<ul style="list-style-type: none"> ○ 12世紀後半～15世紀 ○ 文永3年（1266年）、琉球王朝に納貢し、340年間琉球王統治下
大和世	<ul style="list-style-type: none"> ○ 15世紀～18世紀前半 ○ 慶長14年（1609年）、島津藩の琉球征服の結果、与論島を含む大島諸島は琉球から分割されて薩摩藩の直屬下に ○ 薩摩藩の沖永良部に含まれた管轄下で260年間植民地政策が続く
戦前期	<ul style="list-style-type: none"> ○ 明治4年（1871年）の廃藩置県により、明治8年（1874年）に沖永良部支庁の管轄下 ○ 明治41年（1908年）の島嶼町村制の実施に伴い「与論村」が誕生
戦後期 （占領下）	<ul style="list-style-type: none"> ○ 昭和21～28年 ○ 米国軍政下
戦後期 （祖国復帰以降）	<ul style="list-style-type: none"> ○ 昭和28年～ ○ 昭和28年（1953年）日米協定に基づく本土復帰 ○ 昭和29年（1954年）奄美群島振興開発特別措置法施行 ○ 昭和37年（1962年）町制施行により、「与論町」誕生 ○ 昭和51年（1976年）与論空港開港

3 人口・世帯

平成 22 年 10 月現在、与論町の人口は 5,505 人（男性 2,675 人、女性 2,830 人）、世帯数 2,397 世帯となっている（住民基本台帳ベース）。

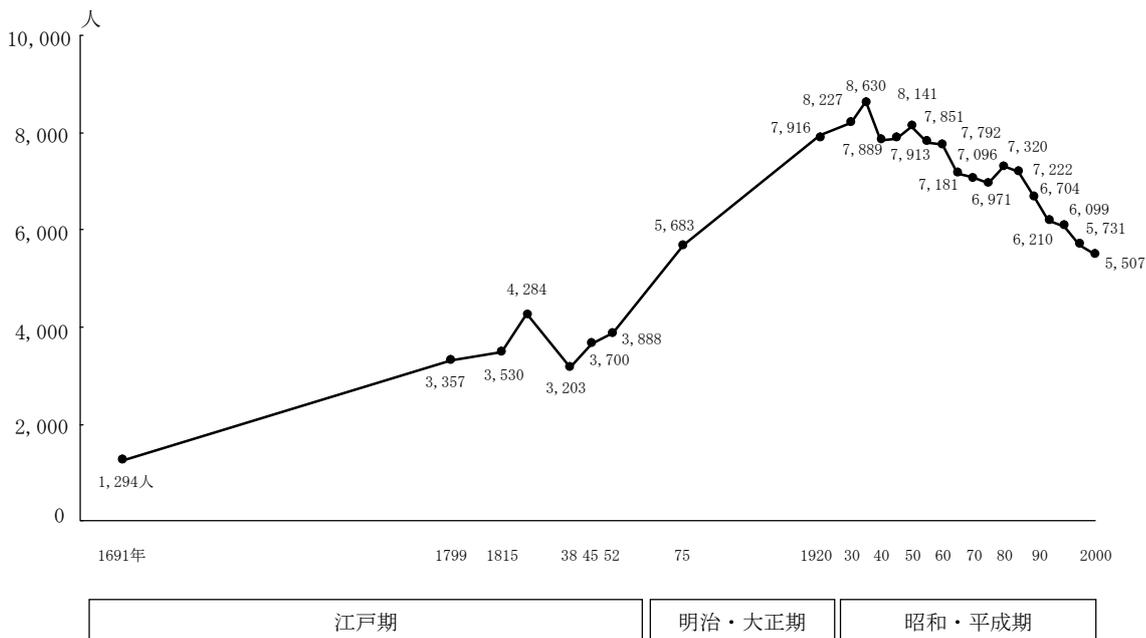
与論島の人口は江戸中期頃までは 2,000 人未満で推移してきたが、江戸後期に徐々に増加し、文政 7 年（1824 年）には 4,248 人にまで増加したが、5,000 人を超えることはなかった。

人口が大きな増加傾向を示すのは明治期以降で、昭和 10 年頃には人口が 9,000 人近くまで増加し、人口ピーク期となっている。こうした人口の急増に伴い、明治 32 年からは長崎県口之津への与論島住民の移住が開始されている。その後の人口は、7,000 人規模で推移してきたが、昭和 60 年代以降は人口が減少に転じ、その傾向は現在も続いている。

近年は、少子高齢化の影響も大きくなっており、転出（進学・就職等）に伴う社会減に加えて、死亡数が出生数を上回る自然減も顕著となってきている。

世帯数については、過疎化や核家族化、少子高齢化等の影響により、世帯規模も縮小しており、昭和 60 年当時 1 世帯当たり 3.6 人であった世帯人員数は、平成 17 年現在は 2.8 人となっている。

図表 1-4 与論島の人口の推移



資料：与論町「平成 21 年町勢要覧」を基に作成

図表 1-5 与論町の人口・世帯・1 世帯当たり人員の推移

区分	人口	世帯数	1 世帯当たり人員
昭和 60 年	7,222	1,979	3.6
平成 2 年	6,704	2,013	3.3
平成 7 年	6,210	2,004	3.1
平成 12 年	6,099	2,063	3.0
平成 17 年	5,731	2,082	2.8

資料：総務省統計局「国勢調査」（各年分）を基に作成

4 産業

平成17年現在の与論町の就業人口総数（15歳以上）は2,990人。産業別では第一次産業949人（31.7%）、第二次産業494人（16.5%）、第三次産業1,547人（51.7%）となっており、農業や漁業・水産業の就業者が多いことが特徴となっている。また、観光や飲食等を中心としたサービス業就業者の割合も高くなっており、与論町の事業所数をみると、小売業163事業所、サービス業87事業所のうち、飲食店39事業所、ホテル・旅館26事業所、観光業26事業所となっている。平成12年からの5年間で、与論町の上業者総数は52人の減少となっており、基幹産業である農業、サービス業（観光業等）の上業者数が減少している。

図表1-6 与論町の産業別就業人口（15歳以上）の状況

区分	平成12年		平成17年	
	就業人口	割合	就業人口	割合
就業人口総数	3,042	100.0	2,990	100.0
第一次産業	1,043	34.3	949	31.7
農業	988	32.5	887	29.7
漁業・水産業	55	1.8	62	2.1
第二次産業	486	16.0	494	16.5
建設業	321	10.6	303	10.1
製造業	165	5.4	191	6.4
第三次産業	1,513	49.7	1,547	51.7
卸売・小売業・飲食店	430	14.1	572	19.1
金融・保険業・不動産	12	0.4	14	0.5
運輸・通信業	107	3.5	96	3.2
電気・ガス・水道	24	0.8	18	0.6
サービス業	779	25.6	693	23.2
公務・その他	161	5.3	153	5.1
分類不能	0	0.0	1	0.0

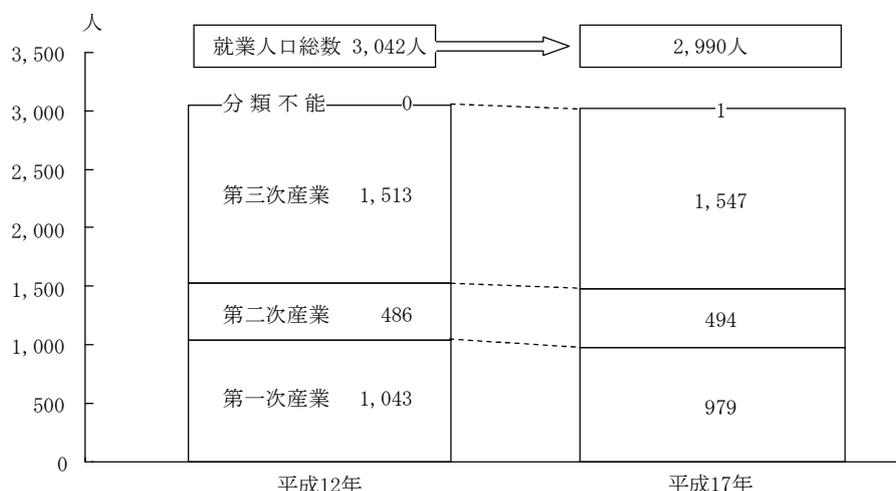
資料：総務省統計局「国勢調査」（各年分）を基に作成

図表1-7 商工業の現状（平成21年3月末現在）

区分	合計	建設業	製造業	運送業	不動産業	卸売業	小売業	サービス業	その他
事業所数	163	31	14	9	4	7	163	87	9

資料：与論町商工会資料を基に作成

図表1-8 与論町の産業別就業人口（15歳以上）の推移



資料：総務省統計局「国勢調査」（各年分）

第2章 与論町の観光の現状

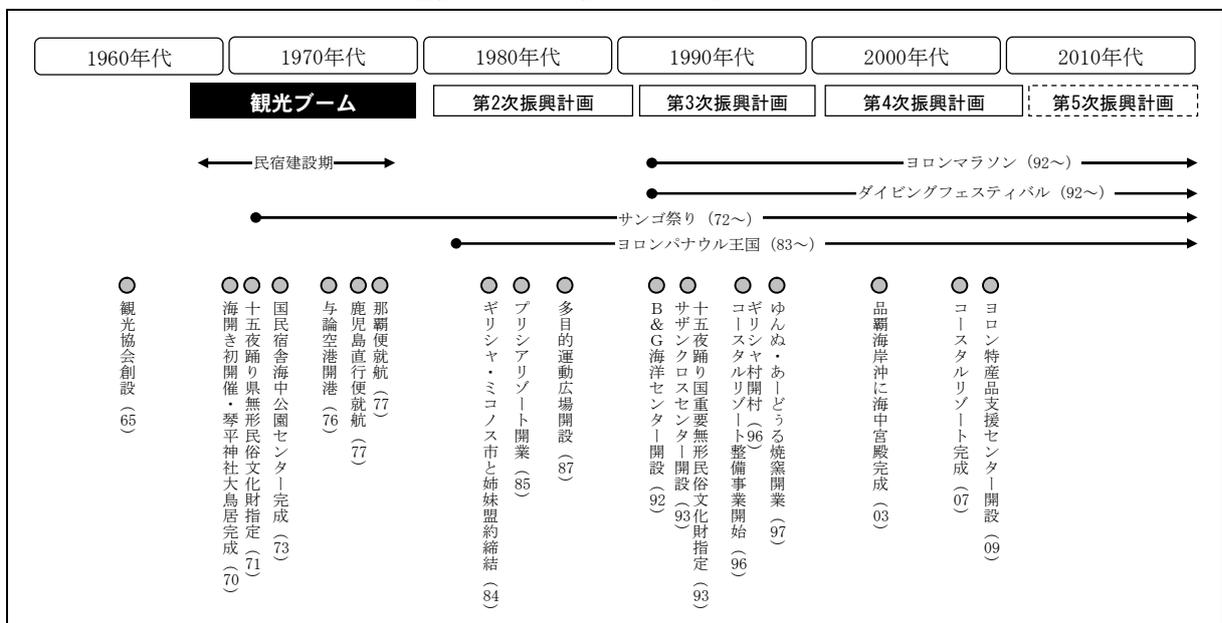
第2章 与論町の観光の現状

1 与論町観光の沿革・特色

与論町は、エメラルドグリーンの海、美しい海岸線等の魅力的な南国の景勝、珊瑚礁が砕けて形成された白砂浜、ハイビスカスやブーゲンビリアなどの花々、年間平均気温 22.8 度の亜熱帯性気候、十五夜踊りなどの伝統祭事等、豊かな自然と独自の文化資源を有する。

与論町への入込客は、1970 年代の高度経済成長や離島ブームから脚光を浴び、昭和 54 年には 15 万人の来島者があった。しかし、沖縄の本土復帰、昭和 48 年の第一次オイルショック以降の景気の低迷や国民の観光需要の変化、海外旅行ブームなどから観光客の減少が続き、最近の入込客は 6 万人台で推移している。

図表 2-1 与論町観光の沿革



資料：与論町「平成 21 年町勢要覧」を基に作成

図表 2-2 社会資本整備の状況

区分		摘要
ハード面	特産品支援センター	平成 21 年度に供用開始。施設に設置している加工機器等を活用することにより、与論の農産物等に家庭ではできない付加価値を生み出し、島の特産品と売り出せるものを作り出すことを目的にしている。
	サザンクロスセンター	歴史資料館（観光協会が指定管理を受託）。
ソフト面	ヨロン島観光協会	歴史資料館「サザンクロスセンター」の指定管理者。観光ホームページ「ヨロン島観光ガイド」を運営。
	与論町商工会	ホームページ「よろん島タウンガイド」を運営。
	与論町漁協	地元で捕れる海産物に独特の加工を施しホームページ上での販売も行っている。
	NPO法人与論情報化グループ e-Ok (イー・マル・ケー)	海・観光・ニュース・天気・船、飛行機の運行・イベント・文化などの情報を交換するコミュニティサイト「与論情報サイト」を運営。

資料：与論町

図表 2-3 地域資源の活用

区分	概要
ヨロンマラソン	平成4年、観光の島である与論島らしいお祭り気分にあふれた楽しいマラソン大会を開こうと始まった。毎年1,000人以上参加し、県外からの参加者のリピーターも多い。フル・ハーフマラソンの他、フルのリレー部門も設けられている。
百合ヶ浜	島の東部に干潮の時にだけ現れる浅瀬の砂浜。穏やかで美しい大金久ビーチの沖合約1.5kmの場所に位置しており、グラスボートで渡る。ここでは、珊瑚のかけらはもちろん「星の砂」を拾うこともできる。『年齢の数だけ星の砂を拾うと幸せが訪れる』という言い伝えがある。
サザンクロスセンター	平成5年に設置された観光情報センター。1階から4階までは、歴史文化資料等の展示とビデオ・パネルで説明されている。5階は展望台になっており、島を一望できる。
与論城跡	1405年～1416年の間に琉球北山王の三男である王舅（オーシャン）が築城しようとした城。途中、北山王朝が滅亡したために未完成となっている。サザンクロスセンターに隣接している。地主神社（とこぬしじんじゃ）、琴平神社があり、高台からは島の景観が見渡せるビューポイントでもある。島の一大民俗芸能『与論十五夜踊り』が催される場所でもある。
与論民俗村	菊氏が設立した私設民族資料館。茅葺屋根の古い民家を移築・復元して、収集した農機具などの民具を展示し、昔の島の文化や生活環境、島人の歩みを紹介している。見学するだけでなく、染物教室や芭蕉布織体験などの各種メニューもある。
ユンヌ楽園	亜熱帯植物園。5,000坪の敷地に200種類以上の亜熱帯植物が植えられており、1年間をとおして花々が咲き乱れている。
与論駅	本当に電車が走っているわけではなく、与論空港近くのパロディの駅。
按司根津栄（あじにつちえ）神社	琉球統治以前に与論島を治めた按司（豪族）を祀った神社。境内には頭蓋や遺品が奉納されている。
屋川（やごー）	与論世之主の築城時代から使われているという地下湧水。生活水として最近まで使われていた。
奄水（あまんじょう）	与論島に初めて人が渡来したときにここに湧き水を見つけて定住したと伝えられている。

図表 2-4 学術機関や地元NPO法人との連携

区分	概要
鹿児島大学与論活性化センター	平成17年度から、用途廃止となった「旧町立診療所」を当センターとして活用し、産学官の連携により地域振興を進めている。
NPO 法人与論情報化グループ e-Ok（イー・マル・ケー）	与論町の情報化を推進するために、島内の情報業者やパソコン教室講師などが集まったNPO法人（「マルケー」は与論の方言で「和」や「いい仲間」という意味）。
NPO 法人与論島ウンパル学校	記念植栽事業や植生調査事業、植樹指導事業、与論島の情報発信事業などを実施し、与論島の自然蘇生、地域活性化に寄与している。
NPO 法人ヨロン島・尊々我無	伝統文化の保存、伝承及び文化活動の普及推進事業や、与論町指定管理受託による各種事業所の管理事業、環境美化植栽事業、与論島の情報発信事業、各種イベントへの協力事業等を行い、与論島全体の活性化を図っている。

図表 2-5 与論町の民俗・風習の状況

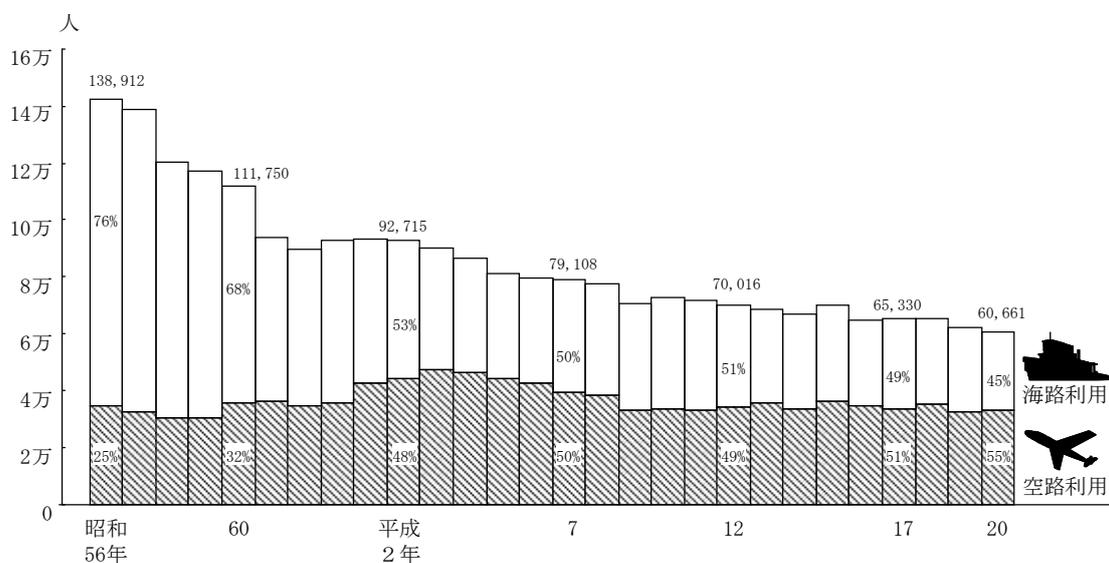
区分	概要
与論献奉（よろんけんぼう）	与論島に伝わる、島の人がお客様をもてなすための習慣。大きな杯に与論の黒糖焼酎「有泉」をなみなみと注ぎ、主人が親となって、客人へ順々にお酒を勧め、回し飲みをする。勧められた人は飲む前に一言挨拶して杯を飲み干すのが習わし。親が焼酎を注いでいる時に「トォー（与論の方言でストップの意味）」と言えば注ぐのを止めてくれる。
家名（ヤーナー）	先祖から受け継がれる名前（親しい間柄で呼ぶミドルネームのようなもの）（マニユ、タラなど）。これは親から受け継ぐもので（多数あり順番がある）、基本的に父親の方からこのヤーナーを順番に受け継ぐ。

2 観光・交流人口

平成20年現在の与論町の入込客数は60,661人、内訳は空路からの入込33,276人(55%)、海路からの入込27,385人(45%)となっている。入込客数の推移をみると、離島ブームを背景とした昭和50年代の15万人をピークに、その後は年々減少している。特に、海路からの旅行客の減少幅が大きい。

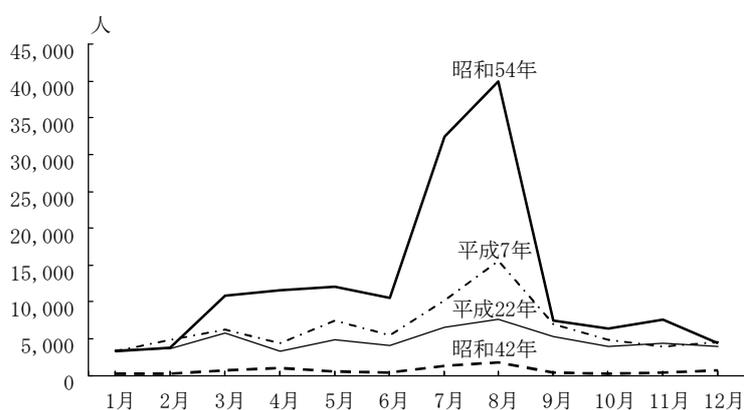
月別の入込客をみると、昭和60年代は夏期の7～8月期に大きな入込がみられたが、近年は夏期の入込客の減少が大きくなっている。

図表2-6 年間入込客の推移



資料：与論町商工観光課資料を基に作成

図表2-7 月別入込客の推移



区分	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	合計
昭和42年	320	275	631	946	483	456	1,251	1,724	432	315	471	689	7,993
昭和54年	3,381	3,835	10,886	11,535	11,982	10,460	32,493	39,948	7,509	6,388	7,657	4,313	150,387
平成7年	3,477	4,453	6,339	4,596	7,062	5,994	10,238	15,841	7,456	4,974	3,983	4,695	79,108
平成22年	3,123	3,047	4,881	3,652	4,342	4,487	5,596	7,765	4,849	4,052	3,823	4,011	53,628

資料：与論町商工観光課資料を基に作成（各年分）

3 観光資源

(1) 海洋性資源

与論島はサンゴ礁が隆起してできた島である。周囲をコーラルリーフで囲まれエメラルドグリーン
の鮮やかな海が広がり、白い砂浜のビーチが続いている。与論島には趣の異なる 60 ものビーチがあ
り、なかでも島の東側に広がる大金久海岸は与論島最大のビーチである。2 km の白い砂浜が続いて
おり、沖合 1.5km には、大潮の干潮時にだけ現われる真っ白い砂浜「百合ヶ浜」がある。

また、島の各所にダイビングポイントが点在しているので、北風・南風のどちらが吹いても一年中
安定して潜ることができる。

図表 2-8 海洋性資源の状況

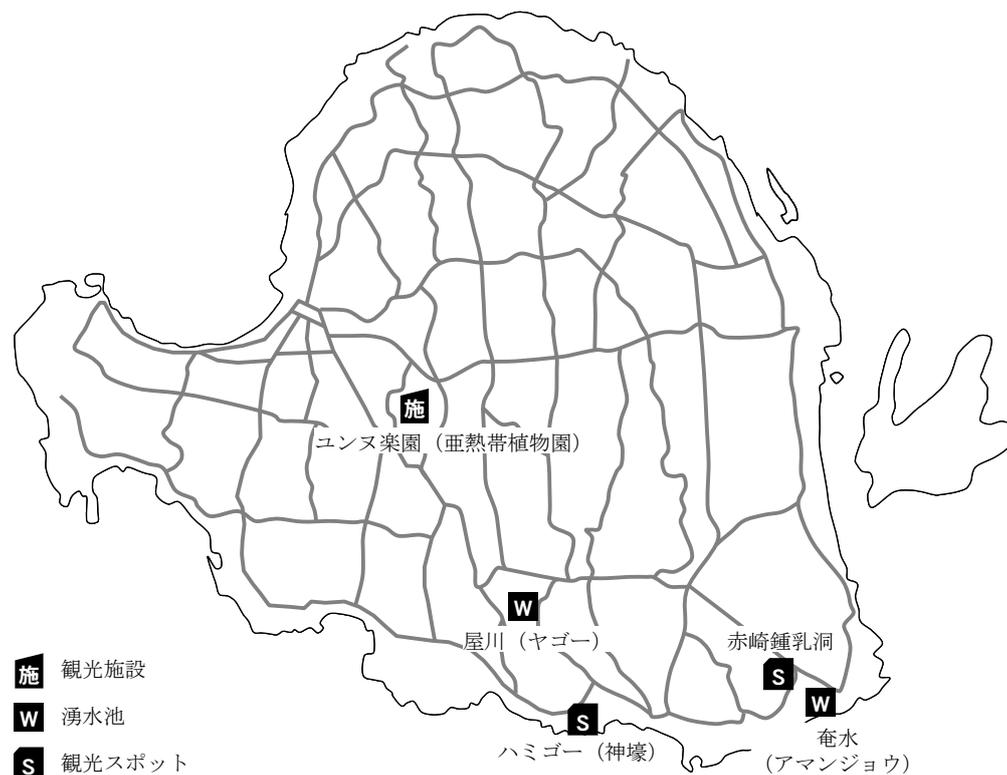


資料：与論町・与論町観光協会資料を基に作成

(2) 自然系資源

与論島は、亜熱帯に位置し年間平均気温が 22.8 度という温暖な気候の地域である。島のいたるところで、1 年中ハイビスカスやブーゲンビリアなどの色鮮やかな熱帯の花々を見ることができる。

図表 2-9 自然系資源の状況

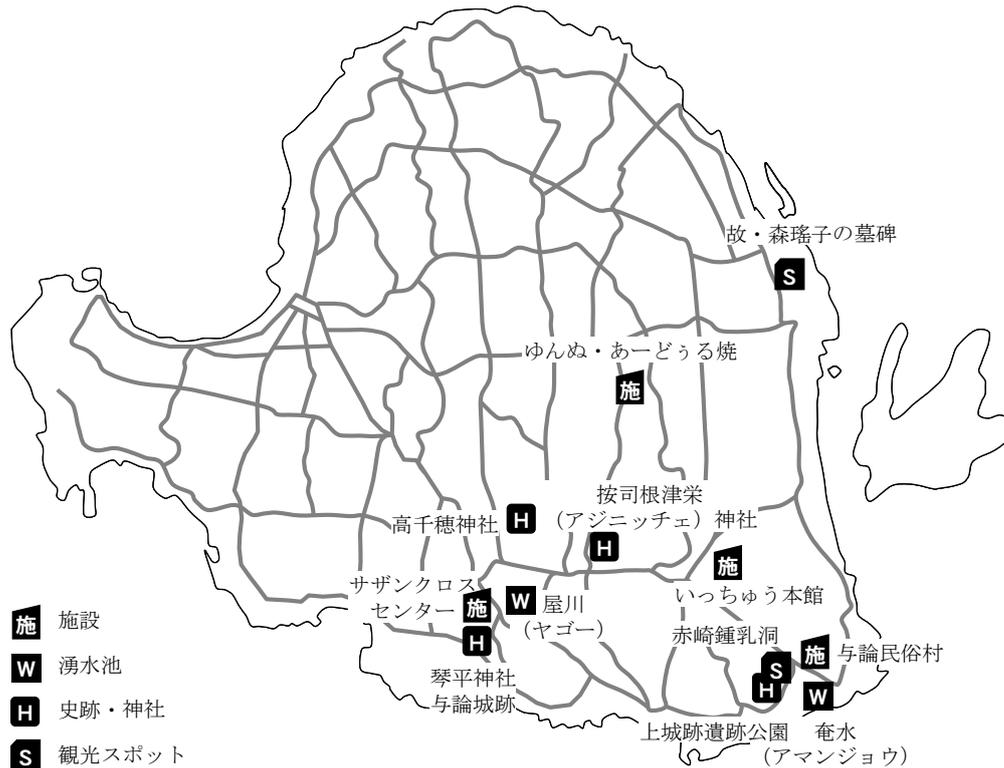


資料：与論町・与論町観光協会資料を基に作成

(3) 歴史・文化系資源

鹿児島県最南端の島である与論島は、沖縄北部の辺戸岬から北東 28km の距離にあり、琉球文化の影響を強く受けながらも、大和（本土）からの影響も受け、双方を融合させた島独自の文化を育んできた地域である。与論島で語り継がれる英雄のゆかりの場所や昔の島の暮らしが偲ばれる場所、琉球王朝時代の史跡も残っている。

図表 2-10 歴史・文化系資源の状況



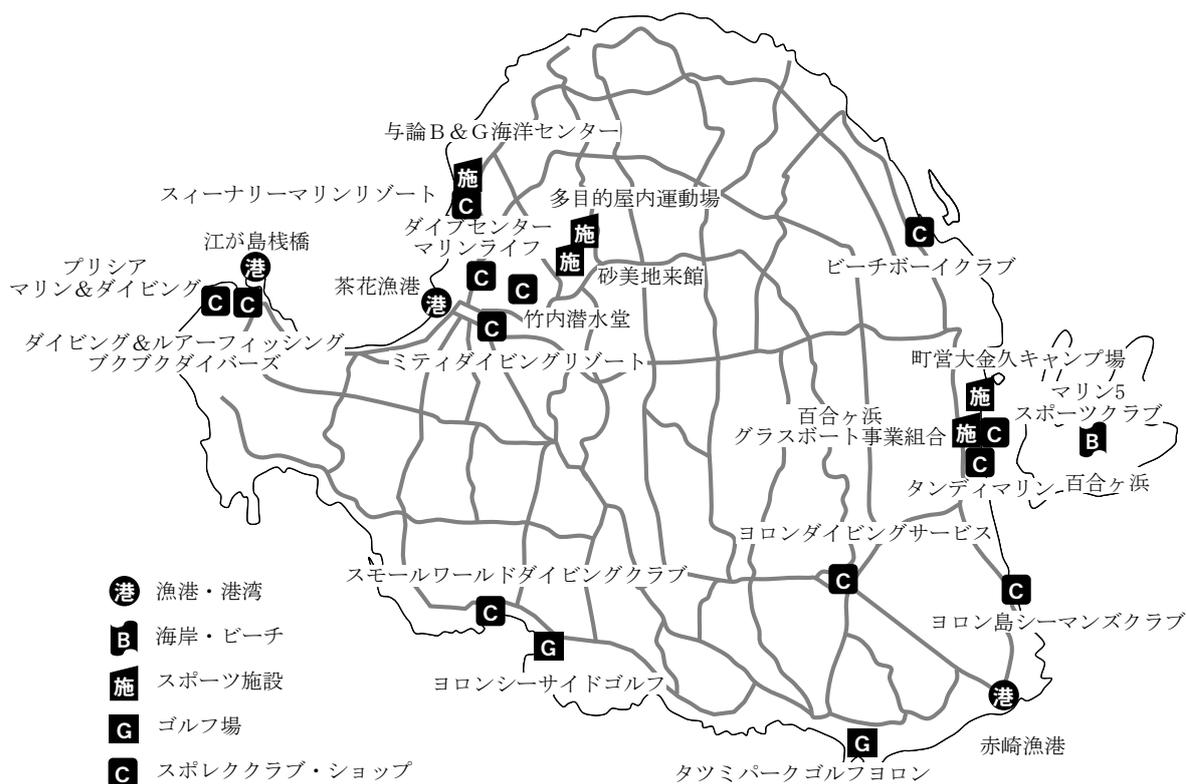
資料：与論町・与論町観光協会資料を基に作成

(4) スポーツ・レクリエーション系資源

与論島の海は、島内に河川がひとつもないことから、海水の透明度が25~35mと非常に高くなっている。珊瑚礁のリーフに囲まれ、エメラルドグリーンの鮮やかな海の中では、大小様々なサンゴ礁をはじめ、カラフルな熱帯魚や水中生物を見ることができる。

このため、人気のダイビングスポットがいくつもあり、主要海岸・ビーチを有する地区を中心にマリショップ、マリリゾート施設等の海洋スポーツ・リゾート系資源が集積している。

図表2-11 スポーツ・レクリエーション系資源の状況



資料：与論町・与論町観光協会資料を基に作成

(5) 物産（特産品等）

与論島の特産品等の物産は、食品系では①野菜・果物、②畜産、③海産物、④加工食品、⑤酒類等がある。非食品系では工芸品等がある。

食品系については、豊かな自然と風土を背景に、自然・健康をモチーフとして商品化したものが多く、また、消費者の人気を集めている。酒類については、島の独自銘柄の黒糖焼酎があり、与論献奉にみられる独自の飲酒・宴文化等により、土産品としてのほかに、滞在中にも観光客等に多く消費されている。

非食品系では伝統技能を活かした工芸品、与論島や姉妹都市であるギリシャのミコノス島等をモチーフとした衣料品（Tシャツ等）、装飾品（バッグ、ネックレス・指輪等）等がある。

(6) 行事・イベント

与論島の行事・イベントは、下記のとおりとなっている。

通年型の観光振興を図るため、トップシーズンである夏期以外にも一定の観光入込が見込めるスポーツイベント、文化イベント等が実施されている。また、旧暦で行われる与論島独自の伝統行事も存在している。

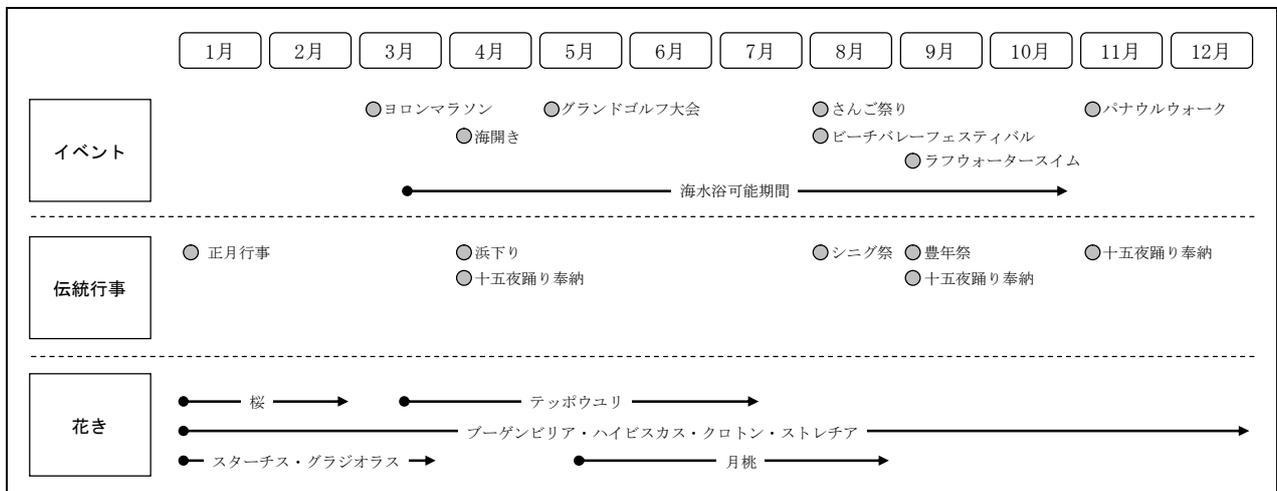
与論島の島づくりのテーマである「パナウル（花と珊瑚礁）」の花については、亜熱帯性気候のなかでブーゲンビリア、ハイビスカス等の一年を通して開花するものもみられる。しかし、道路整備、農場整備の関係から、剪定や伐採等も行われており、観光客に目に触れにくいなどの課題も有している。

図表 2-12 物産等の状況

区分		内容
食品	野菜・果物	○ ゴーヤ ○ パッションフルーツ ○ アテモヤ ○ マンゴー ○ 島バナナ ○ スターフルーツ ○ パパイア ○ ドラゴンフルーツ
	畜産	○ 与論牛
	海産物	○ もずく ○ アーサ ○ 伊勢海老 ○ ソデイカ
	加工食品	○ サータアンダギー ○ ムッチャー ○ ウコン ○ 菓草茶 ○ 黒糖 ○ 自然塩 ○ きび酢
	酒類	○ 黒糖焼酎
工芸品等		○ 手作り民具 ○ 芭蕉布 ○ 大島紬 ○ ゆんぬ・あーどうる焼 ○ 衣料品・装飾品

資料：与論町資料、与論島観光協会「ヨロン島観光ガイド」等を基に作成

図表 2-13 行事・イベント等の状況



資料：与論町資料、与論島観光協会「ヨロン島観光ガイド」等を基に作成

5 交通・運輸

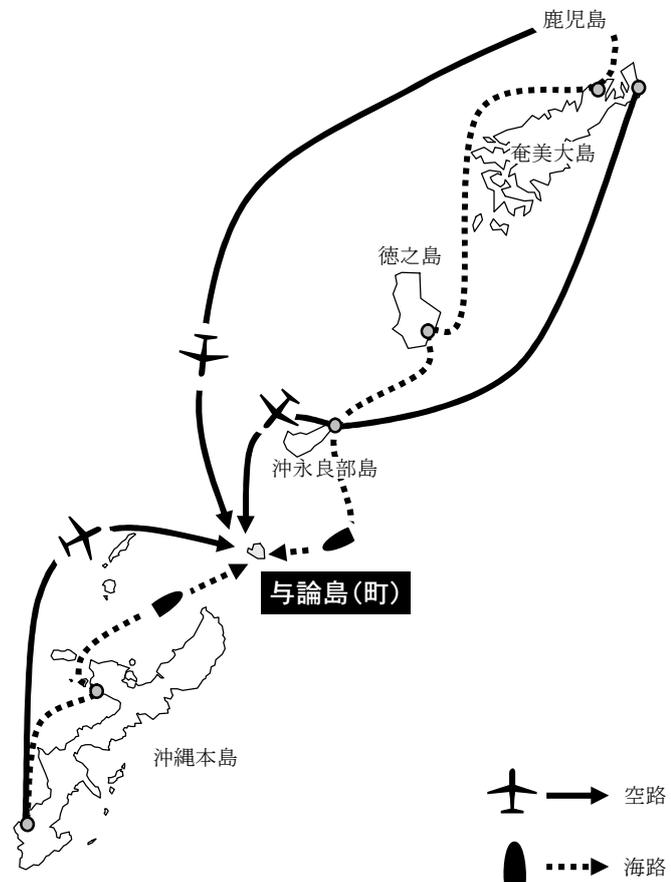
(1) 観光アクセス

与論島と他地域とを結ぶ交通手段は、空路と海路がある。

空路は、4路線（鹿児島・那覇・奄美大島・沖永良部）である。鹿児島・沖縄からは毎日往復1便（季節によっては往復2便）、奄美大島からは直行（火・木・土曜）もしくは沖永良部経由（月・水・金・日曜）で毎日1便、沖永良部からは週に4日（月・水・金・日曜）1便の運行となっている。

海路は、4路線（鹿児島・沖縄航路の2路線と阪神・沖縄航路の2路線）である。鹿児島・沖縄航路の鹿児島からと那覇からはそれぞれ毎日運行しているが、阪神・沖縄航路の神戸からは年1日、那覇からは毎月3～5便（曜日未定）の運行となっている。

図表2-17 空路・海路の状況



図表2-18 与論島への航路線の状況

区分	経路	便数/日	時間	料金	定員
航空機	鹿児島～与論	1 (2)	1時間20分	31,000円	74人
	那覇～与論	1 (2)	40分	15,300円	39人、50人
	奄美大島～与論	週3日	40分	19,650円	36人
	沖永良部島～与論	週4日	25分	10,000円	36人
船舶	鹿児島～名瀬～亀徳～和泊～与論	1	19時間40分	13,000円	682～804人
	那覇～本部～与論	1	4時間50分	4,100円	682、798、800、804人
	神戸～大阪～名瀬～亀徳～和泊～与論	年1日	37時間40分	17,700円	240人
	那覇～与論	月3～5便	4時間	4,100円	240人

資料：与論町商工観光課資料を基に作成

- ※1 航空機の便数について、カッコ書きは、季節変動による便数を記載。なお、奄美大島～与論については、直行の便数、時間を記載。
- ※2 航空機の料金について、ピーク期の料金を記載。なお、鹿児島～与論、沖永良部～与論の航空機利用については、出発日と同一日中に特定の路線を乗り継ぐ場合に適用される特別乗継割引の対象であり、7割ほどの負担で利用することも可能である（例：東京～鹿児島、鹿児島～与論と乗り継ぐ場合、奄美大島～沖永良部、沖永良部～与論と乗り継ぐ場合など）。
- ※3 船舶の料金について、2等料金を記載。

本土における国内旅行と比較して、離島への旅行においては、交通費が高額になりがちであるが、空路においては、航空券と宿泊がセットになったパッケージツアー商品（フリープランを含む）を利用することで、割安な料金（通常価格の2分の1から3分の1の負担）での旅行も可能である。

また、海路についても、鹿児島・沖縄間の周遊チケット（1週間限り途中下船可）があり、安価な離島めぐりを可能としている。しかし、この周遊チケットに関しては、チケット代理店にとって、サービスに対して手間がかかるだけで利益がないため、宣伝、告知がなされておらず、有効利用されているとは言いがたいのが現状である。

(2) 島内交通

島内交通は、バス、タクシー、レンタル（自動車、オートバイ、自転車）となっている。

図表2-19 島内交通の状況

区分	摘要
バス	島内1周県道沿いバス（北回り、南回り）、約1時間おきに運行
タクシー	島内で2事業者、8台が運行、貸切観光可
レンタル	自転車2事業所、オートバイ2事業者、自動車3事業所

資料：与論町商工観光課資料を基に作成

6 計画・推進体制・主要公共施設

(1) 観光関連計画

ア 第4次与論町総合振興計画（平成13年度～平成22年度）

「人と自然が輝くオンリーワンの島づくり」を基本理念に掲げ、「島を支える頭脳集団づくり」「生きた博物館構築プラン」「ヨロンブランド創造プラン」「情報の島づくりプラン」「ゆんぬふれあい交流プラン」「環境の島づくりプラン」の6つを主要な施策として、「オンリーワン」の「ひと」「産業」「まち」づくりを目指すもの。

なお、現在、平成23年度から平成32年度の第5次総合振興計画を策定している。

イ ニューヨロンピア計画（平成20年3月）

「第4次与論町総合振興計画」における戦略プロジェクトのひとつである「ゆんぬふれあい交流プラン」は、文化・健康、国際交流をキーワードとした交流活動の促進を図るとともに、各分野の振興及び交流人口の増大を図るものである。

しかしながら、地域資源を活用した地域サービスの提供の仕組みや都市部のニーズに対応するための受入側と都市部との橋渡しの仕組みが十分に機能していない状況であった。

そこで、これらの関連するビジョンを具体的に進めるため、観光客、ロングステイ客の拡大及びUターン誘致に向けた受入れ態勢の構築のために、ニューヨロンピア計画を策定するに至った。

図表2-20 「オンリーワンの島づくり」戦略プロジェクトの概要

戦略プロジェクト	概要
島を支える 頭脳集団づくりプラン	<ul style="list-style-type: none"> ○ まちづくり委員会の結成 ○ NPO法人の育成・支援 ○ 鹿児島大学与論活性化センターの誘致
生きた博物館構築プラン	<ul style="list-style-type: none"> ○ ゆんぬエコミュージアム構想の推進 与論の自然、産業、伝統文化、生活文化等を保存伝承するとともに、観光や教育に活かすため、島そのものを博物館と考え整備を進める。
ヨロンブランド創造プラン	<ul style="list-style-type: none"> ○ 特産品支援センター 平成21年度に供用開始。施設に設置している加工機器等を活用することにより、与論の農産物等に家庭ではできない付加価値を生み出し、島の特産品と売り出せるものを作り出すことを目的にしている。 ○ 熱帯果樹の特産品化
情報の島づくりプラン	<ul style="list-style-type: none"> ○ SOHO企業家人材育成事業
ゆんぬふれあい交流プラン	<ul style="list-style-type: none"> ○ タラソテラピーインストラクター人材育成事業 ○ 与論町グリーンツーリズム推進協議会 ○ NPO法人ふるさと帰郷支援センターへの加入
環境の島づくりプラン	<ul style="list-style-type: none"> ○ 町環境総合計画 ○ 自然エネルギーの導入 ○ ヨロンの海再生プロジェクト

(2) 推進体制

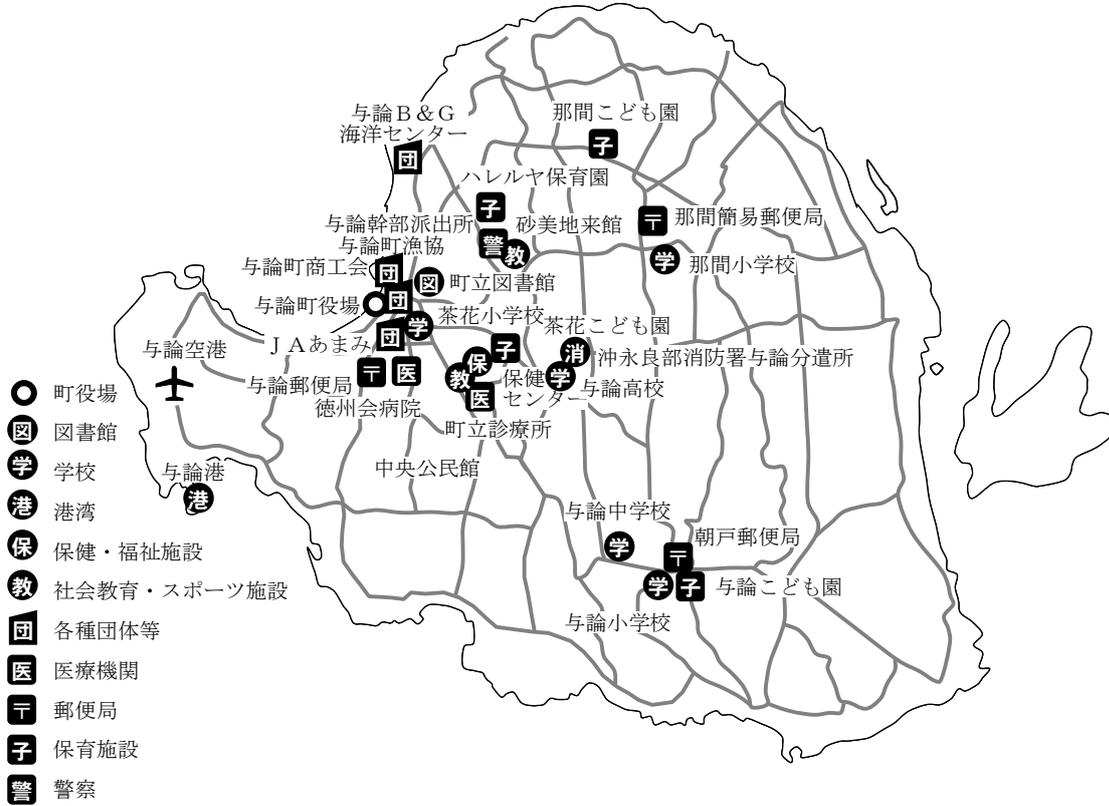
与論町における観光振興は、振興政策を担当する総務企画課、観光事業を担当する商工観光課を中心に、観光協会や商工会等の関係機関、また、漁業協同組合やNPO法人等の各種団体と連携しながら進められている。

また、推進体制の充実を図るため、観光を担う人材の育成や隣県である沖縄県とのスポーツ・文化活動等の積極的な地域間交流の促進等を図っている。

(3) 主要公共施設

与論島内の公共施設は、島の中心地区である茶花地区に集中している。

図表 2-21 主要公共施設の状況



資料：与論町資料を基に作成

第3章 観光入込客の現状及びニーズ

第3章 観光入込客の現状及びニーズ

1 調査の概要

与論町観光ルネサンス計画の基礎資料とするため、来町（島）者を対象に、観光目的、観光資源に対する評価等を把握することを目的に「来町者（観光客）調査」（アンケート調査）を実施した。調査の概要は下記のとおりとなっている。

図表3-1 「来町者（観光客）調査」（アンケート調査）の概要

区分	概要
調査名	ヨロン島来島者アンケート
調査対象	平成22年10月～12月の来島者（町内宿泊施設等の利用者）を対象
調査項目	(1) 観光客属性 (2) 観光目的 (3) 観光形態 (4) 利用資源及び評価 (5) 自由記入
調査方法	(1) 配布方法：調査票を町内宿泊施設（ホテル、旅館）、主要観光施設等に配布・配置 (2) 回収方法：配布・配置施設等から、回収調査票を町へ送付
回収状況	回収票数126票

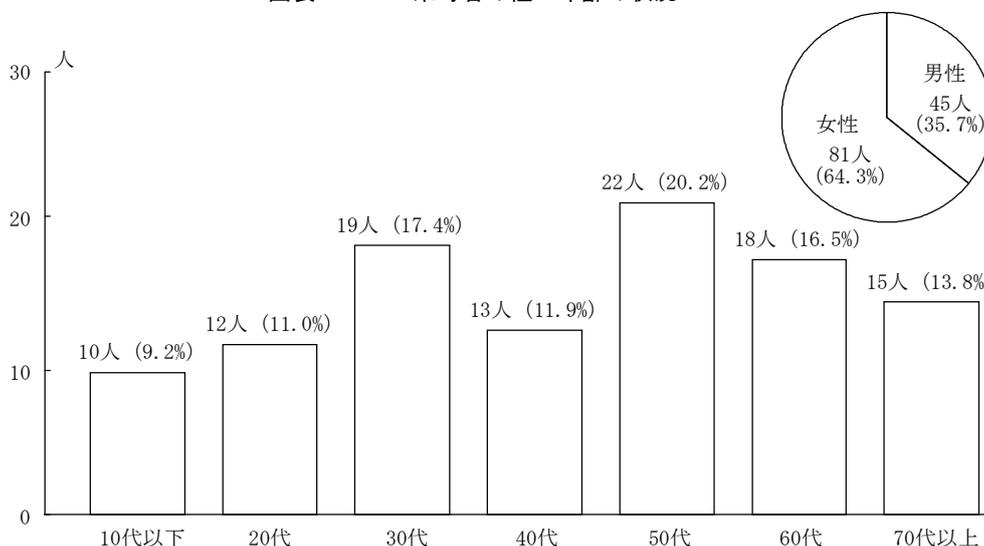
2 観光客属性

(1) 性・年齢

来町者の性別は「女性」が81人（64.3%）、「男性」が45人（35.7%）となっており、女性の来町者が多くなっている。

年齢は、平均年齢47.3歳、最年少は18歳、最高齢は82歳となっている。年齢（年代）別でみると、50代が22人（20.2%）と最も多く、続いて、30代が19人（17.4%）、60代が18人（16.5%）となっており、50代以上の高齢者の占める割合が高い。

