

離島地域観光交流促進に向けての提言 ～有識者からのメッセージ～

目次

1. はじめに

- (1) 離島地域を取り巻く状況
- (2) 本委員会の提言の位置づけ

2. 離島地域の現状を踏まえた観光交流促進の方向性

- (1) 離島地域の特性の再発見
- (2) 食の魅力向上
- (3) 宿泊施設の充実を始めとする受け入れ環境の向上
- (4) 地域住民の幅広い連携、協力体制の構築
- (5) 本土側との連携・交流
- (6) 人材の育成又は域外からの登用
- (7) 離島側の意識の向上
- (8) 「もてなす側」に必要なこと
- (9) 取り組みの方向性
- (10) 中長期的な取り組み

3. 国において取り組むべき課題

- (1) 国の「お墨付き」の意味
- (2) 国に出来ることは何か

1. はじめに

(1) 離島地域を取り巻く状況

- ・多くの離島地域が抱える問題（人口減少、高齢化、雇用の場の減少、コミュニティ崩壊の危機）がある中、地域活性化を真剣に図らなければいけない。
- ・一方、例えば同じ列島の場合でも、地域の活性化について危機感の希薄な都市的なところとそうでないところがある。そのために広域的な連携がなされず、地域としても纏まらない。
- ・離島といっても比較的大規模であり、産業や経済が安定しているため危機感が薄く、観光交流など特に積極的でない地域がある。反対に過疎化の進んでいる地域などでは、日常の生活を通じて強い危機感を感じることから積極的に交流に取り組もうとしている地域がある一方で、あえて外部との交流を拡大することなく、現状維持を選択する地域もあり、分化する傾向がある。

(2) 本委員会の提言の位置づけ

本委員会は、人口減少、高齢化等の問題に直面している各離島地域が、これらの問題に対応していかに観光交流促進を行い持続可能な地域振興に繋げるかを議論することとした。

具体的な検討にあたっては、実際に離島観光交流を進めるに当たり、どのようなことを考え議論を進めていくかについて、できる限り分かりやすく「何が必要か」、「どのように取り組むのか」等の論点について整理を行い、地域独自の魅力を再発見し、主体的に地域の観光交流促進に取り組もうとしている地域が重点的に取り組むべきものを「2. 離島地域の現状を踏まえた観光交流促進の方向性」以降にまとめることとした。

なお、本提言は離島地域の観光交流促進について全ての関係者がそれぞれの立場を活かしながら取り組むべきものとして述べている。

一方で個々の地域や島は、立地、人口や経済の規模、来客の受入能力等千差万別であり、それぞれの地域にそれぞれの風土や特徴があることは言うまでもない。このためあくまでも地域の実情に応じて無理のない取り組みを息長く進めていく必要があり、その取り組みを考え、実践していく中で本提言をうまく取り込んで頂きたいと考えている。

2. 離島地域の現状を踏まえた観光交流促進の方向性

(1) 離島地域の特性の再発見

(離島地域の魅力はどこにあるか)

- ・ 離島を訪れる人は都市部と違うものを求めてきており、島の日常そのものが新鮮であり、自然や何となく過ごす時間、人との飾らないふれあい等に対して満足感がある。一方で、宿泊施設や飲食店などの観光関連施設等での清潔感や衛生面での維持・確保については都市と同水準の対応が必須である。
- ・ 現状ごく限られた特定の旅行者層だけが訪れている離島地域があるが、それは、衛生面、安全面が水準に達していないというイメージがあることも一つの理由と考えられる。
- ・ 離島ツアーは、客層としては極めて限られているが、顧客満足度は高く、ツアーを契機に長期滞在に発展する事例も見られる。
- ・ 団塊の世代が、離島地域に対して懐かしい思いを描いて、繰り返し訪れるようになるという事例も見られる。
- ・ また、世界的な音楽家が自らの故郷の如く集まってくる音楽祭の成功のように、離島地域には、国内外を問わず、様々な人々に理解されうる魅力がある。
- ・ 離島地域には、他の地域にない魅力があり、今後、自らの地域資源を再発見し、磨き上げ、その魅力にあった具体的な客層に訴えかけることにより、今後の更なる発展が大いに期待される。

