

離島観光に関する若者の意識 — 壱岐に関するアンケート調査から —*

波名城 翔**

Young people's awareness of remote island tourism : From questionnaire survey about Iki
Sho HANASHIRO **

キーワード：若者、壱岐、観光

要約

若者の離島の観光への意識を明らかにするために本学学生にアンケート調査を実施した。その結果、半数以上が興味を持っておらず、その背景には、情報の発信側と受け取る側との間に不具合があると考えられた。また、「興味・関心」を持つ群は身近に壱岐島出身の知人や友人の存在が影響していた。

壱岐では高校卒業後に多くの若者が進学等で本土の市へ移住するため、本土で生活を送る壱岐出身者を「情報発信者」とすることで若者の「興味・関心」を引き出す可能性があると考えられた。また、本土での生活は負担が大きいことから、「情報発信者」に経済的支援を行い負担の軽減と島と繋がり続けることで、将来、島へ戻る動機づけにも繋がると考えられる。

1. はじめに

離島の観光客数は1980年代の12,747,000人をピークに右肩下がりで減少を続け2007年には7,266,000人¹⁾まで落ち込んだが、近年、離島が注目されるようになり、離島統計年報によれば2014年度の観光客数は14,232,700人²⁾となっている。

更に、2017年には有人国境離島地域の保全及び特定有人国境離島地域に係る地域社会の維持に関する特別措置法案が10年間の時限立法として施行、観光型観光促進が特定有人国境離島地域社会維持推進交付金として位置づけられたこともあり、各離島の自治体を中心となり観光客の誘致が積極的に行われている。

本学が位置する長崎県は多くの離島を有する県であり、長崎県の報告では594島（有人72、無人島522）を有している。そのため、本学にも離島から入学する学生が毎年おり、学生にとって離島は身近な存在にあると考えられる。

本研究では、離島出身の学生や離島に興味を持

つ学生で結成された、「島人う一部」の協力を得て、本学学生に壱岐に関するアンケート調査を実施することで若者の離島に関する意識について明らかにしていきたい。

2. 壱岐市の観光の現状および観光振興

(1) 観光の現状

壱岐市は福岡県の北部に位置し、壱岐本島と23の属島（有人島5・無人島19）からなる人口約27,000人の島である。

図1に壱岐市の観光客実数の推移について示した。最も観光客実数の多い年は2001年の283,141人であり、その後は2011年までは年々減少傾向にあったが、2012年から徐々に回復し、2016年を除けば概ね23万人台で推移している。次に、図2に壱岐市の観光客の延べ数を示した。延べ数も実数と同じく2001年が最も多く708,786人であった。その翌年から2009年までは、年々減少しその後は大きな変動がある年があるものの概ね横ばいで推移している。

次に図3に2017年度における壱岐市月別入込客数を示した。月別入込客数から見た特徴では7月から8月の夏場に観光客は最も多く、9月から4月の秋から冬にかけて客数が少ない。壱岐市ホームページでは2013年から2017年の月別入込客数の統計が公表されており、同様の傾向を示している。

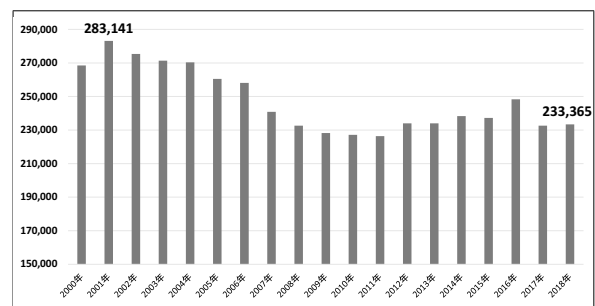


図1 壱岐市の観光客実数の推移
(壱岐市公表データより作成)

* Received October 1, 2019

** 長崎ウエスレヤン大学 現代社会学部 社会福祉学科 Faculty of Contemporary Social Studies Nagasaki Wesleyan University, 1212-1 Nishieida, Isahaya, Nagasaki 854-0082, Japan