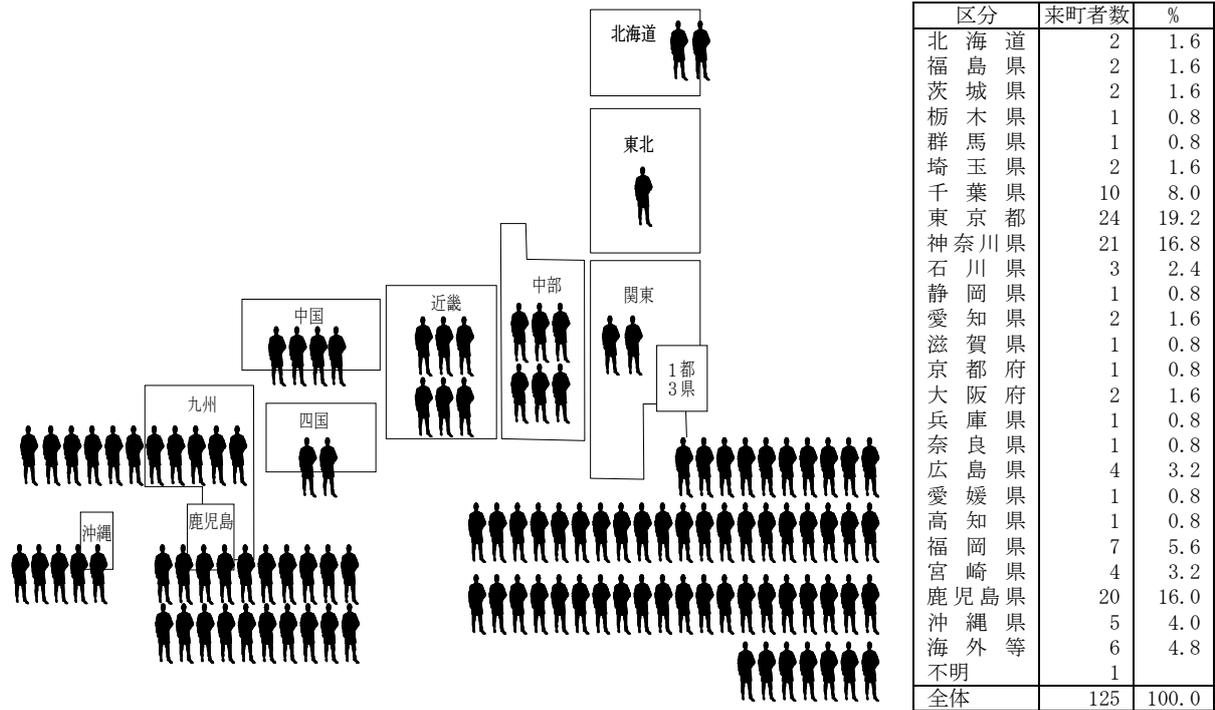
図表3-2 来町者の性・年齢の状況



(2) 居住地

回答者の居住地は、「東京都」が24人(19.2%)と最も多くなっており、以下、「神奈川県」が21人(16.8%)、「鹿児島県」が20人(16.0%)、「千葉県」が10人(8.0%)、「福岡県」が7人(5.6%)と続いている。

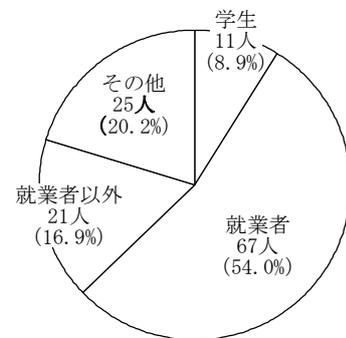
図表3-3 来町者の居住地の状況



(3) 就業等

来町者の就業等の状況は、「就業者」が67人(54.0%)、「就業者以外」が21人(16.9%)、「学生」が11人(8.9%)となっており、就業者の割合が半数以上を占めている。

図表3-4 来町者の就業等の状況



3 観光形態

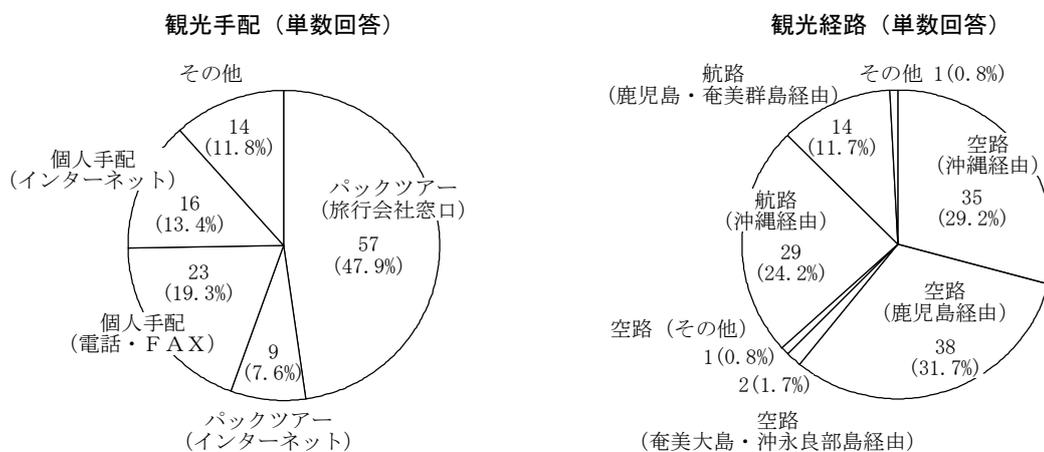
(1) 旅行形態

来町にあたっての旅行手配の状況を見ると、「パックスツアー申し込み（旅行会社窓口で手配）」が57人（47.9%）と最も多く、半数近くを占めている。一方で、「交通手段・宿を個人で手配（電話・FAXで手配）」が23人（19.3%）、「交通手段・宿を個人で手配（インターネットで申込み）」が16人（13.4%）と続いており、パックスツアーを利用するのではなく、個人で交通手段と宿を手配するものも合わせて39人（32.8%）と高い割合を占めている。

与論町への来島手段については、「空路（鹿児島経由）」が38人（31.7%）と最も多く、以下、「空路（沖縄経由）」が35人（29.2%）、「航路（沖縄経由）」が29人（24.2%）、「航路（鹿児島・奄美群島経由）」が14人（11.7%）と続いている。空路であれば鹿児島経由、航路であれば沖縄経由がよく利用されている状況にある。「空路」「航路」別で見ると、「空路」が76人（63.3%）、「航路」が44人（36.7%）となっている。

「航路（鹿児島・奄美群島経由）」（14人）の回答については、アンケート調査時期に宗教関連の行事が沖永良部島と与論島とで実施されており、その行事への参加者が多数（判別できるだけでも8人が回答）見られた。

図表3-5 来町形態



(2) 滞在形態

旅行の予算については、平均すると、「交通費」が61,000円、「宿泊費」が21,000円、「その他」が26,000円となっている。

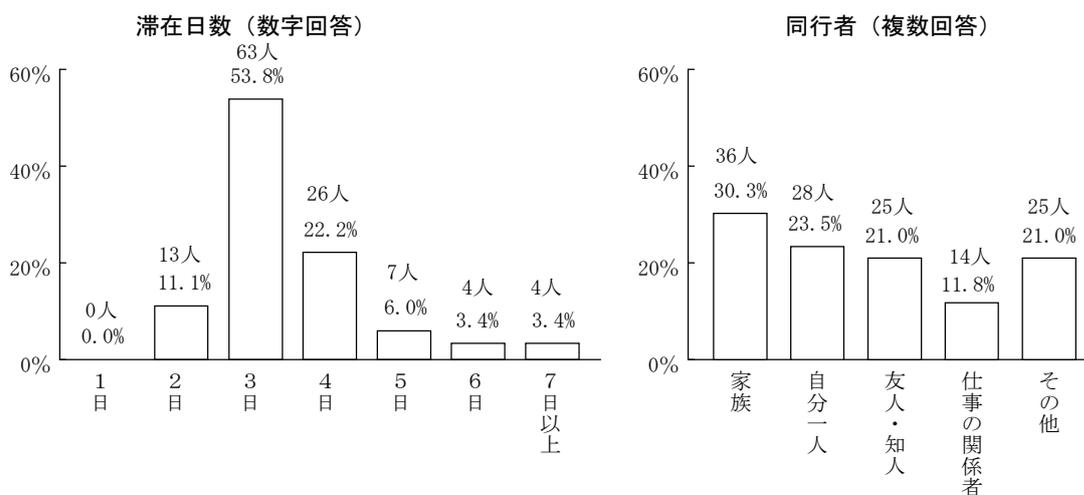
滞在日数は最短が2日、最長が20日、平均滞在日数は3.6日となっている。日数別にみると、3日間（2泊3日）と回答したものが最も多く63人（53.8%）、続いて、4日間（3泊4日）が26人（22.2%）、2日間（1泊2日）が13人（11.1%）となっている。

来島の同行者については、「家族」が最も多く36人（30.3%）で、以下、「自分一人」が28人（23.5%）、「友人・知人」が25人（21.0%）と続いている。

図表3-6 旅行予算

区分	交通費	宿泊費	その他
平均額	60,897円	20,588円	25,877円
最高額	150,000円	60,000円	120,000円

図表3-7 滞在形態

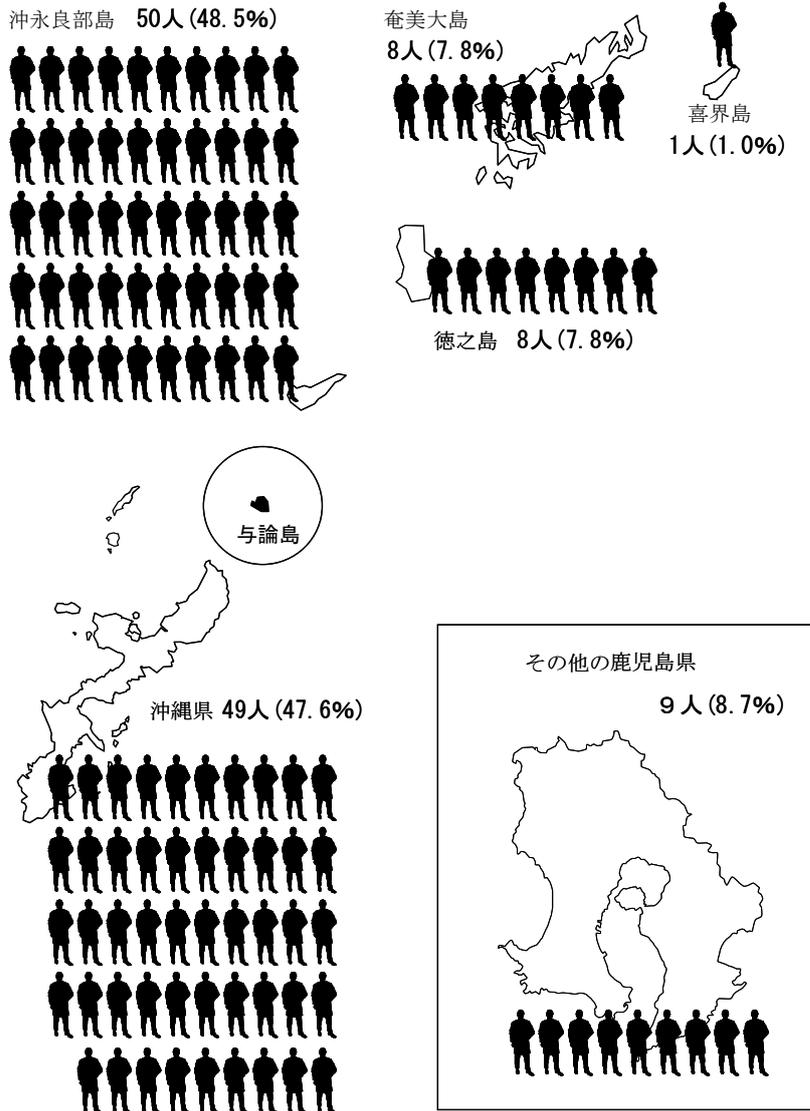


(3) 経由地・立ち寄り地

与論旅行の経由地、立ち寄り地については、「沖永良部島」(50人・48.5%)と「沖縄本島」(48人・46.6%)の2地域が多くなっている。以下、「その他の鹿児島県」(奄美大島、喜界島、徳之島、沖永良部島を除いた鹿児島県)が9人(8.7%)、「徳之島」が8人(7.8%)となっている。

最も多い「沖永良部島」(50人)の回答については、アンケート調査時期に宗教関連の行事が沖永良部島と与論島とで実施されており、その行事への参加者がほとんど(判別できるだけでも40人が回答)であった。

図表3-8 経由地・立ち寄り地の状況(複数回答)



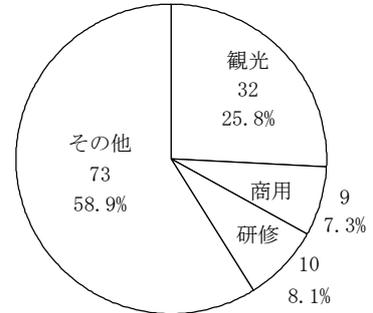
4 観光利用・ニーズ

(1) 来島目的

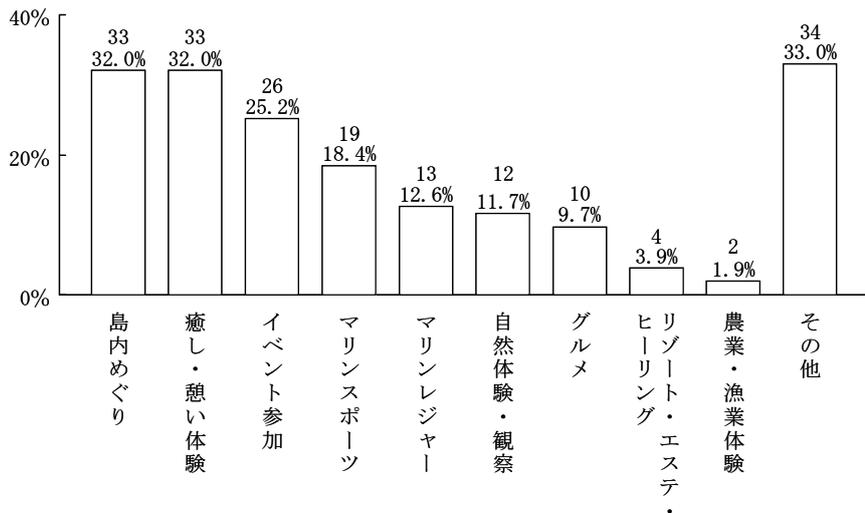
与論島への来島の目的については、「観光」が 32 人 (25.8%) と最も多く、以下、「研修」が 10 人 (8.1%)、「商用」が 9 人 (7.3%) と続いている。全体の 6 割近くを占めている「その他」(73 人) の回答については、アンケート調査時期に宗教関連の行事が実施されており、その行事への参加者がほとんど(判別できるだけでも 58 人が回答)であった。

来島目的にかかわらず、滞在中に実施したいことについては、「島内めぐり」、「癒し・憩い体験」がともに 33 人 (32.0%) と最も多く、続いて、「イベント参加」が 26 人 (25.2%)、「マリンスポーツ (ダイビング、ウィンドーサーフィン、フィッシング等)」が 19 人 (18.4%)、「マリンレジャー (海水浴、プール、ビーチパーティー等)」が 13 人 (12.6%)、「自然体験・観察」が 12 人 (11.7%) となっている。

図表 3-9 来島目的 (単数回答)



図表 3-10 観光・滞在の目的 (複数回答)



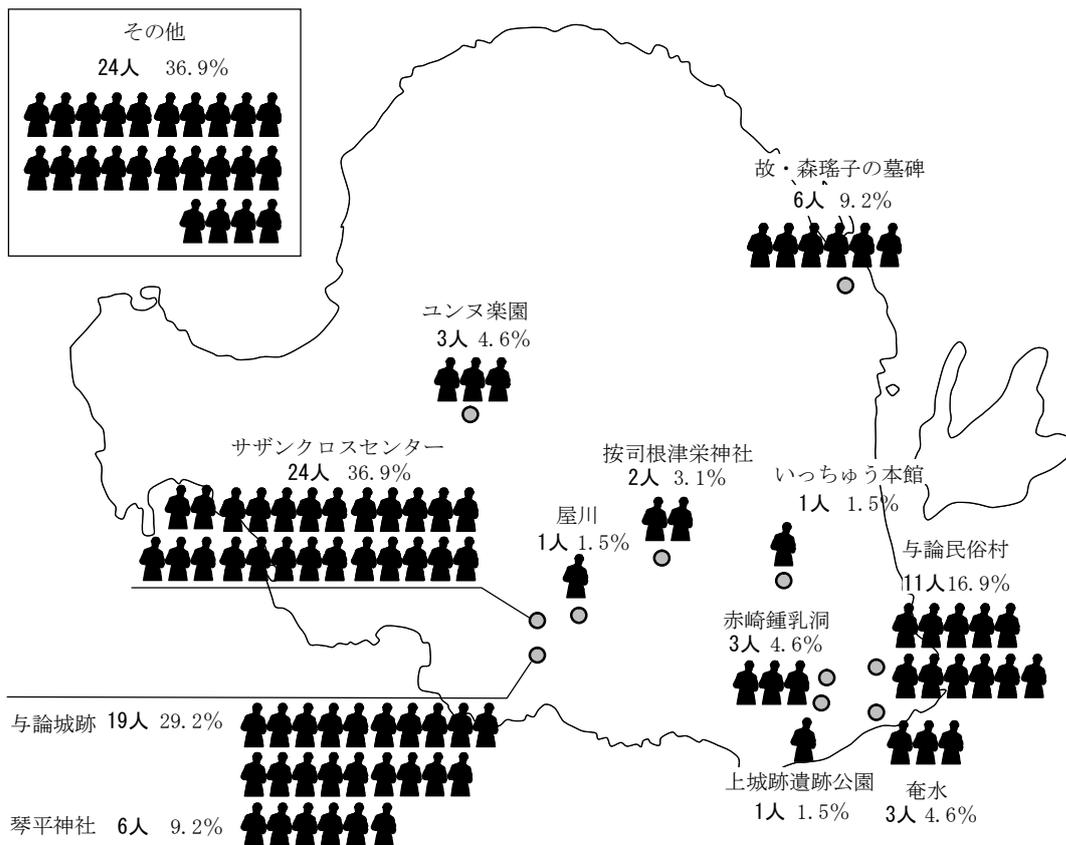
(2) 利用施設

ア 主要観光施設・場所

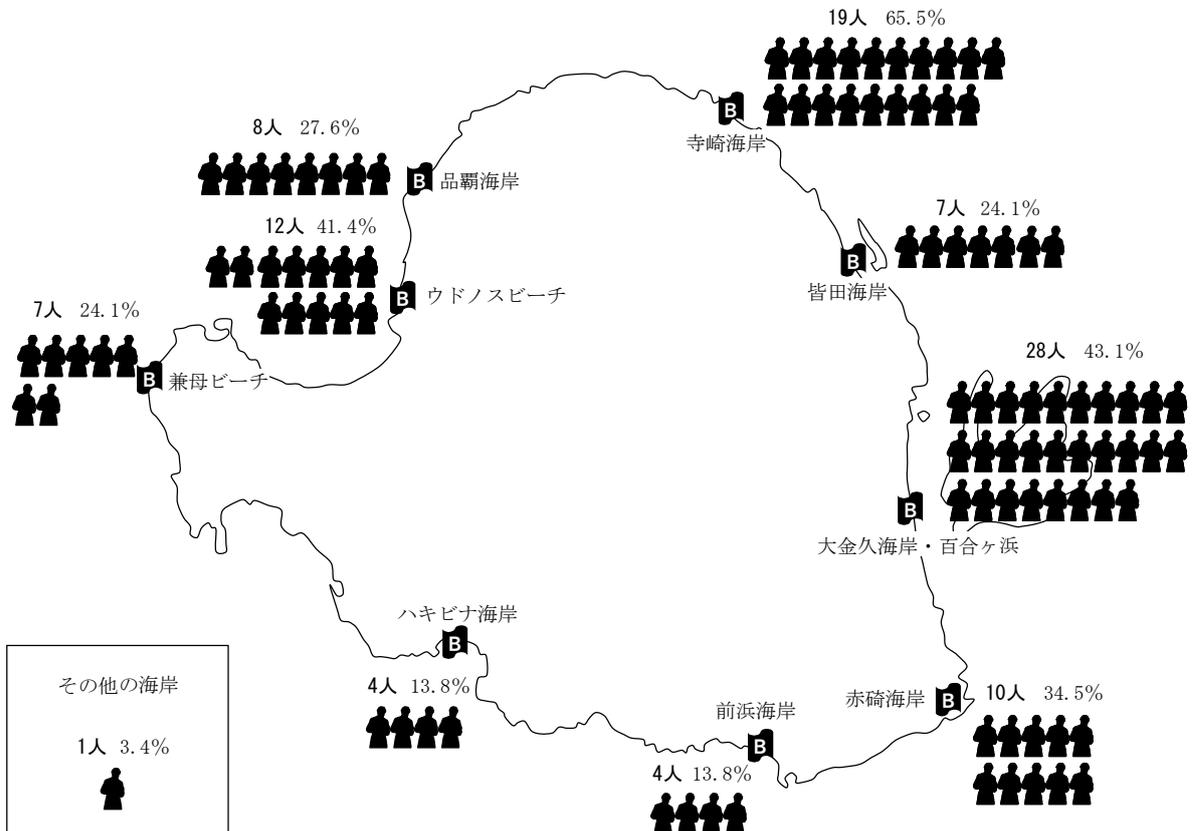
滞在中に利用した (利用予定の) 主要観光施設・場所については、「大金久海岸・百合ヶ浜」が 28 人 (43.1%) と最も多く、続いて、「サザンクロスセンター」が 24 人 (36.9%)、「与論城跡」が 19 人 (29.2%)、「その他の海岸・ビーチ」(大金久海岸・百合ヶ浜以外の海岸・ビーチ) が 13 人 (20.0%)、「与論民俗村」が 11 人 (16.9%)、「琴平神社・十五夜踊り」、「故・森瑤子の墓」がともに 6 人 (9.2%) となっている。

「その他の海岸・ビーチ」(大金久海岸・百合ヶ浜以外の海岸・ビーチ) と回答した場合に、利用した (利用予定の) 海岸・ビーチを聞いたところ、「寺崎海岸」が 19 人 (65.5%) と最も多く、以下、「ウドノスビーチ」が 12 人 (41.4%)、「赤崎海岸」が 10 人 (34.5%) と続いている。

図表3-1-1 観光施設等の利用（複数回答）



図表3-1-2 海岸・ビーチの利用（複数回答）

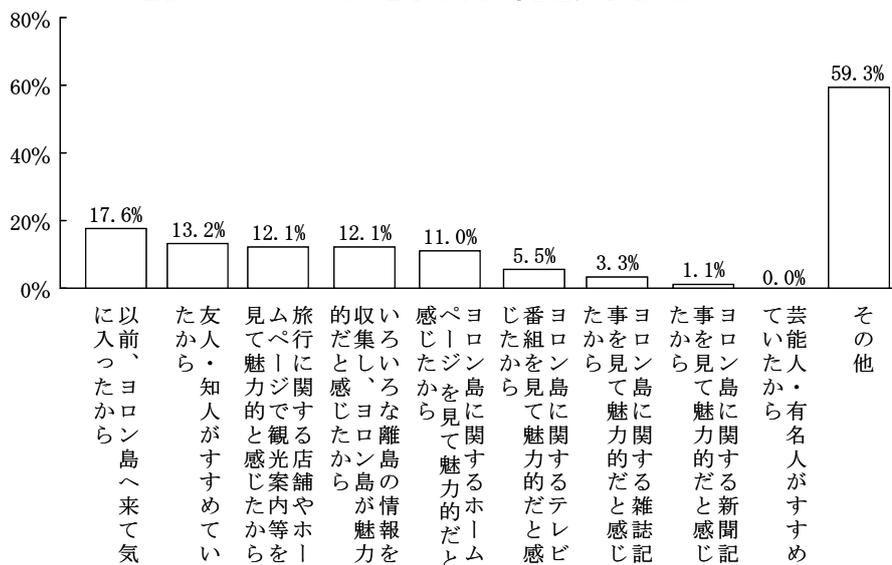


(3) 選好条件

ア 選考理由

旅行先として与論島を選択した理由については、「以前、ヨロン島へ来て気に入ったから」が16人(17.6%)と最も多く、続いて、「友人・知人がすすめていたから」が12人(13.2%)、「旅行に関する店舗やホームページでヨロン島の観光案内・パンフレットを見て魅力的だと感じたから」、「離島観光をしようと思い、いろいろな離島の情報を収集し、ヨロン島が魅力的だと感じたから」がともに11人(12.1%)、「ヨロン島に関するホームページ(ブログ等を含む)を見て魅力的だと感じたから」が10人(11.0%)となっている。“ヨロン島に関する「テレビ番組」、「雑誌記事」、「新聞記事」を見て”という回答は、それぞれ5人(5.5%)、3人(3.3%)、1人(1.1%)となっており、マスメディアからの情報で選択した人の割合は低くなっている。また、「その他」の回答の中には、“与論島をロケ地とした映画「めがね」を見て”との回答も2人あった。

図表3-13 旅行先として与論島を選択した理由



イ 選好条件

① 宿泊施設

観光地を選ぶ際の宿泊施設の重要度については、「やや重要である」が45人(45.5%)、「とても重要である」が41人(41.4%)、「どちらともいえない」9人(9.1%)となっている。宿泊施設を重要とする回答が、全体の86.9%を占めている。

② 食事

観光地を選ぶ際の食事の重要度については、「やや重要である」が44人(46.3%)、「とても重要である」が38人(40.0%)、「どちらともいえない」11人(11.6%)となっている。食事を重要とする回答が、全体の86.3%を占めている。

③ 観光資源

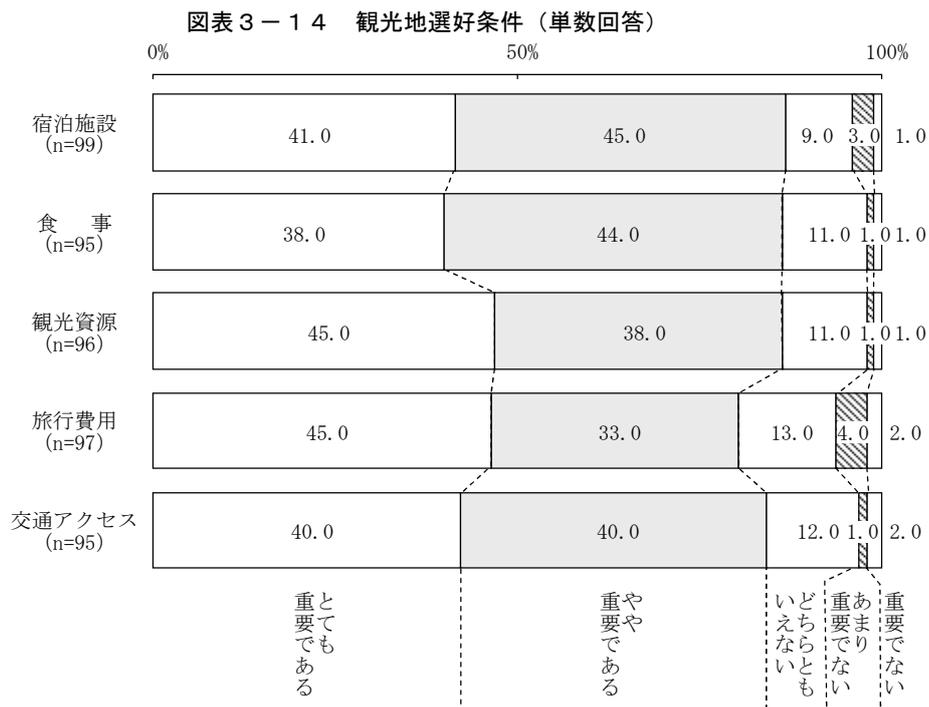
観光地を選ぶ際の観光資源の重要度については、「とても重要である」が45人(46.9%)、「やや重要である」が38人(39.6%)、「どちらともいえない」11人(11.5%)となっている。観光資源を重要とする回答が全体の86.5%を占めており、この点では宿泊施設や食事の重要度と同程度であるが、「とても重要である」の回答が「やや重要である」の回答を上回っており、旅行において、観光資源が宿泊施設や食事よりも重視されていることが分かる。

④ 旅行費用(価格等)

観光地を選ぶ際の旅行費用(価格等)の重要度については、「とても重要である」が45人(46.4%)、「やや重要である」が33人(34.0%)、「どちらともいえない」13人(13.4%)となっている。旅行費用(価格等)を重要とする回答が全体の80.4%を占めているが、他の項目(宿泊施設、食事、観光資源)と比較すると若干低くなっており、「どちらともいえない」、「あまり重要でない」4人(4.1%)の回答の割合は若干高くなっている。一方で、「とても重要である」の回答が「やや重要である」の回答を上回っており、旅行において、費用(価格等)を重視するものと、費用(価格等)を重視しないものと二極化していることが見て取れる。

⑤ 交通の便・アクセス

観光地を選ぶ際の交通の便・アクセスの重要度については、「とても重要である」、「やや重要である」がともに40人(42.1%)で、「どちらともいえない」12人(12.6%)となっている。交通の便・アクセスを重要とする回答が全体の84.2%を占めており、宿泊施設や食事の重要度と同程度となっている。



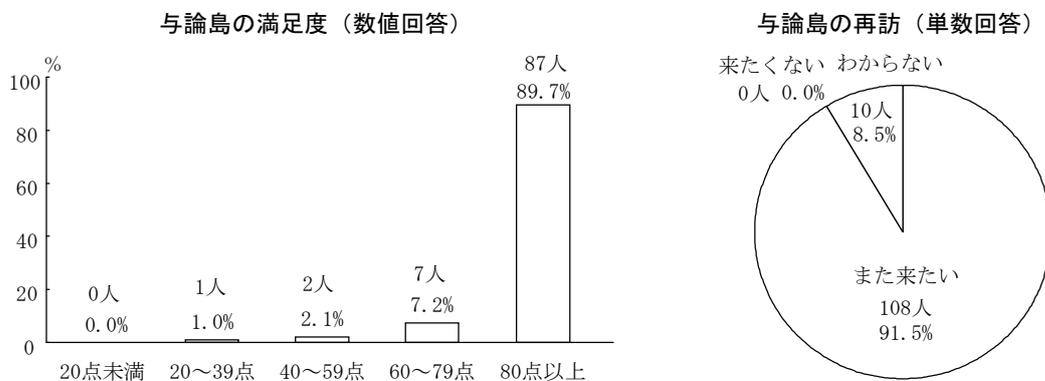
5 観光に係る評価・意向

(1) 満足度・リピート意向

与論島旅行の満足度について 100 点満点で点数化してもらった。平均点は 92.2 点、最高点は 280 点、最低点は 35 点となっている。得点階級でみると、「80 点以上」が 87 人 (89.7%)、「60～79 点」が 7 人 (7.2%)、「40～59 点」が 2 人 (2.1%) となっており、9 割近くの回答者が与論島旅行に関して、高い満足度を得ていることが見て取れる。

与論島への再来訪の意向については、「また来たい」が 108 人 (91.5%) となっており、9 割を超える回答者が再来訪の意向を示している。「また来たい」理由として、“海的美しさ”、“人の優しさ・温かさ”、“ゆっくり・のんびりとした時間の流れ”などが挙げられている。

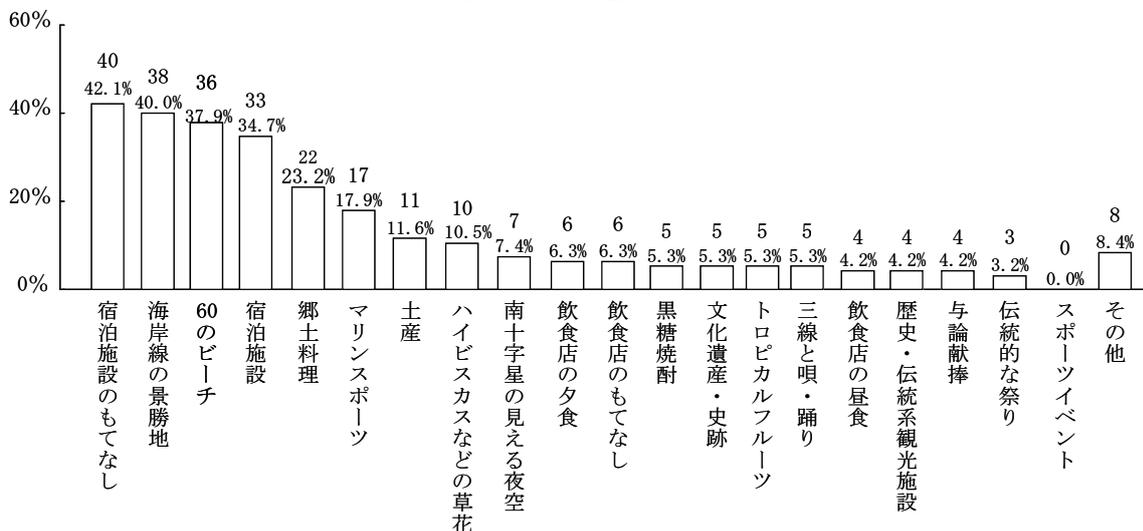
図表 3-15 与論島の評価



(2) 観光の魅力

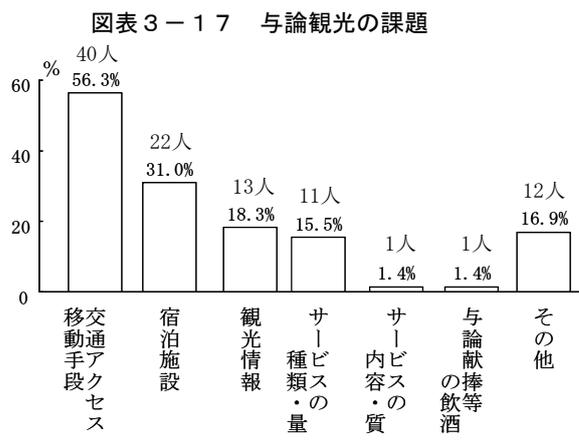
与論島での体験については、「宿泊施設のおもてなし」が 40 人 (42.1%) と最も多く、以下、「海岸線の景勝地」が 38 人 (40.0%)、「60 の美しい砂浜のあるビーチ」が 36 人 (37.9%)、「宿泊施設」が 33 人 (34.7%)、「郷土料理」が 22 人 (23.2%)、「ダイビング、カヤックなどのマリンスポーツ」が 17 人 (17.9%) と続いている。

図表 3-16 与論島観光の魅力 (複数回答)



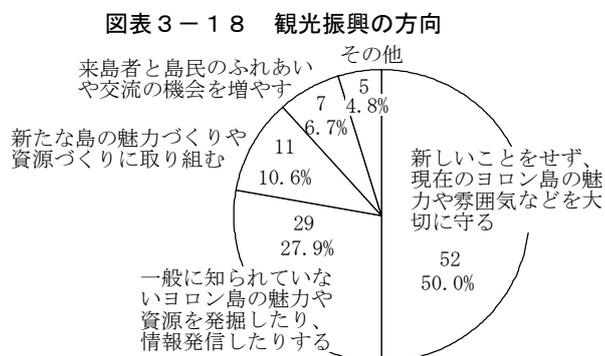
(3) 観光に係る課題

与論島観光に係る課題については、「交通アクセスや移動手段が限られている」が40人(56.3%)と最も多く、6割近くを占めている。次いで「宿泊施設が限られている、老朽化している」が22人(31.0%)、「観光情報が少ない、入手場所が限られている」が13人(18.3%)となっている。観光サービスについては「種類と量」は11人(15.5%)、「内容と質」は1人(1.4%)となっている。



(4) 観光振興の方向

与論島における、今後の島づくりや観光地づくりの方向性については、「新しいことをせず、現在のヨロン島の魅力や雰囲気などを大切に守る」が52人(50.0%)と半数を占め、以下、「一般に知られていないヨロン島の魅力や資源を発掘したり、情報発信したりする」が29人(27.9%)、「観光施設、メニューを増やすなど、新たな島の魅力づくりや資源づくりに取り組む」が11人(10.6%)、「来島者と島民のふれあいや交流の機会を増やす」が7人(6.7%)と続いている。



第4章 観光マーケット、観光ニーズの現状・今後の方向性

第4章 観光マーケット、観光ニーズの現状・今後の方向性

1 調査の概要

(1) 趣旨・目的

鹿児島県の最南端に位置する与論町は、鹿児島県と沖縄県との県境において、美しい自然を護り独自の生活文化を育んできた一島一町の町である。

昭和40年代には高度経済成長と離島ブームに伴って脚光を浴び、多くの観光客が来島するようになったが、沖縄の本土復帰や国内経済の低迷、観光ニーズの多様化などから、昭和50年代の年間15万人をピークに観光客は減少傾向に転じ、ここ数年は6万人台を推移している。

観光産業の低迷による地域経済への影響は甚大なものがあり観光産業の再生が喫緊の課題となっていることから、本調査研究は、観光ニーズを調査、分析し、新たな視点で与論町の地域資源の把握、推進体制等のあり方の検討等を行い、与論独自の新たな観光地づくりを提示することを目的として実施する。

(2) 調査研究の内容・項目

与論町の観光の現状、ポテンシャルの把握

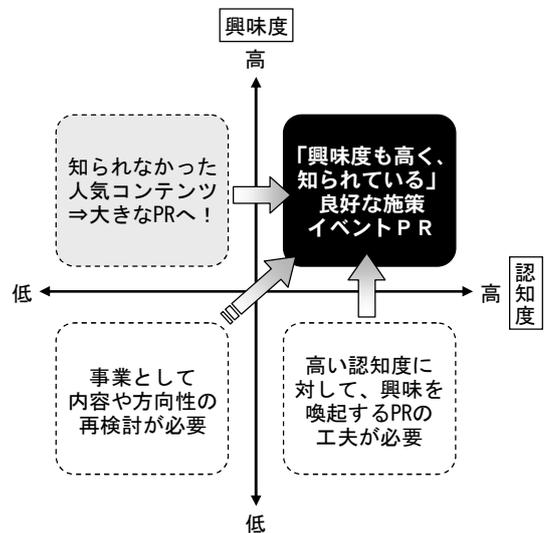
(3) 本アンケートで実施するギャップ調査とは

地域の観光資源について、ターゲットエリアに住む1,000人の消費者の目から“観光地としてのイメージ”を聞き、どれくらいの人が認識しているのかまたどのくらい魅力を感じるのかを比較することで地域の強みと弱みがわかり、観光課題の整理と把握が可能となる。また、ギャップを把握し右図のような資源の整理を行うことで、観光施策の優先順位付けや効果的なプロモーション展開に活用することも可能となる。

(4) 実査期間

平成22年10月19日(火)～20日(水)

図表4-1 ギャップ調査の分析イメージ



資料：じゃらんリサーチセンター

(5) 対象者

対象者は20歳以上の男女とし、インターネットリサーチ「マクロミル」のモニタ会員1,029名を20～34歳、35～49歳、50～64歳の年齢階層ごとに均等に割り付けした。

また、与論町への来訪者市場として有望視される首都圏、関西、九州、沖縄県の4地域に居住する1,029人を対象者とした。

図表4-2 調査対象者

地域	対象者数
首都圏	291名
関西（大阪、兵庫、奈良、京都）	291名
九州	291名
沖縄県	156名
計	1,029名

2 知名度・来島経験

(1) 若者層での知名度は7割、沖縄県ではほとんどのひとが知っている

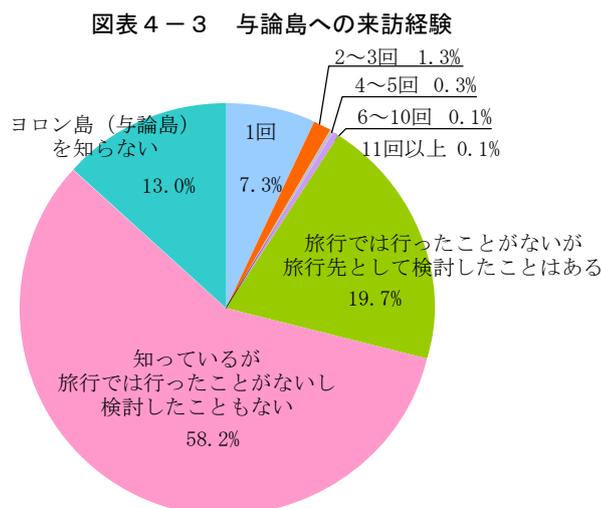
- ・ 全体（1,029人）のうち与論島を知っているのは9割弱（895人）である。
- ・ 20～34歳（343人）では3割（103人）が与論島を知らない。このことは、34歳以下の人たちにおける知名度を高めることによって集客効果が高まるポテンシャルを示しているにとらえることもでき、年齢階層別の集客アプローチを明確に分けることが必要である。
- ・ 沖縄県居住者のほとんど（150人／156人）が与論島を知っている。このことは、沖縄市場が本土市場とは別のポテンシャルを持っていることを示している。

(2) 沖縄県居住者も含めて来島経験者、旅行先としての検討経験者は1～2割である

- ・ 与論島に来たことがあるひとは全体（1,029人）のうち1割弱（93人）である。
- ・ 沖縄県居住者では約2割（31人／156人）が来島している。
- ・ 旅行先として検討したことがあるひとは全体（1,029人）のうち2割弱（203人）である。

(3) リピーターは少ないが、根強いファンの存在がうかがえる

- ・ 来島経験がある93人のうち約8割（75人）が1回だけ、約2割（18人／93人）が2回以上来島したリピーターである。
- ・ 2回以上来島経験があるひと（18人）のうち3割（5人）が4回以上来訪している。
- ・ これらのことは、根強いファン層のリピーター促進と、初来島者増加の2つの方策をそれぞれとるべきことを示している。



3 競合地域

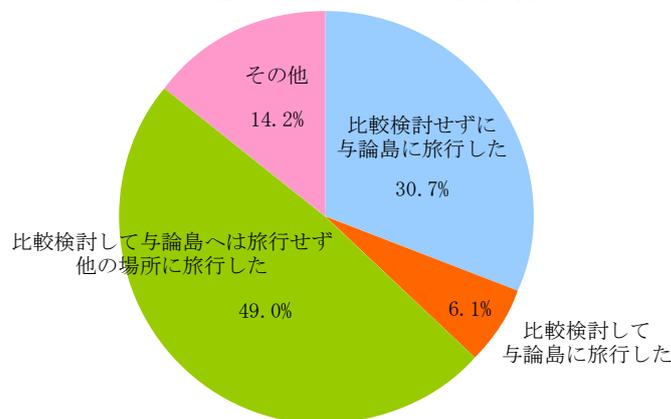
(1) 与論島来島者の多くは、旅行好きというよりも「与論島好き」である可能性がうかがえる

- ・ 来島経験があるもの(93人)のうち、他地域と比較検討せずに与論島に旅行したのは8.5割(79人)である。
- ・ 来島経験がないが旅行先として与論島を検討したもの(203人)のうち7割は、他地域と比較検討した結果、与論島を選んでいない。

(2) 沖縄本島及び離島、奄美群島、屋久島、種子島等の離島が競合地域となっている

- ・ 比較検討して与論島へは旅行せず、他の場所に旅行したもの(203人)のうち、比較検討対象を回答したもの(145人)でみると、比較対象は海外が1割、国内が9割である。
- ・ 海外と回答したもの(15人)では、「グアム(3人)」、「サイパン」、「ハワイ」、「フィリピン」、「タイ」(それぞれ2人)と東南アジア、南太平洋地域の島嶼リゾート地域が列挙される。
- ・ 国内と答えたもの(130人)では、「沖縄本島(55人)」、「石垣島(13人)」、「久米島(9人)」、「西表島(3人)」、「八重山諸島(3人)」など沖縄県が約7割を占める。
- ・ その他の国内地域を回答したもの(42人)では、「北海道(9人)」、「鹿児島(2人)」と回答したものを除くと、「奄美群島(4人)」、「屋久島(4人)」、「種子島(2人)」などの鹿児島県の離島を挙げたものが目立っている。

図表4-4 与論島と他エリアとの比較検討状況



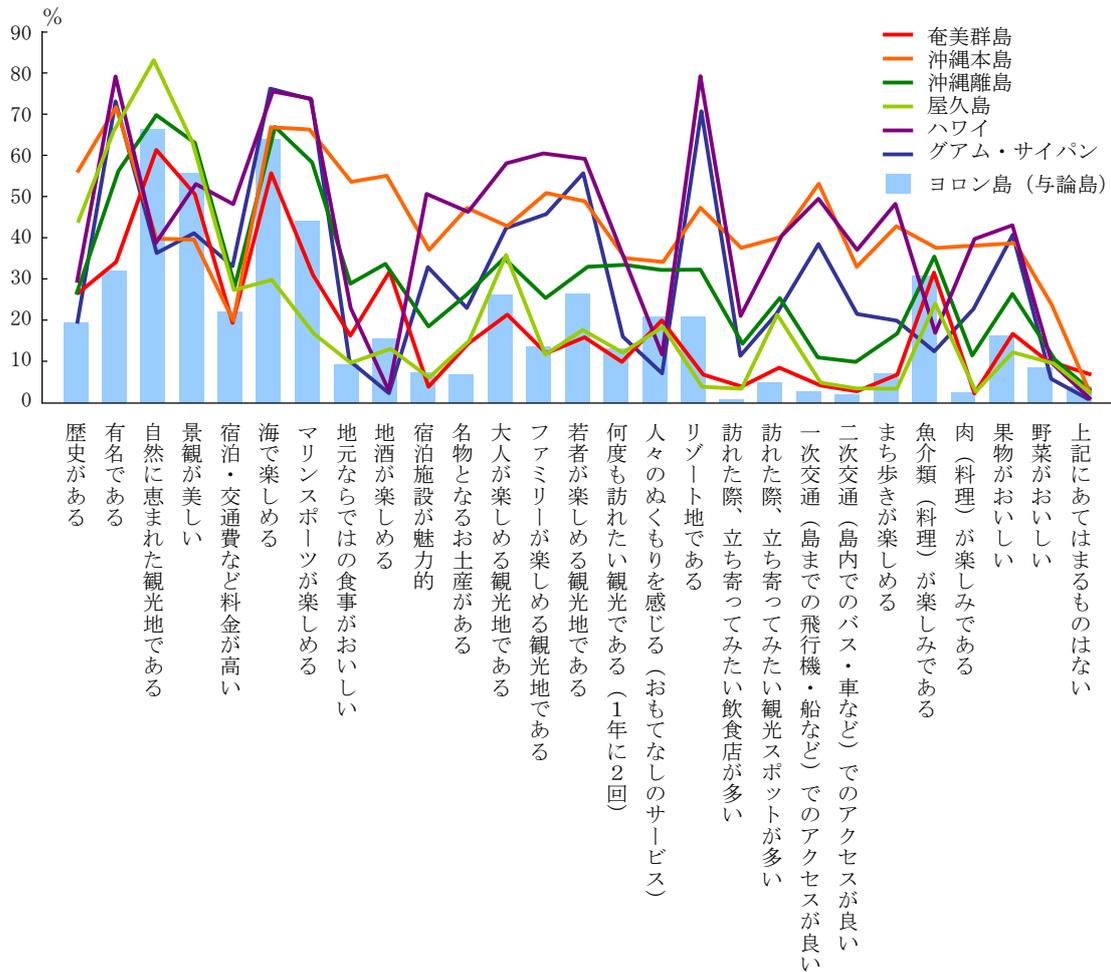
(3) 沖縄本島とは、自然、景観で比較優位にあり、海についてはほぼ同等のイメージを持たれている

- ・ 「自然に恵まれた観光地である」、「景観が美しい」の2項目では、沖縄本島よりもイメージを強く持たれている。差別化の要素として強く意識すべきであろう。
- ・ 「海で楽しめる」というイメージでは沖縄本島とほぼ同等のイメージを持たれている。

(4) 沖縄県の離島に対しては総じてイメージが弱い

- ・ ほぼ同じようなイメージ項目の分布状況であるが、総じてイメージが弱い。

図表4-5 競合エリアとのイメージ比較

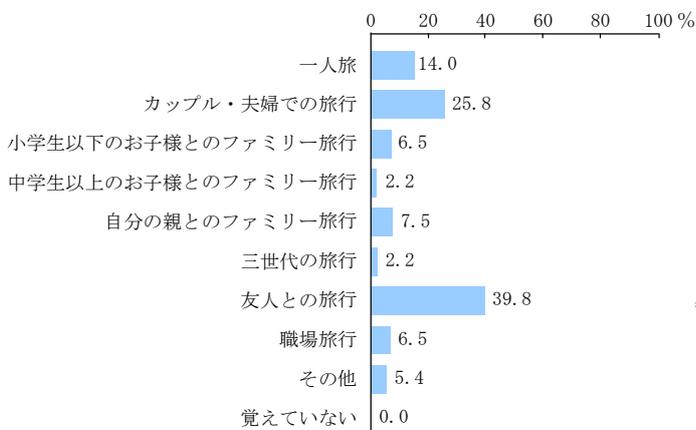


資料；じゃらんリサーチセンターの資料等を基に作成

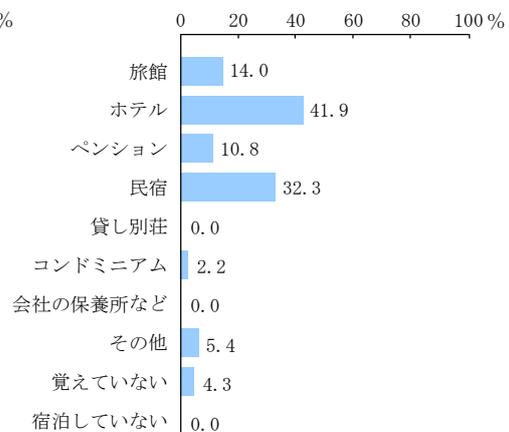
4 旅行形態（同伴者・宿泊施設）

- (1) 夫婦での旅行を除き、ファミリーで与論島に旅行するものは一般的な観光地に比較して少ない
- ・ 来島経験があるもの（93人）のうち、最も多いのは「友人との旅行」で約4割（37人）、次いで「カップル・夫婦での旅行」で2.6割（24人）、「一人旅」で1.4割（13人）である。
- (2) 女性のグループ旅行、男性の一人旅、首都圏の男女ペア旅行に与論島の強みがある
- ・ 来島経験があるもの（93人）のうち、「友人との旅行」では女性の比率が、「カップル・夫婦での旅行」では首都圏の比率が、「一人旅」では男性の比率がそれぞれ高い傾向が出ている。
- (3) 民宿はシニア層に選好されているが、沖縄県の方は民宿以外を選好する傾向がやや強い
- ・ 来島経験があるもの（93人）のうち、宿泊施設として選んだのは「ホテル」が最も高く4割強、次いで「民宿」が3割強と続く。
 - ・ 民宿を利用している傾向は50～64歳男女は高く、沖縄県居住者は少ない。
 - ・ こうした宿泊ニーズに対応できる施設・サービスの提供が大きな課題である。

図表4-6 与論島旅行における同行者



図表4-7 与論島旅行における宿泊先



5 観光イメージ

「ヨロン島（与論島）」及び、競合として考えられる「奄美群島」「屋久島」「沖縄本島」「沖縄離島（石垣島・久米島など）」「ハワイ」「グアム・サイパン」各エリアのイメージについて尋ねた。

(1) 「観光資源の差別化を打ち出せていない」、「認知度があまり高くない」ことが推測できる

- ・ 与論島は「自然に恵まれた観光地である」（48.4%）、「海で楽しめる」（43.8%）、「景観が美しい」（39.5%）などが高く、奄美群島とイメージが似ている。
- ・ 他のエリアと比べて最も高いイメージ項目はなく、「上記にあてはまるものはない」が2割強と高く、イメージ総量は相対的にやや低めである。