〈離島には未発見の魅力がある〉

提言① 離島地域の魅力は、自然は勿論のこと島の普段そのものが、魅力になることもある。また、離島地域は他の地域にない魅力も持ち合わせており、これらの良さを自ら再発見し、磨き上げていくべきである。

（離島地域と旅行者の意識の違い）

- ・ 地域では、ごく当たり前となっているものでも、他から見るとその地域の独自性や文化が感じられるものもある。
- ・ 素材は豊富にあり旅行者が求めるものも数多くあるが、それらの価値を高めるための加工施設や販売ルートの確保等の課題の整理ができていない。
- ・ 集客期間を独自で判断してしまい、客観的には、十分遊泳可能であり誘客が可能であるのにシーズン途中で誘客を止めてしまうなど、観光可能な期間を自己で把握しておらず有効利用していない。

〈島の日常生活の中に魅力が隠れている〉

提言②他地域との差別化を図るためには、自らの地域を見つめ直し、他地域との違いについて、市場価値の高い時期、旅行者が持っているニーズ等について情報収集と分析を継続的に行うべきである。

(2) 食の魅力向上

(洗練された食の魅力はどこにあるのか)

- ・ 地元は、離島が食材の宝庫であるイメージに気付いていないのではないか。例えば、アラが高級魚であり、地域の特産品になることに気付かず、活用していない。
- ・ 食事にグレードという意識がなく、料金を上げたときに、質ではなく量で対応してしまうなど、旅行者が何を求めているか、何が喜ばれるかの観点からサービス内容を組み立てていない。
- ・ 島によっては漁師がおらず、また、輸送がうまくいかず新鮮な状態で出すことができないので、魚介類を「売り」にできないことがある。

(「食」情報の不足)

- ・ 離島地域は海に囲まれており、恵まれた自然と並んで、本来は新鮮な食についても、高い期待があると想定される。また、通常の旅行においても食というのは非常に大きなウエイトを占めている。しかしながら、現実においては離島の旅行者の期待の中に食が占める重みは低く、スポーツや名所等がメインとなっている。
- ・ 自然に対する期待値は高いのに食に関する期待値がなぜか低いのは自然関係の情報は、ある程度発信されており、受け手側にも比較的わかりやすいものである反面、食に関する情報は十分発信されていなかった地域も多く、また、地域によっては必ずしも十分なサービス水準が確保されていない面があったのではないか。

〈豊かな“食材”をどう活かすか〉

提言③「食の宝庫－離島」のイメージを活かし、市場評価の分析・わかりやすい情報の発信を通じて、離島の「食」の再発見・魅力向上に努めるべきである。

(3) 宿泊施設の充実を始めとする受け入れ環境の向上

(気持ちよく過ごしてもらうために)

- ・アウトドアブームやスローツーリズム、秘境ブーム等が息の長い人気となっている一方、快適な旅行を楽しんでもらうためには、他の地域と比べて遜色ない最小限のサービスも必要となる。特に、行き先や旅程を選ぶ上で大きな要素を占めることとなる宿泊施設については、快適にゆっくり休んでもらうために、清潔感や親しみのおける接客、入浴施設や手洗いを始めとするアメニティの充実などが必要である。自分が利用しようと思わないものは、旅行者も利用しようとは思わないのは言を待たない。
- ・昔ながらの学校施設等の活用による宿泊や、地元の生活感に直に触れられる民泊の場合、ホテル等の宿泊施設と異なり、自ずと施設の善し悪しには限界があるが、施設面の差を埋めるだけの魅力的な接客、当該施設及び地域の観光の魅力の説明や安全性、衛生性が確保されていることが、宿泊客の満足感を大きく左右することとなる。

(その地域を知ってもらい、非日常体験を楽しんでもらうための施設整備)

- ・どこの地域にもある地域の特性や個性のないハコもの施設整備に頼る観光交流促進は、画一的な印象を与えて地域性を埋没させる可能性があり、地域独自の魅力を知ってもらうために役立つものか否かを十分慎重に検討することが必要である。
- ・一方で、老朽化した案内板や休憩施設、また周囲の景観や雰囲気似合わない看板や建物等、楽しい気分を損なってしまう施設の存在、さらに、住民としては不自由に感じなくても、旅行者として快適に回るために最低限必要となる休憩施設や道標等かゆいところに手の届くような、きめのこまかい受入環境の整備が必要となる。