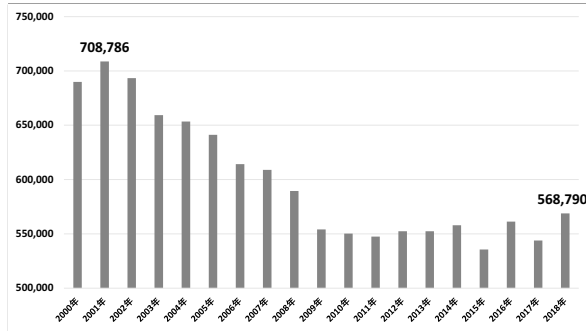


図2 壱岐市の観光客延数の推移
(壱岐市公表データより作成)

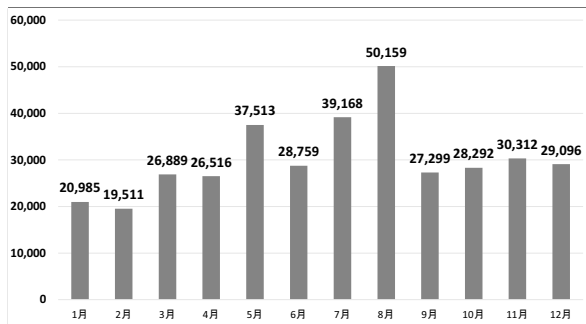


図3 2017年度壱岐市月別入込客数
(壱岐市公表データより作成)

(2)観光振興

長崎県総合計画2020では、政策横断プロジェクト「しまは日本の宝」戦略として3点の基本的方針とプロジェクト、主な取組が示されている。まず、1点目の「しま特有の地域資源を最大限に活用したしまづくり」では、「壱岐振興プロジェクト」が示され、主な取組として、①壱岐ならではの地域資源と島民との触れ合いを重視する滞在型観光、教育旅行受入れの推進、②「原の辻遺跡」をはじめとする歴史文化遺産などの魅力度を高め、国内外からの交流人口の拡大、③大消費地での「壱岐焼酎・壱岐の食」の知名度アップとブランド化の推進、④地域資源循環型事業の展開と低炭素のしまづくりの推進があげられている。次に2点目の「産業振興と交流人口拡大のしまづくり」では、「3島共同プロジェクト」が示され、主な取組として①3島が連携した日本遺産の情報発信と誘客促進など交流人口の拡大に向けた共同の取り組み、②大都市圏でのしまの特産の売り込みを強化するための民間企業を活用した3島共同の営業活動等の推進があげられている。3点目の「地理的不利な条件を克服するしまづくり」では「輸送体系再構築プロジェクト」が示され、①新船建造費補助や国境離島新法関連での運賃の低廉化があげられている。また、地域別の取り組みで

は、地域の目指す姿を「古代ロマンを今に伝える歴史遺産、焼酎や豊かな畜産水産物の魅力にあふれ、福岡に近接する優位性を活かして人と人が活発に交流するとともに安心して住み続けられるしま」とし、地域づくりの方向性として観光資源を活かした旅行商品や体験活動プログラムを島民が行った地となって売り込むことでの体験型観光の定着、文化財と食文化を含めた観光資源の活用による交流人口の拡大を図るとし、宿泊数を平成26年の延べ宿泊数29.8万人を令和2年には34.9万人にするような目標値が示されている。

壱岐市においては第3期壱岐市観光振興計画として平成30年から令和2年までの計画が示されている。コンセプトを「実りの島、壱岐～“Excitement” is borderless～」とし、①「しまの宝」を活かした観光作り、②「おもてなし」の推進運動、③観光基盤づくりの整備・充実、④観光振興を担う「観光まちづくり組織」の構築、⑤情報発信・誘致戦略の強化、の5つの基本方針が打ち出されている。観光振興の目標では、平成28年を基準値として令和2年の目標が設定されており、観光客実数を、232,651人から254,000人、宿泊客実数を157,201人から172,000人、観光消費額を78億円から85億円、と平成28年度の9%増の数値が設定されている。