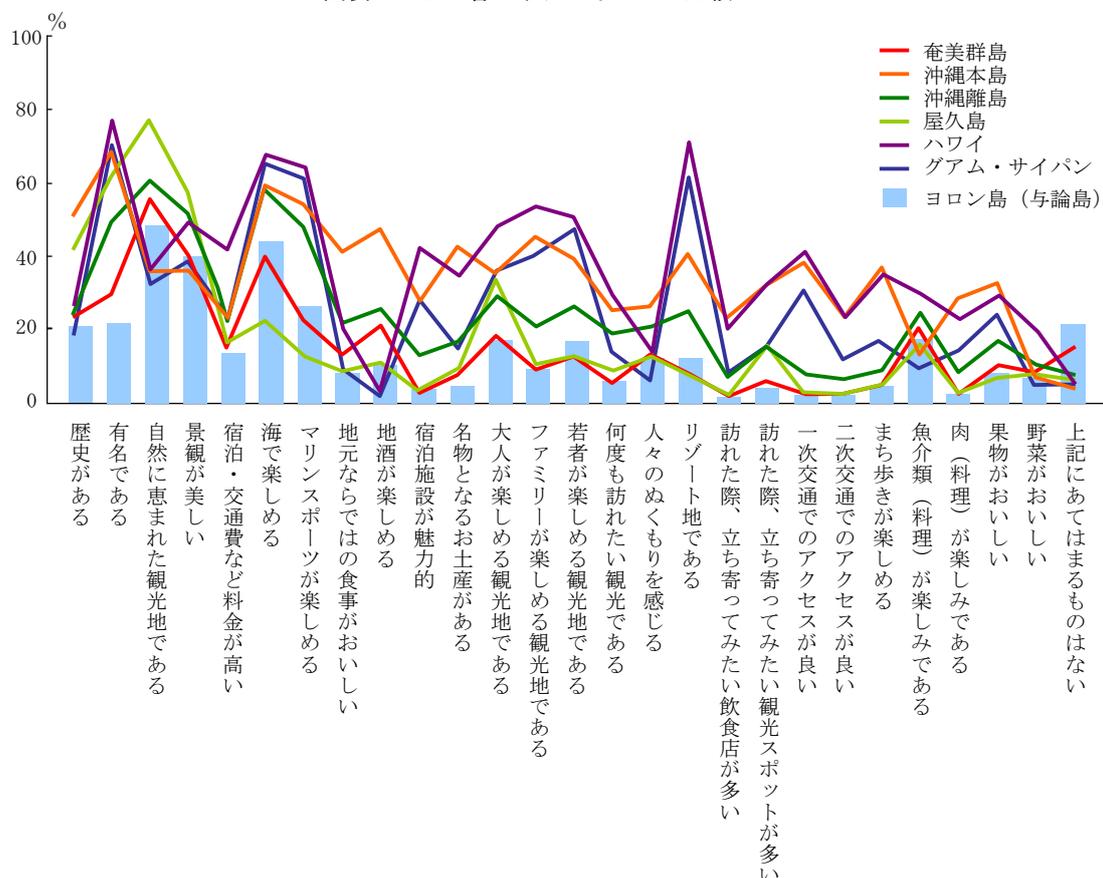
(2) 沖縄県居住者によるイメージ評価が比較的高い

- ・ 沖縄県居住者からのイメージが特に高いもので「海で楽しめる」、「地酒が楽しめる」、「魚介類（料理）が楽しみである」などがある。

(3) 世代ごとの認知率の隔たりが大きく、特に20-34歳の認知の低さがうかがえる

- ・ 「上記にあてはまるものはない」が50-64歳男女は10%強とイメージ総量は相対的にやや高めであるのに対し、20-34歳男女は40%程度と高くイメージ総量がとても低い。

図表4-8 各エリアのイメージ比較

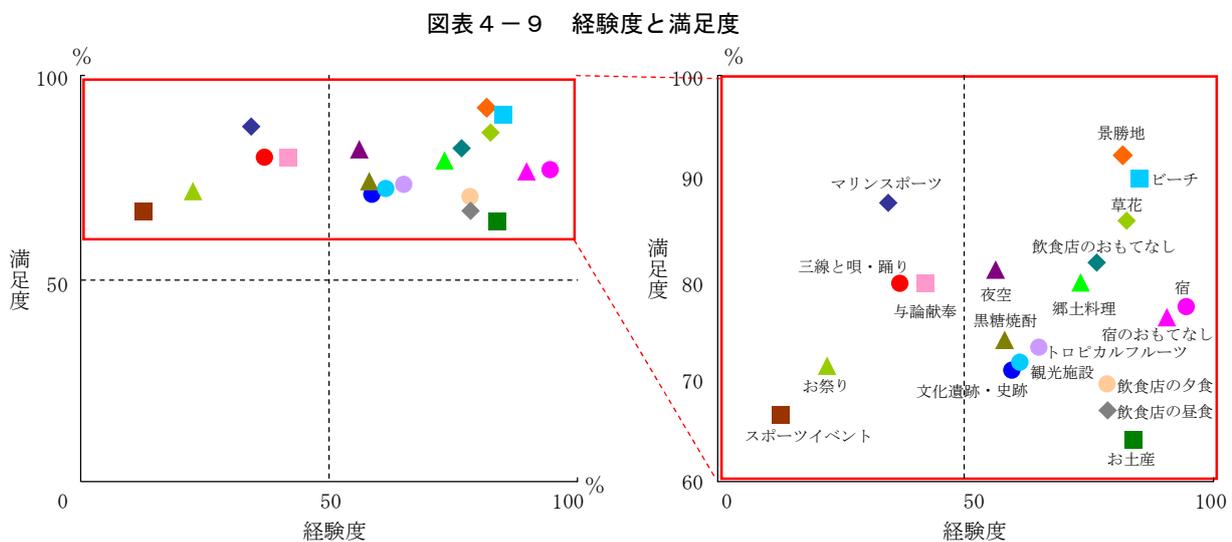


資料；じゃらんリサーチセンターの資料等を基に作成

6 観光資源に対する認知・関心度

(1) 経験してもらえれば満足してもらえコンテンツが揃っているが、経験を促すサービスが不十分

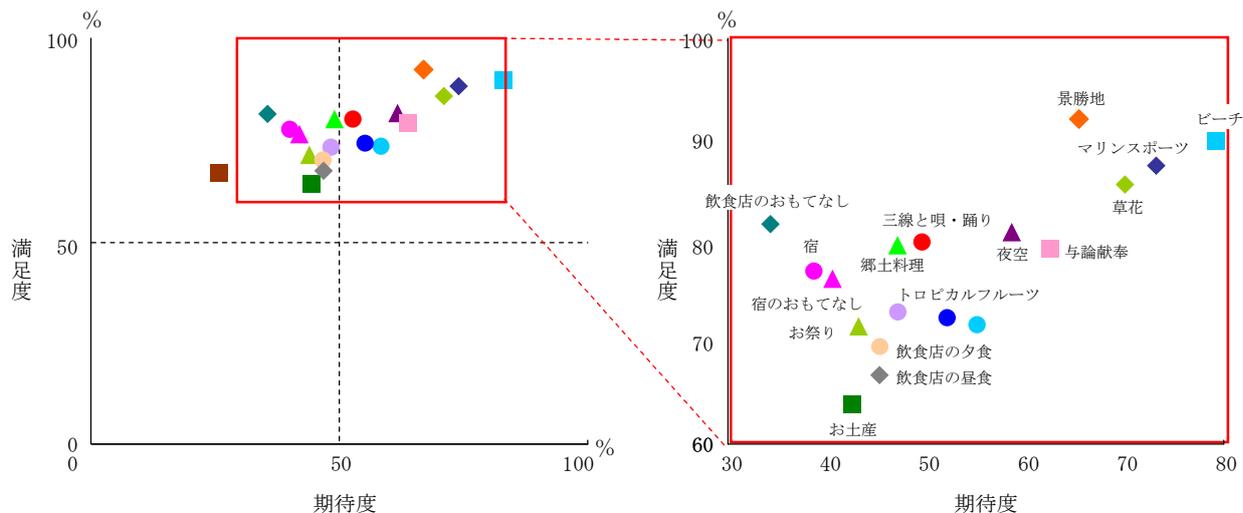
- ・ 経験したコンテンツは、すべて60%の満足度を超えている。
- ・ 経験度が6割未満であったものには、与論島ならではの伝統的文化に関するコンテンツが列挙されている。具体的には、「お祭り (22.6%)」、「三線と唄・踊り (36.6%)」、「与論献奉 (41.9%)」、「夜空 (55.9%)」、「黒糖焼酎 (58.1%)」、「文化遺産・史跡 (59.1%)」である。
- ・ また、与論マラソンやパナウルウォークに代表される「スポーツイベント (12.9%)」、観光資源として注力しているとみられる「マリンスポーツ (34.4%)」の経験度が低いことが注目される。



(2) お土産や食事などの基礎的な観光サービスの満足を獲得することが大きな課題

- ・ 期待度が高かったのは、「ビーチ」、「マリンスポーツ」、「草花」、「景勝地」と続き、これらは満足度も高い。
- ・ 満足度の低いものに、「お土産」、「飲食店の昼食」、「飲食店の夕食」といった基礎的な顧客サービスが列挙されている。「文化遺産・史跡」の満足度も低い。
- ・ 「夜空」、「郷土料理」、「三線の唄・踊り」、「与論献奉」、「飲食店のおもてなし」は、期待度はそれほど高くないが満足度は高い。
- ・ 飲食店の食事の満足度が低いにも関わらず、「飲食店のおもてなし」の満足度が高いという点に、人によるおもてなしの質の高さがうかがえる。

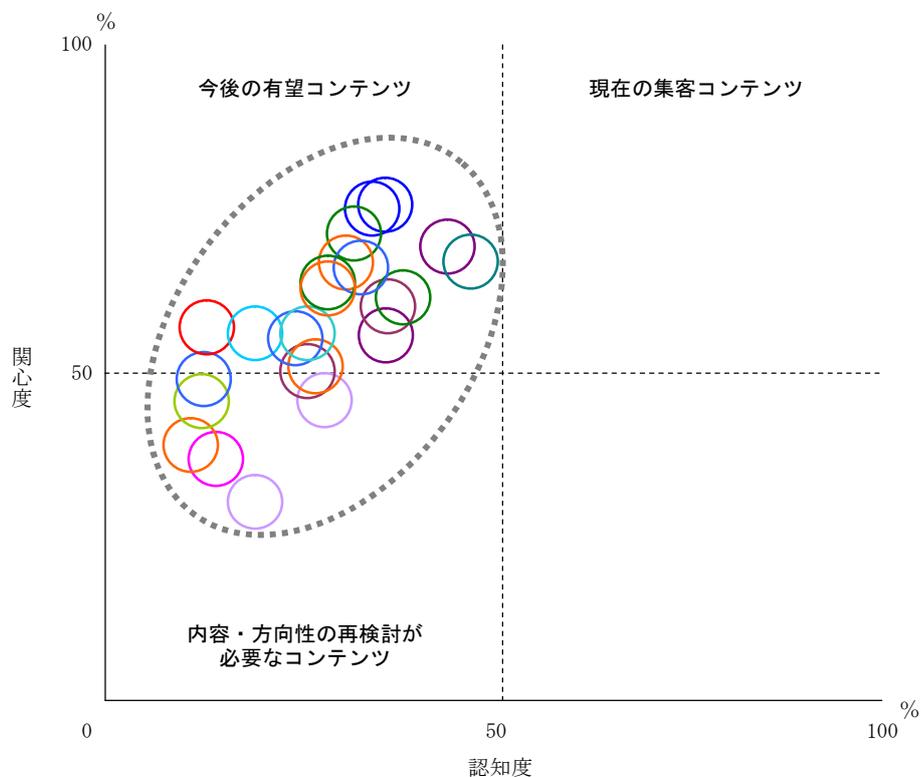
図表4-10 期待度と満足度



(3) 「認知」と「関心」がともに高い現在の「集客コンテンツ」が存在しない

- ・ 認知度・関心度がともに高い現在の集客コンテンツが不在。
- ・ 反対に、認知度は低い、関心度が高くなっている今後の有望コンテンツが存在。

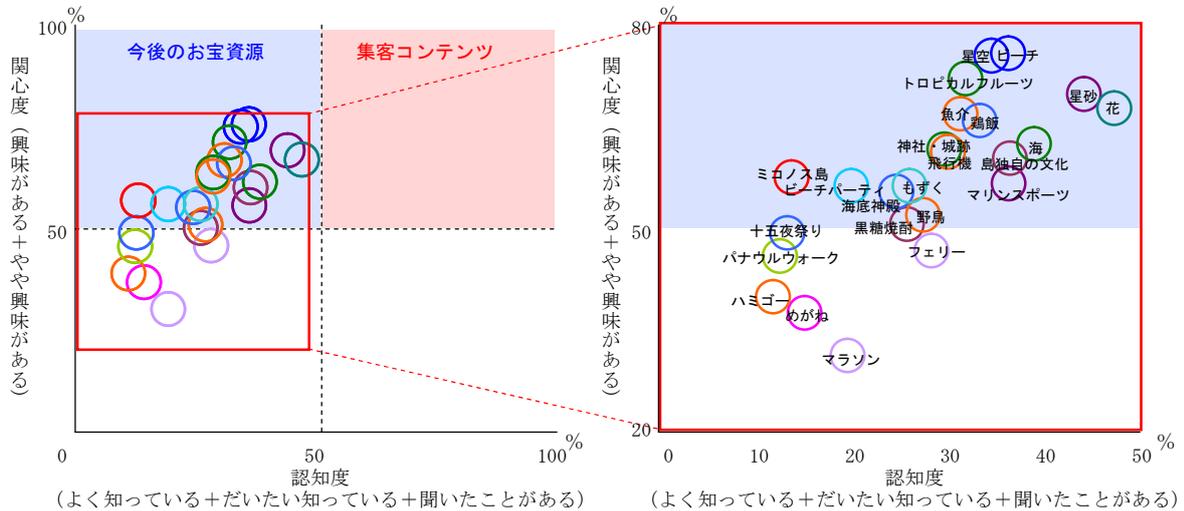
図表4-11 認知度と興味度の分布の全体像



(4) 自然的資源と食に関する資源が今後の有望資源である

- ・ 認知は相対的に低いですが、逆に興味は高いものも多く「ビーチ」、「星空」、「トロピカルフルーツ」、「星砂」、「花」といった自然的資源、次いで「魚介」、「鶏飯」と食に関する資源が続く。

図表 4-12 認知度と興味度の分布の全体像



(5) 自然的資源と食に関する資源が今後の有望資源として注目される

- ・ 認知は相対的に低いですが、逆に興味は高いものも多く「ビーチ」、「星空」、「星砂」、「花」といった自然的資源、「トロピカルフルーツ」、「魚介」、「鶏飯」と食に関する資源が興味を引いている。

(6) 35歳以上の女性、50～64歳のシニア層に対しては、「花」、「星砂」、「海」が強い訴求力をもつ

- ・ 女性は男性に比べて、認知も関心も高めの傾向がある。
- ・ 50～64歳では、「花」、「星砂」が認知・関心ともに高く、現在の「集客コンテンツ」となっている。
- ・ 女性のうち特に35～49歳では、「花」が認知・関心ともに高く、現在の「集客コンテンツ」となっている。
- ・ 女性のうち特に50～64歳では、「花」、「星砂」、「海」が認知・関心ともに高く、現在の「集客コンテンツ」となっている。

(7) 沖縄県居住者やシニア女性における「島独自の文化」への関心が強い

- ・ 沖縄県居住者では、「島独自の文化」、「神社・城跡」、「花」が認知・関心ともに高く、現在の「集客コンテンツ」となっている。
- ・ 女性のうち特に50～64歳では、「神社・城跡」、「島独自の文化」への関心が高いのが特徴的である。

- (8) 20～34歳の女性において、「ミコノス島」、「海中宮殿」といったちょっと意外性のあるコンテンツへの関心が比較的強い。
- ・ 20～34歳の女性においてが強く関心を示したものは、「ビーチ」、「星空」、「トロピカルフルーツ」、「星砂」、「鶏飯」、「花」、「海」「魚介」等の南国リゾート的コンテンツであるが、これに次いで「海中宮殿」、「ミコノス島」というちょっと意外性のあるコンテンツが挙げられたところに特徴がみられる。
- (9) 首都圏と関西圏の居住者は、コスト（時間と費用）パフォーマンスをシビアに評価している
- ・ 首都圏と関西圏では、興味の有る無しが大きく分かれている。
- (10) 50～64歳の年齢層と沖縄県居住者は、飛行機で行けることに関心を示している
- ・ 「飛行機」への関心の高さは、アクセスの良さへの関心の高さであると読むことができる。特に、50～64歳の年齢層と沖縄県居住者において関心が高い。

7 来島意向

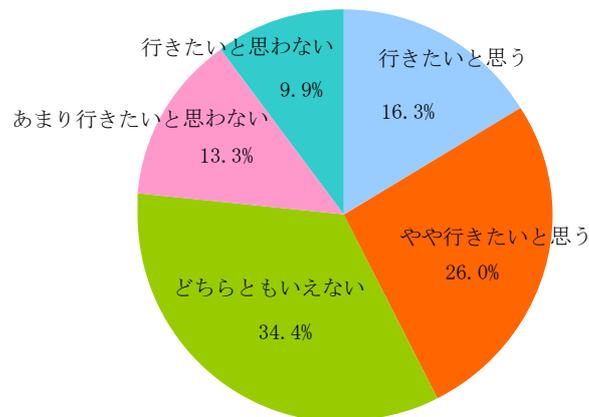
(1) 今後1年の来訪意向があるものは4割強である

- ・ 「行きたいと思う」(16.3%)、「やや行きたいと思う」(26.0%)をあわせた意向率は4割強であった。
- ・ Q1の結果の、来訪経験は約9%、旅行先として検討したことがある人が19.7%と比較すると、本アンケートによって与論島の観光コンテンツを伝えたことによって、今後の旅行先として来訪意欲が高まったものとみられる。

(2) 20～34歳の男性、20～49歳の女性、沖縄県居住者に今後の可能性がうかがえる

- ・ 年代別では20～34歳が46.6%、性年代別では女性20～34歳、女性35～49歳がともに48.6%と非常に高い傾向が出ている。
- ・ 「行きたいと思う」と答えた人が最も多かったのが男性20～34歳で24%であり、来訪経験が8%と極めて低いことと比較して、今後の可能性を強く感じ取ることができる。
- ・ 居住地域別では、首都圏44.3%、関西43.3%、九州37.5%、沖縄県46.2%である。

図表4-13 与論島への今後1年の来訪意向



第5章 新たな観光動向及び先進事例地域の取組の把握

第5章 新たな観光動向及び先進事例地域の取組の把握

1 新たな観光動向の取組と“観光再生”

(1) 観光立国の実現

我が国では、経済社会の発展のために不可欠な国家的課題として、「観光立国の実現」が掲げられ、「観光立国推進基本法」の成立（平成18年12月）、「観光立国推進基本計画」の閣議決定（平成19年6月）等が行われ、観光立国の実現に向けた取組みが活発化しつつある。

国では、関係省庁との連携・調整を強化して、政府を挙げて、総合的かつ計画的に観光立国の実現に向けた施策を推進するため、平成20年10月1日に国土交通省の外局として、「観光庁」が発足し、機能的かつ効果的な業務の遂行を可能とする体制が整備された。また、平成21年12月に閣議決定した政府の「新成長戦略（基本方針）～輝きのある日本～」において、観光立国の推進は6つの成長戦略分野の1つとして位置づけられ、国土交通大臣を本部長とし、全府省の副大臣等で構成する「観光立国推進本部」を同月に設置された。

一方、地方においては、エコツーリズム、グリーンツーリズム、文化観光、産業観光、医療観光、スポーツ観光等の観光目的・手法等が多様化、独自の地域産業・資源を観光面で活用する六次産業化の取組等、競争力の地域社会の形成、独自性のある地域振興の観点から新たな取組が活発化しつつある。

(2) “観光再生”に向けた地域の取組

近年は、社会経済の高度化、国民の意識・ライフスタイルの多様化等から、観光に係るニーズ・形態が大きく変化してきている。こうした変化への対応や転換が適切に図ることができない地域は、これまで競争力や集客を確保してきた知名度の高い観光地であっても、入込客の減少、観光産業の低迷等を招来している。

こうしたなかで、集客や地域活性化において、一定の成果を収めた観光地においても、社会経済環境の変化、観光マーケットの動向を踏まえ、地域の観光資源の再評価、観光の取組理念、方針の再構築など、“観光再生”に取り組む地域が増加してきている。

2 “観光再生”に向けた先進事例地域の取組

(1) 調査の概要

ア 目的

与論町の観光振興に資する、観光振興、まちづくり等の先進的取り組みについて把握することを目的に、“観光再生”、“離島観光”に係る取組について文献調査、ヒアリング調査を実施した。

イ 調査対象

与論町観光ルネサンスワークショップにおける検討事項、要望等を基に調査対象地域を選定。

図表 5-1 調査対象地域一覧

NO.	団体名	都道府県	摘要
文献調査 1	東川町	北海道	写真のまちづくり
2	海士町	島根県	島まるごとブランド化
3	四万十町	高知県	「考え方」をつくる会社
4	豊後高田市	大分県	「昭和の町」 商業と観光の一体化による商店街の再生
5	姫島村	大分県	島の主産業である水産と観光の連携
6	中津市	大分県	住民出資の共同売店
7	薩摩川内市	鹿児島県	アートを利用した離島観光の振興
8	屋久島町	鹿児島県	屋久島のエコツーリズム
9	東村	沖縄県	住民主導の体験型エコツーリズム
10	伊江村	沖縄県	民泊による修学旅行の受け入れ（ヒューマンツーリズム）
視察調査	小値賀町	長崎県	民泊を中心としたアイランドツーリズム

ウ 調査項目

- ① 地域の概況
- ② 観光振興・まちづくりの問題点・課題
- ③ 観光振興・まちづくりの取り組み
- ④ 観光再生等の効果
- ⑤ その他

※調査対象地域の属性により、上記の調査項目は異同あり

エ 調査方法

文献調査及び調査研究委員会（委員長）、事務局（与論町、地方自治研究機構）担当者による訪問聴取調査

図表5-2 調査対象地域



(2) 先進事例地域による取組（文献調査）

事例 ①

写真の町づくり
組織名 北海道 東川町（ひがしかわちよう）
所在地 北海道上川郡東川町
事業名 写真の町宣言（1985年（昭和60年））

【地域の概況】

- 東川町は、北海道のほぼ中央に位置し、東部は山岳地帯で、大規模な森林地域を形成している。道北の中核都市旭川市の中心部から13km、旭川空港から7kmの地点にあり、東西の距離36.1km、南北の距離8.2km、面積は247.06km²
- 町域の一部は、日本最大の自然公園「大雪山国立公園」（面積2,267.64 km²）（東川町域は102.55 km²）
- 人口7,829人、世帯数3,273世帯（平成22年8月末現在）

【観光の概況】

- 北海道最高峰の旭岳が町域にあり、登山口にあたる旭岳温泉街と天人峡温泉は、夏と紅葉の秋に賑わう
- クラフトの町として有名で、町内には木工製品の工房やお洒落な喫茶店が点在。また、田園風景が美しく北海道で初めて「景観行政団体」に指定され、大都市からの移住者も多い
- 上川の内陸盆地に位置するため、高山植物の花々、新緑の森林、色とりどりの紅葉、ふわふわとした雪景色など、四季折々の景色を楽しめる

【観光振興・まちづくりの問題点・課題】

- 大雪山の清らかな水と寒暖差の激しい気候に育まれる米と野菜、天人峡温泉と旭岳温泉の二つの温泉地を中心とした観光、高級伝統家具の生産地として全国的に知られる木工業が町の産業を支えていたが、20数年前から陰りが見え始め、東川町の今後のまちづくりを考えるきっかけとなった

【観光振興・まちづくりの取り組み】

- （概況）写真映りのよい、大自然に恵まれた町であるという特徴を生かし、1985年（昭和60年）に写真文化によって町づくりや生活づくり、そして人づくりをしようと「写真の町宣言」を行う
- 日本で始めて自治体による国際的な写真賞の「東川賞」を制定。東川賞授賞式を中心に、国内外の優れた写真、写真家を紹介する東川町国際写真フェスティバル（東川町フォトフェスタ）を毎年開催。2010年（平成22年）に第26回目を迎える
- 1994年（平成6年）からは、東川町のほか、美瑛町や上富良野町、東神楽町、旭川市、北海道新聞社、全国新聞社事業協議会を構成団体とする写真甲子園実行委員会を結成し、全国の高等学校の写真部やサークルを対象とした「全国高等学校写真選手権大会」（略称「写真甲子園」）を実施

【観光再生等の効果】

- 「写真映りのよい町」をテーマに、写真に撮りたくなるような「人になろう（教育の振興）」「町をつくろう（環境の整備・保全）」「物をつくろう（作物や木工品）」などの基本的な指針のもと、写真を通じて人と人が出会える場の提供を目指している
- 当初は無関心であった住民も、写真甲子園による高校生の若いパワーとのふれあいから参加意識が高まり、東川町フォトフェスタ会期中にフリーマーケットの開催を提案するなど、現在は住民参加型のイベントが増加
- 東川町フォトフェスタを中心に、日本内外から多くの人々が訪れ、様々な交流により町に活気が生まれている。また、国際的なイベントの開催により、メディア露出も増えている

事例 ②

島まるごとブランド化

組織名 海士町観光協会

所在地 島根県 海士町(あまちょう)

事業名 海士デパートメントストアープラン

【地域の概況】

- 海士町は、島根半島沖合約 60km に位置する隠岐諸島の島前（とうぜん）3島のひとつ・中ノ島に位置する1島1町の島。鎌倉時代、承久の乱で後鳥羽上皇が配流された地としても有名。平城京跡から海士町の「干シアワビ」等が献上されていたことを示す木簡が発掘されるなど、古くから海産物の宝庫として御食つ國に位置づけられている。
- 面積 33.5 k m²、周囲 89.1 km。人口 2,427 人、世帯数 1,096 世帯（平成 2008 年 1 月現在）。高齢化率は 39%。

【観光の概況】

- 平成 21 年度の観光客は入込が約 2 万人、宿泊数は 1 万 2 千人。
- 域内の主たる観光資源は、農水産品、名水百選（天川の水）、大山隠岐国立公園。
- 海士町は、平成 19 年度「地域づくり総務大臣表彰」にて大賞を受賞。

【観光振興・まちづくりの問題点・課題】

- 島（町）の人口は 1950 年にピークの 6,986 人から一貫して減少傾向にある。島内の高校が生徒数減のために統合・閉鎖の危機に陥る。
- 町は、公共事業削減、三位一体の改革による地方交付税の大幅減額から平成 20 年にも財政再建団体に転落する見込みであった。

【観光振興・まちづくりの取り組み】

- 市町村合併ではなく、自主独立の道を選択。「守り」の戦略では徹底した行財政改革を断行。町長を先頭に大胆な給与カットを実施した。一方、「攻め」の戦略では、一点突破型産業振興策として、島に産業を興し、雇用の場を増やすことに重点をおき、観光と定住を担う交流促進課、第一次産業の振興を図る地産地商課、新たな産業及び雇用の創出を目指す産業創出課を設置して、攻めの実行部隊として現場重視の業務を展開。
- これまで、「さざえカレー」「いわがき春香」などのブランド化を図り、また地域再生計画「海士デパートメントストアープラン」を策定し、水産物の鮮度保全に優れた凍結システム「CAS 技術」を導入し、潮風育ちを付加価値とした隠岐牛、天然塩の精製など「海・潮風・塩」の 3 つをキーワードで産業振興を展開。これまでの産業振興とも連携して、「島の営み」「資源」「伝統文化」「新産業」の「合わせ技一本」による、島型ビジネスの展開を図っている。また、定住促進として、平成 16 年から (1) 個性・家族・経済事情等の違いによる多様なニーズに応え得る不動産マーケットの形成、(2) 廃屋処理と跡地の商品化、等 5 つの取り組みを行っている。
- (財源) 地域再生マネージャー：22,500 千円、地域 ICT 利活用モデル構築事業：111,202 千円、農山漁村活性化プロジェクト支援交付金：37,000 千円、等。
- (体制) 海士町観光協会：離島食品専門店「離島キッチン」の経営。株式会社ふるさと海士：魚介類の冷凍食品製造、キンニャモニャセンター（産直市場）運営管理、塩製造販売。株式会社巡の輪：地域づくり事業、教育事業、メディア事業。

【観光再生等の効果】

- 定住対策で平成 16 年 4 月から平成 21 年 12 月までの間に 144 世帯、人口の 1 割近い 234 人の I ターン者が町に定住した。海士町の I ターンは 20 代から 40 代までの若者や働き盛り世代が多いのが特徴。
- 平成 19 年度には 4 件の新規起業と従来の事業からの向上案件が 4 件あり、それらの実践を通じて、18 組 29 人の雇用の創出確保が達成された。
- 特産品や観光商品等の商品開発によって、生み出された代表的なものの一つが、“島じゃ常識”「さざえカレー」は、年間約 3 万個売れるヒット商品。

事例 ③

「考え方」をつくる会社

組織名 株式会社四万十ドラマ

所在地 高知県 四万十町（しまんとちょう）

事業名 「背景」「取り組み」「生産者」に物語性のある商品開発

【地域の概況】

- 四万十町は、高知県の西部に位置し、東から西に流れる四万十川の中流域にある。東西 43.7km、南北 26.5km、総面積 642.06km²であり、そのうち林野が 87.1%を占め、田畑は 4.8%を占める。集落の多くは四万十川とその支流の河川沿いや台地上にあり、一部は土佐湾に面する海岸部にある。
- 人口 19,713 人、世帯数 8,830 世帯（平成 22 年 10 月 1 日現在）。

【観光の概況】

- 域内の主たる観光資源は、日本最後の清流といわれる四万十川。名水 100 選、日本の秘境 100 選にも選ばれている。
- 四万十ドラマは、平成 19 年度に農林水産省「立ち上がる農山漁村」認定。同年、高知県「高知県地上産業大賞」を受賞。四万十町の「里川地区」が、『にほんの里 100 選』に選定（朝日新聞の創刊 130 周年、森林文化協会の創立 30 周年の共同記念事業）。十和おかみさんが、平成 17 年度に農林水産祭むらづくり部門で内閣総理大臣賞を受賞。平成 20 年度に第 22 回高知県地場産業大賞を受賞。

【観光振興・まちづくりの問題点・課題】

- 高齢化率は約 35%で、20 代～40 代の若者・子育て世代が、都市部や県外へ流出している。

【観光振興・まちづくりの取り組み】

- （概況）株式会社四万十ドラマは、平成 6 年 11 月、旧大正町（現四万十町）、旧十和村、旧西土佐村（現四万十市）などの第三セクターとして、四万十川流域 196 キロメートル、その中流域の地域おこしのために発足した。平成 11 年に補助金なしの独立採算を実現。平成 17 年には完全民営化を実現。近隣住民に株式を売却し、住民が株主の住民株式会社に姿を変えた。2006 年には翌年の開業が決まっていた道の駅「四万十とおわ」の指定管理者となった。四万十ドラマのコンセプトは「ローカル、ローテク、ローインパクト」。「ローカル」とは、四万十川を共有財産に足元の豊かさや生き方を考えること。「ローテク」とは、地元の素材や技術、知恵を活かした第 1～1.5 次産業にこだわること。「ローインパクト」とは、四万十川に負荷をかけずに活用する仕組みを作ること。自然環境を保全しつつ活用することを基本に、四万十川に負担をかけないものづくりを展開している。
- （財源）地域新事業移転促進事業（コミュニティビジネスノウハウ移転・支援事業）、地域新事業移転促進事業（農工商連携等促進人材創出事業（村おこしに燃える若者等創出事業））共に経済産業省。
- （体制）商品開発、販路開拓の他、「四万十おとわ」：道の駅の運営。「RIVER」：商品開発におけるモニタリング調査と四万十情報の発信ツール。

【観光再生等の効果】

- 売上高は 2 億 8000 万円（2009 年 3 月期）。パートを含め 20 人の従業員を雇用している。四万十町が所有している道の駅の建物の賃料は払っていないが、それ以上の公的な補助は受けていない。収支も黒字である。
- 道の駅「四万十とおわ」は、2007 年 7 月のオープン後、わずか 2 年半で来場者 40 万人を突破した。風呂に置くだけでヒノキの香りが漂う「四万十ひのき風呂」、旧十和村（現四万十町）の特産である栗を使った「四万十栗の渋皮煮」、独特の香りを誇る香り米「十和錦」、地元のショウガを使った「ジンジャーシロップ」、四万十の茶葉を使った「しまんと緑茶」など、「四万十とおわ」にしかないオリジナル商品が 60 アイテムもある。
- 商品開発により地元産業の復活。2007 年に「しまんと紅茶」の販売を始め、十和村周辺で昔は紅茶栽培が盛んに行われていたこの地域の紅茶栽培を復活させた。また、栗の産地として名高い十和村。だが、お茶と同様に、他県の栗商品の原料になっていた。「四万十栗の渋皮煮」「地栗ペースト」「渋皮ドライ」などの栗の商品化により、高知市内の菓子原料メーカーが十和村に栗の渋皮煮の加工場を開設。5 カ月の季節限定だが 20 人の雇用を生み出した。栗の需要が増えたため、栗園の再生も進んでいる。

事例 ④

商業と観光の一体化による商店街の再生

組織名 商工会議所、豊後高田市観光まちづくり株式会社

所在地 大分県 豊後高田市（ぶんごたかだし）

事業名 街並み修景事業

【地域の概況】

- 豊後高田市は、大分県の北東部、国東半島の西側に位置し、東西の距離 17.1km、南北の距離 23.2km、面積は 206.6km²である。
- 大分市まで約 60km、北九州市まで約 90km で、両市に比較的近い距離にあり、北は周防灘に面し、豊かな自然と温暖で過ごしやすい瀬戸内式気候に属している。
- 人口 24,514 人、世帯数 10,419 世帯（平成 22 年 7 月末現在）。

【観光の概況】

- 2007 年（平成 19 年）の観光入込客数は 36 万 1300 人（総務省 平成 20 年度地域力創造優良事例集より）。
- 国宝・富貴寺をはじめ仏教文化史跡、中世荘園村落「田染荘」、リアス式海岸（夕日百選選定）
- 昭和 30 年代をコンセプトにした「昭和の町」の商店街

【観光振興・まちづくりの問題点・課題】

- 昭和 30 年代初頭をピークに人口減少が進み、やがて過疎化。かつて活気にあふれていた商店街は、郊外型の大型店の進出や後継者不足などの影響で連続性の乏しい閉鎖店が多い通りに
- 昭和 40 年の大分交通宇佐参宮線廃線、昭和 50 年以降国道 213 号線沿いの大型店が出店等により、商店街は衰退が加速化。

【観光振興・まちづくりの取り組み】

- （概況）中心市街地や商店街の歴史を徹底的に調査・研究し、町の個性を発掘し、豊後高田市に残る昭和 30 年代の古い商店街の町並みを活かして観光化しようと、数年間の検討を重ねたのち、2001 年（平成 13 年）に街並み修景事業を開始した。昭和の趣を持つ外観を整備し、空き店舗はチャレンジショップやギャラリー等に活用するなど、「昭和の町」として町を再生。
- 豊後高田市、商工会議所、商店主、第 3 セクター「豊後高田市観光まちづくり株式会社」（2005 年（平成 17 年）設立）。
- 一定の集客に伴い、ハードの演出として古い米蔵を活用して「昭和ロマン蔵一駄菓子屋の夢博物館」を整備。また、ソフトの演出では、「昭和の町」の歴史や一店一品、一店一宝、昭和の商人の話などを伝える「案内人制度」を創設。ガイド 1 名につき 2,000 円。

【観光再生等の効果】

- 「昭和の町」の観光入込客数は、事業開始前の 2001 年（平成 13 年）は 2 万 5700 人であったのが、2007 年（平成 19 年）には 36 万 1300 人に増加。
- 「商業と観光の一体的振興」を掲げ、定住人口の商店街の呼び戻しにも成功○ 空き店舗に地元の店が入った事例もある。餅製造業者の餅屋清末では、一流銀行に勤めていた 2 代目が U ターンし甘味処を併設した菓子店を開いた。店主の清末浩一さんはまだ 30 代半ば。商店街の後継者問題を打開する担い手としても期待されている。
- 空き店舗に地元の新店舗が創業や後継者問題の解消等も視野に。

事例 ⑤

島の主産業である水産と観光の連携

組織名 姫島観光 LLP 島の風

所在地 大分県 東国東郡 姫島村（ひめしまむら）

事業名 水産業と観光の島『姫島』の創造

【地域の概況】

- 姫島は、大分県の国東半島北端に位置する瀬戸内海西端の離島で、国東半島の伊美港より北へ6km（フェリーで25分）の地点にある。東西7km、南北4km、総面積6.85k㎡という東西に長い島で、中央に矢筈山266.6mがそびえ、西に達磨山105m、北に城山62mがてい立し、その中に村落がかたまっている。奇巖断崖の海岸線など、風光絶景で瀬戸内海国立公園の一環をなしている。また、古事記や日本書紀に登場する歴史のある島である。
- 人口2,469人、世帯数951世帯。（平成17年国勢調査より）高齢化率は、33.56%。（平成22年度末住民基本台帳より）

【観光の概況】

- 平成21年の観光客は41,061人。平成17年の42,016人から減少傾向にあったが、平成21年度に回復。主たる客層は、九州圏内からの日帰り観光客。
- 域内の主たる観光資源は、新鮮な海の幸、海に囲まれた美しい自然、拍子水温泉（炭酸水素塩冷鉱泉）、古事記や日本書紀に由来される姫島七不思議伝説など。

【観光振興・まちづくりの問題点・課題】

- 主要産業である漁業が、漁獲量の減少や魚価の低迷などにより、厳しい状況となっている。観光面では、村として積極的な取り組みをしてきておらず、村独自の観光組織もなく、観光に専門的知見を有する人材も少ないため観光を地域振興に位置づけるための具体的な方策が立てられずにいた。
- 観光客数は多いものの、別府などに宿泊する日帰り客が多く、宿泊客が少ないことが課題（平成21年は8,213人）。観光の受け皿となる核施設の建設が望まれている。

【観光振興・まちづくりの取り組み】

- （概況）地域再生マネージャー事業により、「地域リーダー」の育成を行い、「観光客・交流人口の増加」「観光との連携による水産業の振興」「就労の場の確保」を行い、「島民主役」による持続可能な地域振興を目指している。その結果、かなんど工房、LLP島の風、姫島キッチンの3つのコミュニティビジネスが立ち上がった。地域共創ビジネス支援事業は、「地元食材を活用した特産品、加工品開発」や「料理研究及び観光商品づくり」を行うことにより「姫島ブランド推進」を図り、地域活性化を目指している。
- （財源）地域再生マネージャー事業：28,200千円、地域共創ビジネス支援事業：6,000千円（平成19年～21年度）共にふるさと財団の事業。
- （体制）地域再生マネージャー事業により、村の水産・観光関連事業者、青年団等の30名が集まり『はりこもう会』（「はりこむ」とは、姫島の方言で「がんばる」の意味）が発足。観光、水産、広報の部会に分かれて、地域資源の再発掘、体験型プログラムの開発、特産品づくりに取り組む中で、観光カリスマの山田桂一郎氏を招いて、ノウハウを学んだ。

【観光再生等の効果】

- 事業者同士の縦横のつながりが希薄であったが、観光窓口・案内は、『LLP島の風』、食事・宿泊は、『女将の会』、車海老しゅうまいなどの特産品づくりは『姫島キッチン』『かなんど工房』と役割分担が明確になり、連携が取れるようになった。
- 姫島観光 LLP 島の風は、2年以内に第3種旅行業登録を目標としている。

事例 ⑥

住民出資の共同売店

組織名 NPO 法人耶馬溪ノーソンくらぶ

所在地 大分県 中津市 耶馬溪町（なかつし やばけいまち）

事業名 農村コンビニ（過疎地における住民出資の共同売店）

【地域の概況】

- 中津市耶馬溪は、大分県の北部に位置する。耶馬溪は、景勝地として知られており、1915年（大正4年）には新日本三景の一つに選定。1923年（大正12年）に名勝に指定され、1950年（昭和25年）に一角が耶馬日田英彦山国定公園に指定。
- 中津市は、人口85,759人、世帯36,643世帯（平成22年10月15日現在）。中津市耶馬溪支所内は、人口4,725人、世帯数1,874世帯（平成22年10月1日現在）。耶馬溪地域は、中津市の西部、周防灘に注ぐ山国川上流域に位置し、広さは、東西16.6km、南北14.6km、面積は183.70k㎡。NPO法人耶馬溪ノーソンくらぶのある津民地区の約200世帯に約500人が在住。

【観光の概況】

- 域内の主たる観光資源は、耶馬溪。耶馬溪アクアパークは、全国で唯一の公営水上スキー場である。温泉は13か所の入浴施設がある。

【観光振興・まちづくりの問題点・課題】

- 溪谷の集落を縫う鉄道の耶馬溪線が1975年に廃止。過疎が進行し、2005年に旧耶馬溪町は、中津市へ編入合併。旧町に6か所あった農協の本所・支所も農人口の減少で1つに統合。NPO法人耶馬溪ノーソンくらぶのある津民集落からも農協の購買部門が消え、集落内に日用品を購入できる店舗が消滅。中津市街地の大型スーパーまで約20kmとなり、お年寄りの生活をどう守るのが課題になっていた。
- 耶馬溪町の世帯数減少に歯止めはかからず、ノーソンの売上は少しずつ減少している。

【観光振興・まちづくりの取り組み】

- （概況）NPO法人耶馬溪ノーソンくらぶは、過疎化・高齢化が懸念される地域の活性化を支援するために、町内の農業者、自営業者、会社員等が平成17年6月に設立。廃止されたJA支所を240万円で落札。改装して活動の拠点となる店舗（約20坪）を開設し、運営を行っている。会員（同町在住の農家、自営業者等約70名）が持ち寄った農産物を会員農家自身が価格設定する。衣料品や生活雑貨等も販売している。客がくつろげる談話スペースがあり、冬には薪ストーブを囲んでお年寄りの談笑の輪が広がる。また、会員が栽培した野菜等を集荷し、中津市街地の大型商業施設での販売事業も行っている。地域コミュニティの活性化を第一の目的としている。
- （財源）現在、行政や公益団体からの補助金等の助成は受けていない。
- （体制）地域住民自らが、運営母体のNPO法人耶馬溪ノーソンくらぶに出資し、積極的に店舗運営に関わっている。会員の入会金1,000円・年会費2,000円。

【観光再生等の効果】

- 08年度のNPO法人耶馬溪ノーソンくらぶの決算は、店舗内販売収入が約385万円、地域外への野菜販売収入が約284万円となり年間700万円のsmallビジネスとなっている。会員の農家の現金収入は、月10万円を超えることもある。

事例 ⑦

アートを活用した離島観光の振興
組織名 KOSHIKI ART PROJECT
所在地 鹿児島県薩摩川内市甑島里町里 1619-7
事業名 アート展覧会事業

【地域の概況】

- 薩摩川内市は薩摩半島の北西部に位置し、南は県都鹿児島市といちき串木野市、北は阿久根市に隣接する本土区域と、上甑島、中甑島、下甑島で構成される甑島区域で構成されている。総面積は 683.50km² (本土 564.75km² / 甑島 118.75km²)、人口は 100,911 人。世帯数は 45,679 世帯。(平成 22 年 10 月 1 日現在)
- 甑島は、薩摩川内市の川内川河口から西方約 26 km の東シナ海上に位置し、北東から南西方向に 35 km に連なり、北部に位置する上甑島、中部に位置する中甑島、南部に位置する下甑島の 3 つの島から形成されている。人口は列島全体で 5,741 人、世帯数は 3,186 世帯。(平成 22 年 10 月 1 日現在)
- 甑島は 65 歳以上の高齢者が 4 割を超え、10 代は全人口のほぼ 1 割と非常に少ない。また、島には高等学校がない。そのため、中学を卒業すると同時に多くの子どもたちが親元を離れて本土で生活することを余儀なくされている。

【観光の概況】

- 2008 年(平成 20 年)の薩摩川内市の観光客入込客数は 2,264,362 人(日帰り:1,931,548 人、宿泊:332,814 人)。
- 甑島の主たる観光資源は長目の浜やナポレオン岩などの自然・景勝地や、きびなごやマグロなどの水産資源。
- 『「甑島で、つくる。」KOSHIKI ART EXHIBITION』が、自治体総合フェア 2009 特別企画「第 1 回活力協働まちづくり推進団体表彰」でグランプリを受賞。

【観光振興・まちづくりの問題点・課題】

- 甑島列島は、少子高齢、過疎や地域経済低迷などの大きな問題を抱えている。
- 2011 年(平成 23 年)3 月の九州新幹線鹿児島ルートの新線開業を間近に控え、九州一円や中国地方、関西地方までをターゲットとした誘客のストーリーを描くことが可能な一方、何も対策を講じなければ厳しい都市間競争を勝ち抜くことができなくなるとともに、新幹線全線開業の効果がマイナスに働くことも予想される。

【観光振興・まちづくりの取り組み】

- (概況) 世界・全国各地の美術学生や若手作家たちを島に招き、滞在制作及び島全体を展覧会場としたアートプロジェクトを毎年 8 月に開催。その他、町並み再生事業や野外音楽祭なども同時開催。参加アーティストは島内の空き家で共同生活を行い、空き地・空き倉庫などを活用しての作品制作や島の子供達とのワークショップ、海岸清掃、人手不足農家での手伝い、福祉施設訪問など多岐に渡るボランティアを実施。
- (財源、スキーム) 各種財団からの補助金等。
- (体制) KOSHIKI ART PROJECT、地域住民、全国各地の美術学生や若手作家、薩摩川内市の協働体制。

【観光再生等の効果】

- KOSHIKI ART PROJECT2009 の来場者数は 711 人。うち島外からの来場者数は約 200 人。
- 参加作家が集落の空き家などを活用して制作を行うことで、プロジェクトに関わった島民や来場者は、島で失われつつあるその場所や島民の暮らしに息づく文化的な営みをアートという視点から改めて体感することができ、この島でつくる・いきるという活動が、相互の創造的関係を生み出し、地域の大きな可能性を見出している。
- 平成 20 年 8 月に甑島の町並み復興を目指した「たまいしプロジェクト」が設立される。平成 21 年 4 月には上甑島里町の玉石垣が国土交通省「島の宝 100 景」に選定される。

事例 ⑧

屋久島のエコツーリズム

組織名 屋久島地区エコツーリズム推進協議会

所在地 鹿児島県熊毛郡屋久島町小瀬田 469-45

事業名 エコツーリズム屋久島

【地域の概況】

- 屋久島町は、鹿児島県本土の南へ約60kmの海上にあり、屋久島と口永良部島の2島（面積540.98km²）からなっている。屋久島は、周囲132kmで、1993年（平成5年）には、樹齢数千年の屋久杉をはじめとする特殊な森林植生や、亜熱帯から冷温帯に及ぶ植生の垂直分布など、屋久島の貴重な自然環境・自然資源が世界的な評価を受け、日本で最初の世界自然遺産に登録された。
- 人口13,779人、世帯数6,853世帯（平成22年9月末現在）。

【観光の概況】

- 2008年（平成20年）の観光客入込客数は38万人。
- 域内の主たる観光資源は紀元杉や縄文杉。

【観光振興・まちづくりの問題点・課題】

- 現在は、1993年（平成5年）の世界自然遺産登録以降観光客が急増し続け、入島者2007年（平成19年）には40万人を突破。
- 観光客の増加が地域経済に貢献する一方で、縄文杉登山（大株歩道）に代表される一部の特定地域への利用集中を招き、踏圧などによる自然環境への不可が生じている。また、登山道やトイレ、避難小屋の混雑やトラブル発生などの快適利用に係る問題も表面化
- 観光客に比例する形でツアーガイド数が増加し、ガイドに関する苦情、トラブルが多発。ガイドの7割を占めるIターン者と地元住民、地元出身ガイドとの軋轢の表面化

【観光振興・まちづくりの取り組み】

- 屋久島の固有の自然や文化にふれあう機会の提供、地域資源の保全と適正な管理、地域振興への貢献を同時に実現するエコツーリズムを確立することを目指し、島内の関係団体により「エコツーリズム推進協議会」を設立。
- 協議会は、屋久島町、屋久島農業協同組合、屋久島観光協会、屋久島漁業協同組合、屋久島商工会、屋久島森林組合、鹿児島県、農林水産省林野庁、環境省等で推進協議会を構成。
- 平成16年にガイドの登録・認定制度の立ち上げ、平成17年ガイド心得、共通ルール確定、平成15年、入山協力金導入検討。平成18年し尿試験搬出実施

【観光再生等の効果】

- さまざまな立場の関係者が協議会に参加することにより、ガイドや利山に関する共通ルールが確立
- ガイド登録制度により、平成19年度に119人ガイドが登録
- 屋久島への観光客入込客数は、1993年（平成5年）の15万人から2007年（平成19年）には40万人を突破し、倍増している。

事例 ⑨

住民主導の体験型エコツーリズム

組織名 有限会社やんばる自然塾（1999年（平成1年）設立）

所在地 沖縄県国頭郡東村字慶佐次 82 番地

事業名 やんばる自然塾

【地域の概況】

- 東村は、沖縄本島北部の東海岸に位置する（面積 81.79 km²）。村域の 72%は森林で、豊かな河川を利用した湖沼ダム面積は県内で最も高い 4.7%である。沖縄県全体の 3分の1のパインを生産するパインの村であり、肉用牛や豚などの飼育や花き栽培、熱帯果樹、観葉植物などの栽培も盛んである。また、ソデイカ漁やパヤオ漁業などが振興され、慶佐次漁港や東漁港が整備されている。
- 人口 2,035 人、世帯数 866 世帯（平成 18 年現在）。

【観光の概況】

- 2007 年（平成 19 年）の観光入込客数は、326,199 人。
- 域内の主たる観光資源は、村民の森「つつじ園」、福地ダム。
- 有限会社やんばる自然塾は、経済産業省ソーシャルビジネス 5 5 選（2009 年（平成 21 年））受賞。農林水産省第 7 回オーライニッポン大賞（2010 年（平成 22 年））審査委員長賞 受賞。