<快適に過ごしてもらうために、お客の立場に立った必要最小限の施設整備を>

提言④ 離島地域を快適に楽しんでもらうために、宿泊施設を始めとして旅行者のニーズを踏まえた必要最小限の施設や滞在環境の整備を行うべきである。

(4) 地域住民の幅広い連携、協力体制の構築

(外から見られることへの自覚)

- ・ 個々の島の意識や交流は本土と直結していることが常であるため、同じ列島であっても、お互い、隣の島の地域資源や特色が何であるか、観光交流促進のリーダーが誰か、を知らない場合が多い。
- ・ それぞれ独自のカラーを持つ各島も、外部から見れば、列島全体で一つの地域として認識されている。

(地域連携の重要性)

- ・ 歴史的な背景等により、連携する機運をつくるのが困難である場合がある。このため、地域一体となって取り組もうにも、どうしていいかわからない。
- ・ 隣の島と競争しても、列島全体としてはイメージダウンとなるため地域間競争はかえってマイナスとなる。

〈まず近くの島と交流・連携を〉

提言⑤ 島相互間において、祭り等定期行事の開催や、相互に教育交流を行うことにより、息が長く続く往来を進め、相互理解や地域の一体感の形成を図るべきである。

（５）本土側との連携・交流

（本土と組み合わせた売り込み）

- ・ 離島に行くためには、必ず本土側に玄関としての拠点があり、本土～離島航路～離島は一体の関係にある。
- ・ 近年の市町村の大合併により、ひとつの自治体となった本土・離島間もあり、まとまった動きを取りやすくなった状況を活用し、連携や交流を進めるのも一案である。
- ・ 離島の地域資源だけで誘客を行うのみではなく、本土側に有力な観光拠点等がある場合は、そこへのリピーターをターゲットとした「奥座敷」としてのアピールや、より深い興味を持っている来客への滞在日数延長としてのオプション化、本土側の宿泊施設との組み合わせた日帰り離島体験メニューの提供等により離島への誘客をすることも一案である。

（相互交流の重要性）

- ・ 離島と本土間においても、離島間と同様に、相互の理解と一体感の形成が重要であることから、例えば、本土側（特に中山間地域）と離島間において、相互に学生や生徒の受け入れや学習等の教育交流を行うことが有益である。

〈本土側との連携により観光圏の形成を図る〉

提言⑥観光交流促進や地域振興は離島・本土をひとつの観光圏として、各々の地域の特性を活かしながら相互に補完し合うなど、圏域全体で魅力の向上と誘客に取り組むべきである。

(6) 人材の育成又は域外からの登用

(実体験の必要性)

- ・ 食事・宿泊等の提供を、「やってあげている」との意識を持ってしまっている事業者が散見されることから、サービス業としての自覚を持ってお客の利便性を考えるようにする必要がある。
- ・ 地域の気付かない点、意識の希薄な点、諦めている点をどのように把握していくかという視点も重要である。
- ・ 離島地域の住民には、旅行者としての体験も受け入れる側としての体験も少ない場合が多い。旅行者側・受入側双方の実体験を重ねることが意識を高めることにつながるし、その体験を積ませる体制づくりも有効である。

(人づくりのためには)

- ・ やる気のある人は多いが、その人達を束ねて調整する機会が少ない。このため、スケジュールを組んで具体的にリードする人材が足りない。「離島振興のプロデューサー」的な存在を作ること、作る方法を模索していくことが必要である。
- ・ 地域は、知識、経験、ノウハウがどうしても不足がちになる場合が多いことから、これらを有する外部の人材も積極的に広く求めていくことが重要である。その際、これまでの経験や能力はもとより地域住民との人間関係が事業を進めていく上で重要であることから実際の地域にとって役に立つよう、より一層慎重に人材のマッチングを行うことが必要である。

〈“やる気のある人”から“リーダー”へ〉

提言⑦ 実体験を重ねることや、外部の人材の力を取り入れることで、地域に離島振興を推し進める人材を作るべきである。

(7) 離島側の意識の向上

(自ら取り組みの方向性を決めること)