3. 学生への壱岐に関する意識調査

(1)内容と方法

研究者及び島人ユーザー一部員でアンケート表を作成した。アンケート項目は①長崎の離島のイメージ、②壱岐への興味・関心の有無、③興味・関心がない理由(ないと回答した者)、④興味・関心がある理由(あると回答した者)、⑤壱岐の魅力(あると回答した者)、⑥壱岐を認知してもらうための取り組み、⑦自由記述とした。

協力を得られた授業の前に島人ユーザー一部員が主旨説明を行った上でアンケート表を配布した。また、アンケート表の1枚目にはアンケートの主旨、倫理的配慮事項を添付した。アンケート表は無記名、任意提出とし、授業後または波名城研究室前に回収箱を設置することで倫理的配慮策を講じた。

回収したデータについては、島人ユーザー一部員と集計を行い、SPSS Statistics Version26を用い単純集計を行った。

(2)結果

71人から回答を得た。性別の内訳は男性40人、

女性26人、不明（未記載）5人であった。

1) 長崎県の離島のイメージ

表1に長崎県の離島のイメージの結果を示した。最も多かった「自然が豊か」で全体の32.6%を占めていた。また、「海水浴」、「人が少ない」(17.9%)が上位回答であった。「その他」の記述としては、「食べ物が美味しそう」、「星がきれい」、「地域のネットワークが密接」などが挙げられた。

表1 長崎県の離島のイメージ（複数回答）

	度数	パーセント
海水浴	33	17.9%
自然が豊か	60	32.6%
離島ならではの体験ができる	24	13.0%
不便そう	26	14.1%
人が少ない	33	17.9%
興味がない	5	2.7%
その他	3	1.6%
合計	184	100.0%

2) 壱岐への興味・関心

表2に「壱岐への興味・関心」の結果を示した。「興味・関心がある」と答えた者は33人、「興味・関心がない」と答えた者は38人で「興味・関心がない」という回答が「興味・関心がある」を上回っていた。性別では、女性は「興味・関心がある」、「興味・関心がない」とも13人で同数であったが、男性は「興味・関心がある」が17人に対し、「興味・関心がない」が23人であり、「興味・関心がない」者が多かった。

表2 壱岐への興味・関心

		興味・関心		合計
		有	無	
性別	男	17	23	40
	女	13	13	26
	不明	3	2	5
合計		33	38	71

表3に「興味・関心がある」と回答した理由を示した。最も多かったのは、「壱岐出身の友人や知人がいる」で全体の39.4%を占めていた。次いで多かったのは、「その他」であり、記述としては、「行ったことがないから」、「どのような場所か知りたい」、「美味しい魚が食べれそう」、「壱岐がいいところだと知っているから」、「食べ物やお酒が美味しいとよく聞く」、「ロードバイクを通じて知った」、「魅力的だと聞く」などがあった。また「インターネットを通じて知って」が15.2%、

「壱岐に行ったことがあるから」が9.1%であった。

表4に「興味・関心がない理由」を示した。最も多かったのは、「壱岐に行ったことがない」、「壱岐についての情報量が少ない」31.3%、次いで、「壱岐に魅力を感じない」、「そもそも知らない」が12.5%であった。「その他」では、「幼い時に壱岐に住んでいたから飽きた」、「普段生活をしていて壱岐について考えることがない」との記述があった。

「興味・関心がある」群と「興味・関心がない」群の比較では、「興味・関心がある」と回答した中では、インターネットや行ったことの有無以上に、身近な友人・知人の存在が影響している一方で「興味・関心がない」群では、行ったことの有無や壱岐の情報の少なさが影響していることが示された。

表3 「興味・関心がある」と回答した理由

	度数	パーセント
壱岐出身であるから	1	3.0%
壱岐に行ったことがあるから	3	9.1%
壱岐出身の友人や知人がいる	13	39.4%
インターネットを通じて知って	5	15.2%
その他	10	30.3%
無回答	1	3.0%
合計	33	100.0%