【観光振興・まちづくりの問題点・課題】

- 東村の主要産品のパインナップルが 1990 年（平成 2 年）の輸入自由化などの影響で低迷し、高齢化、後継者離れなど過疎化が進んでいた。有限会社やんばる自然塾の活動拠点である慶佐次（げさし）地区は慶佐次川の河口に位置する 50 戸余り、人口は約 180 人の小さな集落であり、やんばる自然塾が設立された頃は純農村で若者の働く場が農業以外はなく過疎化が進み観光事業や飲食業などの観光サービス業もほとんどない状況であった。

【観光振興・まちづくりの取り組み】

- （概況）1995 年（平成 7 年）に、当時の慶佐次地区区長、農家、会社員、団体職員、公務員など地域づくりに積極的に発想が前向きな 8 人で地区の地域活性化を考える『夢づくり 21 委員会』を設立。国指定の天然記念物であるマングローブ林などの地域資源を利活用した活性化方策が検討され、ワークショップ、モニターツアー等を重ね、環境に配慮したエコツアーを生み出した。2003 年 7 月に法人し、体験プログラムは個人向け 6 事業、修学旅行・グループ向けが 10 事業の、合わせて 16 事業に。また、ハード整備したふれあいヒルギ公園で慶佐次のマングローブを訪れる観光客は約 10 万人余りになった。やんばる自然塾設立までの活動が、1999 年 5 月に設立された東村エコツーリズム協会へも影響を与える。
- （体制）有限会社やんばる自然塾、東村エコツーリズム協会。

【観光再生等の効果】

- 2001 年（平成 13 年）のツアー体験者数約 6,000 人から、2005 年（平成 17 年）には 20,000 人に増加している。
- 慶佐次川を利用したエコツアー事業者が村内に 6 社誕生。また、観光客が増えたことにより地区唯一の慶佐次共同売店・農産物販売所では採りたてのパインナップルや野菜が売れ、食堂、弁当仕出しなどの飲食店も数軒でき、観光農園やコテージ型宿泊施設の交流施設も数軒営業を始めたなど、活気づいてきている。
- 有限会社やんばる自然塾の修学旅行プログラムは地域の若者がガイドを中心に活動しているが、特産のパインナップルを使った農業体験やジャム作り、家庭料理体験などで地域の人々が講師など協力・連携をするようになった。

事例 ⑩

民泊による修学旅行生の受け入れ

組織名 社団法人伊江島観光協会

所在地 沖縄県伊江村川平 519-3

事業名 ヒューマンツーリズム

【地域の概況】

- 伊江村は、沖縄県本島北部の本部半島の北西約9kmに位置する伊江島（面積22.77km²、周囲22.4km）の一島一村の村である。平均気温が24.2度と温暖な気候で、さとうきび、葉たばこ、花き、野菜、果樹、肉用牛、乳用牛等の産業が盛んである。
- 人口4,957人、世帯数2,227世帯（平成22年9月末現在）。

【観光の概況】

- 2000年（平成12年）頃から観光客は年々減少。また、観光は日帰り観光が主。
- 域内の主たる観光資源はマリレジャー。

【観光振興・まちづくりの問題点・課題】

- 伊江村の教育環境は、中学校までであるため、高校へ進学する者は親元を離れて沖縄本島で生活することになる。

【観光振興・まちづくりの取り組み】

- （概況）2003年（平成15年）に旅行者から「本土の学校から民泊で地域との交流ができる体験学習型の修学旅行の計画案」の受け入れの打診をきっかけに、試験的に4校（358人）を受け入れた。その後、民泊事業が可能かどうか、地域に与える波及効果等について検討を重ね、村内関係機関で共通認識を持ちながら島ぐるみで取り組むこととなった。
- （財源・スキーム）平成16年度沖縄県農林振興対策事業（子ども交流対策事業）の支援。
- （体制）社団法人伊江島観光協会、伊江村、商工会議所、JAおきなわ伊江支店、伊江漁協等。

【観光再生等の効果】

- 本格的実施を始めた2004年（平成16年）には12校（約1,370人）、2007年（平成19年）には109校（約14,000人）と増えている。
- 受け入れ農家等は、本来の仕事の都合に合わせてながら、進学や就職で子どもが島を出た後の空き部屋を利用して生徒たちを受け入れ、農業や地域文化の体験を通して多くの生徒たちとふれあう中で、高齢者にも活躍の場が創出された。
- 民泊事業の取り組みは、受け入れ農家等の所得向上につながり、また地元産の生鮮食材からその他食料品、生活用品、光熱動力等の需要が増え、地域に与える経済効果も大きい。

3 “観光再生”に向けた先進事例地域の取組 — 小値賀島（長崎県） —

(1) 地域の概要

小値賀町は、長崎県五島列島の北部に位置し、小値賀島を中心にその周囲に散在する大小17の島々からなる離島の町である。

小値賀町と九州本土を結ぶ交通手段は船便のみで、佐世保港からフェリーが1日2往復（片道3時間）、高速船が2往復（片道1時間半）、博多港からフェリーが1往復（片道5時間）である。

空路は、長崎便と福岡便があったが、平成18年3月に全廃し、現在小値賀空港は閉鎖されている状態である。

基幹産業は農業と漁業であるが、農水産物の価格の低迷や後継者不足など、多くの課題を抱えている。



(2) 事業の経緯

ア 「町の人口減少を少しでも緩やかに…」

火山活動により形成された小値賀島は、他の五島列島とは異なり、なだらかな海底や陸上の地勢を特色としている。豊かな海産資源に恵まれ耕作にも適するなど「豊饒の島」として栄えてきた小値賀町は、昭和の高度経済成長やバブル景気の中でも近代化、都市化に積極的ではなく、半農半漁、自給自足の生活を守り続けてきた。一方で、少子高齢化や島外への流出が続き、人口は年々減少傾向にあり、昭和30年代のピーク時に12,000人いた人口は、平成22年12月現在では4分の1以下の2,914人となっている。



小値賀町の風景

小値賀町はいわゆる観光地ではなく、主だった観光スポットもない。また、平成18年に空港が閉鎖され、小値賀町と九州本土とを結ぶ交通手段は船便のみの交通不便地である。

人口減少や高齢化、基幹産業である農業や漁業の低迷が続く中、町の将来を心配する住民らから「この人口減少を少しでも緩やかにしたい」と声が上がった。観光地ではなく、交通アクセスも良いとは言えない小値賀町において、交流人口の拡大により町の活性化を図ろうと、従来の「観光」とは異なる、地域を生かした観光を産業化するための取り組みが始まった。

イ 町の魅力の再発掘

小値賀町の魅力の掘り起こしを行い、小値賀町の魅力は、手つかずの恵まれた自然と昔ながらの島の暮らし、人々との交流であるとの考えに行き着いた。そこで、自然や暮らしをそのまま生かした体験型・滞在型観光による地域振興を目指し、有志を中心に平成11年に「ながさき・島の自然学校」が設立され、官民連携による活動が始まった。平成13年には子どもの教育旅行の受け入れなどを開始

し、自然体験のほか、民家での宿泊体験（受け入れ民家はボランティア）も提供されるようになった。

平成17年には、長崎県の民泊推進方針による規制緩和で、民泊を事業として実施することが可能となった。このことにより、新たに「アイランドツーリズム推進協議会」が設立され、ボランティアで協力してきた7軒を最初の受け入れ民家として、民泊事業が本格的に始動した。

ウ 「NPO法人おちかアイランドツーリズム協会」の始動

平成19年度に、民泊事業等が安定してきたため、観光に関する窓口を一本化するため、また、島内での過ごし方のアレンジなどの旅行会社のような間接的なサービスと観光ガイドやツアーガイドなどの直接的なサービスを一体的に運営するため、「ながさき・島の自然学校」、「アイランドツーリズム推進協議会」に「観光協会」をあわせた3団体で、「NPO法人おちかアイランドツーリズム協会」が立ち上げられた。



熱心に説明を聞く、エコツアーの参加者たち

『自然も生活も未開発であるがゆえ、そこには本当に人間らしい豊かな営みと未来の姿がある』をコンセプトに、小値賀町の特色を生かしたアイランドツーリズム（島暮らし体験）事業を実施し、民泊体験や自然体験、修学旅行の受け入れ、国際交流活動を行っている。入込客数、NPO法人の収入額等は順調な伸びを見せ、平成20年度は行政からの運営補助金をゼロとしている。

平成21年度には、NPO活動では限界がある事業、NPO活動では実施できない事業にも取り組むため、「NPO法人おちかアイランドツーリズム協会」から「株式会社小値賀観光まちづくり公社」を分立。「株式会社小値賀観光まちづくり公社」では、小値賀町の歴史や自然、食、文化、人などの魅力に惹かれてやってくる「大人の旅人」を迎えるべく、古民家ステイ、古民家レストラン、体験プログラムや各種アクティビティを核とした新規の観光まちづくり事業をスタートさせている。

図表5-3 事業の経緯

年月	内容
1996（平成8）年4月	「小値賀町観光協会」の設立。観光窓口、観光情報の発信、観光客の受入、物産販売などが主な業務。
1999（平成11）年	自治省の補助金を受け「ながさき・島の自然学校」を設立。熊本のIOE野外教育研究所の指導のもと、行政と民間グループによる活動を始める。
2001（平成13）年	「ながさき・島の自然学校」で専門のプロデューサーを雇用し、本格的に活動を始める。主な事業は、夏の子ども王国（13泊14日の長期キャンプ）など。
2005（平成17）年	長崎県が「長崎県農林漁業体験民宿推進方針」により、旅館業法、食品衛生法、浄化槽法の規制を緩和。これにより、ほぼ現状家屋のまま簡易宿所営業の許可を取得することが可能となった。「おちかアイランドツーリズム推進協議会」を設立。GTS、21世紀まちづくりの補助金を受け、民泊に関する事業を立ち上げ、7軒からの民泊事業を始める。
2007（平成19）年4月	観光協会、島の自然学校、推進協議会の3団体を統合し、「NPO法人おちかアイランドツーリズム協会」を設立。主な事業は民泊体験、修学旅行の受け入れなど。
2009（平成21）年4月	NPOから「株式会社小値賀観光まちづくり公社」を分立。第3種旅行業登録（5月）。
2010（平成22）年9月	「株式会社小値賀観光まちづくり公社」において、島内で空き家となった古民家を改修し、大人向けの古民家ステイ、レストラン事業を開始。

(3) 事業内容

ア 「NPO法人おぢかアイランドツーリズム協会」、「株式会社小値賀観光まちづくり公社」の考える地域ツーリズム

「NPO法人おぢかアイランドツーリズム協会」、「株式会社小値賀観光まちづくり公社」は、社会的企業として、『地域が地域の意思（意志）で、地域や暮らしを守り、創っていく』ために『持続可能な自律した地域の実現』を目指し、その『持続可能な自律した地域の実現を通じて、社会全体へ新たな価値観、多様な社会像を発信・提案していく』ことを核となる使命としている。これが（従来の）観光とは異なる、『地域ツーリズム』であり、この理念の下、小値賀町の魅力の再生、活性化に取り組んでいる。

小値賀町において、今後も一次産業が基盤となることは変わらないであろう。三次産業であるツーリズム産業としては、島を訪れる人々へサービスを提供し、また、新しいサービスを企画・提案し、小値賀町の魅力を高め、交流人口を増やすことを目指している。そうすることで、一次産業を下支えし、地域全体、地域の構造を六次化していくことを目指している。

イ 事業主体、行政との連携

「NPO法人おぢかアイランドツーリズム協会」、「株式会社小値賀観光まちづくり公社」の2団体が、相互に連携し役割を分担して、企画や販売、情報発信など観光振興の戦略的分野を担当し、小値賀町の自然や文化の保全・継承と地域の活性化に取り組んでいる。一方で、小値賀町は、観光行政の総合的窓口として、長崎県や国との調整役を担い、地域の支援、下支えを行っている。

図表 5-4 事業の具体的内容

NPO法人 おぢかアイランドツーリズム協会	株式会社 小値賀観光まちづくり公社
<ul style="list-style-type: none"> ○ 常勤スタッフによる各種アクティビティの提供 ○ 子どもキャンプや民泊の企画 ○ 民泊民家の登録（島民が登録） ○ 体験インストラクターの登録（島民が登録） ○ 野崎島自然学塾村（閉校となった小中学校の木造校舎を再利用した宿泊施設）の指定管理 ○ 島内園地（眺めの良い自然公園）の管理 ○ その他、島内振興に関わる非営利活動 ○ ツーリズムを担う人材の育成 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 島の観光・様々なアクティビティ、その他に関するお客様窓口 ○ 民泊、野崎島自然学塾村の予約、手配 ○ NPO主催企画のイベントの予約受付 ○ 各種アクティビティの予約、手配 ○ 古民家ステイ、古民家レストランの経営 ○ 古民家ステイ、古民家レストランの予約、手配 ○ 物産流通ルート開拓及び、物産開発 ※ 第3種旅行業として登録

ウ 民泊事業

「ながさき・島の自然学校」で行っていた子どもキャンプの一行程として、子どもたちの民家へのホームステイをボランティアで実施したのが民泊の始まりである。平成17年に、長崎県が「長崎県農林漁業体験民宿推進方針」により、農山漁村地域の活性化を図るためグリーンツーリズム等に伴う体験民宿に関して、旅館業法、食品衛生法、浄化槽法の規制を緩和し、小値賀町において民泊が本格的な事業として開始された。

開始当初は、子どもキャンプの際にボランティアで受け入れを実施していた民家7軒でスタート。現在は、38軒が受け入れ民家として登録している。

民家は、「NPO法人おぢかアイランドツーリズム協会」が実施する、受け入れ、おもてなしについての講習を受け、民泊受け入れ民家として登録。実際の受け入れについては、「株式会社小値賀観光まちづくり公社」が窓口となり、旅行者から民泊の予約を受けた後、民家を手配する仕組みとなっている。



民泊では受け入れ民家と一緒に食卓を囲む

民泊には、“宿泊のみ”と“宿泊+オプション体験（農業・漁業体験、郷土料理体験などの、受け入れ民家の家業を生かしたツーリズム体験）”があり、旅行者のニーズによって、旅行行程を細かく組み立てられるようになっている。オプション体験（ツーリズム体験）は、受け入れ民家によってその内容が異なるが、民家で『日常やっている事』または『その延長線にあるもの』であり、特別な受け入れは実施していない。小値賀町での民泊は、『体験させること』を重視したものではなく、『民家と一緒に時間を過ごすこと＝島の日常を肌で感じること』を重視したものである。

(4) 事業の効果 ～ 事業収入1億円、雇用の創出、自立的経営の実現 ～

平成19年度に「NPO法人おぢかアイランドツーリズム協会」が設立されてからの事業実績は以下のとおりである。

図表5-5 事業実績の状況

年度	入込客数	民泊登録民家数	民泊利用者数	収入額	事務局常勤スタッフ数
平成19年度	6,000人	7軒	1,165人	6,000万円	7人
平成20年度	8,000人	50軒	1,955人	1億円	10人
平成21年度	10,000人	38軒	2,013人	9,000万円	15人

資料：「NPO法人おぢかアイランドツーリズム協会」

(注) 平成21年度の実績については、「NPO法人おぢかアイランドツーリズム協会」と「株式会社小値賀観光まちづくり公社」の合計を記載している。

旅行者からの収入と小値賀町からの受託事業の収入で、平成20年度には1億円の事業収入を得ており、平成21年度には人口3,000人未満の町で15人の常勤雇用も生み出している。また、この事業収入により自立的経営を実現している。平成20年度からは、事業収入で人件費などの経費をまかない、観光協会時代には最大800万円あった小値賀町からの運営補助金をゼロとしている。なお、平成21年4月にNPO法人から「株式会社小値賀観光まちづくり公社」を分立しており、資本金（980万円）の出資者の内訳は、小値賀町在住者、島外にいる出身者や島内に支店をもつ企業、小値賀町などとなっている。

(5) 成功のポイント

ア 小規模な島であるということを生かして、丁寧なコーディネートを行っている

リゾートではない離島への観光は万人受けするものではないが、だからこそ、小値賀町を選んで旅行したいという旅行者へ、「NPO法人おぢかアイランドツーリズム協会」、「株式会社小値賀観光まちづくり公社」において、個人に合わせたオリジナルの島旅づくりを行い、きめ細かなサービスを提供している。

イ ありのままの島時間を提供している

小値賀町の民泊は、農業や漁業などを体験してもらうことを重視したものではなく、“民家と一緒に時間を過ごすことで島の日常を肌で感じてもらうこと”を重視したものとなっている。



民泊で体験できる小値賀町の日常

ウ 町民が無理をしない受け入れを行っている

民泊を受け入れる民家において、楽しんで受け入れを行ってもらわないと民泊事業、地域を生かした新しい産業である地域ツーリズムを長続きさせることはできない。

旅行者は、小値賀町のありのままの暮らしぶりを体験したくて民泊しているのだから、特別な料理、特別な体験を準備する必要はなく、島の日常を感じることができる時間を民家から提供してもらうことを心がけている。民家へも無理をしない、頑張らない受け入れを、と呼びかけ、浸透させている。

エ 受け入れの質の確保を行っている

サービス業のプロではない民泊受け入れ民家に対して、NPO法人で実施する受け入れ、おもてなしの講習を行い、民泊受け入れ民家を登録制にして、受け入れの質を確保している。

オ 自主自立の精神

補助金ありきで動くのではなく、あくまでも主導は自分たち、という考えで動いている。

行政からは補助メニューの情報提供など下支えの部分で、サポートを受けている。

カ 観光客数の増加を目指すのではなく、町民の地域に対する愛着、誇りを強化することを目指している

町民が愛着を持っている地域こそ、周りから見ても魅力的な地域と考えている。

NPO法人・公社には、小値賀町に惹かれて移住したIターン者も多く、自分たちが感じる小値賀町の魅力を昔から島に住んでいる人々にも取り戻してもらいたいと考え、活動している。

観光客入込数の増加を目標とするのではなく、交流人口の増加からつながる地域の賑わい、活性化に寄与することを目指している。

(6) 今後の展望 ～着地型旅行業の開始、新たな客層を呼び込む～

「NPO法人おぢかアイランドツーリズム協会」を設立したことで、個人や団体、国内外を問わず様々な旅行者の要望に応じる島のワンストップ窓口としての機能を果たしている。このことにより、小値賀町における宿泊・滞在からアクティビティなど、島での過ごし方のコーディネートを一括して行い、旅行者のオリジナルの島旅づくりを行うなど、一人ひとりにきめ細かなサービスを提供している。また、民泊事業においては、受け入れ民家に接客業に必要なおもてなし研修を実施し、認定制度を設けて実施することで、レベルを保った受け入れを行っている。



大人の島旅“古民家ステイ”

平成22年からは、NPO法人から「株式会社小値賀観光まちづくり公社」を分立し、新たな事業展開を始めている。「株式会社小値賀観光まちづくり公社」を旅行業として登録し、島への旅行の手配を旅行商品とした企画、販売を行い、これまでのワンストップ窓口の機能をさらに発展させている。また、従来の客層の一つである修学旅行等の「青少年の団体顧客」に過度に依存してはいずれ頭打ちとなってしまうことを見据え、増加傾向にある個人・小グループでの旅行者や30～40歳代、シニア世代の旅行者をターゲットに、「古民家ステイ」（宿泊施設、4棟）、「古民家レストラン」（飲食店）と題した新しい島の過ごし方の提供を始めている。「古民家ステイ」は、従来の客層とは異なる「大人の個人顧客」をターゲットとした事業であり、江戸～明治期に建てられた古民家を一棟まるごと一組貸し切りとし、ゆっくりとした島時間の提供を行っている。

小値賀町では、島の財産である、手つかずの豊かな自然、島でのありのままの暮らし、人々とのふれ合いを生かし魅力を高めて戦略的に観光商品化している。また、旅行者の相談や要望に応じてオリジナルの島滞在プラン（個人向け行程表）を作成するなど、様々なニーズにきめ細かに対応し、旅行者の満足度を高めている。このことが島の魅力や交流活動のすばらしさを島外へ発信し、島民にとっても島の自然や暮らしぶりを再認識し、誇りを持つきっかけとなり、持続可能な地域ツーリズムの展開へとつなげている。

第6章 “観光再生”に向けた住民・関係者等の意識・意向

第6章 “観光再生”に向けた住民・関係者等の意識・意向

1 有識者調査

(1) 調査の概要

ア 目的

与論町（島）の“観光再生”に向け、町（島）外有識者から、今後の観光振興・まちづくりの基本的な考え方・方向性を把握することを目的に実施。

イ 調査対象

町外の与論町と関係のある有識者（文化人、経済関係者、観光関係者、スポーツ関係者、町出身者）

ウ 調査項目

- ①与論町の魅力
- ②観光振興・地域振興の問題点・課題
- ③今後のまちづくりに求めること

エ 調査方法

書面調査及び事務局（地方自治研究機構）担当者による訪問聴取調査。

(2) 調査結果

ア ヒアリング調査結果

竹内 英健 氏 (東京与論会会長、株式会社熊谷組 常任顧問)

● 与論町との関係は？

与論島に生まれて、小学校5年生まで与論島で過ごし、その後、神奈川県横浜市へ転出しました。与論町の実家には、現在、兄が住んでおり、年に1～2回帰島しています。

平成21年から在関東与論出身者の親睦団体である東京与論会の会長を勤めています。東京与論会には、学生の頃からその青年部門である東京与論青年会の活動に関わっていました。仕事の関係で、20年間程会の活動から遠ざかっていましたが、平成6年から、再び東京与論会の活動に関わるようになり現在に至っています。



● 東京与論会の現状は？

東京与論会は創立87年の伝統があり、現在、名簿で把握している会員数は約600名です。50代の会員が役員などの中核的な役割を担って活動しています。年に1回総会・親睦会を開催していますが、その時は、与論の出身者や来賓などを含め総勢200名ほどが集まり、大変な盛会となっています。ただ、最近是在京の与論島出身の若者がなかなか会の活動に入ってきてくれず、総会にも出席してくれません。若い出身者が会の活動にもっと参加してくださることを期待しています。私が青年会で活動していた頃は、集団就職で上京した若者をサポートしようと青年会主催でイベント等を盛んに行い、大勢の若者が集まってくれましたが、現在は、若者達の意識や社会状況、おかれた生活環境なども当時とは大きく変わりました。今後は、彼らのニーズをふまえた参加への取り組みを行っていくつもりです。

● 与論町観光について？

与論島の観光ブームの折は、島内の受け入れ体制が十分に整備されいなかで、多くの旅行者が急激に押し寄せ、地元が懸命に受け入れていました。多くの人が来島し、与論に活気がもたらされましたが、地に足の着いた観光施策が実を結んだという印象が残っていません。ブームに乗って宿泊施設などが増えましたが、持続的な観光の施策がとられてきたとは言えず、ブームが去って来島する旅行者が減ると、多くの観光事業が課題に直面してしまいました。

パナウル王国の設立など、観光振興に向けた取組が展開されてきていますが、そうした際に整備された施設も、その後の継続的な手入れが十分に行われていないと感じます。来島される観光客に新鮮な印象を与え、快適に過ごしてもらえるように、こうした施設や観光のツールは常に適切に保全・管理して行く必要があると思います。

● 今後の島（まち）づくりについて？

国や県の施策では、“奄美群島”と一括りにされていることが多い与論島ですが、気候・風土、文化・生活習慣等が、他の奄美地域と大きく異なります。東京で他の奄美の人達とも交流が多いのですが、その気質や地域文化などの面で、与論島との違いを実感することも多くあります。奄美振興開発計画のなかでの島づくりへの取り組みのみではなく、与論が個別に対応していくことも必要ではないでしょうか。例えば、歴史的・文化的には沖縄県と与論島は深い関係にあります。沖縄県と連携した島づくりや観光振興の方向性も必要ではないでしょうか。

与論島の特性として、人口が5,000人規模で、行政も一島一町ですから、島づくりの取り組むべき方向が定まれば、行政と島民が一体となって動きやすいはずだと思います。

今後の島づくりについては、現在の観光を中心とした取り組みだけで果たしていいのかと考えることがあります。最も重要なことは、島民の生活重視の施策であり、島民の生活の豊かさの実現が、町の賑わいや、観光客からみた町の魅力向上につながるのではないのでしょうか。

例えば、ICTは、他の奄美の地域よりも先進的に取り組まれています。その技術を島民の生活の豊かさに資する方向で活用することをめざしてほしいと思います。

観光振興の取組では、与論の魅力は“人”にありますから、与論島民の気質を生かした取組が重要ではないのでしょうか。元々ある島の生活、心の豊かさを大事にすることで、それが癒しやくつろぎなどの与論の大きな魅力となって、旅行客の満足度を高めていくことにつながると思います。

● 東京与論会の島づくりの支援について？

東京で与論島関係のイベント等がある際は、会員がお手伝いなどを行っています。こうした支援は、今後も続けていきます。また、与論町からの観光PRなどの支援協力、全国与論会や各地与論会との情報交換や連携強化などにより、島外から与論の支援も行って生きたいと思っています。

● 与論町との関わりは？

沖縄が本土に復帰する以前の昭和 36 年、20 歳の時に初めて来島しました。当時は、写真学校の学生でした。作品展に使う写真撮影のため、友人 3 人と話し合い、日本最南端の島である与論を選びました。東京から鹿児島へ移動し、さらに船で 3 日かかりました。小型のフェリーのため、揺れが激しく、船酔いで大変でした。与論に到着した時は、満月の夜で、本船から舳に乗って上陸しました。約 1 か月滞在し、当時の与論の風景などをたくさん撮影しました。その時に撮影した写真は、現在、サザンクロスセンターに掲示されています。



私は、東京育ちで田舎がないため、20 歳で与論に来たときに、こんな素敵なお場所が自分の故郷であればいいと感じました。与論空港が開港してからは、頻りに訪れるようになり、18 年前に島内に別荘をもってからは、年に 5 回は来島しています。娘の結婚式も与論で行いましたし、また、仕事仲



間、友人などを与論に案内することも多くあります。今では、私にとって与論は本当の故郷になりました。町民の方々とは以前から親密でしたが、別荘ができてからは、そこ拠点にさらに交流が増えています。

● 与論の魅力は？

同じ奄美地域でも島によって島民の気質が異なります。与論の魅力は、優しさをもった人だと思っています。与論献奉のような伝統的な交流の方法で、誰もが自己紹介しながら自然に親しくなれる文化があります。

私の友人も与論を紹介すると、リピーターとなって何度も訪問する人がたくさんいます。そのなかには著名な文化人や芸能人も含まれています。ハワイのような知られた観光地ではなく、静かに滞在や静養できる与論に魅力を感じ、何度も来訪している有名人がたくさんいます。

また、与論独自の文化も貴重です。「とーとがなし」など、温かい与論独自の方言もありますし、茅葺きの高倉などは独自の建築文化も残っています。

● 今後の島（まち）づくりは？

現在の美しい景観と人々の優しさを失わない形で、今後の島づくりを進めてほしいと思います。自分は現在の与論に何の不満もありませんので、正直、今のままでも十分よいと思っています。しかし、町の経済を活性化させて、島民の生活を豊かにしていくことも大切だし、無視できない取組だと感じています。良いものを守りながら、活性化を進めることは、本当に難しい課題ですが、やはり観光振興などで、ある程度の“外貨”を稼ぎ、島内経済を活性化させる必要性は感じています。

観光客を増やす方向としては、冬期は観光客が少ないことから、冬場対策を拡充して通年型の観光地づくりなども考えられます。温泉などがあればいいのですが、現在でもタラソテラピーなどがホテルで行われています。冬期などでも、癒しやくつろぎなどをのニーズに対応した観光地づくりはあるのではないのでしょうか。

また、観光が最盛期の頃の遺産を活用することも重要ではないのでしょうか。廃業した大型ホテルの活用も検討してみてはどうでしょうか。例えば、現在、大学等に設置されている介護学科では、研修先を探しています。与論島は医療機関が充実していますから、こうしたところと提携して、ホテル施設を介護の実習施設・研修施設へと転用することもできるのではないのでしょうか。

銀座通りの空き店舗の活用も考えられます。B級グルメが多く観光客を集める時代ですから、例えば、空き店舗に与論のB級グルメや世界の料理を楽しめるレストラン、施設などを設置することも面白いのではないのでしょうか。

また、行政だけではなく、一つひとつの家庭が参加した取組も重要だと思います。例えば、各家庭が花を植え、与論を花いっぱいにする、島バナナなどの果樹を植えて南国らしい景観をつくることなどは可能ではないのでしょうか。ハイビスカスの種類は100以上あるといます。与論に来れば、すべてのハイビスカスが観賞できるようにするなど、いろいろとアイデアはあるのではないのでしょうか。

与論では、1世帯当たりの子どもの数は全国平均と比べて多くなっていますが、以前と比べると少子化が進行してきているといます。以前のようにたくさんの子どもの子どもが安心して暮らせる島づくりも重要です。進学などで島外に出て行った子どもたちが、再び与論に戻ってこられるような雇用の場の整備も必要ではないのでしょうか。こうした後継者づくりを目指した、島づくり、観光振興の展開も求められていると思います。

● 与論町の最初の印象は？

離島ブームの頃、友人との旅行で初来島しました。沖縄と与論島がセットになったツアーで、東京から船で2日半かけて移動し、与論島の民宿に3泊、沖縄に移動して2泊して東京に戻るというツアーでした。

当初は、与論島についての知識も少なく、遠浅でリーフに囲まれ百合ヶ浜があるという、パンフレットに載っている程度のことしか知りませんでした。東京出身の私は、海は湘南を連想しますが、実際に、与論港に到着してみても、とにかく海がきれいで驚き、感動しました。沖縄の海よりも、与論島のほうきれいだと感じました。当時の茶花地区は、銀座通りに若い旅行者であふれ、一番賑わっていた頃だったと思います。



● その後の与論町との関係は？

就職した会社の仕事で、新聞社主催のイベントを与論島で開催することになり、その責任者として2度目の訪問となりました。最初の訪問の時は、島の方との交流はあまりなかったのですが、2度目の訪問から、役場の職員や地元の方との交流が始まりました。現在では、年に1～2回、1回当たり3～4泊の期間で与論島へ“帰って”います。与論島へは、田舎の親戚に会いに行く感じで、レジャーというよりも休息の感覚で帰っています。島内では、友人の車を借りてビーチなどを回り、ダイビングをしたり、のんびり過ごしたりしています。

● 与論町の魅力は？

海などの自然の素晴らしさに加え、とにかく“人”の温かさ、懐の深さが魅力だと思います。最初の訪問の時も、到着した日に船の上でジャコ貝での与論献奉をふるまってもらいました。宿泊先でも、おもてなしの心は大変きめ細かいと感じます。居酒屋などで食事をしていても、与論の方は、一人でいる旅行者の方にも声をかけて、すぐに仲良くなっています。

● 与論町観光の問題点や改善点は？

茶花地区の銀座通りは、ブームの頃と比べると今はさみしくなっていました。数年前は、昼は閉じていても夜は営業している店が結構あったのに、現在は昼夜閉店のお店もあります。

観光客の視点でいうと、ホテルや民宿など、お客様を迎えるところは特に気をつけてほしいと感じます。自然が豊かな与論は虫が多くてあたりまえですし、与論の方にとって、そうしたことが日常だということも理解しています。しかし、都会から初めて来た一般の旅行者の方は、部屋のなかに蟻などがいるとびっくりするのではないのでしょうか。また、こちらからお願いしないとお風呂のお湯が

出ない時間帯があるなど、都市部の宿泊施設との違いを感じる方がたくさんあります。客室の清潔感など、女性など大変気にする方もいると思います。

最近では海岸が昔より汚れているように感じます。ごみや海草が漂流していて、それがそのままになっています。ごみは島外から流れ着くものですが、海は与論島の大切な資源（売り）だと思いますので、常に美しくあるよう心がけてほしいと思っています。

宿泊施設や空港などに置かれる土産品は、沖縄産のものがたくさん置かれていることが気になります。沖縄と混同されることで、正しい与論島の情報が認知されないのではないのでしょうか。与論島産や鹿児島産（奄美産）のものを限定して販売するなどの工夫があってもよいのではないのでしょうか。

飲食店では、与論の方言で書かれたメニューがありますが、どんな食材を使ったどんな料理なのかの説明が十分にありません。興味をもつ旅行客はいると思いますが、中身が理解できないと、普段食べ慣れたメニューを選んでしまうと思います。「与論島といえばコレ！」という与論独自の料理を広めるためにも、方言のメニューをもっとうまく活用できたらいいと思います。

島内は公共交通機関が少ないので、どこかに行こうと思っても宿泊施設などの送迎に頼らざるを得ない状況にあると思います。レンタカーなどを利用しない限り、普通はビーチなどに遊びに行っても何時までとか決まった時間でしか楽しむことができません。こうした移動面の対応などももう少し親切にできたらいいなと思います。また、パックスツアーを利用した場合、「グラスボートに乗って、百合ヶ浜に行って、水上スキーをして」といった、他の旅行客と同じ行動パターンになってしまいます。旅行客の目的などに応じて自由に観光を楽しめる取組も必要ではないのでしょうか。

● 今後の島（まち）づくりについて？

与論に似合わない観光開発や新たな観光スポットづくり、コンビニ設置などの利便性向上などは必要ないと思います。今あるものを大切に、どこにでもある町にはなってほしくないと思います。与論島へ旅行しようとする交通費も日数もかかります。お金と時間をかけてでも与論島へ行く価値があるという島になってほしいと考えます。

個人的には、与論の人の温かさに魅力を感じています。旅行客と地元の人との交流が増えればリピーターを作れるのではないのでしょうか。人に来てもらえる魅力づくりを行い、人と交流してリピーターを増やすのが一番いいと思います。例えば、現在力を入れている修学旅行の誘致も、生徒が大人になってからのリピーターにつなげるつもりで取り組んでほしいと思います。また、与論町としてどのシーズンに旅行客に来てほしいのかによって取組も異なってくると思います。例えば、冬の旅行客を増やしたいのなら、寒い時期は海の透明度が増すことや、くじらが見られることなどの新しい魅力を発信して、「離島＝夏の海」というこれまでのイメージを覆すことも必要だと思います。

また、マンゴーなどの特産品づくりも進められていますが、こうした特産品を誰に食べてもらいたい、買ってもらいたいのかといった、PRの方法や販売戦略なども十分に検討していく余地があると思います。

● 与論町との関わりは？

大学生の頃に、大学・学生関係のツアーを取扱う旅行会社があり、大学卒業後の仕事につながればと、その会社の仕事として、大学サークルの合宿先の取りまとめなどのお手伝いをしていました。当時は、与論島や沖縄などがブームになっていましたから、大学サークル側も目立つことをしたくて、合宿地を遠い離島の与論島にしたいなどの希望がありました。そんななかで、与論島に単身で乗り込み、学生の受け入れをしてもらえる宿泊施設を飛び込みで営業して回りました。そこで受け入れのお手伝いを



いただいた民宿とは、今でもお付き合いがあります。私のほうからも、民宿にダイビングを組み込んだサンセットクルーズを提案し、実施してもらいました。前料金制でツアーのなかに組み込み、与論滞在中には、追加の料金がかからないオリジナルツアーとして、当時は好評でした。

● 企業とのタイアップについて？

平成 21 年から与論島で始めた大手飲料メーカーとのタイアップ企画は大変好評でした。クイズの当選者に夏の与論ツアーが提供されるものですが、平成 22 年には、10 組 40 名、3 泊 4 日のツアーに、約 2 万通の応募がありました。この企画についてメーカーから話があったとき、ツアー先の候補地には海外もあげられており、与論島よりも旅費が安い場所もありました。与論島に決定したことは、島の関係者との信頼関係やネットワークがあつとこと、企画づくりなどに町（行政）の協力があつたことなどがあげられます。また、グアムやサイパンなどの海外の有名地では、旅行自体が目的になって、企画として考えているイベント、体験ツアー等に、当選者が参加してくれなくなるなどの懸念もありました。こうした点で、与論島は条件にあつたツアー先でした。

企業とのタイアップは、企業と地元双方に Win-Win の関係づくりが必要です。企業としては地元から素材提供を受けたり、行政との連携で消費者に安心感を与えられたり、地元や行政としては地域の露出を増やして PR できるなど、お互いに有益な面が多くあります。タイアップの手法はさまざまなものがありますが、例えば、与論の特産品を提供して、それを原材料としてメーカーに商品化してもらうことなどは可能だと思います。菓子などの食品は現実性があるのではないのでしょうか。企業とタイアップした商品開発では、PR はメディアリリースする程度で十分です。あとは、メーカー側で必ず自社製品の PR を行いますから、それが自動的に与論島の PR につながると思います。PR 会社に中途半端な依頼をするより、地元農家等から特産品を安く提供してもらえる仕組みを構築すれば、与論が経済的にも活性化していくと思います。メーカーは消費ニーズに合わせて、一定期間ごとに必ず新商品を発売していきますから、与論側からの提案も採用される可能性は高いと思います。

● 行政などの取組について？

行政の観光PRのお仕事などを手伝っていますと、与論町に限らず、行政のやりたいことと、実際にプロモーションとして効果があることとの間に、大きな乖離があることを感じます。例えば、ある県の観光PRのお手伝いをしたとき、東京丸ノ内で大規模なPRイベントを企画しましたが、PR効果よりも、東京の有名地でイベントを行うことのほうが目的になっていました。PRする場として東京が大事なのではなく、どれだけの範囲に効果的に情報発信できるかという点が重要だと考えます。また、地域の情報誌やプロモーション映像などの制作も取り組む自治体が多いと思いますが、これも制作することが目的になってしまって、それをその後どう活用するかまで考えていないケースが意外と多くなっています。作ってから動くのではなく、それをどこにどう出すのか決めてから作る姿勢が必要です。特に東京でのプロモーションを与論町が取り組む場合は、予算もかかりますから、売り込む計画をしっかりと立てて実行に移すことが重要です。例えば、与論町から毎回5、6人出張して営業に回るより、東京に選任スタッフを1名配置して、プロモーション活動を行うほうが効果的な場合もあります。

● 今後の与論町のプロモーションについて？

与論島のPRとして、シンボル性が必要だと思います。例えば、ホームページやパンフレット、チラシなどには必ず百合ヶ浜の写真を使うなど。「シンガポールと言えばマーライオン」のように、「与論イコール〇〇」というイメージ付けを行うことが有効だと思います。

また、奄美地域や沖縄地域の旅先の一つとして、横一線に並んだような情報発信を行うと、遠くにある、行くのに不便といった、マイナス面が目立ってしまうのではないのでしょうか。与論島の観光素材を目立たせ、交通費やアクセスなどのマイナス要因を上回るような、人を呼ぶこむための「観光の魅力+α」が必要ではないのでしょうか。

● 今後の島（まち）づくりについて？

他の離島とは、目指すべき方向を丸っきり変えてみてはどうでしょうか。例えば、学校の姉妹校を増やし不登校の子の受け入れに力を入れ、その子が大人になったときにまた来島してもらい、民宿やお店だった空き店舗を受け皿として、子どもたちのコミュニティの場として貸し出すなど、観光以外の発想や視点も重要だと思います。

与論町観光の課題である、交通アクセス（飛行機便の少なさ等）については、これを早急に改善するには多大な労力がかかりますし、交通の便がよくなったからといってすぐに人が増えるとは限りません。アクセスが悪くても与論に来たい人は来島します。そういう人を増やすことが大事ではないのでしょうか。

また、観光客数ですが、いきなり年間10万人目標と、観光客の人数目標からスタートするのではなく、まずは就航している飛行機便を毎日満席することを目指すなど、達成可能な目標づくりをしてみてもどうでしょうか。そうした地道な取組から、関係者の現実的な動き方や将来に向けた具体的な話題に移れるのではないのでしょうか。

イ 書面調査結果

下条 由紀子 氏 (株式会社アールビーズ 月刊ランナーズ編集長)

プロフィール	1947年東京生まれ。1976年(株)ランナーズ創立。翌年2月、日本発のランニング専門誌「ランナーズ」創刊。
与論島との関わり	1990年、ヨロンマラソンの開催を提案。以来、会社としてヨロンマラソン大会の運営のお手伝いをしている。
来島回数	初来島は1990年、その後トータル10回来島。直近は2008年3月。
与論島の魅力や個性	美しい島と海。あたたかいヨロンの人々の人柄。1周20km余と小さいがゆえに、島の全体像をとらえやすく、親近感がもてる。
今後の島づくりや観光地づくり	日本全国に「ヨロン島」を発信(アピール)。年間を通して全国から人が来てもらえるように工夫する。宿泊施設の整備は必要かもしれない。
支援・協力内容	(お金がかかるかもしれないが)東京にPRの拠点(店)などがあるといいかなと思います。鹿児島県であることやどこに位置するかわからない人も多いのでは?
その他	「与論島」という文字を東京に居てほとんど見たことがない(残念ですが)。いろいろな方法を駆使して東京で「与論島」の名称を印象づけることが大事だと思います。

竹内 一雄 氏 (経済産業省 九州経済産業局 企画課課長補佐)

プロフィール	○産学官連携、新規事業創出、環境産業の振興等を担当 ○九州工業大学工学部、福岡大学経済学部等の非常勤講師 ○異業種交流グループ(九州いろいろ塾共同代表、四方山談義道場主宰)
与論島との関わり	与論島出身 与論高校卒業
来島回数	毎年帰島
与論島の魅力や個性	① ものを熱く語るための必須の条件である固有の島文化 ② 人を引きつけてやまない海中、海岸の景観の美しさ ③ 与論献捧に代表されるシマンチュのおもてなしの心と「つながり力」「巻き込み力」
与論島の問題点・課題・改善点	① 金をかけて建築物や観光客の遊び場を建設することが地域活力ではないと思います。特に変革を必要としていない日常の生活スタイルをどう見せるか、どうお金に換えていくかが重要です。地域を活性化するためのアイデアはどこにでも転がっていますが、問題はそれを実践する行動力があるかどうかです。「金がない」「若者がいない」「地域に魅力がない」という言い訳をやめて、金のかからないことは、すぐにでもやるという実践力とスピード感が大切です。 ② これからは眠れる資源を独自の方法で発掘(違う角度から見直す工夫)し、地域活力の源泉にしていくことが必要です。観光客も含めて与論島の「いいもの探し」をしてはどうでしょうか。意外な物に観光客は感心を持ちます。それが観光資源となります。 ③ 与論島は地産地消を忘れた地域に受け取れます。魚でさえ、Aコープへ行くと地の物ではなく、外から来る魚を重宝がって食べていますし、キュウリ等の野菜の多くは島外から運ばれてくるもので溢れています。海も畑もあるのにそれは外貨を稼ぐことのみに使われています。例えば、牛も地元で与論牛を食べることはできません。儲けた金そのまま流れ出る仕組みとなっています。従って、観光地にとって「地産地消の食」という最重要「ブランド力」が欠如しています。

<p>今後の島づくりや観光地づくり</p>	<ul style="list-style-type: none"> ① 島で経済が循環するための工夫を少しずつしていく必要があります。例えば豆腐を作る人が居れば、大豆を育てることができます。養鶏場があれば毎日新鮮な卵が食べられ、キュウリを育てる人が居れば、優先的に地産地消として買い上げ、キュウリ漬けも地元で加工できるようになります。与論牛をブランド化するためには、牛を成牛まで育て、牛をつぶしてもらった後に、与論島に一部を引き取り、与論牛として地元で観光客に出せるようにしてブランド化を図ることが必要でしょう。 ② 情報発信が一般的すぎるので、マニヤックな方法で情報発信する能力が問われています。現在の情報発信は、一義的に与論島のいいところだけ、綺麗などころだけ伝えるコンセプトをとっていますが、高い航空運賃を払って来る人は、それぞれ目的が違います。海に、潜りたい人は、海中の写真に引かれます。そのためには、観光マップ上のリーフのポイントをクリックするとその周辺の珊瑚礁の映像が見られる情報発信は必要になるでしょう。(たぶん島の上より海中の方がみどころが多いのでは) ③ ヨロンマラソンは、走る目的もありますが、ふれあいを大切にしている人も多いでしょう。そこには、人間を引きつけるシマンチュ(語り部)が存在します。(例えばさとうきびの歴史、種類、黒糖酒について、おもしろく1時間でも2時間でもしゃべる..)「難しいことをやさしく、やさしいことをおもしろく、おもしろいことを深く」語る人材の育成が必要です。 ④ マスコミや雑誌が取材しに来るのを待つ棚ボタ方式なのか、積極的にマスコミに仕掛け、戦略的に話題づくりをする能動性があるかどうかで情報発信力には大きな差が出ます。(広告費用を払うのではなく記事にしてもらおうという意味) ⑤ 極論すると、観光課は与論島に居るのではなく、鹿児島、福岡、大阪、東京に四六時中居て情報発信してもいいのではないのでしょうか。観光の現場は与論島で観光客誘致の現場は都会です。(最近与論島の情報が埋没してほとんどみかけなくなりました。福岡のヨドバシカメラの中のスキューバダイビングショップの店頭で久々に見てうれしくなりましたが、情報の出し方も工夫できる余地がありますね) ⑥ 島に来た人を「星の砂大使」とか「与論献奉大使」とかを作って、勝手に任命、表彰して与論ファンにしてしまい、外で自慢話をしてもらおうロコミ戦略も重要です。任命手続き料2,000円をもらって、それで捨てられないような立派な任命証を作ってあげてはどうでしょうか。どこでもやっていることですが、ストーリーと飽きさせないための工夫をすれば効果的だと思います。 ⑦ ヨロンマラソンのようなスポーツメッカ構想は重要です。特にマリンスポーツの大会なども誘致・開催できるのではないのでしょうか。
<p>支援・協力内容</p>	<p>島唄が音痴で歌えない。サンシンが引けない。決定的な能力を欠如していますが、大学や産業界の講演では、必ず与論島の写真を5~10枚準備し、PRしてから講演するようにしています。島の外でしか貢献できませんが、情報発信することに努めています。だいたい、与論島や奄美地域に人を送り込みました。</p>
<p>その他</p>	<p>日本国より先んじて、人口減少時代を長らく続けていますが、日本の人口停滞期にはオリジナルな文化が花開く時代であり、また停滞感を打破するために、様々な変革・改革が行われる時代でもあります。今がその時代だと思います。島に住んでいるシマンチュより、日本に散らばって生きているシマンチュの方が多くかと思えます。是非、そうした人や与論ファンを巻き込んだ「バーチャル与論人」を数多くネットワーク化して下さい。都会では大学を卒業した学生がヨーロッパ並に就職できない状況が急速に出始めたと感じています。しかし、彼らは少なくとも高等教育を受けてきた人間です。ボタンの押し方一つでは変身する可能性を秘めています。ソーシャルビジネスと連携して、彼らの活躍の場を提供し、農業参入やまちづくりに取り込み活性化を図っている地域も出始めました。(もちろん逃げ帰る人も多いですが)そうした外部能力の島への取り込みも検討してみてもどうでしょうか。</p>

柳川 正子 氏 (株式会社 テレビ朝日リビング 商品企画部番組統括部長)

プロフィール	
与論島との関わり	<ul style="list-style-type: none"> ・ 28年前に友人との旅行で初来島。 ・ 離島ブームで、自分も沖縄が目的で、沖縄と与論島がセットになったツアーを利用。東京から船で2日半かけて移動し、与論島の民宿に3泊、沖縄に移動して2泊。 ・ 就職後は、与論島を会場としたイベントの担当者として再訪。そこから与論町役場の職員や地元の方との交流が開始。
来島回数	<ul style="list-style-type: none"> ・ 現在は、年に1～2回、3～4泊程度、与論を訪問。 ・ 田舎の親戚に会いに行く感じで、レジャーというよりも休息の感覚で訪問 ・ 滞在中は、友人の車を利用して、ダイビング、ビーチ利用等で過ごす。
与論島の魅力や個性	<ul style="list-style-type: none"> ・ “人”の温かさ、懐の深さ。 ・ 与論島の人は、親しみやすく、一人客でも声を掛けて、すぐに仲良くなってしまう。 ・ 銀座通りは今はさみしくなってしまった。数年前は、昼は閉じていても夜は営業している店が結構あったのに、今は昼も夜も閉めている。
与論島の問題点・課題・改善点	<ul style="list-style-type: none"> ・ 宿泊施設の管理・運営の改善。虫対策、清掃、配湯等を観光客の視点で改善することが必要。 ・ 海岸の美化・保全。以前と比較して、廃棄物や海藻等が目立ち、汚れているように感じる。常にきれであるよう心がけてほしい。 ・ 宿泊施設や空港などの土産コーナーでの地元産品の設置・販売。沖縄産の土産品は、観光客に正しい与論の情報が伝わらない ・ 飲食店等での地元料理の説明・案内の拡充。特に方言で書かれているメニューについての解説や内容説明が必要。コミュニケーションを生むツールとして、方言をもっと活用することも重要。 ・ 島内の交通機関が少ないので、観光客向けの交通手段の整備等が必要。 ・ 観光商品の多様化・個性化。パックツアー客でも自由な観光や体験ができるような工夫が必要。
今後の島づくりや観光地づくり	<ul style="list-style-type: none"> ・ どこにでもある町を目指すのではなく、現在の与論の魅力を大切にする。新たな観光開発やコンビニ設置などの利便性向上、新たな観光スポットづくりなどは必要ない。 ・ お金と時間をかけてでも与論島へ行く価値があるという島づくりが必要。 ・ 人の温かさは、与論の魅力。旅行客と地元の人との交流が増えればリピーターを作れる。 ・ 現在力を入れている修学旅行の誘致も大人になってからのリピーターにつなげるつもりで取り組んでほしい。 ・ 与論町としてどのシーズンの観光客を増やしたいかを明確化する必要がある ・ ダイビングは3月～9月が一般的。秋冬は、与論島は風が強く寒い。こうしたフォローしたらダイビングする人にとってはいいのではないか。 ・ 天気が悪くて海に行けないと島内ですることがない。雨天等の対策が必要。 ・ マンゴーやスターフルーツなどの特産品は、消費者等のターゲットを絞ることが需要。 ・ 与論島のもずくは歯ごたえがあっておいしい。海草はヘルシーだし、医学的な裏づけを基に健康にいいということでもっともずくを打ち出してはどうか。 ・ 与論島は、与論といえばコレ！と与論島をイメージできる特産品がない。かごしま遊楽館（東京にある鹿児島県の物産館）にも与論町の商品は置いていない。与論島独自の特産品があったほうがいいと思う。
支援・協力内容	<ul style="list-style-type: none"> ・ 東京でのイベント時は手伝ったりしている。 ・ 特産品の紹介等の支援は協力可能。東京と与論では距離があるため、加工品や化粧品等の食品以外のものもあればいいのでは。
その他	