- ・他の離島をはじめ頑張っている地域の取り組みを広く学ぶとともに、自らの地域と比較することは、地域に足りないものや地域づくりのヒントを与えてくれるものである。
- ・地域全体の意識の向上を図り、地域住民をはじめ地域の様々な関係者から地域の特性を活かした提案が積極的に出てくるような環境づくりに取り組む必要がある。

(どのように意識を高めていくか)

- ・地産地消などに取り組もうとして周囲から知識を得て、何をしなければならぬか頭で理解していても、実際には今一歩踏み出せないでいることがある。この場合、まず比較的容易に実現できるものから行動計画を示し、小さな成功体験をさせることが有効である。その体験の積み重ねにより大きな発展が期待できる。
- ・地域住民から訪問者に対し、直接対応することが、好感度の向上のみならず自分のこととして感じる観点からも大切である。また、一般の言葉でわかりやすく説明する能力の向上やホスピタリティー研修の実施などにより、ひとりひとりが「観光フロンティア」や「観光大使」としての役割を担うという意識をもつことも大切である。

〈大きな発展は自ら汗をかいた小さな成功体験の積み重ねから〉

提言⑧ 地域活性化を自分のこととして考え、自ら取り組む方向性を見いだしていくために、地域の現状、取り組むべき点を地域住民自らが意識すべきであり、そのために地域全体で持続的に実施できる体制や仕組みをつくるべきである。

(8) 「もてなす側」に必要なこと

(自ら経験する必要性)

- ・ 離島住民は、旅行の経験やお客の立場で各地の対応やもてなしへの熱意の差に触れた経験が不足しており、それがサービス意識の低さにつながっている例がある（特に、宿泊施設や商店を運営している場合）。お客の立場でいいサービス、悪いサービスの双方に触れた経験を意識して積むことが必要である。
- ・ 地元によいもの、セールスポイントがあっても、それをアピールできないことで、結果として生かされていなくなることがある。地元の名産や民俗文化、さらには裏山で採れた朝採りの新鮮な素材の使用など、ちょっとした内容であったとしても、お客が喜ぶタイミングで一言添えて提供するだけで価値が上がってくる場合はたくさんあり、ひいては地域の宝物に育てることも可能となる。

(自らの再認識と情報発信)

- ・ 外からいわれてやるのでは長続きしない。自らの言葉で情報発信すること、それが出来る人材を育てることが必要。また総花的に「何となく来てほしい」であれば、より交通が便利な地域に流れていくだけである。具体的に来てほしい客層やテーマを決めて、対象をあえて絞ることが、その地域の印象の明確化につながり、交流が長続きすることとなる。
- ・ 厳しい地域間競争が行われている中で、離島地域を訪れる旅行者の多くは豊かな旅行経験を持っていることから、受入側となる地域においても他地域と自分の地域の双方を知っておくことが必要となってくる。
- ・ わかりやすく地域特性のある情報発信に向けて、生産者、加工者、観光等の関係者が一同に地域のものを再認識する機会を設け、さらに地域の文化や歴史等を添えれば、他に負けない魅力的な情報とすることができる。

〈ホスピタリティーは豊かな旅行経験から生まれる〉

提言⑨旅行者としての体験が受け入れる側のサービス提供のヒントになる。観光関係者は旅行経験を積み、旅行者としての感性・視点にあったサービスを提供するのがよい。

(9) 取り組みの方向性

(行こうとしたときの印象と行ってみたときの印象)

- ・ 離島地域の宿は、共同トイレであったり、日本語以外の表示が無いなど、サービスレベルが他の観光地と比較しても低い場合がある。また離島へ向かう足である離島航路も、一等といってもサービスの程度が低かったり、二等の雑魚寝などもあったり、おそまつな感を受けることがある。外客誘致の点から見ても心許ないとの指摘も見られる。
- ・ 本土側の港や離島への船舶は、いわば離島の玄関であり、それらの印象で旅の期待のイメージが膨らむものである。
- ・ 船内での時間を楽しいものにして離島の旅行をトータルで魅力的なものにするために、単なる移動手段ではなく船の中も旅の楽しみとなるよう、旅の一つのパーツとしての「船旅」を離島観光交流の一環として取り組んでいくことも有効である。この意味で「クルーズ」をより身近な存在として活用することで、離島地域の新たな魅力や可能性を引き出すことができる。