表4 「興味・関心がない」と回答した理由

	度数	パーセント
壱岐に魅力を感じない	4	12.5%
壱岐に行ったことがない	10	31.3%
そもそも知らない	4	12.5%
壱岐出身の友人や知人がいない	2	6.3%
壱岐についての情報が少ない	10	31.3%
その他	2	6.3%
合計	32	100.0%

3) 壱岐の魅力

表5に「壱岐に興味・関心がある」と回答した群に「壱岐の魅力」の結果を示した。最も回答が多かったのは、「自然が豊か」で全体の28%を占めていた。次に「海水浴」22.7%、「食事が美味しい」20.7%が上位回答であった。また、「壱岐ならではの体験ができる」12%、「酒蔵が多い」10.7%であった。「その他」の記述回答では、「知らないから知りたい」、「遺跡がある」という回答もあった。

表5 壱岐の魅力（複数回答）

	度数	パーセント
海水浴	17	22.7%
自然が豊か	21	28.0%
壱岐ならではの体験ができる	9	12.0%
食事が美味しい	15	20.0%
酒蔵が多い	8	10.7%
温泉が多い	3	4.0%
その他	2	2.7%
合計	75	100.0%

4) 壱岐観光に必要な取り組み

壱岐の観光で「必要な取り組み」を表6に示した。最も多かったのは「魅力的なスポット」で全体の32.2%を占めた。次いで、「若者向けの観光プラン」28.9%、「SNSでの情報発信」26.3%が上位回答であった。「その他」での記述回答では、「インスタが映えるスポットを作る」、「安くていけるプラン」、「交通の便³⁾」、「ゲストハウスを中心としたPR」、「壱岐の自然を生かした体験」があげられた。

表6 壱岐観光に必要な取り組み（複数回答）

	度数	パーセント
SNSでの情報発信	40	26.3%
若者向けの観光プラン	44	28.9%
魅力的なスポット	49	32.2%
壱岐出身者からのPR	13	8.6%
その他	6	3.9%
合計	152	100.0%

5) 自由記述

自由記述では32の回答があった（表7）。「おいしいお魚やお肉の話をよく聞くので（お酒も）早く行きたいと思った」、「小さいけど魅力のたっぷりな島だと思う」、「海がきれいで住んでいる人たちがとても親切」、「壱岐についてネットで見て、美しい自然と美味しい食べ物がたくさんあってとてもいい所だと感じた。」などの壱岐の魅力や興味についての記述や「情報が少ないので、島についてのことや魅力を詳しく分かるように説明してほしい」、「もっとPRをうまく活用したほうがいいと思う」、「天気をニュースで見るといいし普段目に見ないので少なくとも露出を増やすべき」、「どんなものがあるのかよく知らないで、SNSで発信してくれればいいと思う」などの宣伝の必要性、「壱岐に船で行くには佐賀県まで行かねばならない。できれば壱岐・五島・対馬

を結ぶ航路を作るべき。」といった交通の便に関する記述、「タピオカとかインスタ映えするような場所が多くあってほしい」、「アニメを作れば知名度もあがると思う」、「観光プランで宝探し（島全体を活かした）等のゲームを入れ、広告し、家族連れでも楽しめるようにする。（お酒、食のイメージが強く大人向けに感じるため）」などの具体的な観光案、「同じ県にいるはずなのにどこか遠くに感じる」、「遠いながらも近い存在であってほしい」といった同県に属しながらも地理的、心理的な距離に関する記述があげられた。