基 佐江里 氏 (文筆業、株式会社葎書房代表取締役、「ライフライン21 がんの先進医療」編集・発行人)	
プロフィール	1946年1月満州(現中国東北部)生まれ、与論島出身。日本大学大学院文学研究科哲学専攻修士課程修了。100社近い転職を重ねた後、編集者生活を経てフリーに。著書に「旧台湾出身日本兵秘録」「日本格闘家列伝-栄光への軌跡」「大山倍達外伝」ほか。
与論島との関わり	1946年7月、両親が満蒙開拓団員としての移民先中国より帰国。故郷である与論島で中学卒業まで過ごす。15歳で集団就職で上京、現在に至る。
来 島 回 数	1961年に上京、2011年1月現在まで50年間で約15回ほど帰郷。
与論島の魅力や個性	<ul style="list-style-type: none"> ・自然、特に海が美しい。 ・人の心が温かい。 ・車の量が少なく、空気がきれい。 上記は与論島を訪ねたことのある友人、知人、観光客から共通して聞かれた言葉です。筆者が与論島をアピールする時は加えて、「犯罪がなく鍵をかける必要のない平和な島」であることを自慢しています。
与論島の問題点・課題・改善点	与論島の問題点というよりは国全体として考えるべき問題だと思いますが、島への観光客が激減した最大の原因、理由は海外への渡航費に比べ交通費が高いということにあると思います。航空会社や旅行会社に働きかけて安く旅行できるような商品(パックツアー)の開発を望んでいます。あと、沖縄の島々と連携して沖縄への観光客を与論に呼び寄せるとい手法も考えられます。
今後の島づくりや観光地づくり	<ul style="list-style-type: none"> ・砂浜に建造物をつくらない。島の文化である方言を絶やさない。 ・町のパンフレットに「オンリーワンの島」という言葉があります。しかし実情は与論島独自の産物はないような気がします。サプリメントの原料になる薬草を栽培するか、島に自生する植物から薬草となり得るものを発掘してこれを栽培する。このことに関連して以前友人に「サトウキビの絞りカスを利用してキノコを栽培したらどうか」と提案されたことがあります。「オンリーワン」ということと言えば、自然と人の温かさそれ自体がオンリーワンの島、誇れる故郷だと思っはいますが.....。
支援・協力内容	筆者は自社葎書房において「ライフライン21 がんの先進医療」という雑誌を創刊いたしました。がんの患者さんが対象の雑誌ですが、本誌上で与論島をPRできるページを提供させていただくことができます(役場の方に文章を書いていただいて)。 がんの患者さんは「がん」と告知されてから国内外のあちこちに旅行される方が大勢いらっしゃいます。「与論島に旅行したら健康を取り戻した。元気になった」という実績をつくることができましたら、口コミで島のPRができるとと思います。健康づくりに役立つ“施設”などは造れないでしょうか。玉川温泉のような。 
そ の 他	与論島は、島の存在自体が真珠のような宝石であると思っています。いじめのない島、お年寄りを大切にする島、人情豊かな島、このような素晴らしい島を故郷に持てたことを幸せに思っています。このことは、島出身の誰もが感じていることではないでしょうか。2010年11月20日~21日に与論島を訪れた友人が「町民全員が志を一つにして島をPRしようという意気込みが伝わってきた」と感想を述べていました。

舘石 昭氏 (月刊「マリンダイビング」「マリンフォト」「アイラブダイビング」編集長)

<p>プロフィール</p>	<p>1930年千葉県館山市に生まれる。千葉県大学工学部工業意匠科でデザインを学び油絵に熱中。同学中退。新制作協会で新作家賞受賞。モチーフを海に求めているうち、未知の世界であった水中写真に力を注ぎ、「水中写真」という新しいジャンルを確立。水中写真をアートの世界に引き上げた第一人者として世界的に活躍。一方で、素晴らしい海を潜る仲間を増やしたいとの思いから、日本初のダイビング専門誌「マリンダイビング」を創刊。さらに出版事業を広げ、海の旅や水中写真をテーマにした雑誌「海と島の旅」「マリンフォト」「アイラブダイビング」を創刊。日本におけるスクーバダイビングのメジャー化、ダイビング界の水中写真ブームをリードしている。2004年1月ケイマン諸島で行われた「INTERNATIONAL SCUBADIVING HALL OF FAME」にアジア人で初めて選ばれダイビング殿堂入り。国内においても2005年12月、永年にわたる水中写真の発展と普及への貢献が認められ「文化庁長官表彰」を受けたのに続き、水中撮影活動50周年を迎える2006年には春の叙勲にて「旭日双光章」を授与される。</p> <p>社団法人日本写真家協会 会員 社団法人日本写真協会 会員 株式会社水中造形センター代表取締役</p>
<p>与論島の魅力や個性</p>	<p>沖縄の復帰前は、ヨロン島は日本最南端というイメージで知られていました。ヨロン島の海中には、沖縄に負けない素晴らしい自然が残されています。もともと日本人は先っぽが好きなので、諸島でも何でも、一番端が栄えるものなのです。遊びに行くからには遠いところのほうが憧れが強いということでしょう。あれだけ行きにくいにもかかわらず、小笠原に人気があるのもそういう理由からかもしれません。</p>
<p>与論島の問題点・課題・改善点</p>	<p>いい海を持っていながら、それが生かされていないのが大きな問題です。離島、サンゴの海といういい素材がありながら、PRの努力が足りないのではないのでしょうか。「マリンダイビング」などを読んでいただくと、各企業、団体、行政サイドの努力が見えてくると思います。</p>
<p>今後の島づくりや観光地づくり</p>	<p>本来、海が素晴らしいのですから、それを生かした観光促進をするべきです。日本人は島国ということもあって、小さな子どもたちからして海がすきなのです。子どもに「海と山、どちらに行きたいか」と聞いてみれば分かりますが、圧倒的に海という答えが出てくるはずですよ。</p>
<p>支援・協力内容</p>	<p>全国誌で毎月「マリンダイビング」を発行しています。スクーバダイビングはもちろん、スノーケリングを楽しむ層にも親しまれていますから、雑誌を使った協力はできるかと思っています。</p>
<p>その他</p>	

福本 忠一郎 氏 (パナウルRC)

プロフィール	昭和29年2月17日生まれ、群馬県出身。会社員。
与論島との関わり	第1回ヨロンマラソンに出場してから現在まで毎回参加している。
来島回数	初来島は1992年。その後20数回来島。直近では2010年3月と9月。
与論島の魅力や個性	与論島が持つ素朴さはいつまでも無くさないでいてもらいたいと思う。
今後の島づくりや観光地づくり	マラソンを通じて感じたことは、島民の温かさであるので、島民とのふれあいの機会を増やして行ってもらいたい。
その他	これからも行ける限りマラソンや夏も終わりに近づいた静かな9月に訪れたいと思います。

村田 良一 氏 (栄氷業 代表取締役専務)

プロフィール	1965年生まれ。与論島出身。
与論島の魅力や個性	たくさん素晴らしい自然が残っている。
与論島の問題点・課題・改善点	首都圏からの交通をもっと便利にしてほしい。旅行代金も海外のほうが安い。
今後の島づくりや観光地づくり	手を加えるのではなく今のままの美しい海を利用し、マリンスポーツの大会を開くとか与論島の知名度をあげてほしい。海岸沿いを整備してサイクリングロードを作るとか旅行客に素晴らしい海を気軽に楽しんでもらう。島内を自由に乗り降りできる観光地巡りのバスを運行する。
支援・協力内容	東京でのイベント等の際の参加者動員。我が故郷与論島の為に出来る範囲で協力したいと思っています。

西野 誉彬 氏 ((勝手連) パロディ新党「ヨロン党」関東支部長)

プロフィール	1946年愛知県新城市に生まれる。 1969年東京農大、東京総合写真専門学校中退。(株)東京トラベルセンター入社。この年、銀座ニコンサロンの伊藤稔氏個展でヨロンを知る。 1971年ヨロンツアー販売開始、関東地区では1社のみ。7月～9月ヨロン駐在。 1972年日本交通観光(株)入社。与論島を片仮名のヨロン島に変え、マスコミの協力を得て、毎年様々なイベントを演出。ブームを創出。 2006年代表取締役社長を退任後もヨロン一筋。
与論島との関わり	1970年写真にショックを受け、ヨロンへ。観光以外の友だちも含め、当時より長い付き合いが続いている人たちばかり。
来島回数	初訪島は1970年。200回以上は訪れている。
与論島の魅力や個性	ヨロンに独自の魅力や個性があったのか。あったとしたらそれは何だったのか。作られたものではなかったか。例えば、「時間のない島」、片仮名の「ヨロン」への変更。各種イベントなど、独自のものはなかった。他の島でも使えるものばかり。要は告知力。
与論島の問題点・課題・改善点	「第4次与論町総合振興計画」の観光部門の徹底検証、内外の強力なリーダーシップ。。
今後の島づくりや観光地づくり	潜在顧客(小さい頃、修学旅行などで訪島)の掘り起こし、中長期滞在者の故郷的な島。どこにあるかもわからないけどどこか気になる島。いつか行ってみたい島のイメージづくり(定期的な情報提供)。テーマ「ハートフルアイランド」。
支援・協力内容	中国、台湾、韓国など海外からの観光客誘致。現在企画準備中。
その他	大きさにいえば人生の大半がヨロンへの送客に費やされた。はじめて訪島したとき、民宿は7軒しかなかった。最盛期には約100軒。現在、約20軒。これが実態。

与論島の魅力や個性

与論島の「まちづくりや観光再生のあり方」「集客資源の発掘」等、大変高度なテーマでいざ考えをまとめてみようと思い組み立ててみましたが、なかなか要領を得ません。「与論の観光資源とは何だろうか」「南西諸島の一島として諸島共通の資源の他に、与論島独自のものとは何なのか」「観光客はなぜ与論島に来るのだろうか」など、与論島の発展のために何を補っていく必要があるのか、と考えてしまいます。

内地に長いこと暮らしていると、いろいろな人たちと、いろいろな地域や組織の中で交流を行うこととなりますが、その交流のなかで必ず話題になるのは、「どこの生まれで、どうして」となり、いつの間にか故郷自慢へと、「与論島はとても良い島であり、是非お訪ねください」とPRすることとなります。お話しした方のなかには、「そんなに良い所なら、一度行ってみたい」とおっしゃる方もいます。

私が新潟県三条市に単身赴任しているとき、知人であった地元の企業の社長さんを病氣療養中のところ見舞いに行ったことがあります。その折、私の故郷自慢話になり、「退院されたら是非与論島へ行って静養されてはいかがですか」とお薦めしました。しばらくして退院されたその社長さんは、お孫さんの春休みに合わせて与論島へ行きたいと、私に申し込んできました(自分、奥さん、お孫さん1人、親戚の初老夫婦の計5人)。社長さんからの要請を受け、さっそく、「奄美旅行センター」の本園金盛社長に連絡し、与論行きの手続きをしてもらいました。折よく新潟-沖縄間に季節便もありましたので、沖縄経由で1週間程与論島へ行かれました。私は、実家の兄夫婦に頼んで、与論島滞在中に、そのご家族を何度か宿舎を訪ねて歓迎の対応を頼みました。その方は大変喜ばれて、与論の人々の人情の豊かさを褒め称えてくれました。

私はその時、与論の観光客の発掘はこうした地方にあるのではないかと思いました。

こうした思いから、この社長さん一向を与論に案内してもらった奄美旅行センターの本園さんに「社長さんの感想」を伝え、「新潟へ与論のPRに来たらどうか？」と進言したところ、私の親友の村田健氏(与論中学校の同級生)をつれて来てくれました。お二人は長靴姿でしたが…。私も含め三人で、新潟県内の三条市や加茂市など近くの観光業者(会社)を訪ねて、奄美旅行センターの資料を配りながら、十数軒をPRで回ったことがあります。また、その夜、前述の与論島へ家族旅行された社長さんをお招きして、一献交して与論島の想い出話を伺いました。お孫さんや奥さまがとても喜んだとうれしそうにお話されました。その社長さんは、残念ながらそれからしばらくしてお亡くなりになりました。後日そのことを知り、ご家族をお訪ねしたら、術後余命わずかの状況で、お孫さんや奥さんのために与論旅行を考えたようで、「素晴らしい思い出になった」と奥さまは涙ぐんでおられました。

このことがあって新潟県に赴任中、幾多の方々に与論島の宣伝をして、いつか同行する約束をしてきましたが、残念ながら自分の力量不足で約束をたがえてしまったこともあります。与論出身者の多くの方々は、このような経験をたくさん持っているのではないかと思います。与論へのご案内を実行できなくて空約束で終わった方々もたくさんいるかもしれませんが、実行された方々もたくさんいると思います。

このように、島外在住の与論出身者が、徹底したPRを行えば、相当な数の与論への誘客が見込めるのではないのでしょうか?こうした取組を進めていくためには、与論のなかに受け皿が必要だと思います。

この他にも、PR効果の大きいアーティスト(かりゆしバンドなど)などへの行政の援助も必要ではないでしょうか。与論の「かりゆしバンド」はまるごと与論色であり、これ以上の宣伝者(効果)与論にはいないと言っても過言ではありません。

小板橋 博行 氏 (日本マルコ株式会社 代表取締役)

プロフィール	1978年日本マルコ(株)本社設立。その後中部方面へグループ会社を設立。現在も代表取締役として活動中。
与論島との関わり	2008年日本マルコ(株)与論事業所を設立。親しい付き合いを続けている。
来島回数	年に12回(月に1回)
与論島の魅力や個性	エメラルド色の海や白い砂浜、サンゴ礁がとても美しく、また自然も豊かで島民が皆温かであるところが魅力的である。
与論島の問題点・課題・改善点	交通手段の整備として、交通空路の活性化を期待したい。
今後の島づくりや観光地づくり	現在、年に一度当社主催の「マルコ祭り」を与論事業所内にて開催している。今後も行っていく予定。また、鹿児島県として、県内大学校との連携を取り入れたワークショップを目指す。ホームページ内の“与論島便り” http://www.cnmaruco.co.jp/yorondayori_bak.html
支援・協力内容	島内イベントには必ず協賛しています。工場見学なども随時対応しています。

北村 佳世 氏 (航空会社勤務)

プロフィール	昭和44年生まれ、北九州市出身。平成4年に入社し、現在に至る。
与論島との関わり	約11年前子どもを連れ与論島に旅行し島の人の心の温かさ島の自然の豊かさに感動しその後毎年来島。平成19年には長女(当時中学校1年)を1年間留学させる。
来島回数	初来島1992年頃。これまでに20回以上。直近では2010年9月。
与論島の魅力や個性	<ul style="list-style-type: none"> ・拓けていないところがいいと思う。今後も今のままであってほしい。 ・先祖を敬う心、子どもを島全体で育てている。 ・島外の人も受け入れようとする姿勢。
与論島の問題点・課題・改善点	全体的に宿が古く清潔感がないところが多いと感じます。都会から来られる方は抵抗がある方もいらっしゃると思います。山村留学の制度が整っていない。(補助もない)
今後の島づくりや観光地づくり	都会に住む方たちに与論島へ来てもらい与論の魅力をもっと知ってもらいたい。きっと仕事や通勤、人間関係で疲れた都会の方には癒しになると思います。
支援・協力内容	飛行機の中で与論を訪れる観光客のお客様には、こちらから話しかけ、娘を山村留学させた話しや、与論島の魅力をピーアールしています。又、将来は与論に住みたいと考えていますが、仕事と土地がないのが難点。

北見 けんいち 氏 (漫画家、北見プロダクション代表)

プロフィール	1940年(昭和15年)、旧満州、新京(現長春市)出生。 1964年(昭和39年)赤塚不二夫先生に師事。 代表作「釣りバカ日誌」
与論島との関わり	1961年(昭和36年)に、写真学校の作品展のため、撮影旅行で初めてヨロン島に来島。当時ヨロン島は日本の最南端であった(沖縄の返還前)。
来島回数	初来島は1961年、その後は毎年、年に数回。
与論島の魅力や個性	<ul style="list-style-type: none"> ・ 周囲をサンゴ礁で囲まれ、どこから降りて行っても白砂の美しいビーチがある。 ・ わりと排他的なところが多い離島の中でヨロン島の人々は人なつこくいい人が多い。
与論島の問題点・課題・改善点	<ul style="list-style-type: none"> ・ 外から入ってくるカネが少なく、今あるカネが島内でグルグル回っている感じ。 ・ もっと外からおカネが入ってくるようにすること。 ・ ハイビスカスが日本一種類多く咲いている島にするとか。
今後の島づくりや観光地づくり	<ul style="list-style-type: none"> ・ 冬場の観光客を増やすために温泉を掘り、客を呼ぶ。 ・ 空気、海がきれいなのを利用してハイテク工場を誘致する。(現在1社あり) ・ 与論はリピーターが多く地元で馴染んでいる。将来ヨロンに住みたいという人も多くいる。 ・ 人口の割に病院が多いので、風景もいいので、老人ホームなどに入ってもらったらよいのでは？ ・ 使わなくなったホテルを大学や専門学校等に売却して、そこを観光や介護等の教育の場にしてもらう。 ・ 島全体を太陽光発電、風力発電、エコ生活のモデル地にする。
支援・協力内容	・ 私では力不足。何かあるでしょうかねえ～。
その他	・ 一つの家族を見ると3~4人の子どもがいて、日本の平均以上だが、島全体を見るとやはり少子化している。もっと子どもが多くなるといいと思う。

竹内 英健 氏 (株式会社熊谷組 常任顧問、東京与論会会長)

プロフィール	昭和 23 年与論町生まれ。昭和 49 年に旧建設省へ入省。平成 14 年に退官し、(財) 地域開発研究所を経て平成 18 年より熊谷組へ。
与論島との関わり	小学校 5 年生まで与論在住。小学校 6 年生以降は、横浜市、東京都で学生生活を送り、学生時代から東京与論青年会(東京与論会の青年部門)の活動に参加。平成 21 年より東京与論会会長。
来島回数	年に 1、2 回帰郷。 直近では 6 月に「ふるさと交流」として 30 人ほどで帰郷。
与論島の魅力や個性	<ul style="list-style-type: none"> 一島一町で、島の規模、人口など非常にコンパクトに小さくまとまっているというスケールメリットがある。 奄美の中でも、沖縄に最も近く、文化的にも沖縄文化圏である。 奄美の中でも特に与論人が持っている、人との競争や争いを好まず穏やかでゆったりとした気質は、現代の日本人が求める癒し系の人物像に当てはまる。 他の奄美の島々ではだいぶ希薄になっている、祖先やお年寄りを敬い、地域や家庭を大事にするという精神風土を持っている。
与論島の問題点・課題・改善点	<ul style="list-style-type: none"> 島で働ける雇用の場が少ない。学校を卒業したら島外に出て働かざるを得ない状況である。→農業における就業の場の確保や、企業誘致等により雇用の創出を図っていかねばいけない。 島内人口の減少。特に児童数の減少。→魅力ある島づくり。Uターン、Iターンを呼び込む。 島内の観光施設、宿泊施設の老朽化の進行。→適正な保全が必要。 <p>いずれも振興開発計画等施策の推進を通して解決していくしかない重い課題である。</p>
今後の島づくりや観光地づくり	<ul style="list-style-type: none"> 奄美観光のうたい文句である、生物多様性のある豊かな自然、独自の奄美文化(島唄、八月踊り等)は、与論島については当てはまらない。 自然は沖縄の島々には負けること、精神的には琉球文化圏の一部であることを自覚した観光施策が必要である。沖縄との連携も重視して。 奄美全体の振興計画の中で、与論独自の目指す方向が埋没しないようにしなければいけない。 今の振興計画には個別具体的な施策はいろいろと提言されているが、究極的に与論島をどのような島にすることを目指すかという方向性が見えない。 与論島のコンパクトな島嶼性と、そこに生きる与論人の、自然や先祖を敬う心や穏やかな気質に恵まれた、豊かな精神風土を生かした島づくりを目指すべき。 光ファイバー等の ICT 技術を、企業誘致や連携交流のツールとして活用するだけでなく、生活者のために活用することを目指してほしい。→放送局を設置し、行政や島民相互の情報交流の場に(和泊町で実現)→老人安否情報、介護情報の共有化。介護、看護等の医療現場への活用 など 今の日本が失いつつある、安心して心豊かに生活できる環境を持った島づくりをしなければいけない。→犯罪のない、安全な島、子どもたちをのびのびと育てられる島、老人が安らかに家族に看取られて家で死ぬる島 豊かさとは何かのモデルとなる島づくり、日本の桃源郷、ユートピアを目指す。 来島者には「癒しの島」となる。個人や家族でもう一度来たくするような島。
支援・協力内容	<ul style="list-style-type: none"> 与論からの島PRへの支援協力(動員、イベント協力) 全国与論会や各地与論会と島との情報交流 数年に一度の里帰り運動の推進 企業誘致活動への支援、協力 島の要請に応じた支援(島外の与論人に何を期待するか)
その他	<ul style="list-style-type: none"> オンリーワンの島づくりを目標に掲げて、町長以下島民の方々々が島の振興発展にご努力されておられることに、島外に住む出身者の一人として非常に感謝しております。 島外で生活している我々として島のために何ができるかいつも考えておりますが、なかなか十分な支援協力活動ができていないという思いです。できることがあればなんなりと我々に要望をぶつけていただきたいと思います。 今日本全体が、経済・社会生活のあらゆる面で閉塞感を感じている状況の中で、南の小さな島が、経済的な豊かさは未だながら、日々の生活において心身ともに豊かな暮らしを実現している島として、これからの「豊かさとは何か」を教えてくれる「生活モデル」となることを目指してほしいと思います。

橋富 敬雅 氏 (ホリデークラブ橋富株式会社 代表取締役社長)

プロフィール	1963年生まれ、東京都出身。 1994年ホリデークラブ橋富有限会社設立。 2010年ホリデークラブ橋富株式会社、現在に至る。
与論島との関わり	1984年オリジナルツアーを実施。 2001年ラフウォーター swims in ヨロンを実施 2009年カルピスアイランドキャンペーンツアーを実施
来島回数	初来島は84年 その後計18回来島 直近では2010年来島
与論島の魅力や個性	<ul style="list-style-type: none"> ・サンゴ隆起の島ゆえのロケーション ・行政区がひとつで、話が決まりやすいので新しい展開を取り入れやすいと思います。
与論島の問題点・課題・改善点	<ul style="list-style-type: none"> ・交通費の高さ ・受け皿として旧体制のままになっている
今後の島づくりや観光地づくり	<ul style="list-style-type: none"> ・発信方法を考える ・魅力はかなりあると思うが、発信方法は今や他の地域と同じになる場合が多く観光地としての課題だけが目立ってしまう。
支援・協力内容	<ul style="list-style-type: none"> ・カルピスアイランド（ツアーの実施）のような形 ・ロケ地誘導 ・特産品の共同開発（ヨロンの塩を使ったお菓子など）
その他	ヨロン島の地理的な条件から、観光地としての全盛期（最南端と言うことで）と衰退期（交通の便が悪く不便）の両面を持っているところから、実は他の離島と比べると理解できる能力を持っている（順応性が高い）のではないかと考察する。カルピス（アイランドツアーの実施）もヨロン島で行った理由は「カルピスアイランド（ヨロン）」を名乗ることができたのが他の島にはない（他の行政では名乗ることを許可しない）ものと考えた。離島活性化のモデルケースとなれる。

2 町民ヒアリング

(1) 調査の概要

ア 目的

現在、与論町在住のIターン者を対象に、与論島（町）の観光振興（観光再生）、今後のまちづくりに係る意見・意向等を調査。

イ 調査対象者

阿由葉 辰夫 ギリシャ村通り会会長、「ギャラリー海」・「ドミトリー海」経営：来島40年

和田 州生 写真家：来島2年（千葉県市川市にも居住地有り）

長崎 歳 イタリアンレストラン「アマン」、英語/フランス語「アマン塾」経営：来島4年

ウ 調査項目

- ・ 与論島へ来島した経緯
- ・ 与論島で生活してみて感じること
- ・ 与論島を活性化するための活動
- ・ 与論町の島（まち）づくりについて
- ・ 観光客について
- ・ 観光関連事業者についてIターン者の視点で見る与論島について



(2) 調査結果

ア 与論島へ来島した経緯

- 彫刻をやったりイタリアンレストランをやったり英語やフランス語の講師をやったりして国内外で生活しており、与論島へ来る前は北海道で20年以上生活していた。老後を考え、生活しやすい温かいところへの移住を検討し、南の島にしようと考えた。家族と相談して与論島について調べ2006年初頭に2泊で下見に来た。そのときは民宿に泊まり、気候もよく島の印象が良かった。同年秋に北海道の住まいを処分し、町内のホテル、ペンション滞在後、町内に1年間仮住まいをした後、店舗を開業
- 昭和39年に初来島。大学の卒業制作（写真制作）のテーマとして、日本最南端（当時）の島である与論島に来島。当時は青年団の結束が固く、よそ者に対して冷たく写真を撮るのも大変だった。その一方で、外（東京）から来ている人はエライ人と思われ、よくもてなしてもらった。その後、東京で「東京スタジオ日本」という写真とデザインのプロダクションを40年間やっていた。千葉県市川市に住んでいるが、初来島後からずっと与論島に来ており、2年半前から本格的に移住。
- 来島は、約40年前。以前は、東京都内に勤務。国内外の旅行中、鹿児島市で与論島帰りの旅行者から、日本最南端の島・与論島の話聞いたのをきっかけに来島。それまでは島の存在さえ知らなかった。来島してみても島の雰囲気を気に入りそのまま住み始め、民宿のヘルパーをやったり工芸工房で民芸品を作ったりして生活。島民からもすんなり受け入れられすぐに溶け込むことができた。

イ 与論島で生活してみて感じること

- 民俗村の裏に住んでいる。自分が住む東区は与論町の中でも一番田舎である。お店は少なく農家が多い。できるだけ“しまんちゅ”の中で生活したいと思い、ここを選んだ。
- 空き家を改築した店舗等を計画し、大金久海岸近辺は観光スポットとなる百合ヶ浜が近いので、与論島がブームのころに建てられ今では空き家となっているディスコや宿などに、誰かが住み始めて何か始めれば、また活性化できるのではないかと考えた。しかし、貸し手が、島外者に不安をもっており、貸してもらえなかった。島の人に対しては、実績づくりが重要だと考え、島の中心街（茶花地区）で店舗を開設。住んでみて、人が温かくやっぱりよかったなと感じている。
- 他の島にも旅をするが、与論島民はすごくやさしい。他の島は“たびんちゅ”に対して排他的である。

ウ 与論島を活性化するための活動

- 町民ら数名と協力して、島の情報誌を自分たちで独自に作成し、観光協会などに置いてもらっている。また、アートの要素が地域活性化に貢献すると考え、町内の公園にアートオブジェを設置。
- 与論島を昔から知っているが、文化で人を呼べる島にしたい。食文化であったり、生活慣習であったり。島民全員が三線（さんしん）を弾ける島なんていいと思う。それを小学校でも取り入れてくれていて、三線を学校で教えている。民俗村で昔の方言を教えてくれたりするのもいい。与論島の人、文化を失っていつていることに対してあまり危機感を感じていない。

エ 与論町の島（まち）づくりについて

- 行政の取組からは、今後の与論町をどうしたいかが見えてこない。観光客の増加を目標として掲げているが、観光客の与論島に対するニーズを把握していないのではないか。また、与論島の魅力などは、地元の人には当たり前すぎて分からないこともある。Iターン者＝“たびんちゅ”の意見等も取り入れてほしい。
- 現在“たびんちゅ”は1,000人を越えるくらいいるのではないか。茶花地区の店舗経営者のなかには“たびんちゅ”が多い。逆に農業は“しまんちゅ”が多い。
- 地元の方は自分たちがやらなきゃという思いが強いのか、自分たちでやって、それでできない部分は東京などの外に外注する。もっと“たびんちゅ”を活用すればいいのと思う。
- 与論島の教育水準は高い。大学に進学するときは必ず島外に出るのだから、そこで“しまんちゅ”でありながら“たびんちゅ”の感覚を養って、それを島で生かしてほしい。外からの目は重要だと思う。
- 与論町の有権者の8割は農家である。そのため、行政施策も農業に重点を置きがち。
- 与論島の野菜はおいしいが、名産品は何かと聞かれると特にない。名産品づくりについては“たびんちゅ”ではなく“しまんちゅ”にリードしてほしい。

オ 観光客について

- 近年の観光ニーズをみると、海を目的としない観光客も増えていると感じる。
- 観光客を増やすよりもまずは町がいきいきすればいい、という意見は、第5次総計のアンケートでも地元の声として挙がっている。観光客が減っているとはいいが、与論島好きの客はむしろ増えているように感じる。
- 客層の違いを捉えることも重要である。例えば修学旅行生が100人増えても、宿以外にはあまり経済的に影響はない。しかし、映画「めがね」を見て与論島に来るような旅行客は島内をじっくり回ってくれるので10人でも影響がある。
- 与論町の観光業者は、兼業が多い。宿なら宿で、本業1本でいけて、それを維持できるぐらいは観光客に来てほしい。子どもが家業を継ぐことに魅力を感じられるようであればならない。
- 観光客数を増やすことを目的とするのではなく、与論島の魅力を磨くことが大事。魅力がないと、島民も自信を持って与論島に来てとは言えない。
- 与論町には産業がない。だから、昔の観光客数の多さが美化されている。しかし、あれは離島ブームが生み出したもの。「日本の最南端」という冠があったからこそ実現したもの。日本の最南端ではない今、何か魅力がないと人は来ない。
- 与論島の価値を高めることが大事である。

カ 観光関連事業者について

- 鹿児島沖縄間の船の周遊チケット（1週間に限り途中下船可）を活用すれば、もっと安く離島めぐりができる。しかし、こうした周遊チケットのPRが十分に行われていない。船の運賃が安くなればもっと利用者が増え、来島者が増加する。来島者の増大により、地域の賑わいが生まれ、さらに船の利用者も増えるという好循環が生まれるのではないかと。
- 観光産業を賑わわせるためには、それぞれの事業者ごとに動くのではなく、もっと観光関連事業を全体で捉えて、動いていかなければいけない。
- 宿を営んでいる人が自身でどれだけ旅行しているかも重要だと思う。旅行客を迎える立場で宿を営むのではなく、客として迎えらる立場から捉えられるようになった方がいい。掃除が行き届いていないとか畳が焼けっぱなしとか、プロ意識が低い。観光事業者は実際に自分で足を使って旅行をして目で見て学んでほしい。
- 宿一軒一軒の売り（個性）を創りだすことが必要。
- 昔の感覚（与論島がブームとなる前）に戻ることを本当の“ルネッサンス”ではないかと。

3 町民ワークショップ

(1) 概要

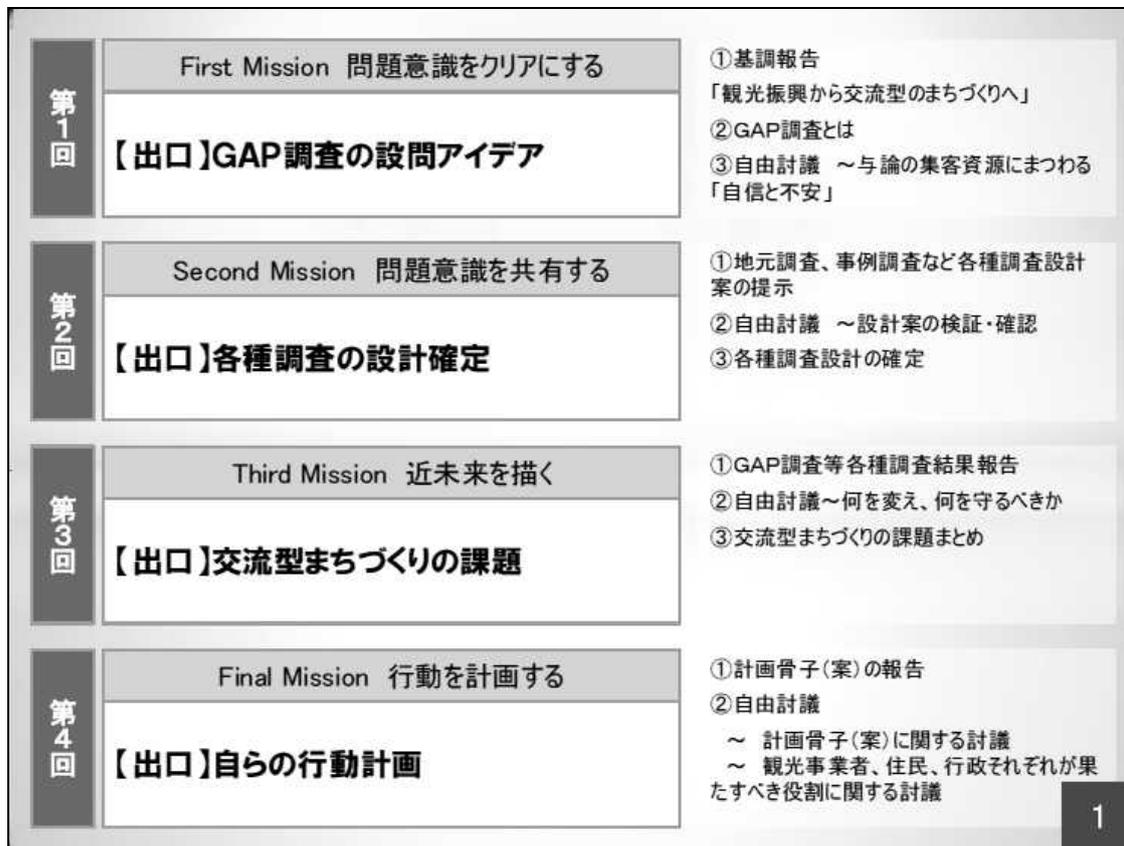
与論町の観光再生や今後のまちづくりの方向について、町民をはじめ、まちづくり関係者、観光交流関係者、行政関係者等によって検討を行うワークショップを開催した。ワークショップは、委員会と連動させて、8月1日、8月30日、11月、2月の4回開催した。

4回のワークショップの概要は下記のとおりとなっている。

図表6-1 町民ワークショップの概要

区分	開催日時	主な内容	参加者
第1回	平成22年8月1日	○講演「これからの与論のまちづくりや観光の再生の考え方」 明治大学准教授 調査研究委員会委員長 木村乃 ○マーケット調査（GAP調査）について （株）リクルート ジャらんリサーチセンター 田中政宏 ○自由討議「GAP調査の設問アイデア」	13人
第2回	平成22年8月30日	○テーマ「各種調査の設計確定」	9人
第3回	平成22年11月12日	○報告「GAP調査の結果について」 （株）リクルート ジャらんリサーチセンター 田中政宏 ○討議「交流型のまちづくりの課題」	11人
第4回	平成23年2月3日	○討議「自らの行動計画」	9人

図表6-2 町民ワークショップのフロー



(2) ワークショップ実績

第1回 「GAP調査の設問アイデア」

① 基調講演「観光振興から交流型のまちづくりへ」(明治大学准教授 木村乃)

- 1 何が集客資源になるかわからない(何でも集客資源になる)時代 ~ “観光”の多様化
 - B級グルメ、フィルムコミッション、産業観光(視察観光)、スカベンジ(ごみ拾い)、エンターテイメント
- 2 与論の集客資源、集客力
 - マリンレジャー・オンリーでいいのか。沖縄、グアム、サイパンとの競争で生き残れるのか。
 - 他の2泊3日国内旅行と何で競争するのか。
- 3 地域の『文化』が人を呼ぶ ~ 地域文化とは、地域の生き様のこと
 - 文化とは「一定の地域における共通の(生活)様式」のこと
 - 方言、食文化、風習、生活習慣、民間信仰、コミュニティの在り様など
 - “観光”を超えて、“文化”を媒介とした交流による地域活性化を
- 4 顧客ニーズを知る ~ 思い込みを捨てて事実を知る
 - 「これしかない」、「これなら負けない」は禁物
 - 集客資源だけではない顧客サービスの付加価値
- 5 観光振興政策は与論の公益増進につながるか
 - 来島者の増加⇒交流の発生⇒愛郷心の刺激・消費の発生⇒新しい地域文化の形成
 - 宿泊、アクティビティの提供事業者にとどまらない波及効果のストーリーを描く

② マーケット調査(GAP調査)について(株)リクルート 田中政宏)

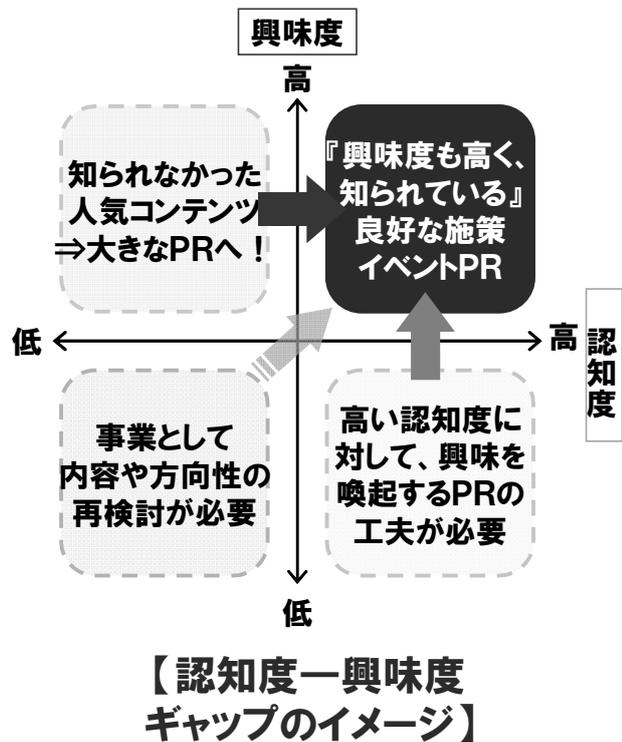
ギャップ調査の目的 ~ 実際の活用・提案が目的となる、実証性の高い調査

『認知度』と『興味度』を把握し
そのギャップを明らかにします

⇒地域が持つ観光資源について、1000人の消費者の目から、“観光地としてのイメージ”を聞き、どれくらいの人が認識しているのか、またどのくらい魅力を感じるのかを比較します。地域の強みと弱みがわかり、観光課題の整理と把握が可能になります。

プロモーション展開の
方向性を明確化します

⇒ギャップを把握することで、観光施策の優先順位付けや効果的な広告展開が設定できます。右図のような資源の整理を行うことで、観光資源それぞれの状況に応じたプロモーション展開・順位付けが可能になります。



③ 討議「GAP調査の設問アイデア」

○お客様の居住地

メンバー意見	設問案
関東 外国 東京あたり 千葉 神奈川 関東圏 主に関東だと思います 埼玉 関東圏	関東
関西 大阪	関西
九州圏 九州地方 鹿児島 県内離島	九州・鹿児島
沖縄、東京・大阪・沖縄	沖縄

○自慢できる資源

メンバー意見	設問案
海・自然・人情 海 海・人の心 百合が浜 海 大きな内海 ビーチ きれいな海 百合が浜周辺海域の砂浜、水のきれいさ・空から見た与渡島 観光名所「百合が浜」 百合が浜	海
夜空と海 夜空（星空） 星	空
地域社会文化・地域社会に残る人とのつながり・行事・文化 空気感 浜辺の宴会 治安（人）がよい 人	人
人のいない浜（プライベートビーチみたい）※ブームの時の逆 鹿児島か沖縄がよく分からんところ 人口が少ないこと・島国であること 不便であるようで自由であること	不便

○不安を感じている資源

メンバー意見	設問案
宿が少ない（やめる宿が多い） 宿泊施設 宿泊観光業の後継者不足 宿泊サービス・施設・食事 現観光施設の衰退	宿
与論献奉のやり過ぎ（お酒の飲ませ過ぎ） 酒のやり過ぎ	酒やりすぎ
サンゴ サンゴが死滅した。海の中 海のサンゴ	サンゴ
島の景観・海・砂浜 廃墟・与論の自然に向かない。 海・自然・環境・緑	自然

観光提供レベル ・事業者の疲弊・設備劣化 ・他地域とのサービスレベルの解離。 →PR 商品開発以前の問題があるのでは？ 島内観光の為に足（バス・車・自転車 etc） 街並み・海岸線のロケーションの悪さ	不便（交通）
サザンクロスセンター 観光スポットの数（海だけでは足りない）	その他

○提供したい「旅」

メンバー意見	設問案
心やすらぎを与える旅 癒し 癒し旅 出会い（はるばる来て知り合って、またね～みたいな） 里帰り のんびり旅行（離島観光） きれいな海や自然を楽しむ ゆっくり・ゆったり・のんびり	いやし・安らぎ
農業・漁業 体験型 歌や踊りに参加・体験 来てくれる人との共同作業（産業として）	体験
人との触れ合いのある旅 島民とのふれあい	島民との交流
おいしいものめぐり「食」の満足 与論歴史 民泊	その他

○どんな旅がウケるか？（アイデア）

メンバー意見	設問案
コンパ 出会い バックパッカー大歓迎・安いツアーリスト	出会い
日本の良き社会が残る島で自分発見・自己回帰 必ず与論献奉に参加できる 旅行者同士の交流（旅先での出会い） 地元とのコミュニケーション（体験型を通して） 人にふれ合うのが嬉しくなる旅（合コン等を含む） 民泊（地元の人と交流できる） コスプレ・アニフェス ヨガトリート etc・合宿	地元の人との交流 地元イベント参加
意外性 カヌーで一周 目的のない旅 途中下船で来てもらう 人・事めぐり。人と人の交流・つながりが残る島で、人や地域ならではのコトにすることで、悩み解決やリフレッシュ、癒し等につながる パワーをもらえる旅	その他

○その他聞いてみたい事

メンバー意見	設問案
与論で不便なこと	不便
沖縄の離島や奄美大島に旅している方々にぜひ聞きたい。 ・なぜその島に行く事に決めたのか。 ・なぜ与論島に来なかったのか	競合
船利用での来客がなぜ少ない 船旅で与論に来てもらう為には	船なぜダメ？
与論に住みたいか 東京都を含め都会の人たちはどんな人生設計をたてているのか	住

<p>お客様が初めて来た時のイメージとのギャップ 宣伝効果が出るか次第 与論島は何県 今までにない観光地をどうつくるか 都会になくてあったら良いなと思うこと 何があれば与論に行きたいか 与論島で何をしたいですか？何との出会い？ どれくらいのサービスだと満足するのですか？（ウォシュレットは必要ですか？）</p>	<p>その他</p>
--	------------



木村委員長の基調講演



ワークショップの概要説明



検討作業



意見交換

第2回 「各種調査の設計確定」

班	意見（設問項目）
マーケット調査班	<p>来島者アンケート設問項目候補</p> <p>★どんな方々が来島しているか？ どこからきているか？（来島ルート、経由地（沖縄 or 鹿児島）、飛行機 or 船）／出身地（居住地）、性別、年代／人数（グループ1人旅）／他の旅行で行ったことのあるところ／目的（のんびり or アクティブ）／どこから情報を得て来島したのか（友人の紹介、インターネット、旅行会社、パンフレット）</p> <p>★どのように与論で過ごしたのか？ どこの海岸に行きましたか？／島の人々との交流があったか？／島内での移動手段／おこづかいはいくらぐらいか？／おみやげを買ったか（何を？／昼食はどこで食べたか？（メニュー）／与論献奉はしたか？／ ／ 星空は見ましたか？／特産品で何を気に入ったか？／覚えた方言／宿泊所で食べた食事はおいしかったか？（気に入ったメニュー）</p> <p>★与論で過ごしてみたの満足度 おもしろかった観光スポット、いまいちだった観光スポットは？／旅行代金は高いか、安い？／便利だと思うところ、不便だと思ったところ／与論に来る前と来てみて実際どうだったか（イメージの違い）／他の人に紹介したいか／与論献奉に賛成か反対か／もう一度来たいか／満足度は何点か／「パナウル」を知っているか／パスポートのことを知っているか／映画「めがね」を知っているか／与論島を色で表すとどんな色か／何月がおすすめですか／与論島で楽しかった場所・こと／与論島で一番思い出に残ったこと／島でであった人で印象に残った人／特別な体験はしたか／イメージと違っていたところは？／「あっこれだ！！」と思ったところは？／来てよかったと思うときっていつですか？／「民謡酒場かりゆし」に行きましたか？／島での音楽（三味線、エイサーなど）に触れたか？</p>
可能性調査班	<p>ヒアリング対象候補</p> <p>北見けんいち、入来武久、船木誠勝、谷川真理、喜山荘一、もたいまさこ、佐藤秀明（写真家）、CA(JAC)和田州生、竹内一雄（九州経済産業局）、長崎歳（アマン経営）、川畑アキラ</p>
事例調査班	<p>（事例調査対象候補）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・阿蘇の水基村（集落）・・・青年団の活動による特産品開発。全体の底上げができた手法 ・6次産業（体験型）の事例 ・五木村（熊本県）の村おこし ・姫島（大分県）・・・特徴はないところだが年間4万人の来島者あり。その理由。 ・島間の交流事例・・・与論、沖永良部での淡水化プラント交流等 ・海士町（島根県）の定住促進策 ・定住促進策としての住宅供給（分譲等）ほか施策の成功例、失敗例 ・「写真のまち」事例 ・伊江島の民泊～修学旅行客 ・東村（沖縄県）のブルー（グリーン）ツーリズム（体験型） ・屋久島のブルー（グリーン）ツーリズム ・豊後高田市・・・昭和のまち ・徳之島・・・スポーツ交流、闘牛 ・「いやしの島づくり」で実際にまちおこしは成功するのか ・鹿児島県こしき島「アートイベント」

第3回 「交流型のまちづくりの課題」

班	設問項目
マーケット調査班	<p>⇒GAP調査の結果から、①問題点②解決法③新たな取り組みを提案する</p> <p>① 問題点</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「与論島」の認知度が低い（行くきっかけが生まれない） ・「食」の質の中身（与論独自のメニューが少ない） ・ビーチと夜空の期待、満足度の高さ（逆に言えば天気は左右される） <p>② 解決法（案）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・島民の意識を高める（個々がアピールする） ・生産者が食メニューを提案するなど飲食店・宿と連携 ・雨天時の時間の過ごし方を考える <p>③ 新たな取り組み</p>
可能性調査班	<p>⇒たびんちゅや与論ファンが感じている魅力を生かした取り組みを提案する</p> <p>○人材登録制度を作る</p> <ul style="list-style-type: none"> ・どんな分野でも、どんな些細なことでもいいので、島の人の得意なことを登録してもらい、データベース化して、旅行者とのふれ合い・交流の場を作る。 <p>例：植物でカゴを作れるとか、タコ釣りの名人とか。</p> <p>○環境の再生、整備</p> <p>オオゴマダラ（蝶）の再生、海がめが上がってくることをもっとPRするなど。</p> <p>○中長期滞在対応</p> <ul style="list-style-type: none"> ・与論島での衣食住、スローライフを体験できる、1DKくらいのウィークリーマンションを提供する。 ・沖縄から鹿児島への通過点として島の魅力をPRする（途中下船できることを生かす）。 ・ホームページ等で自由旅の観光機能充実させる（与論島でどんな過ごし方ができるのか、食事や体験など） <p>○与論ファンのネットワーク化</p> <p>島外でのオフ会など。</p>
事例調査	<p>⇒事例から、マネしたほうがよいと思う点を探し出して、与論での取組みを提案する</p> <p>○新しい町づくり</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ヤーナーで呼び合う ・方言を活用した観光商品を作る ・アーティストへ呼びかけて、アートを活用する ・地元で映画を製作し、ユーチューブへアップする ・スポーツ以外のイベント、大会を作る（釣りなど） ・昔話（武勇伝）の発掘など（アジニッチェー、ウブドーナタ、サーギマートウイなど） <p>○資源の活用</p> <ul style="list-style-type: none"> ・水道から深層水が出ているのを生かす（深層水風呂） ・海の駅を作る <p>○仕掛け作り</p> <ul style="list-style-type: none"> ・企画と実行の推進体制を確立する ・学校や家庭での学びの場を含め、地産地消の仕組みづくりをする ・民間主導型の仕掛け作り ・空港等の共同送迎の体制作り ・入込客数15万人の頃のしかけ造り不足 ・地元ポイントの利活用 ・空港、フェリーターミナルのカウンターデスク ・国等の制度の活用 <p>○食メニュー</p> <ul style="list-style-type: none"> ・マグロカレーの開発 ・産地直売所（道の駅など） ・うみんちゅ食堂の開設

第4回 「自らの行動計画」

○民間事業者としてこれから取り組むべきこと

メンバー意見

- ・学生をプロモーション・商品開発・サービス改善に活かす（巻き込む）。
- ・入込客数の増加を基本としつつ、一部は滞在日数、高単価化を目指す。
- ・「環境」先進地としてのフィールド特性を活かした売り込み（大学ゼミ等）。
- ・援農や地域貢献などで売る（集客する）。
- ・団体から個人へ。
- ・流通への対応（ウェブ）。
- ・景観の特性重点化（ゾーニング）。

まとめ

対応すべきは観光事業者だけでない。“誰が” “何を” “どうやって” するか？

⇒観光事業者と農家、漁家等が相互に信頼し合い敬意を払い合う関係での観光再生が重要。

第7章 “観光再生”に向けた課題と視点

第7章 “観光再生”に向けた課題と視点

本章では、第1章から第6章において収集・整理した様々な情報から、与論町における“観光再生”に向けた課題として想起されるポイントを抽出し、次章（第8章）及び次々章（第9章）において、基本戦略、重点方策、ならびに条件整備のあり方を検討するにあたっての基本的な視点として整理する。

1 課題の抽出

課題抽出にあたっては、下記に掲げる通り、本調査研究着手時点からの基本的な問題意識を抽出軸として活かした。

図表7-1 図表課題抽出のための問題意識（抽出軸）

A: 調査研究委員会 委員長の問題意識	:地域のありのままの生活習慣等(地域文化)こそが顧客満足を高める (地域文化軸)
B: GAP 調査の問題意識	:潜在顧客のニーズに応えることによって市場開拓をすること (マーケット軸)
C: Iターン町民等の問題意識	:意図的に与論町での暮らしを選択した“たびんちゅ(旅人)”の視点を活かす (たびんちゅ軸)
D: 委員会、WSの問題意識	:官民の適切な役割分担のうえで、それぞれができることをする (担い手軸)
E: 有識者等の問題意識	:与論ファンの視点から与論町観光に求めることは何か (与論ファン軸)