〈“船旅” “港” は “島” の玄関口～第一印象が大事〉

提言⑩ 離島旅行を楽しむものにするために、「港」や「船旅」で好印象を与える演出を行うべきである。

(どのような取り組みをすべきか)

- ・ 離島には夏休み等ハイシーズンがあり、この時期は現状でも誘客に成功している。一方で非常に長い閑散期を抱えていることが問題であるため、閑散期にいかに関力的なプランを提示できるか、閑散期の交流人口増に取り組むべきである。
- ・ 単なる一過性のイベントは、実施後の充実感は得られるが、持続可能なものとはならない。イベントを企画・立案する場合には地域の実情を踏まえ、多くの地域が気運を高め、持続的に実施していくしかない。出来るものを活かすことが大切である。
- ・ 観光振興に向けた取り組みを進めるにあたっては、地域観光マーケティング促進マニュアルや「地域いきいき観光まちづくり100選」等の行政資料等を有効に活用することが望まれる。

〈閑散期にこそ楽しめる島の旅を〉

提言⑪地域の資源を見つめ直し、離島地域ならではの旅行プランを、自ら開発し積極的に発信していくべきである。

(体験の積み上げの提供)

- ・ 関係者が一体となって、出来ることから少しずつ取り組みを進めていき、成功や失敗を経て、「知る」「喜ぶ」機会を提供することが必要である。

〈地域づくりは時間がかかる～継続的な支援を〉

提言⑫地域が、小さくても数多くの成功・失敗の体験を積み上げていくことが重要であり、その取り組みを継続させるための支援をするべきである。

（離島交通機関の課題）

- ・ 島民にとって生活を直接支える航路事業は、人口減少による地域活力の低下等により厳しい情勢に直面しているが、生活交通としての利用に観光交流としての利用が加わって利便性や航路経営を支える面があるので、観光交流を促進することが航路の利便性が保たれることにつながるという視点を地域で共有することが重要である。
- ・ 中長期滞在者を呼ぶには、大都市からの直行便の存在等、交通の便がよく、その周辺に観光交流に有望な地域があるなどの条件が満たされていることが望ましい。
- ・ 離島旅行者が利用する交通機関を考えた時、飛行機等本土側の玄関口への交通手段と離島へ向かう船との接続の問題がある。また長期滞在者の交通手段を考えると、離島間は離島航路を活用できても、島内移動など二次交通の問題がある。

〈生活航路と観光交流の相乗効果を考えよう〉

提言⑬ 離島観光交流を促進させることが、同時に島民の生活を支える離島航路の活性化につながるという視点を地域全体で共有すべきである。

（一体的な対応）

- ・ 離島の事情に不案内な旅行者が、必要な情報にアクセスできず「入口」で諦めないよう、一つの窓口で地域全体の対応を可能にすることが重要である。

〈旅行者にわかりやすい、一元化された情報発信〉

提言⑭ 離島において地域ぐるみで観光まちづくりに取り組む新たな組織を創設し、対外的な総合案内機能や地域ならではの旅行商品の造成機能の強化を図っていくべきである。

（商品としての離島）

- ・ インターネット等の普及により、旅行者が離島に対してたくさんの情報を得やすい状況にある中であっても、フリープランよりパッケージツアーを利用する旅行者が多いのが現状であり実態であるが、離島を訪れる旅行者の多様なニーズに十分応える、多様な旅行商品が必ずしも提供されている状況とはなっていない。
- ・ 個々の旅行者ニーズの把握と、そのニーズに対応した商品開発や受入態勢をつくっていくことが重要である。長期滞在を望む旅行者に対しては、長期滞在型体験プログラムを開発するなどして、その拡大に取り組むことが求められ、一方で離島をまず軽く体験できる「入口」を求める旅行者に対しては、教育交流や離島体験プログラムなどの開発を進めていくことが有効である。
- ・ 商品開発をうまく進めるには、実際に旅行者が周遊可能なモデルプランの作成や、効率よく地域資源を理解してもらえようようなモニターツアーの実施により、実際に離島を知らない旅行会社の担当者においてもわかりやすいような関係情報の整理や伝え方を工夫することが必要である。なお、一般に旅行業は利幅が薄い場合も多く、商品開発に向けたプロモーションのコストについても併せて検討していくことが必要である