表7 自由記述（一部抜粋）

- 壱岐は自然豊かでとてもいいところだと感じる。壱岐でロードバイクに乗りたい。
- 自然を体験できる。
- 海の食べ物がとても美味しそうなイメージがすごく強い。
- とても自然豊かで観光客が多いと思う。
- おいしいお魚やお肉の話をよく聞くので（お酒も）早く行きたいと思った。
- 小さいけど魅力たっぷりの島だと思う。
- 自然豊かで、海の物がおいしい。一度は行ってみたい。
- 海がきれいで住んでる人たちがとても親切。
- 壱岐についてネットで見て、美しい自然と美味しい食べ物がたくさんあってとてもいい所だと感じた。
- 壱岐に船で行くには佐賀県まで行かねばならない。できれば壱岐・五島・対馬を結ぶ航路を作るべき。
- 情報が少ないので、島についてのことや魅力を詳しく分かるように説明してほしい。
- もっとPRをうまく活用したほうがいいと思う。
- 若い人たちはよく旅行などに行くので、そこに付け込めば壱岐に来るのではないかと思う。
- 壱岐についての情報発信をもっとして魅力を伝えられたらいいと思う。
- どんなものがあるのかよく知らないで、SNSで発信してくれればいいと思う。
- テレビなどでももっと壱岐についてアピールできたら、行ってみたいという人が増えると思う。
- 壱岐という地名を知っている人は多いと思うが、どのような場所なのかということは知らないのではないかと考える。そのため、地元メディアだけではなく、全国で放送が可能ならば、壱岐への観光客がたくさん来るのではないかと考える。
- 天気をニュースで見るといいし普段目に見ないので少なくとも露出を増やすべき。
- アニメを作れば知名度もあがると思う。
- 若者も取り組める何かを作る。
- タピオカとかインスタ映えするような場所が多くあってほしい。
- 観光プランで宝探し（島全体を活かした）等のゲームを入れ、広告し、家族連れでも楽しめるようにする。（お酒、食のイメージが強く大人向けに感じるため）

- ・壱岐についてあまり知らなかったが、友人を通して壱岐について知り、ぜひ行ってみたいと感じた。
- ・いい所なのでもっといろいろな人に広めたいと思う。
- ・壱岐の話を聞かないし、知人もいないから知らないだけだと思う。
- ・遠いながらも近い存在であってほしい。島の良さを保ってほしい。
- ・同じ県にいるはずなのにどこか遠くを感じる。
- ・壱岐を全く知らない。
- ・知っていることが少ない。

4. 考察

アンケートの結果を基に若者に離島に興味を持ってもらうための方法として、本土で生活する壱岐出身者を仲介する情報発信モデルと島出身の若者を活用する意義と可能性について述べたい。

(1)本土で生活する壱岐出身者が仲介する情報発信モデル

アンケートの結果では、「壱岐に興味・関心がない」群は「壱岐についての情報量が少ない」が最も多く、また、「壱岐観光に必要な取り組み」においては「魅力的なスポット」、「SNSでの情報発信」、「若者向けの観光プラン」が上位回答であり、自由記述においても、メディアでの露出やSNSの発信等の宣伝不足や観光プランの不足などの記述が多く見られている。しかし、壱岐のホームページや壱岐観光連盟のホームページ、検索サイトで「壱岐 テレビ放送」のキーワードで検索をかけると長崎県内のテレビ局、NHKや民間放送局での全国放映の記事が多く見られる。また、壱岐市のプロモーション動画では福山雅治を起用するなど有名人を起用する取り組みが見られる。また、魅力的なスポットでは、日本のモンサンミッシェルと言われる小島神社や猿岩や辰の島、イルカパーク等がある。また、イルカパークには東京で有名なパンケーキショップも進出するなど魅力的なスポットや若者向けのショップも見られる。また、一般社団法人壱岐市観光連盟のホームページでは、観光プランとして壱岐の神社を巡る旅や歴史を巡る旅、婚活イベント、壱岐を自転車で巡る旅など御朱印集めや歴史好きなど多彩なプランが紹介されている。更に、安く壱岐に訪れることができるパック旅行やフェリーや高速船の運行状況まで掲載されている。また、観光連盟を始め観光業関連業者においてSNS等を活用した情報発信が積極的に行われており、「壱岐に興味・関心がない」群や「壱岐観光に必要な取り

組み」で回答されたSNSやメディアを通じた宣伝や魅力的なスポット、若者向けの観光プラン等が積極的に行われているにも関わらず、興味・関心がない群には情報が伝わらないまたは情報を受け取らないと考えられる(図4)。