図表 7-2 主たる課題の抽出結果

第1章 与論町の概況

目次	抽出軸	課題として想起されるポイント
1 位置・地勢	地域文化軸	<ul style="list-style-type: none"> ・ 亜熱帯気候であり、11月～2月の4か月を除く8ヵ月間は海に入ることができる。 ・ 周囲約20kmとコンパクトな島でありながらも、地区ごとに伝統や生活習慣が異なる多様性のある島である。 ・ 周囲約20kmという島のサイズは、無人島でもなく、大規模な島のまちでもないため、便利に快適に時間を過ごすことのできる可能性をもった離島らしい離島である。
	マーケット軸	<ul style="list-style-type: none"> ・ 地理的にみれば与論島は沖縄県エリアである。沖縄における着地型観光の行き先のひとつとして位置付けるのが得策である。 ・ 与論島から東京までと同距離帯に、韓国、中国北部、台湾、フィリピン島が含まれる。沖縄周遊圏としてのインバウンド誘客も将来目標としては考えられる。 ・ 周囲約20kmとコンパクトな島であり、どこからどこへでも移動しやすい距離である。そのため、島中のあらゆるコンテンツを短い期間に堪能していただくことができる。
	たびんちゅ軸	<ul style="list-style-type: none"> ・ メジャーな沖縄本島や沖縄の離島とは違う、穴場的なイメージをアピールする。
	担い手軸	<ul style="list-style-type: none"> ・ 周囲約20kmとコンパクトな島であり、島の住民を挙げての取組が展開しやすい。
	与論ファン軸	<ul style="list-style-type: none"> ・ コンパクトな島なので島の全体像をとらえやすい。 ・ 鹿児島県であることやどこに位置するかもわからない。 ・ 精神文化的には琉球文化圏の一部であることを自覚した観光施策が必要。沖縄との連携も重視して。
2 沿革	地域文化軸	<ul style="list-style-type: none"> ・ 奄美世、按司世、那覇世、大和世、そして現代と、多様な文化の中で醸成されたチャンプルー文化が息づいている。
	マーケット軸	<ul style="list-style-type: none"> ・ 沖縄県民から見ても、沖縄の原風景を感じさせる文化が残っている。
	与論ファン軸	<ul style="list-style-type: none"> ・ 島外の人を受け入れようとする。 ・ 排他的なところが多い離島の中でヨロン島の人々はひととなつこくいい人が多い。 ・ 奄美観光のうたい文句である、生物多様性のある豊かな自然、独自の奄美文化（島唄、八月踊り等）は与論島には当てはまらない。 ・ 自然は沖縄の島々には負けること、精神文化的には琉球文化圏の一部であることを自覚した観光施策が必要。沖縄との連携も重視して。
3 人口・世帯	地域文化軸	<ul style="list-style-type: none"> ・ 人口の自然減、社会減のダブル減少のなかにあっては、単に「観光」を再生するという取組ではなく、地域活性化とともにある観光再生を目指すべきである。
	マーケット軸	<ul style="list-style-type: none"> ・ 人口の急激な減少はまちをさびしくさせてしまう。余暇時間を使って来島した人たちにとって、ゆとりを感じることは大切だが、さびしすぎる雰囲気は逆効果となる。一定の人口の維持、そのための産業、教育の場の維持、一定量の観光客の維持は必要不可欠である。
	たびんちゅ軸	<ul style="list-style-type: none"> ・ 与論島で生まれ育ち現在も島内に居住している者の多くが島外での生活経験、教育経験、社会人経験を持っているため、チャンプルー文化醸成の源である“たびんちゅ”感覚を持つ住民が多い。 ・ Iターンで島に在住している人が多く、彼らの“たびんちゅ”感覚は地域活性化に大いに役立っている。
	担い手軸	<ul style="list-style-type: none"> ・ 高校から本土の都市圏に進学する住民が多く、島外在住の出身者が多数いることは、与論島のPRをしてくれる人材が多数都市圏にいるということである。
4 産業	与論ファン軸	<ul style="list-style-type: none"> ・ 故郷のために一役買いたいと希望する出身者が多数いる。
	地域文化軸	<ul style="list-style-type: none"> ・ 農業が島の基幹産業であり、農業なくしては地域の活性化も観光の再生もない。農業の営みと農家の暮らしによって培われてきた生活文化を再発見し、持続可能な農業を育てていく必要がある。

目次	抽出軸	課題として想起されるポイント
	マーケット軸	<ul style="list-style-type: none"> 農業体験は観光マーケットにおいてポテンシャルの高いコンテンツである。農業の営みと農家の暮らしによって培われてきた生活文化を生かした商品・サービスの開発が望まれる。
	担い手軸	<ul style="list-style-type: none"> 観光サイドが「農産品を売ってやる」といった姿勢ではなく、「農業あつての観光だ」との姿勢をもって相互協力できる体制をとる必要がある。そのために農業政策、観光政策にかかわる町行政が果たすべきコーディネーターとしての役割は重要である。 地域活性化、観光再生の担い手としてUターン者に期待する役割は大きい。雇用の場が少ないためUターンの受け入れに限界がある。1人でも多くのUターンを受け入れることができるよう、スモールビジネス、コミュニティビジネスの起業促進を図ることも必要である。
	与論ファン軸	<ul style="list-style-type: none"> (人口よりも多いといわれる牛の飼育をしているにも関わらず) 地元で与論牛を食べることができない。「地産地消」という最重要「ブランド力」が欠如。 島で経済が循環するための工夫が必要。 雇用の創出を図っていかなければならない。

第2章 与論町の観光の現状

目次	抽出軸	課題として想起されるポイント
1 与論町観光の沿革・特色	マーケット軸	<ul style="list-style-type: none"> 15万人入込時代は、受け入れるだけの“観光”だった。これからは“呼び込める”観光を始めるべきである。
	たびんちゅ軸	<ul style="list-style-type: none"> 15万人入込時代に来島した“たびんちゅ”の一部がIターン者となり、新しい文化の醸成に大きな役割を發揮している。
	担い手軸	<ul style="list-style-type: none"> 15万人入込時代に宿泊業に参入した多くの事業者のうち、その後も営業している約25軒が今後の観光再生に向けた重要な担い手である。
	与論ファン軸	<ul style="list-style-type: none"> 「与論島」の名称を印象づけることが必要。
2 観光・交流人口	マーケット軸	<ul style="list-style-type: none"> 夏場の入込がピーク(昭和54年)の7.2万人から現在(平成22年)の1.3万人へと5.9万人減少している。夏場における集客の回復が今後の大きな課題であるという側面もあるが、商品・サービスの経営安定化という面からみれば、通年での集客の平準化についても大きな課題であると考えべきである。
3 観光資源	地域文化軸	<ul style="list-style-type: none"> ここの点的な観光施設、史跡、工芸等はこれからの集客に役立つ可能性が低い。島での豊かな時間の過ごし方を提案し、その中で各資源の絡め方を提案できなければならない。例えば、十五夜踊りの「アサイナ」の仮面を作る体験などがあってこそ、サザンクロスセンターの展示施設の価値が高まる。 ダイビングショップの経営者と顧客が家族的な関係を築き、リピートを獲得している。 遊泳しながら釣りをするという島独自の遊び方がある。 ハミゴで合コンという伝統的風習がある。 ソテツも見当たらない。ハイビスカスもブーゲンビリアもそこかしこに咲いているというわけではない。
	マーケット軸	<ul style="list-style-type: none"> 百合ヶ浜の集客力は大きい。 60か所あるといわれる大小さまざまなビーチの特徴を生かした演出が必要である。 ダイビングスポットが島中に点在しているので、風向きに関係なく、どこでもいつでも潜ることができる海。 宿泊施設への評価は“人”で維持されている。施設・衛生面では沖縄と比べて評価が低く、これが観光客の減少と関連がないとは言いきれない。 サザンクロスセンターはメンテナンス不足が見受けられるためリピート機会を逃しているのではないかと懸念される。特長をより生かしたシンプルで清潔な施設へとメンテナンスを強化する必要がある。 海の透明度が圧倒的に高い(25m)。

目次	抽出軸	課題として想起されるポイント
	たびんちゅ軸	<ul style="list-style-type: none"> ダイビングショップ等のアクティビティサービスも、もとは“たびんちゅ”が始めたと聞く。物販や飲食の営業中人気店も“たびんちゅ”による起業である。自ら仕事を生み出さなければ島で暮らしていけないという事情がこうした起業を生み出す原動力になっているものとみられる。こうした機会を今後もより多くしていくことで、島における雇用機会も生み出されるものと考えられる。
	担い手軸	<ul style="list-style-type: none"> 与論民俗村（民間経営）の存在意義の大きさ。 地域の公民館等を観光客のおもてなしに活用できないか。
	与論ファン軸	<ul style="list-style-type: none"> 人をひきつけてやまない海中の美しさ 使わなくなったホテルを大学や専門学校等に売却して、そこを観光や介護の教育の場にしよう。 特産品の共同開発（ヨロンの塩を使ったお菓子など） 沖縄に負けない素晴らしい自然が残されている。 いい海をもっているながら、それが生かされてない。 ハイビスカスが日本一種類多く咲いている島にする。
4 観光関連産業	地域文化軸	<ul style="list-style-type: none"> たびんちゅをもてなす文化がもともとある。
	担い手軸	<ul style="list-style-type: none"> 今も残る約 25 軒の宿泊施設の経営者及びその家族等のスタッフそれ自身が観光資源である。顧客を家族の一員としてもてなすサービスの規格化が求められる。 民泊的要素はすでにあるので、その良さを強調してサービスに。 施設が古くても衛生的にすることはできるはず。 宿泊施設の情報発信を質・量ともに充実させることが必要。 共同化できるサービス（空港・港～宿泊施設／島内移動、売店、アメニティの調達等）を模索すべき。
5 交通・運輸	マーケット軸	<ul style="list-style-type: none"> 15 万人入込時代と比較しても空路での入込には大きな変化がなく、海路での入込の減少が著しい。 本部（沖縄）からの海路アクセス、沖縄を含む周遊観光の商品開発が必要。 島内の移動が不便。 沖縄のレンタカーの電気自動車化と連携するメリットを検討することが必要。 沖縄県にもっとも近い他県（鹿児島県）なので、沖縄県民が与論島へ旅行すると、那覇空港内のDFSを利用することができる。
6 計画・推進体制・主要公共施設	担い手軸	<ul style="list-style-type: none"> 行政主導の観光振興に依存傾向が強く、民間の動きが鈍い。 顧客情報を民間事業者自身が収集、分析する体制をつくるべき。

第3章 観光入込客の現状及びニーズ

目次	抽出軸	課題として想起されるポイント
2 観光客属性	マーケット軸	<ul style="list-style-type: none"> 関東エリアがメインマーケット。 鹿児島マーケット、沖縄マーケットも重要。
3 観光形態	マーケット軸	<ul style="list-style-type: none"> （意外に安い）バックツアーのプライス情報が有効に発信されていない。 旅行目的次第では海路アクセスの利用は増やせる。
4 観光利用・ニーズ	マーケット軸	<ul style="list-style-type: none"> 百合ヶ浜、与論民俗村、サザンクロスセンターは定番観光地。 観光資源、宿泊施設、食事、費用のいずれも重要な要素。
5 観光に係る評価・意向	マーケット軸	<ul style="list-style-type: none"> 9割以上がリピート意向あり。 宿泊施設のおもてなし、海岸線の景勝、60のビーチ、宿泊施設が高評価。 交通アクセス、移動手段が最大の課題。 今後の島づくりについて、「新しいことをせず、現在のヨロン島の魅力や雰囲気などを大切に守る」ことを期待するものが半数。 今後の島づくりについて、「一般に知られていないヨロン島の魅力や資源を発掘したり、情報発信したりする」ことを期待するものが約3割。

第4章 観光マーケット、観光ニーズの現状・今後の方向性

目次	抽出軸	課題として想起されるポイント
2 知名度・来島経験	マーケット軸	<ul style="list-style-type: none"> ・ 与論島の知名度は9割弱。 ・ 20～34歳では3割が与論島を知らない。34歳以下の知名度を高めることによって集客効果が高まるポテンシャルを示している。 ・ 沖縄県居住者のほとんどが与論島を知っている。 ・ 与論島に来たことがある人は1割弱。 ・ 沖縄県居住者では約2割が来島経験あり。 ・ 旅行先として検討したことがある人は2割弱。 ・ 来島経験がある人のうち約8割が1回だけ、約2割が2回以上来島したりピーター。 ・ 2回以上来島経験がある人のうち3割が4回以上来訪。
3 競合地域	マーケット軸	<ul style="list-style-type: none"> ・ 来島経験がある人のうち、他地域と比較検討せずに与論島に旅行したのは8.5割。 ・ 来島経験がないが旅行先として与論島を検討した人のうち7割は、他地域と比較検討した結果、与論島を選んでいない。 ・ 比較検討して与論島へは旅行せず、他の場所に旅行したもの（203人）のうち、比較検討対象を回答したもの（145人）でみると、比較対象は海外が1割、国内が9割である。 ・ 国内の競合地域としては、沖縄本島及び離島が約7割。 ・ 「自然に恵まれた観光地である」、「景観が美しい」の2項目では、沖縄本島よりもイメージを強く持たれている。 ・ 「海で楽しめる」というイメージでは沖縄本島とほぼ同等のイメージを持たれている。 ・ 沖縄県の離島と比較すると総じてイメージが弱い。
4 旅行形態	マーケット軸	<ul style="list-style-type: none"> ・ 夫婦での旅行を除き、ファミリーで与論島に旅行するものは一般的な観光地に比較して少ない。 ・ 女性のグループ旅行、男性の一人旅、首都圏の男女ペア旅行に与論島の強みがある。 ・ 民宿はシニア層に選好されているが、沖縄県の人には民宿以外を選好する傾向がやや強い。
5 観光イメージ	マーケット軸	<ul style="list-style-type: none"> ・ 「観光資源の差別化を打ち出せていない」、「認知度があまり高くない」ことが推測できる ・ 沖縄県居住者によるイメージ評価が比較的高い。 ・ 世代ごとの認知度の隔たりが大きく、特に20～34歳の認知度の低さがうかがえる。

目次	抽出軸	課題として想起されるポイント
6 観光資源に対する認知・関心度	マーケット軸	<ul style="list-style-type: none"> ・ 経験したコンテンツは、すべて60%の満足度を超えている。 ・ 経験度が6割未満であったものは、与論島ならではの伝統的文化に関するコンテンツ、スポーツイベント、マリンスポーツ。 ・ 期待度が高かったのは、「ビーチ」、「マリンスポーツ」、「草花」、「景勝地」と続き、これらは満足度も高い。 ・ 満足度の低いものに、「お土産」、「飲食店の昼食」、「飲食店の夕食」といった基礎的な顧客サービスが列挙されている。「文化遺産・史跡」の満足度も低い。 ・ 「夜空」、「郷土料理」、「三線の唄・踊り」、「与論献奉」、「飲食店のおもてなし」は、期待度はそれほど高くないが満足度は高い。 ・ 飲食店の食事の満足度が低いにも関わらず、「飲食店のおもてなし」の満足度が高いという点に、人によるおもてなしの質の高さがうかがえる。 ・ 認知は低い、興味は高いものは「ビーチ」、「星空」、「トロピカルフルーツ」、「星砂」、「花」といった自然的資源、次いで「魚介」、「鶏飯」と食に関する資源が続く。 ・ 35歳以上の女性、50～64歳のシニア層に対しては、「花」、「星砂」、「海」が強い訴求力をもつ。 ・ 女性は男性に比べて、認知も関心も高めの傾向がある。 ・ 50～64歳では、「花」、「星砂」が認知・関心がともに高く、現在の「集客コンテンツ」となっている。 ・ 女性のうち特に35～49歳では、「花」が認知・関心ともに高く、現在の「集客コンテンツ」となっている。 ・ 女性のうち特に50～64歳では、「花」、「星砂」、「海」認知・関心ともに高く、現在の「集客コンテンツ」となっている。 ・ 沖縄県居住者では、「島独自の文化」、「神社・城跡」、「花」が認知・関心ともに高く、現在の「集客コンテンツ」となっている。 ・ 女性のうち特に50～64歳では、「神社・城跡」、「島独自の文化」への関心が高いのが特徴的である。 ・ 「もずく」について、男性に比べて女性からの関心が10%程度高いのが特徴である。特に、35～49歳において高い関心を引いている。 ・ 20～34歳の女性が強く関心を示したものは、「ビーチ」、「星空」、「トロピカルフルーツ」、「星砂」、「鶏飯」、「花」、「海」「魚介」等の南国リゾート的コンテンツであるが、これに次いで「海中宮殿」、「ミコノス島」というちょっと意外性のあるコンテンツが挙げたところに特徴がみられる。 ・ 首都圏と関西圏の居住者は、コストパフォーマンス（時間と費用）をシビアに評価している。 ・ 「飛行機」への関心の高さは、アクセスの良さへの関心の高さであると読むことができる。特に、50～64歳の年齢層と沖縄県居住者において関心が高い。
7 来島意向	マーケット軸	<ul style="list-style-type: none"> ・ 今後1年間の与論島への来島意向は4割強。 ・ 20～34歳の男性、20～49歳の女性、沖縄県居住者に今後の可能性がうかがえる。

第5章 新たな観光動向及び先進事例地域の取組の把握

目次	抽出軸	課題として想起されるポイント
各地域事例	地域文化軸	<ul style="list-style-type: none"> ・ 新しいことではなく、今あるまちの自然を生かす（東川）。 ・ 観光振興ではなく産業再生で集客を実現（海士） ・ 高校生が残っていただける島にする（海士） ・ デザインするというアプローチで地域ブランディング（四万十） ・ ありのままのまちの姿を再生、観光ではなく地元商人の活性化により持続的大量集客を実現（豊後高田） ・ 観光がないところに観光をつくった（東村） ・ アーティストの受け入れ（甌島）
	マーケット軸	<ul style="list-style-type: none"> ・ ターゲットを写真を撮る人に絞って、来てもらいやすい環境（住民が被写体になる協力）をつくった（東川）。

目次	抽出軸	課題として想起されるポイント
	たびんちゅ軸	<ul style="list-style-type: none"> ・ 仕掛け人が「ヨソ者」(複数)。
	担い手軸	<ul style="list-style-type: none"> ・ お年寄りが共同で“コンビニエンスストア”を起業(耶馬溪)。 ・ 写真を撮りに来る旅行者に対し、住民が被写体として協力するという参画の仕方もある(東川)。 ・ 取組当初に政府の支援を受けて起爆剤にしている(複数) ・ 「昭和のまち」を、観光とは無縁の日用品、食品、雑貨店、薬局、精肉店等の各店舗が協力して再現(豊後高田) ・ 地元ガイド登録制度によりサービスの標準化に取組(屋久島) ・ 住民による「夢つくり21委員会」を中核に活動(東村) ・ 島の有志でLLP(有限責任事業協同組合)を設立し、旅行業を開始(姫島)

第6章 “観光再生”に向けた住民・関係者等の意識・意向

目次	抽出軸	課題として想起されるポイント
1 有識者調査	地域文化軸	<ul style="list-style-type: none"> ・ 日常の生活をどう見せるかが重要。 ・ 人間をひきつけるシマンチュ(語り部)の存在。 ・ 砂浜に建造物を作らない。 ・ 島の文化である方言を絶やさない。 ・ 島民とのふれあいの機会を増やす。 ・ 中長期滞在の故郷的な島。 ・ シマンチュのおもてなしの心と「つながり力」、「巻き込み力」
	担い手軸	<ul style="list-style-type: none"> ・ (島の人に)実践する行動力があるかどうか。すぐにでもやる、という実践力が重要。 ・ 人間をひきつけるシマンチュ(語り部)の後継者育成が必要。 ・ 日本中に散らばっているシマンチュの方が多。 ・ 全国与論会や各地与論会と島との情報交流。 ・ 数年に一度の里帰り運動。
	与論ファン軸	<ul style="list-style-type: none"> ・ 来島者を「星の砂大使」とか「与論献奉大使」とかに勝手に任命してしまい与論ファンにしてしまう。どこでもやっていることだが、ストーリーと飽きさせないための工夫をすれば効果的である。 ・ 島外在住の与論島出身者のPRは徹底して行えば効果がある。そのための受け皿がほしい。 ・ 「豊かさとは何か」を教えてくれる「生活モデル」となることを目指してほしい。 ・ エコ生活のモデル地にする。 ・ ロケ地誘導。 ・ 情報発信が一般的すぎるので、マニヤックな方法で情報発信をする能力が問われている。 ・ 与論のいいところだけ、きれいなところだけ情報発信するのではなく、それぞれの目的に応じた情報発信をすることが必要(海に潜りたい人には海中の画像を見せるなど)。 ・ 戦略的に話題づくりをすることが必要。 ・ 沖縄の島々と連携して沖縄への観光客を与論に呼び寄せる。
2 町民ヒアリング	地域文化軸	<ul style="list-style-type: none"> ・ 人が温かくやっばり(移住して)よかったなと感じている。 ・ 他の島にも旅をするが、与論島民はすごくやさしい。他の島は“たびんちゅ”に対して排他的である。 ・ 文化で人を呼べる島にしたい。食文化であったり、生活慣習であったり。島民全員が三線(さんしん)を弾ける島なんていいと思う。民俗村で昔の方言を教えてくれたりするのもいい。 ・ 与論島人は、文化を失っていつていることに対してあまり危機感を感じていない。 ・ 観光客数を増やすことを目的とするのではなく、与論島の魅力を磨くことが大事。魅力がないと、島民も自信を持って与論島に来てとは言えない。 ・ 与論島の価値を高めることが大事である。 ・ 昔の感覚(与論島がブームとなる前)に戻る本当の“ルネッサンス”ではないか。

目次	抽出軸	課題として想起されるポイント
	マーケット軸	<ul style="list-style-type: none"> ・ 与論島に元々あったのが大衆居酒屋ばかりだったので、ある程度上品さをもった、女性に喜ばれる専門店（イタリアンレストラン）を意識してお店を作った。 ・ 最近、海を目的としない旅行者も増えていると感じる。
3 町民ワークショップ	マーケット軸	<ul style="list-style-type: none"> ・ 観光客を増やすよりもまずは町がいきいきすればいい、という意見は地元の声として挙がっている。観光客が減っているとはいうが与論島好きの客はむしろ増えているように感じる。 ・ 修学旅行生が100人増えても、宿以外はあまり経済的に影響はない。しかし、映画「めがね」を見て与論島に来るような旅行者は島内をじっくり回ってくれるので10人でも影響がある。 ・ ダイバーは潜ることを目的に来ているので与論島のことを知らない。だから逆に、島内を案内するととても喜ばれる。 ・ 与論町には産業がない。だから、昔の観光客数の多さが美化されている。しかし、あれは離島ブームが生み出したもの。「日本の最南端」という冠があったからこそ実現したもの。日本の最南端ではない今、何か魅力がないと人は来ない。 ・ 鹿児島沖縄間の船の周遊チケット（1週間に限り途中下船可）を活用すれば、もっと安く離島めぐりができる。しかし、船会社にとってお金が落ちるわけではないのでシステムとしてはあるのに全く宣伝していない。 ・ 船の運賃が安くなればもっと利用者が増え、来島者が増加する。そうすれば、島に落ちるお金も増え、町が豊かになり、町の魅力も増して賑わう。町が賑わえば人が人を呼び、船の利用者も増えるという循環が生まれるはずだ。 ・ 宿一軒一軒に売り（個性）がない。
	たびんちゅ軸	<ul style="list-style-type: none"> ・ できるだけしまんちゅの中で暮らしたいと思い、ここ（東区：民俗村の裏）を居住地に選んだ。 ・ 島の人に自分たちが何をやっているかが見えるように、島民に認めてもらおうと、茶花でレストランを開業した。 ・ （島の良さが）地元の人には当たり前すぎて分からない。地元の人では気づかないのだから“たびんちゅ”の言うことを信じて取り入れてほしい。
	担い手軸	<ul style="list-style-type: none"> ・ 町民ら数名と協力して、島の情報誌を自分たちで独自に作成し、観光協会などに置いてもらっている。また、アートのものがあつたほうが地域が活性化すると思い公園にオブジェを置いている。 ・ 茶花でお店を営んでいる人は“たびんちゅ”が多い。 ・ 地元の人自分たちがやらなきゃという思いが強いのか、自分たちでやって、それでできない部分は東京などの外に外注する。もっと“たびんちゅ”を活用すればいいのと思う。 ・ 大学に進学するときは必ず島外に出るのだから、そこで“しまんちゅ”でありながら“たびんちゅ”の感覚を養って、それを島で生かしてほしい。外からの目は重要だと思う。 ・ 名産品については“たびんちゅ”ではなく“しまんちゅ”にリードしてほしい。 ・ 与論町は兼業が多い。宿なら宿で、本業1本でいけて、それを維持できるぐらいは観光客に来てほしい。子どもが家業を継ぐことに魅力を感じられるようではなければならない。 ・ 観光産業を賑わわせるためには、それぞれの事業者ごとに動くのではなく、もっと観光関連事業を全体で捉えて、動いていかなければいけない。 ・ 与論島で宿を営んでいる人は、掃除が行き届いていないとか畳が焼けっぱなしとか、プロ意識が低い。観光事業者は実際に自分で足を使って他の旅行地に旅行をして目で見て学んでほしい。

目次	抽出軸	課題として想起されるポイント
	地域文化軸	<ul style="list-style-type: none"> ・ 環境の再生。オオコマダラ（蝶）の再生、ウミガメが上がってくることをもっとPRするなど。 ・ ヤーナード呼び合う。 ・ 方言を活用した観光商品を作る。 ・ スポーツ以外のイベント、大会を作る（釣りなど）。 ・ 昔話（武勇伝）の発掘など（アジニッチェー、ウブドーナタ、サーギマートゥイなど）。 ・ 水道から深層水が出ているのを生かす（深層水風呂）。 ・ 海の駅を作る。 ・ 学校や家庭での学びの場を含め、地産地消の仕組みづくりをする。 ・ マグロカレーの開発 ・ 「環境」先進地としてのフィールド特性を活かした売り込み（大学ゼミ等）。 ・ 援農や地域貢献などで売る（集客する）。 ・ 景観の特性重点化（ゾーニング）。都会化した部分、琉球の原風景が残っている部分など特色ごとにゾーニングできないか。
	マーケット軸	<ul style="list-style-type: none"> ・ 与論島の知名度が低い。行くきっかけが生まれにくい。→島民の意識を変える（個々がアピールする） ・ 与論独自のメニューが少ない。→生産者が食メニューを提案するなど飲食店、宿と連携。 ・ ビーチと夜空の期待、満足度の高さがあるが、天候に左右されてしまう。→雨天時の時間の過ごし方を考える。 ・ 長期滞在対応。与論島での衣食住、与論島での衣食住、スローライフを体験できる、1DKくらいのウィークリーマンションを提供。 ・ 沖縄から鹿児島への通過点として島の魅力をPRする（途中下船できることを生かす）。 ・ ホームページ等で自由旅のツアー機能充実させる（与論島でどんな過ごし方ができるのか、食事や体験など） ・ 入込客数の増加を基本としつつ、一部は滞在日数、高単価化を目指す。 ・ 団体から個人へのシフトに対応。 ・ 流通への対応（ウェブ対応）の強化。
	担い手軸	<ul style="list-style-type: none"> ・ 人材登録制度をつくる。どんな分野でも、どんな些細なことでもいいので、島の人の得意なことを登録してもらい、データベース化して、旅行者とのふれ合い、交流の場をつくる。（例：植物でカゴを作るとか、タコ釣りの名人とか） ・ アーティストへ呼びかけて、アートを活用する。 ・ 地元で映画を製作し、YouTubeへアップする。 ・ 企画と実行の推進体制を確立する ・ 空港等の共同送迎の体制づくり ・ 15万人入込の頃の仕掛けづくり不足 ・ 地元ポイント（観光客にとって得があるクーポン・システム）の利活用 ・ 空港、フェリーターミナルのカウンターデスク（宿やアクティビティの情報及び手続き斡旋などをサポートするサービス） ・ 国等の制度の活用 ・ 産地直売所（道の駅など） ・ うみんちゅ食堂の開設 ・ 学生をプロモーション・商品開発・サービス改善に活かす（巻き込む）。 ・ 対応すべきは観光事業者だけでない。“誰が”“何を”“どうやって”するか？ ・ 観光事業者と農家、漁家等が相互に信頼し合い敬意を払い合う関係での観光再生が重要。 ・ 町内でのイベント参加状況は良くない。地元で盛り上がっていないと旅行者も盛り上がれない。イヤでも参加するぐらいの姿勢、意識を持つことが必要。
	与論ファン軸	<ul style="list-style-type: none"> ・ 与論ファンのネットワーク化。島外でのオフ会の開催など。

2 視点の整理

前節（「1. 課題の抽出」）で抽出した課題から、次章（第8章）及び次々章（第9章）において、基本戦略、重点方策、ならびに条件整備のあり方を検討するにあたっての基本的な視点を以下の通り整理する。

(1) 与論町の活性化を考えるうえでの基本的な課題

視点（1）－① 観光客 15 万人の実績は、1980 年頃までの離島ブームにおける “一時的な” 現象であり、“観光ビジネス” によるものではなかったと総括すべきである

- 1970 年代を中心に全国的に起こった離島ブームの頃の与論島への観光客数は、戦後から 1972 年の沖縄本土復帰までに高まった “日本最南端の島” としての知名度を基礎として、沖縄復帰後も急速に増加した。しかし、1979 年の 15 万人をピークにその後減少に転じ、海外旅行を含む観光をはじめとする余暇活動が本格的に増加し始める 1985 年（プラザ合意によるバブル経済の始まり）前後には 10 万人を割り込んでいる。以降は年々減少の一途を辿り、近年は最盛期の 4 割に満たない 6 万人を下回る状況となっている。
- ここで認識すべきことは、かつての 10 万人ないし 15 万人という観光客数はあくまでも一時的な現象であったと総括し、これを基準として目標の設定をする考え方から脱却すべきということである。
- また、当時は押し寄せる大量の来島者に対して、不便がないように宿泊と食事を提供することに終始した “サービス” が実施されていたにすぎず、「付加価値をつけて観光客をおもてなしする」という観光サービスは十分に提供されていなかったと省みることが必要であろう。このことが、離島ブーム終焉後の夏場における来島者の激減の背景に横たわっているものとみることが必要であろう。還元すれば、当時の与論島では、宿泊施設や飲食店はたしかにあったが、「観光ビジネス」といえるものはほとんどなかった、と総括した方がよい。
- しかしながら、最盛期には 100 軒以上あった宿泊施設のうち、現在もなお営業を継続している 23 軒の宿泊事業者、及び観光関連サービス事業者が営業継続していくに足る観光客数を確保し、与論町における観光業の基礎を維持しておきたいというのは妥当な考え方であると言える。
- こうした認識を踏まえると、観光に係る計画目標を設定するにあたっては、むやみに量的拡大を志向するのではなく、あくまでも現在の観光事業者が展望を持って安定的に営業できる規模（約 7 万人を想定）を目安とするのが得策であると考えられる。

視点（１）－② 観光が低迷している根本的要因は、島独自の生活習慣や共同体のあり方、自然との付き合い方、風景、伝統文化、農業等の地場産業などによって培われてきた島暮らしの豊かさが実感できなくなっていることにあるものと認識すべきである

- 観光の浮沈が与論町の地域経済に直接影響していることから、観光の低迷こそが最大の課題であるかのような認識が根強くあるが、その観光の低迷を招いている要因がどこにあるかを探り、抜本的対策を講じるべきとの認識が希薄であるように見受けられる。
- 与論島観光に対する来島者による満足度の状況や、潜在市場が示す期待感等をみると、その内容は、この島に伝統的に継承されてきた島暮らしの豊かさに他ならない。
- このように考えると、観光低迷の根本要因を、観光業をめぐるサービスの不備や宣伝不足ということに帰結させるのは短絡に過ぎる可能性が高い。
- 他方、与論島は歴史的に見ても、琉球、薩摩、その他地域から来たたびんちゅとの交流を通じて、独自の与論文化を形成してきた混合文化（チャンプルー文化）の島であると言ってよい。島内外の交流が停滞することは、与論島の文化を停滞させることにつながる。与論島において、観光を振興することは、独自の文化を醸成、進化させる営みであるとの認識をもつことが必要である。
- こうした観点から、今一度、農水産業をはじめとする地場産業や街並み、生活習慣、個人または家族同士の付き合い方、お互いの呼び合い方や地域での冠婚葬祭をはじめとする助けあい・支え合いといった共同体のあり方、食文化（地産地消）など、島人にとって与論島で暮らすことの豊かさの構成要素を研究し、その価値を顕在化・再生し、活用する取組みを展開することがきわめて重要であろうと考えられる。

（２）与論町の活性化の担い手のあり方を考えるうえでの基本的な課題

視点（２）－① 転出者が多いというマイナスを、島外の与論町出身者の人脈の活用へとプラスに転化することが必要である

- 近年数年間でみても、毎年 340～450 人程度の転出者がおり、社会動態の微減傾向が続いている。社会減傾向が続いているということは、当該地域に若者の進学先、就職先、または婚姻相手が見つからないということの意味し、一般的には地域の活性化を阻害する要因と考えられている。
- 転出者の転居先は不明であるが、九州内の県庁所在都市、東京、大阪、名古屋といった大都市圏に転居する人が少なからずいるだろうと推測される。そのうち一部はUターンするであろうが、そのまま大都市圏に住まい続ける人も多いものと思われ、都会に居ながらしてできることであれば、郷土の役に立ちたいという意向を持っているであろう。
- そのような彼らの意向をしっかりととらえ、彼らの人脈を活用した情報発信や協力者の確保を意

図的に仕掛けることも、地域活性化のための大変有効な戦術となりうる。

視点（２）－② 地域活性化とともにある観光振興の成功は、住民やNPOなど民間主導の取組によるところが大きいという点に注目し、これに倣うべきである

- 小値賀町における事例（補助金なしで事業を継続しているNPO及び公社の活躍）をはじめとする複数の事例は、観光振興を中心とする地域活性化の取組が、住民グループやNPO等の公益団体、LLP（有限責任事業組合）等による民間主導によって進められていることが見て取れる。
- 与論町における観光振興の取組は、町行政の主導によるところが大きい。民間の主体としては観光協会があるが、その財源の多くを町財政に依存しているほか、事業活動についても町行政と一体的な活動が多く、会員事業者等の自発的取組みを誘発し、巻き込むような独自の民間活動に乏しいと言わざるを得ない。
- 一方、前出の通り、より本質的な課題は与論町の総合的な活性化であり、その課題を観光業の活性化へと矮小化するのは得策ではない。つまり、今般課題の“観光再生”に向けた取組を、行政においては商工観光課、民間においては観光協会だけの業務課題とするのではなく、行政においてはより横断的な体制の整備を、また民間においては新たなまちづくり事業体の組織化を模索すべきであろう。
- さらに、民間における事業展開については、従来型の財政依存の慣習を改め、民間の自律的な事業展開ができるよう、後述する省庁や関係団体等による助成の獲得をはじめ、住民・産業を挙げての横断的な支援体制を整えることも必要である。

視点（２）－③ 地域活性化の成功は、他地域からのUターン、Iターン者主導の取組によるところが大きいという点に注目し、これに倣うべきである

- 四万十ドラマにおける畦地社長、小値賀町における高砂専務の存在など、観光を中心とする地域活性化に成功している事例は、活動のリーダーや中心的なスタッフに複数のUターン、Iターン者が含まれていることを示している。
- Uターン者、Iターン者は、他地域での経験に基づき当該地域に対する客観的な姿勢を持ちうること、また当該地域を自らの意思で選択して住んでいること、の2点において生まれながらの定住者とは異なった目で地域を見つめることができる。
- 与論島は歴史的に見ても、琉球、薩摩、その他地域から来たたびんちゅとの交流を通じて、独自の与論文化を形成してきた混合文化（チャンプルー文化）の島であると言ってよい。
- また与論町住民の特性として、町で生まれた住民であってもその多くが過去に本土に転居し、他所の地域で働いたり、学んだりした経験を経て今では島にUターンしてきているということがある。

その意味においては、現在もなおチャンプルー文化醸成の土壌が残っているといえる。

- 与論町においても、島外出身在住者（Iターン者）が中心となって結成したグループ「島人旅人と論島（メンバー12人中10人が島外出身者）」による活動が始まり、“たびんちゅ”の視点を活かした地域活性の機運が盛り上がりつつある。こうした好機をぜひ活用すべきである。

※ 地域活性化を成功させる要素として、「ヨソ者」、「バカ者」、「若者」の存在の重要性がしばしば指摘されている。ここで表現している「ヨソ者」という概念には排他的な意味合いは一切含まれていない。物事を客観的にみる視点、意識してそのまちを選んだ人であればこそ着目しているそのまちの魅力を実感することができるという視点の重要性を示しているのである。“たびんちゅ”はまさにここでいう「ヨソ者」に相当する貴重な住民である。また、本報告書でいう“たびんちゅ”とは、自らがその意識を持ち続けている人々のことを指すものであり、島の出身者であっても他所での生活経験、就労経験、教育経験を生かして「ヨソ者」の視点を備えている人は“たびんちゅ”であると言ってよいであろう。

視点（2）－④ 地域活性化の成功は、特定のテーマ（例えば「観光」）に制約されることのない幅広い分野の連携による相乗効果によるところが大きいという点に注目し、これに倣うべきである

- 小値賀町においても、ツーリズムの振興を目標としつつも、その目的意識は観光集客にあるのではなく、『自律した地域』の実現を通じて、新たな価値観、多様な社会像を発信・提案していく。それが小値賀の、私たちの「地域ツーリズム」です。」といった理念をもって幅広く地域活性化を目指している。他の事例においても、それぞれに幅広い文化的展開によって成功をもたらしている。
- 与論町において、「島人旅人と論島」グループがアートによる地域活性化を目指していることも、その表れである。さらに、花によるまちづくり、珊瑚によるまちづくり、農業、水産業によるまちづくり、といった展開が望まれる。
- 前出のとおり、観光を再生することは、すなわち与論町における島暮らしの豊かさを再生することである、という理念をもち、幅広く地域活性化を展望するなかで、観光業の再生を模索するという基本的考え方を明確にすることが必要である。

視点（2）－⑤ 地域活性化の成功は、その取組み当初における省庁・関係団体等との連携によるところが大きいという点に注目し、これに倣うべきである

- 内閣府、総務省、財団法人電源地域振興センター等による助成や、専門家派遣等の支援を受け、情報発信の側面での連携事例が豊富にみられる。
- 近年のこれら助成・支援措置の傾向として、行政に対するよりも、NPO等の公益活動を行う民間事業者あるいは行政も含む民間主体の協議会等に対する措置が増えていること、多数の申請団

体等による厳しい競争が生じていることが挙げられる。

- そこで、与論町においても、これら助成・支援関連情報をいち早く察知し、民間事業者による迅速な申請を可能にする準備、支援体制を整えることが望まれる。

(3) 観光業の活性化に関する課題

視点（3）－① 観光圏、文化圏としては沖縄・琉球文化圏に位置付けて取り組むのがよい

- 鹿児島県の奄美群島に属しながらも、歴史的にみても文化圏的には沖縄（琉球）圏に含まれるものとみるのが、地元住民にとっても観光客にとっても自然である。
- 観光地としては、沖縄本島を拠点とする離島観光、周遊観光圏のひとつに数えられる位置づけを確保するのが得策である。
- 一方、戦後の歴史の中でアメリカナイズされた沖縄県の都市部から喪失しつつある琉球の原風景ともいえる風景や暮らしが、与論町には今もなお息づいている。
- このことから、沖縄県民にとっても原風景を辿る観光地としての価値が高いものと考えられ、沖縄県民を市場とした観光集客の取組もまた重要である。

視点（3）－② 島暮らしにおけるありのままの日常をベースとして、観光客に付加価値を提供する“商品化”の取組みを強力に推進すべきである

- 潜在市場による期待感が高いのは、ビーチ、星空などありのままの自然の姿や、トロピカルフルーツやハイビスカス等の花、魚介といった、地場産業を通じて自然と共生する人々の営みの成果である。
- そのほか、与論城跡、与論民俗村の満足度も高い。これらもまた、単なる“静的な”旧跡としてではなく、按司根津栄神社等も含めて、これら資源が分布する地区周辺に今も息づく島の暮らしを感じさせることができる地域の文化として喜ばれているものであろうと思われる。
- これらはいずれも観光のために特に用意されたものではなく、島におけるありのままの日常と不可分のものである。
- ただし、“ありのままの日常”とは、必ずしも現在の日常という意味ではない。来島者をおもてなしするうえで、ふさわしくない環境（例えば、道路に残る牛の糞尿やその臭い等）を努めて改善すべきことは言うまでもない。

- 離島を来訪する観光客は、性別・年齢を問わず基本的に島の日常を体験したいというニーズをもっている。テーマパークのように日常ではありえないような非日常の体験ではなく、未知の日常である。とりわけ観光のためのアクティビティが充実しているわけでもない与論島観光のリピート意向の高さがそれを証明している。「現在の与論島の魅力や雰囲気大切にしたい」との来島者の声にも表れている。
- 地元住民には、“自らの日常は他所様にお見せできるようなものではない”とでもいうべき謙遜ないし羞恥の気持ちが強く、観光客にとっては大変魅力的であろうと思われる日常感のある家庭料理ですら観光客に提供することをあまりしていない。地元ではあまり食べることのないハレの食事である「鶏飯」等の“御馳走”を提供するという行為がそのような姿勢を表している。
- 特に「食」に対する観光客の期待感は大変強いため、地産地消や安全・安心をアピールできる家庭料理の提供を積極的に実施すべきである。
- これら島における“ありのままの日常”に着目したとき、「家名（やーなー）」、「与論献奉」等の与論ならではの伝統的習慣も付加価値の高いサービスとなる可能性が高い。これら島の文化を気軽に体感できるような、“おもてなしのルール”をつくる必要がある。
- さらに、島における“ありのままの日常”に着目したときの最大・最強の資源は何よりも「人」である。袴を着けない人懐っこい人柄、面倒を厭わないおもてなしの心は何よりの資源である。観光事業に携わる人々に限らず、島の人々自身の魅力を最大限に発揮できるようなしくみを構築していくべきであろう。
- 一方、性別・年齢別にみれば、それぞれのセグメント特有の非日常ニーズも存在する。例えば、比較的若い女性層に対してギリシャ・ミコノス風のコンセプトで統一した空間やサービスはニーズに対応した商品化の好例であるといえよう。また、小学校の教育旅行を対象として「パナウル王国」のコンセプトに基づいて歓迎セレモニーを実施したり、サービスを提供したりすることもまた有効であろう。ビーチ、星空などありのままの自然の姿や、トロピカルフルーツやハイビスカス等の花といった有望資源についても、セグメントに対応した商品化のバリエーションを用意することが必要である。
- ただし、これら特定のセグメントニーズに対応した“際立った”空間やサービスが、島全体の“ありのままの日常”という魅力を損なうものとなってはいけない。明確なゾーニング（空間設定）とタイミング（時間・場の設定）をもって提供することが肝要である。

視点（3）－② トップシーズンでも混み合うことのないゆとりの空間と時間を提供できるという特性を生かしたサービスを提供すべきである

- かつてのピーク時の夏場の来島者は約7.2万人だった（昭和54年の7・8月の計）。平成22年の

同月計では約 1.3 万人であり、5 分の 1 以下である。年間計が約 7.9 万人だった平成 7 年では同月計で約 2.6 万人であり、ピーク時の約半数である。

- この状況は、トップシーズンであっても混み合うことのないゆとりの空間と時間を提供できているという特性であると、プラスに転化して考えることもできる。それだけ、一人ひとりの顧客に対して高付加価値のサービスを提供しようということである。
- 現在の来島者数は少なすぎると言わざるを得ないが、平成 7 年当時のように年間 7 万人程度の来島者数であったとしても、ゆとりが損なわれることはない。こうした観点から、“足るを知る”発想で、むやみに数を増やすことを求めるのではなく、一定規模の来島者を確保しつつ、より高単価、長期滞在の顧客を増やすよう努力する方向を大切にすべきであろう。

視点（3）－④ 宿泊施設におけるおもてなしの心は高評価だが、施設、施設管理、清潔感などでの問題が多い

- 来島者による宿泊施設の評判はよいが、その主たる要因はサービスにあたる温厚で明るい島人の人柄によるところが大きいものと思われる。
- ただし、施設の老朽化、設備の不備、不具合（洗浄機付トイレの不備、シャワーの湯が出ない等）、清潔感の不備（虫が出る、掃除が行き届いていない）といった問題点を指摘する声も少なからずある。
- かつて観光客 10～15 万人時代における民宿等は、雨露をしのぎ、胃袋が満たされさえすればよしとするのが顧客ニーズであったとのことであり、現在の観光客の“癒し”や“健康”といった観光ニーズとは大きな隔たりがあるにも関わらず、従前のままの状況であるのは残念なことである。
- 観光客のニーズをとらえ、顧客満足と顧客単価を高めることに成功している宿泊施設の経営を学ぶ機会が求められる。

視点（3）－⑤ 観光客の島内移動、天候不良時の対応など、きめ細かなサービスが必要とされている

- 島内に滞在する観光客の移動手段としては、タクシーのほか、民宿等における送迎が提供されているが、明文化されたサービスとしては PR されておらず、民宿等の厚意に委ねられている様子がうかがえる。空港・港～宿泊施設間のアクセスを含め、島内での移動に係るサービスについて、宿泊事業者等が共同で取り組み、観光客が戸惑うことなく自由に移動できる環境をつくる必要がある。
- 屋外で時間を過ごすことの魅力が大きい与論島観光であるが、悪天候時には屋内にとどまらざる

をえず、その間の時間の過ごし方に観光客は戸惑っている。天候不良時であればこそ、“お得感”を感じることでできるサービスを、宿泊事業者等が共同で提供することが必要である。

- 民宿等では洗面具等のアメニティの整備にばらつきがあり、宿泊客の戸惑いを招いている。宿泊事業者等が共同でアメニティを揃えるようなサービスがあれば、喜ばれるに違いない。
- 茶花周辺にはちょっとした買い物をする店もあるが、大手ホテルを除き、宿泊時に利用できる店舗が乏しい。各民宿や宿泊事業者等が共同での売店機能を整備することが必要である。

視点（3）－⑥ 本部（沖縄）～与論の海路アクセスの利用促進

- 特定の時期、特定の観光客に対する調査結果ではあるが、来島者の約3分の1が沖縄又は鹿児島・奄美群島経由の海路アクセスで与論島を訪れている。このことから、鹿児島から奄美群島を経て与論島にアクセスするという周遊航路による観光客を増やす可能性は否定できない。また、沖縄の本部からは2.5時間のフェリーでアクセス可能であることを考慮すると、誘客の工夫次第では沖縄からの海路集客を増やす可能性も一定程度はあるということがいえる。
- 東京圏、大阪圏からは、鹿児島又は那覇経由の空路アクセスに限定されることは致し方ないが、九州、とりわけ鹿児島と沖縄の市場に対しては海路アクセスのメリットを改めて訴え、利用を促進する必要がある。

第8章 “観光再生”に向けた基本戦略・重点方策

第8章 “観光再生”に向けた基本戦略・重点方策

本章では、与論町における“観光再生”に向けた理念、及びこれに即した官民の取組みを展開するうえでの基礎となる基本戦略を掲げる。そのうえで、この基本戦略に対応する基本戦術となるべき重要方策を掲げる。

1 与論町観光ルネサンス計画が標榜すべき理念

(1) 理念

与論町における“観光再生”は、観光産業の再生ではなく、地域社会の活性化そのものである。したがって、地域社会における豊かな島暮らしの価値（文化価値）を再生してはじめて、持続可能な観光産業が再生できる。そして、地域の活性化は住民と行政が、島を挙げて取り組むべきものである。行政は、これら住民の取組を支援、調整する役割を發揮することが求められる。「住民」とは与論町在住者だけではない。与論町を故郷とし、また他地域に在住しながらも与論島を愛する人すべてが「住民」である。Uターン住民やIターン住民、そして来島者たちは、歴史的に、与論島に新しい風を吹き込み、独自の文化の醸成に貢献してきた大切な存在である。彼らの“たびんちゅ”感覚を活かすことで地域活性化は果たせる。

与論町における“観光再生”は、実は“再生”ではなく“新生”である。かつての大量来島者時代には“観光”はなかったからである。また、これから“新生”すべきことは、「観光」とは異なる新しい概念の「旅」づくりである。これを「ゆんぬツーリズム」と称したい。

こうした考え方のもと、この島で生まれ育った住民、Uターン住民やIターン住民、他地域で暮らし働く島の出身者、そしてこの島を訪れる旅人が皆の力を合わせて、与論（ゆんぬ）の島暮らしの豊かさを享受できる『自律した地域』を実現し、全国に向けて『新たな価値観、多様な社会像を発信・提案していく』ことを、与論町における「ゆんぬツーリズム」活性化の理念とする。（『』内は、おぢかツーリズムの理念をいただいたもの）

2 理念に即した官民の取組みの基礎となる基本戦略

● 集客数7万人程度を獲得できる「ゆんぬツーリズム」を目指す

- 一定の規模を保ちつつ、高単価、長期滞在を拡大していく志向性をもつ。
- 「見る観光」でも「する（体験する）観光」でもなく、“ありのままの島の暮らし”を堪能できる新しいタイプの旅「ゆんぬツーリズム」を基調とした活性化をめざす。

● 徹底したマーケット・インの発想による商品開発を進める（10～15万人入込時代における受動的サービス提供体制との決別）

- 来た人をおもてなしするのではなく、来てもらえるサービスを開発、提供する。
- “ありのままの島の暮らし”を堪能できる新しいタイプの旅「ゆんぬツーリズム」を基調としつつも、特定のセグメントに対しては際立ったコンセプトに基づく高付加価値のサービスを提供する創意工夫を促進する。

● 民間主導、官民協働によるツーリズム再生の体制を構築する

- まちづくりの主役はあくまでも住民である。このことは「ゆんぬツーリズム」の活性化においても同じである。島を挙げて振興策に参画する体制を構築する。

● 島暮らしの魅力を再発見し、伝承していく体制を構築する

- 「ゆんぬツーリズム」の基本資源は“ありのままの島の暮らし”である。これは時間の経過によって培われ、変化を遂げ、今日まで醸成されてきたものである。「ゆんぬツーリズム」活性化のみならず、地域生活の活性化のためにも、その継承と醸成を継続していける体制を構築する。

3 基本戦略に対応する基本戦術となるべき重要方策

以下に重要方策を掲げるが、これらの優先順位はあえて明記しない。優先順位は、その方策の性質、必要性の度合い、実施主体によって異なるものだからである。

例えば、本質的、抜本的改革に相当する方策は実行も効果の出現にも長期を要する。投資的方策はその必要性が高くとも、実施主体の躊躇を招きやすい。即自的効果が期待できるものであっても、その効果の大きさに対する評価は実施主体の事業規模や経営理念によって異なる。

したがって、以下の重要方策は実行することが望ましい方策の一覧としてとらえ、行政、観光事業者、その他事業者、農業関係者、公益団体、行政等が、それぞれに、また相互に話し合いを継続することによって、優先順位を決定し、実行することが求められる