〈旅行会社へもわかりやすく情報を伝えることが大事〉

提言⑮商品開発については、旅行者がどのような旅を望んでいるのかを把握し、対応することが重要であり、その際、商品開発担当に対しては、具体的なコースの設定を行うなど、理解や商品化を容易にするような工夫をすべきである。

(10) 中長期的な取り組み

(「離島」を広める企画)

- ・ 離島のデータベースの充実が必要。単に島をまとめて紹介するだけでなく、個々の島のカラーを打ち出し、島の「売り」を前面に出す内容のものとするべきである。
- ・ 例えば、現在募集されている「船から見る風景100選」の周知を進め、より魅力のある離島の風景を応募してもらい、選定された風景を活用してハード化、商品化につなげるのも一案である。
- ・ また、個性的な島を特徴にあわせてピックアップし、「日本の島100選」等として選ばれた島々の特色を打ち出して、島々のイメージの明確化を図って話題づくりとすることも考えられる。

〈様々な切り口で“旅行好き”を“島好き”へ〉

提言⑯ 離島のすばらしさを、様々な切り口より組み立てて、旅行好き、船好き等をはじめとした、幅広い層に親しんでもらうような情報発信の取り組みを息長く続けていくべきである。

3. 国において取り組むべき課題

(1) 国の「お墨付き」の意味

(国のやるべき分野・やる必要のない分野)

- ・既に民間の事業者等が取り組んできておりうまく話が進んでいるところや、長期にわたり同種の取り組みが続けられてきたところへの、新たな国の支援は必要性が薄い。
- ・逆に優れた地域資源があっても、地域の住民や関係者に観光交流促進に対する意欲が全くない場合にあっては、たとえ支援を行っても望ましい結果は生まれないと考えられる。

(地域の一体化を後押し)

- ・地域の関係者に観光振興への意欲はあるが、地域にまかせておいたのでは方向性や方針が纏まらず前に進まない場合に、国のモデル事業による「お墨付き」や支援が有効である。
- ・地域づくりで成功に導いた地域のリーダー等を「離島振興のアドバイザー」として派遣し、成功のノウハウを他の地域へ伝授したり、地域の気付かない点や弱点を示し、改善を助けるといった取り組みの、より一層の推進が求められる。

(リーダーへのサポート・バックアップ)

- ・地域おこしに立ち上がった人に対しては、サポートやバックアップが必要であり、往々にして孤立、村八分となるおそれがあることから、顕彰などにより国がいわゆる「お墨付き」を与えて、その地域において活動しやすい環境づくりを後押しすることが重要である。
- ・また、他の地域との相互交流やネットワーク化による横のつながりを支援することが重要である。

(2) 国に出来ることは何か

(やる気や知恵のある地域が報われる支援をすべき)

- ・国の支援や制度の組み合わせを考えて、うまく集中化・重点化できれば、離島振興の道は開けてくる。一方で国の制度に不案内な場合に、関連する制度を担当する窓口がわかりにくいという面もある。
- ・国、地元、関係者が一体となった支援が重要であり、支援をする側、受ける側双方が情報収集に努め、着実な成果が出せるように取り組んでいくことが必要である。

- ・ 支援の相談窓口であり、「交通整理」的な役割を果たせるカウンセラーのような組織の存在が有効であり、そのカウンセラーへの情報の集約やワンストップの取り組みなどを進める体制作りが必要である。例えば、地方運輸局のような組織がこういった機能を果たすのではないか。

(国の体制づくり)

- ・ 関係部局内での連携の強化を図り情報を共有することで、継続的な意見交換のチャンネルを作ることが重要である。
- ・ 地域のニーズに合った支援制度を引き続き提供していくことが必要である。

(今後の取り組み)

- ・ 本委員会に参加している4局をはじめ国土交通省の各種支援策をまとめ、いかに具体的な実際の取り組みに結びつけていくか、それらの取り組みをいかに支えていけるかが重要である。
- ・ この提言の実現に向けて、必要に応じて本委員会を開催し、さらに関連する情報の一層収集・共有を進めるとともに、議論を深めていくことが望ましい。