その際、もっとも重要なことは「現実味のある行動」である。できることは今日からでも始めることが重要である。試行錯誤の中から、取り組みの主体自身が納得できる方策を見つけ出すことが最も重要である。それが少しずつ達成感となって意識の変化をもたらすことになる。そこから、「ゆんぬツーリズム」の“新生”が始まる。

(1) 集客プロモーション強化策

① 沖縄の着地型観光事業者等との連携

- 沖縄の関係機関を通じた沖縄観光業界への食い込み
- 沖縄県内のローカルメディアへの与論情報のリリース、コミュニケーションの促進
- 沖縄県内のローカル旅行エージェントの取扱商品への組み込み
- 本部～与論海路、鹿児島～那覇海路における与論島への立寄りを促すPR
- 奄美諸島在住の沖縄出身者等への訴求
- 鹿児島県における官民諸機関との連携

② 都市圏在住の与論島出身者のネットワーク化（都市圏における“ロコミ”PR体制として）

- 与論町出身者に「宣伝特派員」を委嘱
- “ロコミ”のための宣材を提供（デジタルベースのチラシ、クーポン等）
- “ロコミ”のためのプラットフォームを提供（ツイッター、ブログ等）
- 東京、大阪、福岡など都市部における定期的なオフ会の開催

③ マスメディアを活用したプロモーションの強化

- テレビ、大手雑誌等のマスメディアに対する定期的プレスリリースの実施
- リリース素材となる話題づくりの強化

(2) 商品・サービス開発

① “ありのままの島暮らし”を提供する基調商品・サービスの開発

- 沖縄顧客をターゲットとした「島人（しまんちゅ）の原風景」を訪ねる旅づくり
 - ・ 沖縄県の都市部在住者は、戦前の沖縄の原風景を与論島に求める可能性がある。このニーズをとらえた風景や飲食、体験等をメニュー化し、沖縄におけるシニア層をターゲットとした集客を図る。
- 日常の郷土料理ベースの「食」の提供（飲食、お土産、お取り寄せ）
 - ・ 与論島で伝統的に食べられてきた家庭料理をベースとした顧客向けの「食」を提供（もずくソーメン、ソテツのお粥、黒糖焼酎（「有泉」）、観光協会による「ヨロン島ガイド」掲載の「ゆんぬのおいしいごはん」掲載レシピ等）。
 - ・ 地産地消、安心・安全、健康に即した「食」を開発。
 - ・ コミュニティビジネスとしての「うみんちゅ食堂」の創業。
 - ・ 地元住民が好んで使い、食べる「食」とすることが重要。
 - ・ そのような「食」のうち輸送可能なものをお取り寄せ商品化。
 - ・ お取り寄せ商品化したものは、都市部在住の「特派員」を通じて試食機会をつくる。
- 歌、踊り、農業、畜産、伝統工芸等のゆんぬ文化を体感できる環境、サービスの提供
 - ・ 「かりゆし民謡酒場」では観光客も与論の歌や踊りを楽しむことができるが、その他にも、三線や島唄、昔遊び、その他与論らしい伝統的な遊興を体験できる場、農業や畜産、漁業を体験できる場、大島紬、あーどうる焼きなど、マリンスポーツ・レジャー以外のアクティビティを開発する。
- 「パナ（花）」、「ウル（珊瑚）」の徹底（島中に広がる花の景観づくり、珊瑚を体感できるシチュエーションの提供）
 - ・ ハイビスカスやブーゲンビリアは与論の風景を彩る貴重な資源であるが、農業者、住民が必ずしもこれらを風景の要素として大切に育て、見せる努力をしているとは言い難い。そのため、与論島内で「花がきれいな島」を堪能する機会、場が乏しい。
 - ・ 珊瑚についても同様に、その美しさを堪能できる機会、場が見当たらない。そこかしこに存在する隆起珊瑚の地形にも気付くことはなく、また説明されることもない。
 - ・ 農業者、住民の協力も得て、沿道に花を咲かせる運動や、珊瑚を体感できる場づくりを展開するのが望ましい。（花壇をつくるということも方法として考えられるが、特定の場所に花があるということと、島の景観として花があるということは本質が異なる、ということに留意すべきである）。

② 特定のセグメントニーズに対応した際立ったコンセプト商品・サービスの開発

- 30歳代前後女性ターゲット「セレブ的南国ビーチリゾート」づくり
 - ・ プライベートビーチ感覚で、小規模のビーチを時間制で占有できるサービスの開発（条例整備

- 等、制度環境を整える必要がある)。
- ・ プライベートビーチではセレブリティ気分で、トロピカル飲食サービスやマリンレジャー(アクティビティ)のインストラクターサービス、星空を堪能するためのガイドサービス等を付随させる。
 - ・ できるかぎり高質・高料金(例えば半日3万円の使用料を徴収する有料プライベートビーチ)によるサービスとする。
- 学生に特化した「地域貢献」、「環境研究」、「スポーツ」テーマの商品・サービスづくり
- ・ かつて大量に来島していた当時の学生と現在の学生では気質が異なる。就職に役立つといったモチベーションを刺激することが誘客に奏功するといわれている。一方、昨今は「社会貢献」に対する関心や意識の高まりが注目されている。そこで、島のまちづくりや事業者、農家を応援する地域貢献をテーマとする商品・サービスを開発し、島と住民にとってもメリットのある取り組みに着手することが望まれる。
 - ・ また、東京、大阪、九州、沖縄等の学生に、学生を誘客するプロモーションを企画・実施してもらう「ゆんぬツーリズムへの貢献」をプログラム化するという方法もある。
 - ・ 離島であるがゆえに残された貴重な自然環境を生かして、大学における環境研究のフィールドとして活用してもらうような商品・サービスの開発も考えられる。
 - ・ 島の社会体育施設には600人以上の会員がいる。これら会員による「与論島スポーツクラブ」を組織化し、観光事業者との連携により、年間を通じた「スポーツ」テーマの商品・サービスの開発をするのも有効であろう。
- 「パナウル王国」、「ギリシャ・ミコノス風」のコンセプトの徹底または見直し
- ・ 「パナ」「ウル」をPRすることは手段として有効と思われるが、前出のとおりこれらを実態として実感できる状況を丹念に作り上げなければ意味がない。
 - ・ 「王国」というコンセプトは、いわゆる“独立国”ブームの所産であり、もはや一般マーケットは反応していないものとみられ、その具体策も徹底されていない。現在は、小学生の教育旅行の受け入れ等に際して「国王」、「大統領」による歓迎レセプションが催され、子供たちに喜ばれているということなので、子供というセグメントに特化したコンセプト商品・サービスとして再構築するか、または「王国」コンセプトを廃止するかを選択が望まれる。
 - ・ 「ミコノス風」については、エキゾチックな南国リゾートを演出する工夫として生み出されたコンセプトであり、一部事業者によって徹底されたコンセプトのもとで付加価値の高いサービスが提供され、顧客からの評価も高い。こうした先行事例に倣って、より明確なゾーニングのもとで創意工夫を施していくことが望まれる。
- ゆんぬツーリズムを代表するキャッチコピー、ロゴデザインの統一
- ・ 「与論島(よろんじま)」、「与論島(よろんとう)」、「よろん島」、「ヨロン島」、「ゆんぬ」など、さまざまな表現方法がある。多様であることは基本的にはよいことだが、「ゆんぬツーリズム」

の活性化に向けては、「ゆんぬツーリズム」のコンセプトを代表する統一されたキャッチコピーやロゴデザインがほしいところである。ぶれないコンセプトのためにも必要である。

- ・ 「ゆんぬツーリズム」の本質は、“ありのままの島暮らし”を堪能していただくことにある。したがって、このコンセプト表現は、観光客目線ではなく、住民目線で決定していくことが望ましい。この決定過程の取り組みそのものが、「ゆんぬツーリズム」活性化の第一歩ともなるし、プロモーション効果のあるマスコミへのリリース情報ともなりうる。
- ・ なお、観光商品・サービスごとに使用するキャッチコピーやデザインまでも統一する無理をする必要はない。本研究にあたって開催された研究委員会では「どこなんだ 与論島」というキャッチコピーが示されたが、Tシャツ用にこうした遊び心のあるキャッチコピーを試行錯誤することはむしろ好ましい。
- その他、夏場の誘客を促進する特定セグメントに特化した新商品・サービスづくり
- ・ 本研究において上記以外の具体策は考案されていないが、夏場における年齢階層・性別、同伴者タイプ別の各セグメントニーズに対応した新商品・サービスづくりに取り組むことが必要である。

③ 雨の日の“お得感”を演出するサービスの提供

- 天候不良時に屋内で提供可能なサービスを検討、開発する。
- ひとつのアイデアとして、伝統芸やその他の芸事を提供できる人材や体験メニューを提供できる人材・団体のボランティア登録制度を設け、天候不良時には送迎付きの緊急屋内イベントを開催するということが考えられる。
- 屋内会場は、公共施設、学校等を活用するのが望ましい。
- また、できるだけ複数のメニューを提供できることが望ましい。

(3) ゲストに対するおもてなし体制の強化・拡充

① 宿泊施設の更新、アメニティ、売店機能などの充実

- 家庭的雰囲気のおもてなしの姿勢が高く評価されているとしても、不便や不潔があってはならない。
- 宿泊施設の老朽化対策や設備の更新は急務である。
- 洗面具等のアメニティがない民宿等もあり、不便を感じる観光客も多いと思われる。宿泊客に、リユースや節約を求めることはあってもよいが、不便を感じさせない程度のアメニティの提供は重要である。宿泊事業者等が共同でアメニティを揃えるようなサービスを検討すべきである。
- 茶花周辺にはちょっとした買い物をする店もあるが、大手ホテルを除き、宿泊時に利用できる店舗が乏しい。各民宿や宿泊事業者等が共同での売店機能を整備することが必要である。

② 共同移送サービスの提供

- 空港又は港と各宿泊施設間を結ぶ送迎を、宿泊事業者が共同運行し、効率化を図るとともに、これをスモールビジネスとして起業する。
- 送迎時間帯以外は、共同参加している宿泊施設の宿泊客の要望に応じた移送サービスを行う。
- 情報システムを活用して運行中の任意の場所での乗車も可能にする。
- なお、道路運送法における自家用有償旅客運送の適用可能性に関する検討が必要である。

③ 民泊的民宿化のルール（ガイドライン）づくり

- 島内における民宿等のおもてなしに対する来島者の評価は大変高い。
- 民泊が検討されているが、民泊の魅力と思われる“家族的雰囲気”や“日常感”は、家族経営をしている民宿等において“図らずも”実施されているものとみられる。それが高評価につながっているものとみられる。
- 具体的には、ホテルにおけるマニュアル的でない接客態度（ゲスト扱いした丁寧な接客態度ではないという側面もある）や施設面での事業者の生活空間とサービス空間の不可分の要素（あいまいすぎるという側面もある）、ご主人を「お父さん」、女将さんを「お母さん」と呼びたくなるような家庭的雰囲気などである。
- 本当の意味で、住民の家屋を活用した民泊を実現するのはなかなか難しいが、これらすでに民泊的雰囲気をもつ民宿等であれば、「民泊的要素」をきちんとルール化することにより、早期の実現が可能となる。

④ “しまんちゅ”が懐かしさを覚える景観、街並みづくり

- ミコノス風などの観光客向けの景観づくりではなく、あくまでも島の住民自身が愛着を感じ、楽しさを感じることでできる景観、街並みを誘導する中長期的な事業展開が必要である。
- 豊後高田市の「昭和のまち」が参考となる。

⑤ CRM強化（顧客との“家族関係”づくり）

- 一度宿泊したお客様への年賀メールや暑中メールの送信など、きめ細かいCRM（カスタマー・リレーションシップ・マネジメント）によって、顧客との関係を維持する工夫が必要である。
- 顧客との関係では、例えば「家名（やーなー）」で呼称するなど、家族的関係を演出する工夫が必要である。
- 強いリピーター誘導力をもつ与論島ならではの観光集客コンセプトとしては、「いらっしゃい」というよりも「お帰りなさい」という関係性をつくるのがきわめて重要である。

第9章 今後の“観光再生”に向けた条件整備のあり方

第9章 今後の“観光再生”に向けた条件整備のあり方

本章では、前章(第8章)に掲げた諸施策の推進に当たって整えるべき体制と必要なしくみを示す。

1 観光再生に向けた諸施策の推進体制

図表9-1 諸施策の推進体制

施策	推進体制官民役割分担
(1) 集客プロモーション強化策	
沖縄及び鹿児島(本土)の着地型観光事業者等との連携	◎ 観光協会<民間事業者対応> ○ 町(商工観光)<公的機関対応支援>
都市圏在住の与論島出身者のネットワーク化(都市圏における“ロコミ”PR体制として)	◎ 観光協会<宣材制作、PR依頼等> ○ 町(企画、商工観光、自治会担当部署)<名簿管理、協力勧誘>
マスメディアを活用したプロモーションの強化	◎ 観光協会、町(商工観光)<プレスリリース等> ○ 住民によるまちづくり組織<地域情報の取材・編集>
(2) 商品・サービス開発	
沖縄顧客をターゲットとした「島人(しまんちゅ)の原風景」を訪ねる旅づくり	◎ 観光関連事業者からなる研究会<調査、ワークショップ> ○ 観光協会<沖縄側エージェント等への営業・交渉>
“ありのままの島暮らし”を提供する基調商品・サービスの開発	◎ 農協、漁協、自治会等の主婦、女性団体 <レシピ創作・普及> ◎ 観光関連事業者からなる研究会<商品サービス化> ◎ 農協、漁協、商業者、工芸職人、文化サークル等<コンテンツ・ノウハウの提供> ◎ 学校、PTA、社会教育施設<ゆんぬ文化の継承活動> ○ 観光協会<普及のための調整> ○ 町(農水産、教育部署)<関係団体への協力要請・コーディネート> ◎ 農業者<農地の景観形成>住民<生垣等の景観形成>商業者<店舗景観形成> ◎ 町(景観担当部署、各施設管理部署) <公共空間の景観形成> ◎ 町(企画、商工観光)<政策意思決定、サイン、ロゴ等の整備> ○ 住民によるまちづくり組織<新たなコンセプトの提言>
特定のセグメントニーズに対応した際立ったコンセプト商品・サービスの開発	◎ 観光関連事業者からなる研究会<商品設計、運営方法設計> ◎ サービス事業者<事業運営> (既存事業者、NPO、LLP等の法人の新規設立等) ○ 町(企画、法制、商工観光部署)<支援、実施のための制度設計、基盤的施設・設備の整備、その他町管理施設等に関する対応>
雨の日の“お得感”を演出するサービスの提供	◎ 観光関連事業者からなる研究会<商品・サービス開発・連携調整> ◎ 各宿泊事業者、ボランティア<サービスの提供>

◎=主導的役割、○補助的役割、<>内はそれぞれの主な役割

図表 9-1 諸施策の推進体制（続き）

施策	推進体制官民役割分担
（3）ゲストに対するおもてなし体制の強化・拡充	
宿泊施設の更新、アメニティ、売店機能などの充実	<ul style="list-style-type: none"> ◎ 観光関連事業者からなる研究会<企画> ◎ 宿泊事業者による共同事業体（NPO、LLP等） <共同売店の整備> ◎ 各宿泊事業者<施設更新> ○ 町（企画、商工観光部署）<助成金情報の提供、助成措置>
共同移送サービスの提供	<ul style="list-style-type: none"> ◎ 観光関連事業者からなる研究会<企画・調整> ◎ 宿泊事業者による共同事業体（NPO、LLP等）<運行実施> ○ アクティビティ事業者、観光施設<利用料一部負担> ○ 町（企画、法制、商工観光部署）<道路運送法における自家所有償旅客運送の適用可能性に関する法的検討と調整>
民泊的民宿化のルール(ガイドライン)づくり	<ul style="list-style-type: none"> ◎ 観光関連事業者からなる研究会<ルール（ガイドライン）策定、普及、評価、改善等のマネジメントサイクル管理> ○ 町（企画、法制、商工観光部署）<法制度環境の整備>
“しまんちゅ”が懐かしさを覚える景観、街並みづくり	<ul style="list-style-type: none"> ○ 住民によるまちづくり組織<景観・街並み形成の研究・企画・提言> ◎ 農業者<農地の景観形成>住民<生垣等の景観形成>商業者<店舗景観形成> ◎ 町（景観担当部署、各施設管理部署） <公共空間の景観形成>
CRM強化（顧客との“家族関係”づくり）	<ul style="list-style-type: none"> ◎ 観光関連事業者からなる研究会<企画> ◎ 各宿泊事業者、各アクティビティ事業者<CRM実施>

◎＝主導的役割、○補助的役割

2 観光再生に向けた諸施策を推進するために必要となるしくみ及び各担い手の姿勢

(1) 町役場において整備すべきしくみと推進姿勢

① 観光再生を担う戦略的体制づくり

与論町が取り組むべき観光再生は、観光関連事業者だけの政策ではなく、島全体の活性化にとって大きな意味をもつものとして捉え、商工観光部署だけが担当するものではなく、福祉、教育、農水産業、土木、土地利用など幅広い担当組織にそれぞれの重要な役割があるという庁内コンセンサスを確立することが必要である。

- 戦略的政策としての観光再生を担う少数精鋭の機動的組織の設置（神奈川県三浦市における「営業開発課」が参考となる）
- 全予算事業の「観光再生」視点からの事業査定ルール化（予算編成方針、同要領における明文化）
- 農協、漁協、自治組織、その他地縁団体、公益団体間の総合調整機能の装備

② あくまでも「民」主導による取組みとそのコーディネート役の「官」という分担関係の明確化

与論町が取り組むべき観光再生は、まちづくりそのものである。まちづくりの主役は言うまでもなく住民、事業者など「民」である。町役場、つまり「官」は、その活動をコーディネートする役割を發揮する脇役である。この観点から、従来の官主導によって立案、実施されてきた観光振興関連事業を見直すことが必要である。

- 商工観光課、観光協会の事務事業、業務を対象とした官民役割分担評価の実施（町民公開の評価）
- 法令を踏まえた制度設計とそのため調査研究を通じた民間による取組への支援（プライベート・ビーチ条例、民泊制度、自家用有償旅客運送の適用可能性に関する検討等）
- NPO、LLP等のまちづくり組織の設立とその活動を促進、支援するしくみづくり
- 省庁、関係団体、民間公益法人等による助成・支援情報の一元的な収集・伝達体制、申請支援体制づくり

(2) 観光関連事業者が整備すべきしくみと推進姿勢

① 自ら考え、企画し、実践する体制づくり

町役場、つまり「官」は、観光再生のために制度環境や支援措置を整備するが、これらはずべて、民間の観光関連事業者等による自主的、自発的な取り組みがあることを前提としたものである。観光再生の主役はあくまでも観光関連事業者であることを踏まえ、推進体制を自らの手で整えることが必要である。

- 観光関連事業者からなる研究会の創設（調査、企画のための学習、ワークショップ、メディア・プロモーションの実証実験、商品設計、運営方法検討、事業者間連携の調整等）
- できることからすぐに始める機動力のあるサービス事業体（NPO、LLP等）づくり（共同送迎、悪天候時のサービス開発等）

(3) 農協、漁協、商業者、自治組織、工芸事業者、文化サークル等の住民・業界が整備すべきしくみと推進姿勢

① 民間における総合的なまちづくり組織づくり

町役場において観光再生に関わるべき部署が商工観光担当に限られるべきではないのと同じく、民間においても、観光協会や観光関連事業者に限られるべきではない。与論町における観光再生は、まちづくりそのものだからである。各産業団体、自治組織（住民組織）、文化サークル等は大いに力を発揮することが期待される。

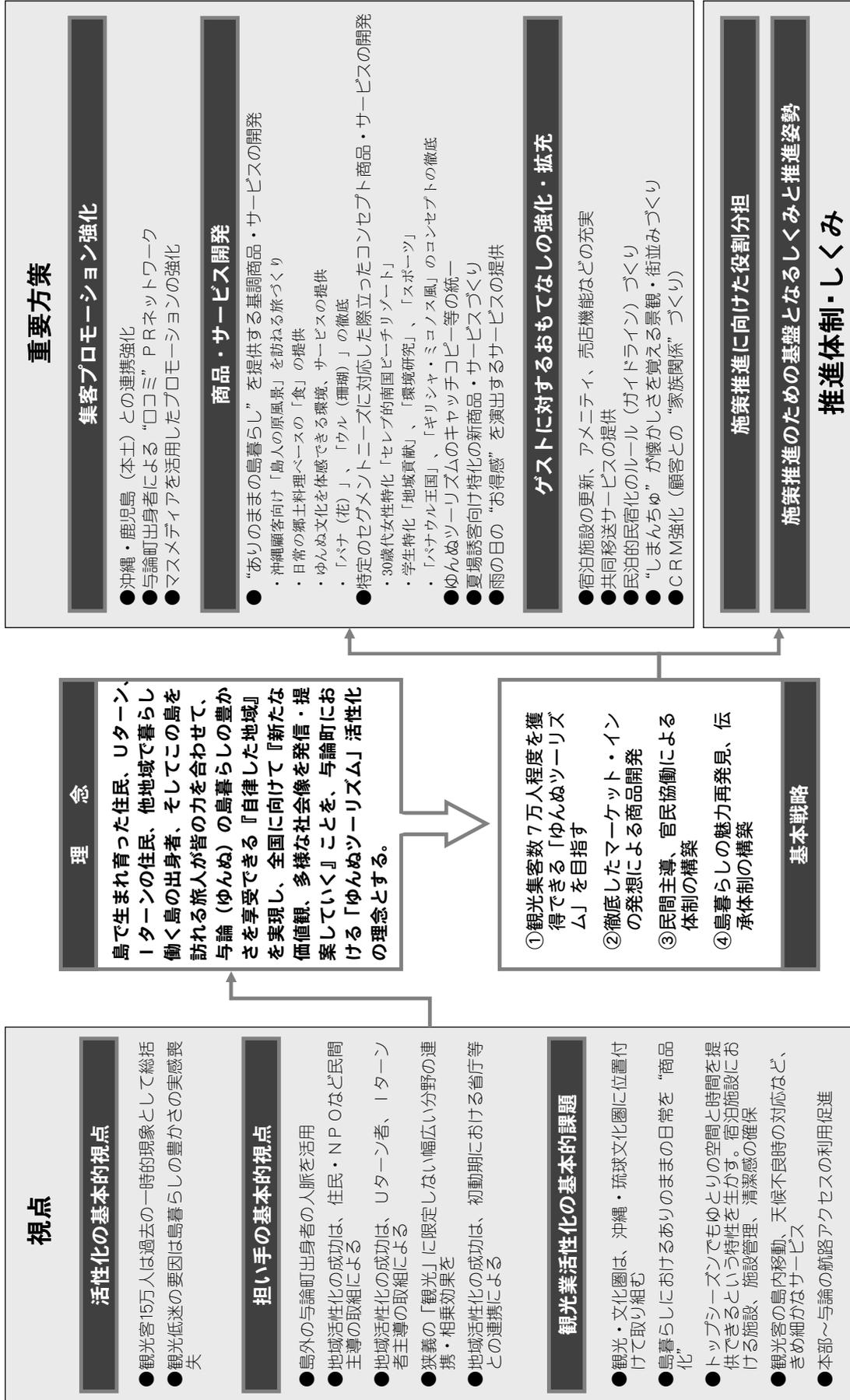
- それぞれの産業における営み、住民の文化的活動等の中に潜む観光資源価値を見出し、高め、商品化する活動や、街並み・景観形成を担う、住民による総合的なまちづくり組織づくり
- 「内なるたびんちゅ」（別荘滞在を含めて住み着いたたびんちゅ）の視点を活かした与論の魅力の集成事業の実施（「かなしゃ」のような情報誌・Web、ガイドブック、資源再発見のためのワークショップ等）

② ゆんぬ文化を醸成し、継承していくしかけづくり

与論島の最大の観光資源は、島暮らしの日常にある「地域文化」である。この地域文化をさらに魅力化し、次世代に継承していくことが必要である。

- 小中学校、高校における与論文化学習のプログラム開発と学習機会の徹底
- 地域住民向けの与論文化習得講座（島民全員が与論ガイドになれるように。本格的ガイド検定を制度化（すでにある「ゆんぬ検定」の本は参考になるはず。）

図表9-2 観光再生のための視点、理念、基本戦略ならびに重要方策（第7章～第9章のまとめ）



資料：与論町観光ルネサンス計画策定に関する調査研究委員会

資料編

資料編

1 来町者アンケート

(1) 来町者属性

① 都道府県 [お住まいの都道府県は?] (S A)

No.	カテゴリー名	n	%
1	北海道	2	1.6
2	福島県	2	1.6
3	茨城県	2	1.6
4	栃木県	1	0.8
5	群馬県	1	0.8
6	埼玉県	2	1.6
7	千葉県	10	8.0
8	東京都	24	19.2
9	神奈川県	21	16.8
10	静岡県	1	0.8
11	愛知県	2	1.6
12	滋賀県	1	0.8
13	京都府	1	0.8
14	大阪府	2	1.6
15	兵庫県	1	0.8
16	奈良県	1	0.8
17	広島県	4	3.2
18	愛媛県	1	0.8
19	高知県	1	0.8
20	福岡県	7	5.6
21	宮崎県	4	3.2
22	鹿児島県	20	16.0
23	沖縄県	5	4.0
24	その他 (海外等)	6	4.8
	不明・非該当	1	
	全体	125	100.0

② 性別 [性別は?] (S A)

No.	カテゴリー名	n	%
1	男性	45	35.7
2	女性	81	64.3
	不明・非該当	0	
	全体	126	100.0

③ 年齢 [年齢は?] (数量)

No.	カテゴリー名	n	%
1	10代以下	10	9.2
2	20代	12	11.0
3	30代	19	17.4
4	40代	13	11.9
5	50代	22	20.2
6	60代	18	16.5
7	70代以上	15	13.8
	不明・非該当	17	
	全体	109	100.0

④ 身分・職業 [ご身分・ご職業は?] (S A)

No.	カテゴリー名	n	%
1	学生	11	8.9
2	就業者	67	54.0
3	就業者以外	21	16.9
4	その他	25	20.2
	不明・非該当	2	
	全体	124	100.0

(2) 来町形態

① 来島目的 [来島の目的は?] (SA)

No.	カテゴリー名	n	%
1	観光	32	25.8
2	帰郷	0	0.0
3	商用	9	7.3
4	研修	10	8.1
5	その他	73	58.9
	不明・非該当	2	
	全体	124	100.0

② 観光予定 [主たる観光・滞在の予定は?] (MA)

No.	カテゴリー名	n	%
1	マリンレジャー	13	12.6
2	マリンスポーツ	19	18.4
3	イベント参加	26	25.2
4	自然体験・観察	12	11.7
5	農業・漁業体験	2	1.9
6	島内めぐり	33	32.0
7	癒し・憩い体験	33	32.0
8	リゾート・エステ・ヒーリング	4	3.9
9	グルメ	10	9.7
10	その他	34	33.0
	不明・非該当	23	
	全体	103	100.0

③ 訪問経験 [ヨロン島の訪問は?] (SA)

No.	カテゴリー名	n	%
1	はじめて	83	73.5
2	2回以上	29	25.7
3	その他	1	0.9
	不明・非該当	13	
	全体	113	100.0

④ 訪問経験の回数 [ヨロン島の滞在の日数は?] (数量)

No.	カテゴリー名	n	%
1	2回	6	26.1
2	3回	8	34.8
3	4回	3	13.0
4	5回	0	0.0
5	6～9回	2	8.7
6	10回以上	4	17.4
	不明・非該当	6	
	非該当	97	
	全体	23	100.0

⑤ 滞在日数 [滞在日数は?] (数量)

No.	カテゴリー名	n	%
1	1日	0	0.0
2	2日	13	11.1
3	3日	63	53.8
4	4日	26	22.2
5	5日	7	6.0
6	6日	4	3.4
7	7日以上	4	3.4
	不明・非該当	9	
	全体	117	100.0

⑥ 同行者〔同行者は？〕（MA）

No.	カテゴリー名	n	%
1	自分一人で	28	23.5
2	家族と	36	30.3
3	友人・知人と	25	21.0
4	仕事の関係者と	14	11.8
5	その他	25	21.0
	不明・非該当	7	
	全体	119	100.0

⑦ 旅行手配〔ヨロン島までの旅行の手配は？〕（SA）

No.	カテゴリー名	n	%
1	バックツアー申し込み（旅行会社窓口）	57	47.9
2	バックツアー申し込み（インターネット）	9	7.6
3	交通手段・宿を個人で手配（電話・FAX）	23	19.3
4	交通手段・宿を個人で手配（インターネット）	16	13.4
5	その他	14	11.8
	不明・非該当	7	
	全体	119	100.0

⑧ 来島方法〔来島の方法は？〕（SA）

No.	カテゴリー名	n	%
1	空路（沖縄経由）	35	29.2
2	空路（鹿児島経由）	38	31.7
3	空路（奄美大島・沖永良部島経由）	2	1.7
4	空路（その他）	1	0.8
5	航路（沖縄経由）	29	24.2
6	航路（鹿児島・奄美群島経由）	14	11.7
7	その他	1	0.8
	不明・非該当	6	
	全体	120	100.0

⑨ 経由地〔今回の旅行の経由地・立ち寄り地は？〕（MA）

No.	カテゴリー名	n	%
1	奄美大島北部（奄美市・龍郷町・大和村）	5	4.9
2	奄美大島南部（宇検村・瀬戸内町）	0	0.0
3	奄美大島南部（加計呂麻島・与呂島・請島）	3	2.9
4	喜界島	1	1.0
5	徳之島	8	7.8
6	沖永良部島	50	48.5
7	その他の鹿児島県	9	8.7
8	沖縄本島	48	46.6
9	沖縄離島	1	1.0
10	その他	7	6.8
	不明・非該当	23	
	全体	103	100.0

⑩ 選択理由〔ヨロン島を選んだ理由は？〕（MA）

No.	カテゴリー名	n	%
1	ヨロン島に関するテレビ番組を見て魅力的だと感じたから	5	5.5
2	ヨロン島に関する新聞記事を見て魅力的だと感じたから	1	1.1
3	ヨロン島に関する雑誌記事を見て魅力的だと感じたから	3	3.3
4	ヨロン島に関するホームページ（ブログ等を含む）を見て魅力的だと感じたから	10	11.0
5	芸能人・有名人がすすめていたから	0	0.0
6	友人・知人がすすめていたから	12	13.2
7	旅行に関する店舗やホームページでヨロン島の観光案内・パンフレットを見て魅力的だと感じたから	11	12.1
8	離島観光をしようと思いいろいろな離島の情報を収集し、ヨロン島が魅力的だと感じたから	11	12.1
9	以前、ヨロン島へ来て気に入ったから	16	17.6
10	その他	54	59.3
	不明・非該当	35	
	全体	91	100.0

(3) 観光ニーズ [観光地を選ぶ場合の重要度は？]

① 宿泊施設(SA)

No.	カテゴリー名	n	%
1	とても重要である	41	41.4
2	やや重要である	45	45.5
3	どちらともいえない	9	9.1
4	あまり重要でない	3	3.0
5	重要でない	1	1.0
	不明・非該当	27	
	全体	99	100.0

② 食事(SA)

No.	カテゴリー名	n	%
1	とても重要である	38	40.0
2	やや重要である	44	46.3
3	どちらともいえない	11	11.6
4	あまり重要でない	1	1.1
5	重要でない	1	1.1
	不明・非該当	31	
	全体	95	100.0

③ 観光資源(SA)

No.	カテゴリー名	n	%
1	とても重要である	45	46.9
2	やや重要である	38	39.6
3	どちらともいえない	11	11.5
4	あまり重要でない	1	1.0
5	重要でない	1	1.0
	不明・非該当	30	
	全体	96	100.0

④ 旅行費用(SA)

No.	カテゴリー名	n	%
1	とても重要である	45	46.4
2	やや重要である	33	34.0
3	どちらともいえない	13	13.4
4	あまり重要でない	4	4.1
5	重要でない	2	2.1
	不明・非該当	29	
	全体	97	100.0

⑤ 交通便・アクセス(SA)

No.	カテゴリー名	n	%
1	とても重要である	40	42.1
2	やや重要である	40	42.1
3	どちらともいえない	12	12.6
4	あまり重要でない	1	1.1
5	重要でない	2	2.1
	不明・非該当	31	
	全体	95	100.0

(4) 与論町観光

① 利用施設・場所 [ご利用の施設・場所は?] (MA)

No.	カテゴリー名	n	%
1	大金久海岸・百合ヶ浜	28	43.1
2	その他の海岸・ビーチ	13	20.0
3	サザンクロスセンター	24	36.9
4	与論城跡	19	29.2
5	琴平神社・十五夜踊り	6	9.2
6	按司根津栄神社	2	3.1
7	屋川	1	1.5
8	奄水	3	4.6
9	故・森瑤子の墓	6	9.2
10	上城跡遺跡公園	1	1.5
11	与論民俗村	11	16.9
12	いっちゅう本館 (大島紬)	1	1.5
13	ゆんぬ・あーどうる焼窯元	0	0.0
14	ユンヌ楽園	3	4.6
15	赤崎鍾乳洞	3	4.6
16	その他	24	36.9
	不明・非該当	61	
	全体	65	100.0

② 利用海岸 [ご利用の海岸・ビーチは?] (MA)

No.	カテゴリー名	n	%
1	ウドノスビーチ	12	41.4
2	品覇海岸	8	27.6
3	兼母海岸	7	24.1
4	寺崎海岸	19	65.5
5	ハキビナ海岸	4	13.8
6	皆田海岸	7	24.1
7	前浜海岸	4	13.8
8	赤崎海岸	10	34.5
9	その他	1	3.4
	不明・非該当	97	
	全体	29	100.0

③ 魅力 [実際に体験したヨロン島の魅力は?] (MA)

No.	カテゴリー名	n	%
1	マリンスポーツ	17	17.9
2	スポーツイベント	0	0.0
3	島の伝統的なお祭り	3	3.2
4	宿泊施設	33	34.7
5	宿泊施設のおもてなし	40	42.1
6	飲食店の夕食	6	6.3
7	飲食店の昼食	4	4.2
8	飲食店のおもてなし	6	6.3
9	60の美しい砂浜のあるビーチ	36	37.9
10	ハイビスカスなどの草花	10	10.5
11	お土産	11	11.6
12	地酒である黒糖焼酎	5	5.3
13	郷土料理	22	23.2
14	歴史・伝統系観光施設	4	4.2
15	文化遺産や史跡	5	5.3
16	トロピカルフルーツ	5	5.3
17	三線と唄・踊り	5	5.3
18	南十字星の見える夜空	7	7.4
19	海岸線の景勝地	38	40.0
20	与論献捧	4	4.2
21	その他	8	8.4
	不明・非該当	31	
	全体	95	100.0

④ 困りごと [ヨロン島を観光する際のお困り事や問題は?] (MA)

No.	カテゴリー名	n	%
1	観光サービスの種類や量が少ない	11	15.5
2	観光サービスの内容や質が悪い	1	1.4
3	観光情報が少ない、入手場所が限られている	13	18.3
4	交通アクセスや移動手段が限られている	40	56.3
5	宿泊施設が限られている、老朽化している	22	31.0
6	与論献捧などで無理にお酒を飲まされる	1	1.4
7	その他	12	16.9
	不明・非該当	55	
	全体	71	100.0

⑤ 再来訪意向 [ヨロン島への再来訪は?] (SA)

No.	カテゴリー名	n	%
1	また来たい	108	91.5
2	来たくない	0	0.0
3	わからない	10	8.5
	不明・非該当	8	
	全体	118	100.0

⑥ 「めがね」認知度 [ヨロン島がロケ地となった映画「めがね」については?] (SA)

No.	カテゴリー名	n	%
1	知らない	62	53.9
2	知っているが、みていない	37	32.2
3	みている	16	13.9
	不明・非該当	11	
	全体	115	100.0

⑦ 島づくりの方向 [今後の島づくりや、観光地づくりの方向は?] (SA)

No.	カテゴリー名	n	%
1	新しいことをせず、現在のヨロン島の魅力や雰囲気などを大切にする	52	50.0
2	一般に知られていないヨロン島の魅力や資源を発掘したり、情報発信したりする	29	27.9
3	観光施設、メニューを増やすなど、新たな島の魅力づくりや資源づくりに取り組む	11	10.6
4	来島者と島民のふれあいや交流の機会を増やす	7	6.7
5	その他	5	4.8
	不明・非該当	22	
	全体	104	100.0

⑧ 満足度 [今回のヨロン島旅行の満足度は?] (数量)

No.	カテゴリー名	n	%
1	20点未満	0	0.0
2	20～39点	1	1.0
3	40～59点	2	2.1
4	60～79点	7	7.2
5	80点以上	87	89.7
	不明・非該当	29	
	全体	97	100.0

問8 同行者は？（あてはまるものすべてに○印）

- | | |
|------------|---------------------|
| 1 自分一人で | 2 家族と（親、夫婦、子ども、兄弟等） |
| 3 友人・知人と | 4 仕事の関係者と |
| 5 その他（具体的に | ） |

問9 ヨロン島までの旅行の手配は？（1つだけに○印）

- | | |
|---------------------------|-----------------------------|
| 1 パックツアー申し込み（旅行会社窓口で手配） | 2 パックツアー申し込み（インターネットで申込み） |
| 3 交通手段・宿を個人で手配（電話・FAXで手配） | 4 交通手段・宿を個人で手配（インターネットで申込み） |
| 5 その他（具体的に | ） |

問10 今回の旅行のお一人あたりの予算は？（数字を記入）

交通費（ ）円、 宿泊費（ ）円、 その他（ ）円

※ ツアーご利用の場合は、ツアー費をまとめて交通費に記入して宿泊費は空白にしてください
※ その他は、食費やお土産代等のヨロン島内で使った（使う予定）の金額を記入してください

問11 来島の方法は？（1つだけに○印）

- | | | |
|------------|-------------|--------------------|
| 1 空路（沖縄経由） | 2 空路（鹿児島経由） | 3 空路（奄美大島・沖永良部島経由） |
| 4 空路（その他） | 5 航路（沖縄経由） | 6 航路（鹿児島・奄美群島経由） |
| 7 その他（具体的に | ） | |

問12 今回の旅行の経由地・立ち寄り地は？（あてはまるものすべてに○印）

- | | | | |
|------------------------|---------------------------------|-------------|---|
| 1 奄美大島北部（奄美市・龍郷町・大和村） | 2 奄美大島南部（宇検村・瀬戸内町※加計呂麻島等南部3島除く） | | |
| 3 奄美大島南部（加計呂麻島・与呂島・請島） | 4 喜界島 | | |
| 5 徳之島 | 6 沖永良部島 | | |
| 7 その他の鹿児島県 | 8 沖縄本島 | | |
| 9 沖縄離島（島名 | ） | 10 その他（具体的に | ） |

問13 今回の旅行先として、ヨロン島の他に候補にあがった観光地は？（国内外の具体的な観光地の名称（例：ハワイ、沖縄）や観光地のタイプ（例：温泉地、マリンスポット）などを記入）

--

問14 ヨロン島を選んだ理由は？（主なもの3つまでに○印）

- | | |
|---|---|
| 1 ヨロン島に関するテレビ番組を見て魅力的だと感じたから | |
| 2 ヨロン島に関する新聞記事を見て魅力的だと感じたから | |
| 3 ヨロン島に関する雑誌記事を見て魅力的だと感じたから | |
| 4 ヨロン島に関するホームページ（ブログ等を含む）を見て魅力的だと感じたから | |
| 5 芸能人・有名人がすすめていたから | |
| 6 友人・知人がすすめていたから | |
| 7 旅行に関する店舗やホームページでヨロン島の観光案内・パンフレットを見て魅力的だと感じたから | |
| 8 離島観光をしようと思い、いろいろな離島の情報を収集し、ヨロン島が魅力的だと感じたから | |
| 9 以前、ヨロン島へ来て気に入ったから | |
| 10 その他（具体的に | ） |

問15 観光地を選ぶ場合の重要度は？
(①～⑤のそれぞれ1つだけに○印)

	とても重要である	やや重要である	どちらともいえない	あまり重要でない	重要でない
① 宿泊施設	1	2	3	4	5
② 食事	1	2	3	4	5
③ 観光資源 (観光スポット、文化施設、温泉、街並み等)	1	2	3	4	5
④ 旅行に係る費用 (価格等)	1	2	3	4	5
⑤ 交通の便・アクセス	1	2	3	4	5

問16 ご利用の施設・場所は？ [滞在中の予定や希望も含まます] (あてはまるものすべに○印)

1 大金久海岸・百合ヶ浜 2 その他の海岸・ビーチ

ご利用の海岸・ビーチに○印

① ウドノスピーチ ② 品覇海岸 ③ 兼母海岸 ④ 寺崎海岸 ⑤ ハキビナ海岸

⑥ 皆田海岸 ⑦ 前浜海岸 ⑧ 赤崎海岸 ⑨ その他

3 サザンクロスセンター 4 与論城跡 5 琴平神社・十五夜踊り

6 按司根津栄 (アジニッチェ) 神社 7 屋川 (ヤゴウ) 8 奄水 (アマンジョウ)

9 故・森瑤子の墓 10 上城跡遺跡公園 11 与論民俗村

12 いっちゅう本館 (大島紬) 13 ゆんぬ・あーどうる焼窯元 14 ユン又楽園

15 赤崎鍾乳洞 16 その他 (具体的に)

問17 実際に体験したヨロン島の魅力は？ (主なもの3つまでに○印)

1 ダイビング、カヤックなどのマリンスポーツ 2 マラソンやウォーキング大会などのスポーツイベント

3 島の伝統的なお祭り 4 宿泊施設

5 宿泊施設のおもてなし 6 飲食店の夕食

7 飲食店の昼食 8 飲食店のおもてなし

9 60の美しい砂浜のあるビーチ 10 亜熱帯気候特有のハイビスカスなどの草花

11 お土産 12 地酒である黒糖焼酎

13 郷土料理 14 島の歴史や伝統と触れることができる観光施設

15 琉球文化と奄美・薩摩の文化の残る文化遺産や史跡 16 亜熱帯気候だから採れるトロピカルフルーツ

17 三線 (サンシン) と唄・踊り 18 南十字星の見える夜空

19 海岸線の景勝地 20 与論献捧 (ヨロンケンポウ)

21 その他 (具体的に)

問18 ヨロン島を観光する際のお困り事や問題は？ (主なもの3つまでに○印)

1 観光サビスの種類や量が少ない 2 観光サビスの内容や質が悪い

3 観光情報が少ない、入手場所が限られている 4 交通アクセスや移動手段が限られている

5 宿泊施設が限られている、老朽化している 6 与論献捧などで無理にお酒を飲まされる

7 その他 (具体的に)

(裏面に続く)

2 観光マーケット（GAP）調査

(1) 調査対象者属性

① 性別

No.	カテゴリー名	n	%
1	男性	494	48.0
2	女性	535	52.0
	全体	1,029	100.0

② 年齢

No.	カテゴリー名	n	%
1	12才未満	0	0.0
2	12才～19才	0	0.0
3	20才～24才	65	6.3
4	25才～29才	109	10.6
5	30才～34才	169	16.4
6	35才～39才	126	12.2
7	40才～44才	109	10.6
8	45才～49才	108	10.5
9	50才～54才	169	16.4
10	55才～59才	107	10.4
11	60才以上	67	6.5
	全体	1,029	100.0

③ 都道府県

No.	カテゴリー名	n	%
1	埼玉県	59	5.7
2	千葉県	39	3.8
3	東京都	122	11.9
4	神奈川県	71	6.9
5	京都府	47	4.6
6	大阪府	137	13.3
7	兵庫県	86	8.4
8	奈良県	21	2.0
9	福岡県	138	13.4
10	佐賀県	14	1.4
11	長崎県	27	2.6
12	熊本県	39	3.8
13	大分県	18	1.7
14	宮崎県	26	2.5
15	鹿児島県	29	2.8
16	沖縄県	156	15.2
	全体	1,029	100.0

④ 地域

No.	カテゴリー名	n	%
1	関東地方	291	28.3
2	近畿地方	291	28.3
3	九州地方	447	43.4
	全体	1,029	100.0

⑤ 職業・身分

No.	カテゴリー名	n	%
1	公務員	38	3.7
2	経営者・役員	21	2.0
3	会社員(事務系)	136	13.2
4	会社員(技術系)	136	13.2
5	会社員(その他)	116	11.3
6	自営業	78	7.6
7	自由業	32	3.1
8	専業主婦(主夫)	212	20.6
9	パート・アルバイト	124	12.1
10	学生	37	3.6
11	その他	89	8.6
12	無職	10	1.0
	全体	1,029	100.0

(2) 与論島観光

① 来島経験 [あなたはこれまでに旅行でヨロン島(与論島)に行ったことがありますか。] (SA)

No.	カテゴリー名	n	%
1	1回	75	7.3
2	2~3回	13	1.3
3	4~5回	3	0.3
4	6~10回	1	0.1
5	11回以上	1	0.1
6	旅行では行ったことがないが、旅行先として検討したことはある	203	19.7
7	知っているが、旅行では行ったことがないし、検討したこともない	599	58.2
8	ヨロン島(与論島)を知らない	134	13.0
	全体	1,029	100.0

② 与論島の位置 [旅行でヨロン島(与論島)へ行ったことのない方にお聞きします。ヨロン島(与論島)は鹿児島県の奄美群島の最南端にあり、沖縄県との県境にあることをご存知ですか。] (SA)

No.	カテゴリー名	n	%
1	知っている	673	83.9
2	知らない どの国・県にあると思っていましたか	129	16.1
	全体	802	100.0

③ 比較検討先 [他の旅行先と比較検討しましたか。] (SA)

No.	カテゴリー名	n	%
1	比較検討せずに与論島に旅行した	91	30.7
2	比較検討して与論島に旅行した 比較検討した場所	18	6.1
3	比較検討して与論島へは旅行せず、他の場所に旅行した 比較検討した結果、旅行した場所	145	49.0
4	その他	42	14.2
	全体	296	100.0

④ 旅行形態 [今までのヨロン島(与論島)への旅行は以下のどれにあたりますか。] (MA)

No.	カテゴリー名	n	%
1	一人旅	13	14.0
2	カップル・夫婦での旅行	24	25.8
3	小学生以下のお子様とのファミリー旅行	6	6.5
4	中学生以上のお子様とのファミリー旅行	2	2.2
5	自分の親とのファミリー旅行	7	7.5
6	三世代の旅行	2	2.2
7	友人との旅行	37	39.8
8	職場旅行	6	6.5
9	その他	5	5.4
10	覚えていない	0	0.0
	全体	93	100.0

⑤ 宿泊先 [今までのヨロン島（与論島）へ旅行したとき、どのようなところへ泊まりましたか。]
（MA）

No.	カテゴリー名	n	%
1	旅館	13	14.0
2	ホテル	39	41.9
3	ペンション	10	10.8
4	民宿	30	32.3
5	貸し別荘	0	0.0
6	コンドミニアム	2	2.2
7	会社の保養所など	0	0.0
8	その他	5	5.4
9	覚えていない	4	4.3
10	宿泊していない	0	0.0
	全体	93	100.0

(3) 地域イメージ [それぞれの「エリア」について、あてはまると思うイメージをお選びください。]（MA）

① ヨロン島（与論島）

No.	カテゴリー名	n	%
1	歴史がある	205	19.9
2	有名である	217	21.1
3	自然に恵まれた観光地である	498	48.4
4	景観が美しい	406	39.5
5	宿泊・交通費など料金が安い	138	13.4
6	海で楽しめる	451	43.8
7	マリンスポーツが楽しめる	269	26.1
8	地元ならではの食事がおいしい	79	7.7
9	地酒が楽しめる	102	9.9
10	宿泊施設が魅力的	32	3.1
11	名物となるお土産がある	42	4.1
12	大人が楽しめる観光地である	176	17.1
13	ファミリーが楽しめる観光地である	93	9.0
14	若者が楽しめる観光地である	171	16.6
15	何度も訪れたい観光地である（1年に2回以上行ってみたい）	61	5.9
16	人々のぬくもりを感じる（おもてなしのサービスレベルが高い）	117	11.4
17	リゾート地である	124	12.1
18	訪れた際、立ち寄ってみたい飲食店が多い	12	1.2
19	訪れた際、立ち寄ってみたい観光スポットが多い	40	3.9
20	一次交通（島までの飛行機・船など）でのアクセスが良い	22	2.1
21	二次交通（島内でのバス・車）でのアクセスが良い	16	1.6
22	まち歩きが楽しめる	45	4.4
23	魚介類（料理）が楽しみである	176	17.1
24	肉（料理）が楽しみである	19	1.8
25	果物がおいしい	79	7.7
26	野菜がおいしい	63	6.1
27	上記にあてはまるものはない	217	21.1
	全体	1,029	100

② 奄美群島

No.	カテゴリー名	n	%
1	歴史がある	237	23.0
2	有名である	302	29.3
3	自然に恵まれた観光地である	566	55.0
4	景観が美しい	406	39.5
5	宿泊・交通費など料金が安い	154	15.0
6	海で楽しめる	407	39.6
7	マリンスポーツが楽しめる	226	22.0
8	地元ならではの食事がおいしい	132	12.8
9	地酒が楽しめる	216	21.0
10	宿泊施設が魅力的	31	3.0
11	名物となるお土産がある	76	7.4
12	大人が楽しめる観光地である	182	17.7
13	ファミリーが楽しめる観光地である	91	8.8
14	若者が楽しめる観光地である	123	12.0
15	何度も訪れたい観光地である（1年に2回以上行ってみたい）	55	5.3
16	人々のぬくもりを感じる（おもてなしのサービスレベルが高い）	132	12.8
17	リゾート地である	77	7.5
18	訪れた際、立ち寄ってみたい飲食店が多い	18	1.7
19	訪れた際、立ち寄ってみたい観光スポットが多い	58	5.6
20	一次交通（島までの飛行機・船など）でのアクセスが良い	23	2.2
21	二次交通（島内でのバス・車）でのアクセスが良い	23	2.2
22	まち歩きが楽しめる	44	4.3
23	魚介類（料理）が楽しみである	206	20.0
24	肉（料理）が楽しみである	22	2.1
25	果物がおいしい	100	9.7
26	野菜がおいしい	82	8.0
27	上記にあてはまるものはない	153	14.9
	全体	1,029	100

③ 屋久島

No.	カテゴリー名	n	%
1	歴史がある	430	41.8
2	有名である	637	61.9
3	自然に恵まれた観光地である	796	77.4
4	景観が美しい	586	56.9
5	宿泊・交通費など料金が安い	173	16.8
6	海で楽しめる	232	22.5
7	マリンスポーツが楽しめる	133	12.9
8	地元ならではの食事がおいしい	89	8.6
9	地酒が楽しめる	110	10.7
10	宿泊施設が魅力的	31	3.0
11	名物となるお土産がある	96	9.3
12	大人が楽しめる観光地である	343	33.3
13	ファミリーが楽しめる観光地である	106	10.3
14	若者が楽しめる観光地である	124	12.1
15	何度も訪れたい観光地である（1年に2回以上行ってみたい）	88	8.6
16	人々のぬくもりを感じる（おもてなしのサービスレベルが高い）	122	11.9
17	リゾート地である	64	6.2
18	訪れた際、立ち寄ってみたい飲食店が多い	23	2.2
19	訪れた際、立ち寄ってみたい観光スポットが多い	158	15.4
20	一次交通（島までの飛行機・船など）でのアクセスが良い	29	2.8
21	二次交通（島内でのバス・車）でのアクセスが良い	22	2.1
22	まち歩きが楽しめる	43	4.2
23	魚介類（料理）が楽しみである	158	15.4
24	肉（料理）が楽しみである	25	2.4
25	果物がおいしい	66	6.4
26	野菜がおいしい	79	7.7
27	上記にあてはまるものはない	60	5.8
	全体	1,029	100

④ 沖縄本島

No.	カテゴリー名	n	%
1	歴史がある	529	51.4
2	有名である	702	68.2
3	自然に恵まれた観光地である	367	35.7
4	景観が美しい	374	36.3
5	宿泊・交通費など料金が安い	228	22.2
6	海で楽しめる	605	58.8
7	マリンスポーツが楽しめる	556	54.0
8	地元ならではの食事がおいしい	425	41.3
9	地酒が楽しめる	483	46.9
10	宿泊施設が魅力的	284	27.6
11	名物となるお土産がある	432	42.0
12	大人が楽しめる観光地である	361	35.1
13	ファミリーが楽しめる観光地である	467	45.4
14	若者が楽しめる観光地である	403	39.2
15	何度も訪れたい観光地である（1年に2回以上行ってみたい）	259	25.2
16	人々のぬくもりを感じる（おもてなしのサービスレベルが高い）	270	26.2
17	リゾート地である	414	40.2
18	訪れた際、立ち寄ってみたい飲食店が多い	237	23.0
19	訪れた際、立ち寄ってみたい観光スポットが多い	331	32.2
20	一次交通（島までの飛行機・船など）でのアクセスが良い	422	41.0
21	二次交通（島内でのバス・車）でのアクセスが良い	242	23.5
22	まち歩きが楽しめる	362	35.2
23	魚介類（料理）が楽しみである	306	29.7
24	肉（料理）が楽しみである	232	22.5
25	果物がおいしい	298	29.0
26	野菜がおいしい	199	19.3
27	上記にあてはまるものはない	44	4.3
	全体	1,029	100

⑤ 沖縄離島（石垣島、久米島など）

No.	カテゴリー名	n	%
1	歴史がある	245	23.8
2	有名である	508	49.4
3	自然に恵まれた観光地である	626	60.8
4	景観が美しい	534	51.9
5	宿泊・交通費など料金が安い	232	22.5
6	海で楽しめる	597	58.0
7	マリンスポーツが楽しめる	490	47.6
8	地元ならではの食事がおいしい	217	21.1
9	地酒が楽しめる	257	25.0
10	宿泊施設が魅力的	124	12.1
11	名物となるお土産がある	170	16.5
12	大人が楽しめる観光地である	302	29.3
13	ファミリーが楽しめる観光地である	208	20.2
14	若者が楽しめる観光地である	264	25.7
15	何度も訪れたい観光地である（1年に2回以上行ってみたい）	191	18.6
16	人々のぬくもりを感じる（おもてなしのサービスレベルが高い）	205	19.9
17	リゾート地である	256	24.9
18	訪れた際、立ち寄ってみたい飲食店が多い	65	6.3
19	訪れた際、立ち寄ってみたい観光スポットが多い	156	15.2
20	一次交通（島までの飛行機・船など）でのアクセスが良い	74	7.2
21	二次交通（島内でのバス・車）でのアクセスが良い	63	6.1
22	まち歩きが楽しめる	89	8.6
23	魚介類（料理）が楽しみである	250	24.3
24	肉（料理）が楽しみである	79	7.7
25	果物がおいしい	171	16.6
26	野菜がおいしい	98	9.5
27	上記にあてはまるものはない	69	6.7
	全体	1,029	100

⑥ ハワイ

No.	カテゴリー名	n	%
1	歴史がある	273	26.5
2	有名である	795	77.3
3	自然に恵まれた観光地である	376	36.5
4	景観が美しい	506	49.2
5	宿泊・交通費など料金が安い	427	41.5
6	海で楽しめる	699	67.9
7	マリンスポーツが楽しめる	661	64.2
8	地元ならではの食事がおいしい	209	20.3
9	地酒が楽しめる	26	2.5
10	宿泊施設が魅力的	435	42.3
11	名物となるお土産がある	356	34.6
12	大人が楽しめる観光地である	498	48.4
13	ファミリーが楽しめる観光地である	549	53.4
14	若者が楽しめる観光地である	520	50.5
15	何度も訪れたい観光地である（1年に2回以上行ってみたい）	299	29.1
16	人々のぬくもりを感じる（おもてなしのサービスレベルが高い）	140	13.6
17	リゾート地である	732	71.1
18	訪れた際、立ち寄ってみたい飲食店が多い	211	20.5
19	訪れた際、立ち寄ってみたい観光スポットが多い	336	32.7
20	一次交通（島までの飛行機・船など）でのアクセスが良い	393	38.2
21	二次交通（島内でのバス・車）でのアクセスが良い	243	23.6
22	まち歩きが楽しめる	380	36.9
23	魚介類（料理）が楽しみである	134	13.0
24	肉（料理）が楽しみである	289	28.1
25	果物がおいしい	333	32.4
26	野菜がおいしい	71	6.9
27	上記にあてはまるものはない	40	3.9
	全体	1,029	100

⑦ グアム・サイパン

No.	カテゴリー名	n	%
1	歴史がある	185	18.0
2	有名である	726	70.6
3	自然に恵まれた観光地である	331	32.2
4	景観が美しい	394	38.3
5	宿泊・交通費など料金が安い	247	24.0
6	海で楽しめる	672	65.3
7	マリンスポーツが楽しめる	623	60.5
8	地元ならではの食事がおいしい	98	9.5
9	地酒が楽しめる	18	1.7
10	宿泊施設が魅力的	277	26.9
11	名物となるお土産がある	150	14.6
12	大人が楽しめる観光地である	364	35.4
13	ファミリーが楽しめる観光地である	410	39.8
14	若者が楽しめる観光地である	482	46.8
15	何度も訪れたい観光地である（1年に2回以上行ってみたい）	140	13.6
16	人々のぬくもりを感じる（おもてなしのサービスレベルが高い）	61	5.9
17	リゾート地である	640	62.2
18	訪れた際、立ち寄ってみたい飲食店が多い	79	7.7
19	訪れた際、立ち寄ってみたい観光スポットが多い	147	14.3
20	一次交通（島までの飛行機・船など）でのアクセスが良い	312	30.3
21	二次交通（島内でのバス・車）でのアクセスが良い	121	11.8
22	まち歩きが楽しめる	170	16.5
23	魚介類（料理）が楽しみである	94	9.1
24	肉（料理）が楽しみである	145	14.1
25	果物がおいしい	242	23.5
26	野菜がおいしい	46	4.5
27	上記にあてはまるものはない	50	4.9
	全体	1,029	100

- (4) 与論観光の満足度 [旅行でヨロン島（与論島）へ行ったことのある方にお聞きします。以下の施設や体験・サービスについて、期待していたかどうか、満足したかどうか、あてはまるものをお答えください。] (SA)

① ダイビング、カヤックなどのマリンスポーツ

No.	カテゴリー名	n	%
1	期待していて、満足した	22	23.7
2	期待していて、満足しなかった	1	1.1
3	期待しなかったが、満足した	6	6.5
4	期待しなかったし、満足しなかった	3	3.2
5	この体験はしていない	61	65.6
	全体	93	100.0

② マラソンやウォーキング大会などのスポーツイベント

No.	カテゴリー名	n	%
1	期待していて、満足した	3	3.2
2	期待していて、満足しなかった	0	0.0
3	期待しなかったが、満足した	5	5.4
4	期待しなかったし、満足しなかった	4	4.3
5	この体験はしていない	81	87.1
	全体	93	100.0

③ 島の伝統的なお祭り

No.	カテゴリー名	n	%
1	期待していて、満足した	6	6.5
2	期待していて、満足しなかった	3	3.2
3	期待しなかったが、満足した	9	9.7
4	期待しなかったし、満足しなかった	3	3.2
5	この体験はしていない	72	77.4
	全体	93	100.0

④ 宿泊施設

No.	カテゴリー名	n	%
1	期待していて、満足した	25	26.9
2	期待していて、満足しなかった	9	9.7
3	期待しなかったが、満足した	43	46.2
4	期待しなかったし、満足しなかった	11	11.8
5	この体験はしていない	5	5.4
	全体	93	100.0

⑤ 宿泊施設のおもてなし

No.	カテゴリー名	n	%
1	期待していて、満足した	26	28.0
2	期待していて、満足しなかった	8	8.6
3	期待しなかったが、満足した	38	40.9
4	期待しなかったし、満足しなかった	12	12.9
5	この体験はしていない	9	9.7
	全体	93	100.0

⑥ 飲食店の夕食

No.	カテゴリー名	n	%
1	期待していて、満足した	22	23.7
2	期待していて、満足しなかった	11	11.8
3	期待しなかったが、満足した	29	31.2
4	期待しなかったし、満足しなかった	11	11.8
5	この体験はしていない	20	21.5
	全体	93	100.0

⑦ 飲食店の昼食

No.	カテゴリー名	n	%
1	期待していて、満足した	21	22.6
2	期待していて、満足しなかった	12	12.9
3	期待しなかったが、満足した	28	30.1
4	期待しなかったし、満足しなかった	12	12.9
5	この体験はしていない	20	21.5
	全体	93	100.0

⑧ 飲食店のおもてなし

No.	カテゴリー名	n	%
1	期待していて、満足した	21	22.6
2	期待していて、満足しなかった	3	3.2
3	期待しなかったが、満足した	37	39.8
4	期待しなかったし、満足しなかった	10	10.8
5	この体験はしていない	22	23.7
	全体	93	100.0

⑨ 60の美しい砂浜のあるビーチ

No.	カテゴリー名	n	%
1	期待していて、満足した	57	61.3
2	期待していて、満足しなかった	6	6.5
3	期待しなかったが、満足した	14	15.1
4	期待しなかったし、満足しなかった	2	2.2
5	この体験はしていない	14	15.1
	全体	93	100.0

⑩ 亜熱帯気候特有のハイビスカスなどの草花

No.	カテゴリー名	n	%
1	期待していて、満足した	47	50.5
2	期待していて、満足しなかった	6	6.5
3	期待しなかったが、満足した	19	20.4
4	期待しなかったし、満足しなかった	5	5.4
5	この体験はしていない	16	17.2
	全体	93	100.0

⑪ お土産

No.	カテゴリー名	n	%
1	期待していて、満足した	21	22.6
2	期待していて、満足しなかった	12	12.9
3	期待しなかったが、満足した	29	31.2
4	期待しなかったし、満足しなかった	16	17.2
5	この体験はしていない	15	16.1
	全体	93	100.0

⑫ 地酒である黒糖焼酎

No.	カテゴリー名	n	%
1	期待していて、満足した	23	24.7
2	期待していて、満足しなかった	8	8.6
3	期待しなかったが、満足した	17	18.3
4	期待しなかったし、満足しなかった	6	6.5
5	この体験はしていない	39	41.9
	全体	93	100.0

⑬ 郷土料理

No.	カテゴリー名	n	%
1	期待していて、満足した	25	26.9
2	期待していて、満足しなかった	7	7.5
3	期待しなかったが、満足した	29	31.2
4	期待しなかったし、満足しなかった	7	7.5
5	この体験はしていない	25	26.9
	全体	93	100.0

⑭ 島の歴史や伝統と触れることができる観光施設

No.	カテゴリー名	n	%
1	期待していて、満足した	20	21.5
2	期待していて、満足しなかった	11	11.8
3	期待しなかったが、満足した	21	22.6
4	期待しなかったし、満足しなかった	5	5.4
5	この体験はしていない	36	38.7
	全体	93	100.0

⑮ 琉球文化と奄美・薩摩の文化の残る文化遺産や史跡

No.	カテゴリー名	n	%
1	期待していて、満足した	17	18.3
2	期待していて、満足しなかった	10	10.8
3	期待しなかったが、満足した	22	23.7
4	期待しなかったし、満足しなかった	6	6.5
5	この体験はしていない	38	40.9
	全体	93	100.0

⑯ 亜熱帯気候だから採れるトロピカルフルーツ

No.	カテゴリー名	n	%
1	期待していて、満足した	20	21.5
2	期待していて、満足しなかった	8	8.6
3	期待しなかったが、満足した	24	25.8
4	期待しなかったし、満足しなかった	8	8.6
5	この体験はしていない	33	35.5
	全体	93	100.0

⑰ 三線と唄・踊り

No.	カテゴリー名	n	%
1	期待していて、満足した	13	14.0
2	期待していて、満足しなかった	4	4.3
3	期待しなかったが、満足した	14	15.1
4	期待しなかったし、満足しなかった	3	3.2
5	この体験はしていない	59	63.4
	全体	93	100.0

⑱ 南十字星の見える夜空

No.	カテゴリー名	n	%
1	期待していて、満足した	24	25.8
2	期待していて、満足しなかった	6	6.5
3	期待しなかったが、満足した	18	19.4
4	期待しなかったし、満足しなかった	4	4.3
5	この体験はしていない	41	44.1
	全体	93	100.0

⑱ 海岸線の景勝地

No.	カテゴリー名	n	%
1	期待していて、満足した	46	49.5
2	期待していて、満足しなかった	3	3.2
3	期待しなかったが、満足した	24	25.8
4	期待しなかったし、満足しなかった	3	3.2
5	この体験はしていない	17	18.3
	全体	93	100.0

⑳ 与論献奉

No.	カテゴリー名	n	%
1	期待していて、満足した	21	22.6
2	期待していて、満足しなかった	3	3.2
3	期待しなかったが、満足した	10	10.8
4	期待しなかったし、満足しなかった	5	5.4
5	この体験はしていない	54	58.1
	全体	93	100.0

(5) 認知度 [ヨロン島（与論島）に関して以下の事をご存知ですか。]

- ① ヨロン島には趣の異なる60の美しい砂浜があり、真っ白な砂浜をプライベートビーチ感覚で楽しむことができる砂浜も多い。

No.	カテゴリー名	n	%
1	よく知っている	21	2.0
2	だいたい知っている	119	11.6
3	聞いたことがある	229	22.3
4	知らない	660	64.1
	全体	1,029	100.0

- ② 潮流によりつくられ干潮の時にだけ沖合に浮かぶ幻の白い砂浜の「百合ヶ浜」には、星の形をした「星砂」があり、年齢の数だけ拾えば幸せになるという言い伝えがあり、グラスボートで行くことができる。

No.	カテゴリー名	n	%
1	よく知っている	57	5.5
2	だいたい知っている	105	10.2
3	聞いたことがある	292	28.4
4	知らない	575	55.9
	全体	1,029	100.0

- ③ 河川が無く、珊瑚礁のリーフに囲まれたヨロン島の海は、世界でも屈指の透明度の高さを誇り、サンゴやウミガメはもちろん、水中には海中宮殿や沈船、奇岩などダイバーを楽しませてくれるポイントが多い。

No.	カテゴリー名	n	%
1	よく知っている	33	3.2
2	だいたい知っている	102	9.9
3	聞いたことがある	260	25.3
4	知らない	634	61.6
	全体	1,029	100.0

- ④ 珊瑚礁が島の周囲に点在しているので天候の影響を受けにくく、手軽に様々なマリンスポーツを楽しむことができる。

No.	カテゴリー名	n	%
1	よく知っている	30	2.9
2	だいたい知っている	100	9.7
3	聞いたことがある	243	23.6
4	知らない	656	63.8
	全体	1,029	100.0

- ⑤ 亜熱帯性気候に属するヨロン島は一年中色鮮やかなハイビスカスやブーケンピリアなどの花々が島の風景を彩っている。

No.	カテゴリー名	n	%
1	よく知っている	41	4.0
2	だいたい知っている	162	15.7
3	聞いたことがある	280	27.2
4	知らない	546	53.1
	全体	1,029	100.0

- ⑥ 様々な種類の蝶や他の生物も多種多様で、渡り鳥の休息地でもあるヨロン島は野鳥の宝庫で160種類が確認されている。

No.	カテゴリー名	n	%
1	よく知っている	22	2.1
2	だいたい知っている	74	7.2
3	聞いたことがある	182	17.7
4	知らない	751	73.0
	全体	1,029	100.0

- ⑦ 南十字星が観測される国内最北端の地であり、神秘的な月の満ち欠けや、天の川、様々な星座を観測する「天体観測」をすることができたり、「星空ハイキング」をすることができる。

No.	カテゴリー名	n	%
1	よく知っている	31	3.0
2	だいたい知っている	84	8.2
3	聞いたことがある	237	23.0
4	知らない	677	65.8
	全体	1,029	100.0

- ⑧ 沖縄に一番近く鹿児島島の最南端で、奄美と琉球が接するヨロン島は、琉球と大和が調和した文化を築き、守っており、近隣の奄美群島とも違う島の方言を持つなど独特の文化を残し、島のヒトとの触れ合いで独特の文化に触れることができる。

No.	カテゴリー名	n	%
1	よく知っている	43	4.2
2	だいたい知っている	109	10.6
3	聞いたことがある	220	21.4
4	知らない	657	63.8
	全体	1,029	100.0

- ⑨ ヨロン島は、沖縄最北部の辺戸岬（へどみさき）からも見える北東 23 km の距離にあり、地理的状況の中で琉球文化の影響を強く受けながらも、島独自の文化を育てており、また戦後のアメリカ文化の影響を受けていないという、沖縄とは異なる南国の家屋や街並み、文化、神社、城跡を楽しむことができる。

No.	カテゴリー名	n	%
1	よく知っている	35	3.4
2	だいたい知っている	104	10.1
3	聞いたことがある	165	16.0
4	知らない	725	70.5
	全体	1,029	100.0

- ⑩ 与論十五夜祭りは、島民慰安と五穀豊穡の祈願と感謝の意を込めて地主神社へ奉納される踊りだが、面などのその独特の格好などは特徴的であり、国の重要無形民俗文化財の指定も受けている。

No.	カテゴリー名	n	%
1	よく知っている	11	1.1
2	だいたい知っている	34	3.3
3	聞いたことがある	89	8.6
4	知らない	895	87.0
	全体	1,029	100.0

- ⑪ ヨロン島の美しい砂浜では、夕日がきれいな時間帯からビーチパーティという地元の黒糖焼酎を酌み交わす交流の場が開かれ、旅人たちも参加することができる。

No.	カテゴリー名	n	%
1	よく知っている	14	1.4
2	だいたい知っている	48	4.7
3	聞いたことがある	138	13.4
4	知らない	829	80.6
	全体	1,029	100.0

- ⑫ ヨロンを舞台にした映画「めがね」のロケ地を巡りながら、島のゆっくり流れる時間を楽しむことができる。

No.	カテゴリー名	n	%
1	よく知っている	15	1.5
2	だいたい知っている	35	3.4
3	聞いたことがある	97	9.4
4	知らない	882	85.7
	全体	1,029	100.0

- ⑬ サンゴを守る地元の活動として「海底宮殿」がつくられ、サンゴが着床・成長し多くの魚が群れる人気のダイビングスポットがある。

No.	カテゴリー名	n	%
1	よく知っている	17	1.7
2	だいたい知っている	53	5.2
3	聞いたことがある	183	17.8
4	知らない	776	75.4
	全体	1,029	100.0

- ⑭ ギリシャ国ミコノス島とは姉妹都市で、ギリシャをモチーフにしたレリーフや風車、白い建物が立ち並びエーゲ海の面影を漂わせている。

No.	カテゴリー名	n	%
1	よく知っている	13	1.3
2	だいたい知っている	44	4.3
3	聞いたことがある	76	7.4
4	知らない	896	87.1
	全体	1,029	100.0

- ⑮ 亜熱帯性の気候のため、マンゴーやパッションフルーツなどのトロピカルフルーツ、とても甘い果肉で”森のアイスクリーム”といわれるアテモヤなどのトロピカルフルーツの宝庫で取れたてを食べることができたり、お土産として買って帰ることもできる。

No.	カテゴリー名	n	%
1	よく知っている	20	1.9
2	だいたい知っている	83	8.1
3	聞いたことがある	223	21.7
4	知らない	703	68.3
	全体	1,029	100.0

- ⑯ 黒糖を原料にした焼酎はヨロン島を含む奄美群島だけで製造されており、島唯一の蔵元でつくられる代表銘柄の「有泉」は地元でも愛されている。この黒糖焼酎は、「与論献奉（ヨロンケンポウ）」という「杯に注いだ焼酎を口上とともに飲み干すことを繰り返す」飲酒習慣とともに、さまざまな行事や旅人を歓迎するときにも欠かせないものとなっている。

No.	カテゴリー名	n	%
1	よく知っている	32	3.1
2	だいたい知っている	62	6.0
3	聞いたことがある	175	17.0
4	知らない	760	73.9
	全体	1,029	100.0

- ⑰ 鶏飯（けいはん）という鶏肉などの具材をのせたご飯に鳥ガラのダシをかけた郷土料理や、ビタミンCがたっぷりのニガウリ（ゴーヤー）をつかったゴーヤチャンプル、ソーメンをつかった炒め物の油ゾーメンなどの郷土料理を楽しむことができる。

No.	カテゴリー名	n	%
1	よく知っている	42	4.1
2	だいたい知っている	94	9.1
3	聞いたことがある	202	19.6
4	知らない	691	67.2
	全体	1,029	100.0

- ⑱ 四方を海に囲まれているため、南国ならではのカラフルな色をした魚やイセエビ、夜光貝やイモ貝など一度食べたら忘れられない新鮮な魚介を楽しむことができる。

No.	カテゴリー名	n	%
1	よく知っている	32	3.1
2	だいたい知っている	84	8.2
3	聞いたことがある	204	19.8
4	知らない	709	68.9
	全体	1,029	100.0

- ⑲ 健康食品として注目をあびているフコイタンを豊富に含んでいる「もずく」は、「もずく酢」としてだけでなく、麺に練りこんで和風のダシで食べる「もずくそば」、もずく豆腐など個性あふれるメニューとして飲食店で食べることができ加工品もお土産として人気。特に、もずく自体を生のまま麺つゆで食べる「もずくソーメン」は他の地域ではお目にかかれないご当地メニューとして味もダイエット食としても人気が高い。

No.	カテゴリー名	n	%
1	よく知っている	23	2.2
2	だいたい知っている	70	6.8
3	聞いたことがある	175	17.0
4	知らない	761	74.0
	全体	1,029	100.0

- ⑳ ヨロンマラソンは毎年三月に行われ島内外から1,000人を超えるランナーが参加する。青い海とサトウキビ畑を背景に走り、沿道では三線や太鼓での応援、給水所には黒砂糖やサターアスターギーなどの郷土菓子やトロピカルフルーツ、ヤギ汁といった島ならではのおもてなしを満喫することができ、ゴール後は海岸で盛大な完走パーティが開催される。

No.	カテゴリー名	n	%
1	よく知っている	15	1.5
2	だいたい知っている	43	4.2
3	聞いたことがある	139	13.5
4	知らない	832	80.9
	全体	1,029	100.0

- ㉑ ヨロンパナウルウォークは、毎年11月に開催され青い海とサトウキビ畑を背景に、沿道では三線や太鼓での応援、通過ポイントには黒砂糖やサターアスターギーなどの郷土菓子やお茶などがふるまわれ日頃の運動不足解消を目的に楽しむことができる。

No.	カテゴリー名	n	%
1	よく知っている	11	1.1
2	だいたい知っている	32	3.1
3	聞いたことがある	85	8.3
4	知らない	901	87.6
	全体	1,029	100.0

- ㉒ ヨロン島にはフェリーが毎日、沖縄と鹿児島に就航していて、鹿児島から約20時間、沖縄から約4時間半の時間で行くことができる。

No.	カテゴリー名	n	%
1	よく知っている	34	3.3
2	だいたい知っている	96	9.3
3	聞いたことがある	160	15.5
4	知らない	739	71.8
	全体	1,029	100.0

- ㉓ ヨロン島には飛行機が毎日、沖縄と鹿児島に就航していて、鹿児島から約 70 分、沖縄から約 40 分の時間で行くことができる。

No.	カテゴリー名	n	%
1	よく知っている	33	3.2
2	だいたい知っている	115	11.2
3	聞いたことがある	157	15.3
4	知らない	724	70.4
	全体	1,029	100.0

- ㉔ ヨロン島には「ハミゴー」と呼ばれる海岸の洞穴に若い男女が集まり、三味線や太鼓を鳴らしながらお互いの思いを歌に掛け合う遊びがあって、当時を再現したイベントを体験することができる。

No.	カテゴリー名	n	%
1	よく知っている	8	0.8
2	だいたい知っている	33	3.2
3	聞いたことがある	75	7.3
4	知らない	913	88.7
	全体	1,029	100.0

(6) 関心度 [ヨロン島 (与論島) に関して、以下のことについて興味がありますか。] (SA)

- ① ヨロン島には趣の異なる 60 の美しい砂浜があり、真っ白な砂浜をプライベートビーチ感覚で楽しむことができる砂浜も多い。

No.	カテゴリー名	n	%
1	興味がある	299	29.1
2	やや興味がある	471	45.8
3	あまり興味はない	154	15.0
4	興味はない	105	10.2
	全体	1,029	100.0

- ② 潮流によりつくられ干潮の時にだけ沖合に浮かぶ幻の白い砂浜の「百合ヶ浜」には、星の形をした「星砂」があり、年齢の数だけ拾えば幸せになるという言い伝えがあり、グラスボートで行くことができる。

No.	カテゴリー名	n	%
1	興味がある	296	28.8
2	やや興味がある	417	40.5
3	あまり興味はない	199	19.3
4	興味はない	117	11.4
	全体	1,029	100.0

- ③ 河川が無く、珊瑚礁のリーフに囲まれたヨロン島の海は、世界でも屈指の透明度の高さを誇り、サンゴやウミガメはもちろん、水中には海中宮殿や沈船、奇岩などダイバーを楽しませてくれるポイントが多い。

No.	カテゴリー名	n	%
1	興味がある	243	23.6
2	やや興味がある	391	38.0
3	あまり興味はない	240	23.3
4	興味はない	155	15.1
	全体	1,029	100.0

- ④ 珊瑚礁が島の周囲に点在しているので天候の影響を受けにくく、手軽に様々なマリンスポーツを楽しむことができる。

No.	カテゴリー名	n	%
1	興味がある	187	18.2
2	やや興味がある	386	37.5
3	あまり興味はない	282	27.4
4	興味はない	174	16.9
	全体	1,029	100.0

- ⑤ 亜熱帯性気候に属するヨロン島は一年中色鮮やかなハイビスカスやブーケンピリアなどの花々が島の風景を彩っている。

No.	カテゴリー名	n	%
1	興味がある	230	22.4
2	やや興味がある	458	44.5
3	あまり興味はない	208	20.2
4	興味はない	133	12.9
	全体	1,029	100.0

- ⑥ 様々な種類の蝶や他の生物も多種多様で、渡り鳥の休息地でもあるヨロン島は野鳥の宝庫で160種類が確認されている。

No.	カテゴリー名	n	%
1	興味がある	163	15.8
2	やや興味がある	364	35.4
3	あまり興味はない	327	31.8
4	興味はない	175	17.0
	全体	1,029	100.0

- ⑦ 南十字星が観測される国内最北端の地であり、神秘的な月の満ち欠けや、天の川、様々な星座を観測する「天体観測」をすることができたり、「星空ハイキング」をすることができる。

No.	カテゴリー名	n	%
1	興味がある	354	34.4
2	やや興味がある	414	40.2
3	あまり興味はない	144	14.0
4	興味はない	117	11.4
	全体	1,029	100.0

- ⑧ 沖縄に一番近く鹿児島島の最南端で、奄美と琉球が接するヨロン島は、琉球と大和が調和した文化を築き、守っており、近隣の奄美群島とも違う島の方言を持つなど独特の文化を残し、島のヒトとの触れ合いで独特の文化に触れることができる。

No.	カテゴリー名	n	%
1	興味がある	198	19.2
2	やや興味がある	420	40.8
3	あまり興味はない	258	25.1
4	興味はない	153	14.9
	全体	1,029	100.0

- ⑨ ヨロン島は、沖縄最北部の辺戸岬（へどみさき）からも見える北東 23 km の距離にあり、地理的状況の中で琉球文化の影響を強く受けながらも、島独自の文化を育てており、また戦後のアメリカ文化の影響を受けていないという、沖縄とは異なる南国の家屋や街並み、文化、神社、城跡を楽しむことができる。

No.	カテゴリー名	n	%
1	興味がある	185	18.0
2	やや興味がある	441	42.9
3	あまり興味はない	256	24.9
4	興味はない	147	14.3
	全体	1,029	100.0

- ⑩ 与論十五夜祭りは、島民慰安と五穀豊穡の祈願と感謝の意を込めて地主神社へ奉納される踊りだが、面などのその独特の格好などは特徴的であり、国の重要無形民俗文化財の指定も受けている。

No.	カテゴリー名	n	%
1	興味がある	137	13.3
2	やや興味がある	366	35.6
3	あまり興味はない	339	32.9
4	興味はない	187	18.2
	全体	1,029	100.0

- ⑪ ヨロン島の美しい砂浜では、夕日がきれいな時間帯からビーチパーティという地元の黒糖焼酎を酌み交わす交流の場が開かれ、旅人たちも参加することができる。

No.	カテゴリー名	n	%
1	興味がある	195	19.0
2	やや興味がある	377	36.6
3	あまり興味はない	278	27.0
4	興味はない	179	17.4
	全体	1,029	100.0

- ⑫ ヨロンを舞台にした映画「めがね」のロケ地を巡りながら、島のゆっくり流れる時間を楽しむことができる。

No.	カテゴリー名	n	%
1	興味がある	102	9.9
2	やや興味がある	277	26.9
3	あまり興味はない	390	37.9
4	興味はない	260	25.3
	全体	1,029	100.0

- ⑬ サンゴを守る地元の活動として「海底宮殿」がつくられ、サンゴが着床・成長し多くの魚が群れる人気のダイビングスポットがある。

No.	カテゴリー名	n	%
1	興味がある	167	16.2
2	やや興味がある	398	38.7
3	あまり興味はない	285	27.7
4	興味はない	179	17.4
	全体	1,029	100.0

- ⑭ ギリシャ国ミコノス島とは姉妹都市で、ギリシャをモチーフにしたレリーフや風車、白い建物が立ち並びエーゲ海の面影を漂わせている。

No.	カテゴリー名	n	%
1	興味がある	186	18.1
2	やや興味がある	399	38.8
3	あまり興味はない	270	26.2
4	興味はない	174	16.9
	全体	1,029	100.0

- ⑮ 亜熱帯性の気候のため、マンゴーやパッションフルーツなどのトロピカルフルーツ、とても甘い果肉で”森のアイスクリーム”といわれるアテモヤなどのトロピカルフルーツの宝庫で取れたてを食べることができたり、お土産として買って帰ることもできる。

No.	カテゴリー名	n	%
1	興味がある	297	28.9
2	やや興味がある	436	42.4
3	あまり興味はない	165	16.0
4	興味はない	131	12.7
	全体	1,029	100.0

- ⑯ 黒糖を原料にした焼酎はヨロン島を含む奄美群島だけで製造されており、島唯一の蔵元でつくられる代表銘柄の「有泉」は地元でも愛されている。この黒糖焼酎は、”与論献奉（ヨロンケンポウ）”という「杯に注いだ焼酎を口上とともに飲み干すことを繰り返す」飲酒習慣とともに、さまざまな行事や旅人を歓迎するときにも欠かせないものとなっている。

No.	カテゴリー名	n	%
1	興味がある	162	15.7
2	やや興味がある	355	34.5
3	あまり興味はない	311	30.2
4	興味はない	201	19.5
	全体	1,029	100.0

- ⑰ 鶏飯（けいはん）という鶏肉などの具材をのせたご飯に鳥ガラのダシをかけた郷土料理や、ビタミンCがたっぷりのニガウリ（ゴーヤー）をつかったゴーヤチャンプル、ソーメンをつかった炒め物の油ゾーメンなどの郷土料理を楽しむことができる。

No.	カテゴリー名	n	%
1	興味がある	259	25.2
2	やや興味がある	415	40.3
3	あまり興味はない	218	21.2
4	興味はない	137	13.3
	全体	1,029	100.0

- ⑱ 四方を海に囲まれているため、南国ならではのカラフルな色をした魚やイセエビ、夜光貝やイモ貝など一度食べたら忘れられない新鮮な魚介を楽しむことができる。

No.	カテゴリー名	n	%
1	興味がある	278	27.0
2	やや興味がある	407	39.6
3	あまり興味はない	206	20.0
4	興味はない	138	13.4
	全体	1,029	100.0

- ⑲ 健康食品として注目をあびているフコイタンを豊富に含んでいる「もずく」は、「もずく酢」としてだけでなく、麺に練りこんで和風のダシで食べる「もずくそば」、もずく豆腐など個性あふれるメニューとして飲食店で食べることができ加工品もお土産として人気。特に、もずく自体を生のまま麺つゆで食べる「もずくソーメン」は他の地域ではお目にかかれないご当地メニューとして味もダイエット食としても人気が高い。

No.	カテゴリー名	n	%
1	興味がある	194	18.9
2	やや興味がある	380	36.9
3	あまり興味はない	285	27.7
4	興味はない	170	16.5
	全体	1,029	100.0

- ⑳ ヨロンマラソンは毎年三月に行われ島内外から1,000人を超えるランナーが参加する。青い海とサトウキビ畑を背景に走り、沿道では三線や太鼓での応援、給水所には黒砂糖やサターアスターギーなどの郷土菓子やトロピカルフルーツ、ヤギ汁といった島ならではのおもてなしを満喫することができ、ゴール後は海岸で盛大な完走パーティが開催される。

No.	カテゴリー名	n	%
1	興味がある	82	8.0
2	やや興味がある	229	22.3
3	あまり興味はない	379	36.8
4	興味はない	339	32.9
	全体	1,029	100.0

- ㉑ ヨロンパナウルウォークは、毎年11月に開催され青い海とサトウキビ畑を背景に、沿道では三線や太鼓での応援、通過ポイントには黒砂糖やサターアスターギーなどの郷土菓子やお茶などがふるまわれ日頃の運動不足解消を目的に楽しむことができる。

No.	カテゴリー名	n	%
1	興味がある	102	9.9
2	やや興味がある	365	35.5
3	あまり興味はない	345	33.5
4	興味はない	217	21.1
	全体	1,029	100.0

- ㉒ ヨロン島にはフェリーが毎日、沖縄と鹿児島に就航していて、鹿児島から約20時間、沖縄から約4時間半の時間で行くことができる。

No.	カテゴリー名	n	%
1	興味がある	101	9.8
2	やや興味がある	371	36.1
3	あまり興味はない	360	35.0
4	興味はない	197	19.1
	全体	1,029	100.0

- ⑳ ヨロン島には飛行機が毎日、沖縄と鹿児島に就航していて、鹿児島から約 70 分、沖縄から約 40 分の時間で行くことができる。

No.	カテゴリー名	n	%
1	興味がある	142	13.8
2	やや興味がある	478	46.5
3	あまり興味はない	254	24.7
4	興味はない	155	15.1
	全体	1,029	100.0

- ㉑ ヨロン島には「ハミゴー」と呼ばれる海岸の洞穴に若い男女が集まり、三味線や太鼓を鳴らしながらお互いの思いを歌に掛け合う遊びがあって、当時を再現したイベントを体験することができる。

No.	カテゴリー名	n	%
1	興味がある	99	9.6
2	やや興味がある	303	29.4
3	あまり興味はない	390	37.9
4	興味はない	237	23.0
	全体	1,029	100.0

- (7) 再訪意向 [あなたは今後 1 年の間に、ヨロン島（与論島）へ旅行に行きたいと思いませんか。] (SA)

No.	カテゴリー名	n	%
1	行きたいと思う希望する交通手段	168	16.3
2	やや行きたいと思う希望する交通手段	268	26.0
3	どちらともいえない	354	34.4
4	あまり行きたいと思わない	137	13.3
5	行きたいと思わない	102	9.9
	全体	1,029	100.0

(8) 調査票

設問		回答形式	回答項目	
Q1	あなたはこれまでに旅行でヨロン島（与論島）に行ったことがありますか。行ったことのある方は回数をお答えください。	単一回答	1	1回
			2	2～3回
			3	4～5回
			4	6～10回
			5	11回以上
			6	旅行では行ったことがないが、旅行先として検討したことはある
			7	旅行では行ったことがないし、検討したこともない
			8	ヨロン島（与論島）を知らない
Q2	旅行でヨロン島（与論島）へ行ったことのない人（Q1=6, 7, 8）にお聞きします。ヨロン島（与論島）は鹿児島県の奄美群島の最南端にあり、沖縄県と県境にあることをご存知ですか？	単一回答	1	知っている
			2	知らない（どこの国・県にあると思っていたかFA）
Q3	ヨロン島（与論島）を旅行先として検討したことのある人（Q1=1～6）にお聞きします。他の旅行先と比較検討しましたか？比較検討した方は、どこと比較検討しましたか？	単一回答	1	比較検討せずに与論島に旅行した。
			2	比較検討して与論島に旅行した。（FAで、比較検討した場所）
			3	比較検討して他の場所に旅行した。（FAで、比較検討した結果、旅行した場所）
Q4	旅行でヨロン島（与論島）へ行ったことのある人（Q1=1～5）にお聞きします。今までのヨロン島（与論島）への旅行は以下のどれにあたりますか。	複数回答	1	一人
			2	カップル・夫婦
			3	小学生以下のお子様とのファミリー旅行
			4	中学生以上のお子様とのファミリー旅行
			5	自分の親とのファミリー旅行
			6	三世代の旅行
			7	友人と
			8	職場旅行
			9	その他
			10	覚えていない

設問		回答形式	回答項目	
Q5	旅行でヨロン島（与論島）へ行ったことのある人（Q4=1～5）にお聞きします。今までのヨロン島（与論島）へ旅行したとき、どのようなところへ泊まりましたか。	単一回答	1	旅館
			2	ホテル
			3	ペンション
			4	民宿
			5	貸し別荘
			6	コンドミニアム
			7	会社の保養所など
			8	覚えていない
			9	宿泊していない
Q6	以下のそれぞれの「エリア」について、あてはまると思うイメージをお選びください	複数回答	1	歴史がある
			2	有名である
			3	自然に恵まれた観光地である
			4	景観が美しい
			5	宿泊・交通費など料金が安い
			6	海で楽しめる
			7	マリンスポーツが楽しめる
			8	地元ならではの食事がおいしい
			9	地酒が楽しめる
			10	宿泊施設が魅力的
			11	名物となるお土産がある
			12	大人が楽しめる観光地である
			13	ファミリーが楽しめる観光地である
			14	若者が楽しめる観光地である
			15	何度も訪れたい観光地である（1年に2回以上行ってみたい）
			16	人々のぬくもりを感じる（おもてなしのサービスレベルが高い）
			17	リゾート地である
			18	訪れた際、立ち寄ってみたい飲食店が多い
			19	訪れた際、立ち寄ってみたい観光スポットが多い
			20	一次交通（島までの飛行機・船など）でのアクセスが良い
			21	二次交通（島内でのバス・車）でのアクセスが良い
			22	まち歩きが楽しめる
			23	魚介類（料理）が楽しみである
			24	肉（料理）が楽しみである
			25	果物がおいしい
			26	野菜がおいしい
			27	あてはまるものはない

設問		回答形式	回答項目	
Q7	<p>旅行でヨロン島（与論島）へ行ったことのある人（Q1=1～5）にお聞きします。</p> <p>以下の施設や体験・サービスについて、期待していたかどうか、満足したかどうか、あてはまるものをお答えください。</p> <p>（ヨロン島（与論島）への旅行に行く前の「期待」が行った際どうだったか？）</p>	複数回答	1	ダイビング、カヤックなどのマリンスポーツ
			2	マラソンやウォーキング大会などのスポーツイベント
			3	島の伝統的なお祭り
			4	宿泊施設
			5	宿泊施設のおもてなし
			6	飲食店の夕食
			7	飲食店の昼食
			8	飲食店のおもてなし
			9	60の美しい砂浜のあるビーチ
			10	亜熱帯気候特有のハイビスカスなどの草花
			11	お土産
			12	地酒である黒糖焼酎
			13	郷土料理
			14	島の歴史や伝統と触れることができる観光施設
			15	琉球文化と奄美・薩摩の文化の残る文化遺産や史跡
			16	亜熱帯気候だから採れるトロピカルフルーツ
			17	三線（さんしん）と唄・踊り
			18	南十字星の見える夜空
			19	海岸線の景勝地
			20	与論献奉（ヨロンケンポウ）
Q8	ヨロン島（与論島）に関して以下の事をご存知ですか？	各単一回答	1	ヨロン島には趣の異なる60の美しい砂浜があり、真っ白い砂浜をプライベートビーチ感覚で楽しむことができる砂浜も多い。
			2	潮流によりつくられ干潮の時にだけ沖合に浮かぶ幻の白い砂浜の「百合ヶ浜」には、星の形をした「星砂」があり、年齢の数だけ拾えば幸せになるという言い伝えがあり、グラスボートで行くことができる。
			3	河川が無く、珊瑚礁のリーフに囲まれたヨロン島の海は、世界でも屈指の透明度の高さを誇り、サンゴやウミガメはもちろん、水中には海中宮殿や沈船、奇岩などダイバーを楽しませてくれるポイントが多い。
			4	珊瑚礁が島の周囲に点在しているので天候の影響を受けにくく、手軽に様々なマリンスポーツを楽しむことができる。
			5	亜熱帯性気候に属するヨロン島は一年中色鮮やかなハイビスカスやブーケンベリアなどの花々が島の風景を彩っている。
			6	様々な種類の蝶や他の生物も多種多様で、渡り鳥の休息地でもあるヨロン島は野鳥の宝庫で160種類が確認されている。
			7	南十字星が観測される国内最北端の地であり、神秘的な月の満ち欠けや、天の川、様々な星座を観測する「天体観測」をすることができたり、「星空ハイキング」をすることができる。
			8	沖縄に一番近く鹿児島最南端で、奄美と琉球が接するヨロン島は、琉球と大和が調和した文化を築き、守っており、近隣の奄美群島とも違う島の方言を持つなど独特の文化を残し、島のヒトとの触れ合いで独特の文化に触れることができる。

設問		回答形式	回答項目	
Q8	ヨロン島（与論島）に関して以下の事をご存知ですか？	各単一回答	9	ヨロン島は、沖縄最北部の辺戸岬（へどみさき）からも見える北東23kmの距離にあり、地理的状況の中で琉球文化の影響を強く受けながらも、島独自の文化を育んでおり、また戦後のアメリカ文化の影響を受けていないという、沖縄とは異なる南国の家屋や街並み、文化、神社、城跡を楽しむことができる。
			10	与論十五夜祭りは、島民慰安と五穀豊穡の祈願と感謝の意を込めて地主神社へ奉納される踊りだが、面などのその独特の格好などは特徴的であり、国の重要無形民俗文化財の指定も受けている。
			11	ヨロン島の美しい砂浜では、夕日がきれいな時間帯からビーチパーティという地元の黒糖焼酎を酌み交わす交流の場が開かれ、旅人たちも参加することができる。
			12	ヨロンを舞台にした映画「めがね」のロケ地を巡りながら、島のゆっくり流れる時間を楽しむことができる。
			13	サンゴを守る地元の活動として「海底宮殿」がつくられ、サンゴが着床・成長し多くの魚が群れる人気のダイビングスポットがある。
			14	ギリシャ国ミコノス島とは姉妹都市で、ギリシアをモチーフにしたレリーフや風車、白い建物が立ち並びエーゲ海の面影を漂わせている。
			15	亜熱帯性の気候のため、マンゴーやパッションフルーツなどのトロピカルフルーツ、とても甘い果肉で”森のアイスクリーム”といわれるアテモヤなどのトロピカルフルーツの宝庫で取れたてを食べることができたり、お土産として買って帰ることもできる。
			16	黒糖を原料にした焼酎はヨロン島を含む奄美群島だけで製造されており、島唯一の蔵元でつくられる代表銘柄の「有泉」は地元でも愛されている。この黒糖焼酎は、「与論献奉（ヨロンケンポウ）」という「杯に注いだ焼酎を口上とともに飲み干すことを繰り返す」飲酒習慣とともに、さまざまな行事や旅人を歓迎するときにも欠かせないものとなっている。
			17	鶏飯（けいはん）という鶏肉などの具材をのせたご飯に烏ガラのダシをかけた郷土料理や、ビタミンCがたっぷりのニガウリ（ゴーヤー）をつかったゴーヤチャンプル、ソーメンをつかった炒め物の油ゾーメンなどの郷土料理を楽しむことができる。
			18	四方を海に囲まれているため、南国ならではのカラフルな色をした魚やイセエビ、夜光貝やイモ貝など一度食べたら忘れられない新鮮な魚介を楽しむことができる。
			19	健康食品として注目をあびているフコイダンを豊富に含んでいる「もずく」は、「もずく酢」としてだけでなく、麺に練りこんで和風のダシで食べる「もずくそば」、もずく豆腐など個性あふれるメニューとして飲食店で食べることができ加工品もお土産として人気。特に、もずく自体を生のまま麺つゆで食べる「もずくソーメン」は他の地域ではお目にかかれないご当地メニューとして味もダイエット食としても人気が高い。
			20	ヨロンマラソンは毎年三月に行われ島内外から1000人を超えるランナーが参加する。青い海とサトウキビ畑を背景に走り、沿道では三線や太鼓での応援、給水所には黒砂糖やサターアUNDERギーなどの郷土菓子やトロピカルフルーツ、ヤギ汁といった島ならではのおもてなしを満喫することができ、ゴール後は海岸で盛大な完走パーティが開催される。
21	ヨロンパナウルウォークは、毎年11月に開催され青い海とサトウキビ畑を背景に、沿道では三線や太鼓での応援、通過ポイントには黒砂糖やサターアUNDERギーなどの郷土菓子やお茶などがふるまわれ日頃の運動不足解消を目的に楽しむことができる。			
22	ヨロン島にはフェリーが毎日、沖縄と鹿児島に就航していて、鹿児島島から約20時間、沖縄から約4時間半の時間で行くことができる。			

設問		回答形式	回答項目	
			23	ヨロン島には飛行機が毎日、沖縄と鹿児島に就航していて、鹿児島から約70分、沖縄から約40分の時間で行くことができる。
			24	ヨロン島には「ハミゴー」と呼ばれる海岸の洞穴に若い男女が集まり、三味線や太鼓を鳴らしながらお互いの思いを歌に掛け合う遊びがあって、当時を再現したイベントを体験することができる。
Q9	ヨロン島（与論島）に関して、以下のことについて興味がありますか？	各単一回答	Q7と同様の選択肢	
Q10	あなたは今後1年の間に、ヨロン島（与論島）へ旅行に行きたいと思えますか。	単一回答	1	行きたいと思う（F A：手段 飛行機 or 船）
			2	やや行きたいと思う（F A：手段 飛行機 or 船）
			3	どちらともいえない
			4	あまり行きたいと思わない
			5	行きたいと思わない

委員・ワークショップ・事務局名簿

委員会・ワークショップ・事務局名簿

調査研究委員会

委員長	木村 乃	明治大学商学部特任准教授
委員	田畑 克夫	ヨロン島観光協会会長
	竹林 顯英	与論町商工会、与論町中心市街地活性化基本計画策定委員
	白尾 健勇	与論町商工会、元ヨロン島観光協会会長
	高井 克彦	与論町体育協会会長
	池田 吉光	与論町グリーンツーリズム協会会長
	市来 大作	与論町銀座通り会役員
	本園 秀幸	ヨロン島観光協会理事、ペンションパラダイス楽園荘代表
	元井 勝彦	与論町総務企画課課長
	久留 満博	与論町商工観光課課長
	藤田 萬豊	財団法人地方自治研究機構事務局長兼法制執務部長

(順不同)

ワークショップ

本 豊次郎	ヨロン島観光協会理事、(株)奄美航空ツーリスト与論営業所長
阿由葉 辰夫	ギリシャ村通り会会長、「ギャラリー海」・「ドミトリー海」経営
垣内 信男	与論島ダイビング事業組合長、ブクブクダイバーズ代表
鬼塚 直俊	特産品開発グループ代表、ヨロン島自然薬草本舗代表
福留 俊二	与論島パークホテル
野口 耕司	ペンションサンシャインヨロン
本園 秀幸	ペンションパラダイス楽園荘代表
竹 喜久博	プリシアリゾートヨロン
川畑 幸代	ホテル青海荘
有村 晃治	ヨロン島観光協会副会長、(株)有村酒造代表
永井 新孝	ヨロン島観光協会副会長、星砂荘代表
植田 佳樹	NPO法人与論情報化グループe-ok事務局長、オフィスY&Y代表
竹 盛窪	農業、NPO法人与論島ウンパル学校代表
川口 敏昇	商工会青年部長、翼レンタカー、川口解体代表
和田 州生	写真家
町岡 安博	ヨロン島観光協会事務局長

(順不同)

事務局	沖島 範幸	与論町総務企画課係長
	光 朋克	与論町総務企画課主事補
	田畑 豊範	与論町商工観光課課長補佐
	林 健太郎	与論町商工観光課主事
	町岡 安博	ヨロン島観光協会事務局長
	大馬 浩美	ヨロン島観光協会
	桑野 斉	財団法人地方自治研究機構調査研究部主任研究員
	緒方 優紀	財団法人地方自治研究機構調査研究部研究員
	小野瀬 孝之	財団法人地方自治研究機構調査研究部研究員

基礎調査機関

田中 政宏	株式会社リクルート 旅行カンパニーじゃらんリサーチセンター
-------	-------------------------------

与論町観光ルネサンス計画策定に関する調査研究

—平成 23 年 3 月発行—

与論町

〒891-9301

鹿児島県大島郡与論町茶花 32-1

電話 0997-97-3111 (代表)

財団法人 地方自治研究機構

〒102-0082

東京都千代田区一番町 25 番地 全国町村議員会館 3 階

電話 03 (3237) 1411 (代表)

印刷 株式会社サンワ