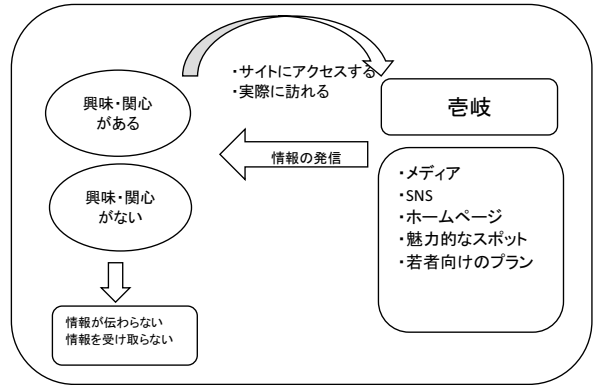


図4 若者の壱岐に関する興味・関心

次に「壱岐に興味・関心がある」群では、最も多いのは「壱岐出身の友人や知人がいる」であり、「インターネットを通じて知って」を大きく上回っていることから、インターネット等の情報の発信よりも身近にいる壱岐出身者が仲介して情報を伝えることで興味・関心を引き出す可能性が高いと考えられる。

図5に本土に住む壱岐出身の若者が仲介する情報発信モデルを示した。多くの離島では、進学や就職のために多くの若者が島を出ていく。総務省の統計によると⁴⁾、2018年の壱岐市の転出者内訳は896人で、長崎市が最も多く81人、次いで佐世保市67人、諫早市61人、福岡県福岡市博多区51人であり、長崎県の市や福岡市など近隣の人口が多い市への転出が多い。また、壱岐市の年齢階級別純移動数は「15歳～19歳→20歳～24歳」の高校卒業時期に転出する者が最も多く、「2000年→2005年」は1,065人、「2005年→2010年」は847人、「2010年→2015年」は727人となっている。以上のことから本土で生活する壱岐出身の若者を「情報の発信者」として位置づけていきたい。彼らに壱岐の情報を伝え、身近な友人へ壱岐の情報を発信してもらうことで、「興味・関心がない」層から「興味・関心がある」層へと意識の変化が想定でき、もともとから興味・関心を有する層へは壱岐への興味・関心が強化されると考えられる。情報の伝え方については、個人で伝える方法や少人数のグループ、または住んでいる地域の同郷会など様々な方法があり、壱岐と連携しながら伝えることで最新の情報を伝えることが可能になる。例え

ば、対馬観光物産協会は福岡県で「対馬島総会」を開催し、対馬出身者、対馬にゆかり、関心のある人たちの輪を広げる取り組みが3年前より行われている。

また、このモデルでは友人等へ情報を発信するだけではなく、友人等からの情報を壱岐へ伝えるという役割も担ってもらい、本土の最近の流行を伝えることで、本土在住者から求められるプランの検討をすることが可能となり、本土の商品をいち早く取り入れ商品化を行うなど様々な取り組みが可能になると考えられる。

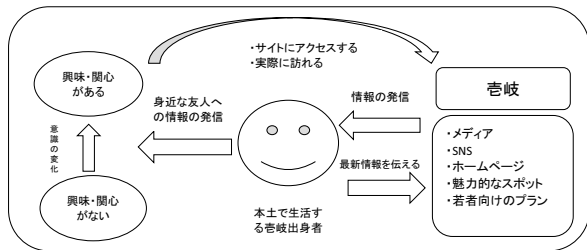


図5 本土で生活する壱岐出身者が仲介する情報発信モデル

(2) 本土で生活する島出身の若者を活用する意義と可能性

前述したモデルでは、若者が中心となり取り組むことが前提となる。本土の若者をターゲットとしていることもあるが、その他の目的として、若者の経済的支援、卒業後の壱岐への人口還流である。他の離島でも同様であるが、島を出て本土で1人暮らしを始めるには多額の費用がかかるため家族の負担は大きい。それらの経済的支援策として「情報の発信者」に無償ではなく、壱岐市や経済産業団体等から教育支援金等の助成を行うことで本土での生活の安定につながるとともに本人に責任を持って取り組んでもらうことができる。次に、前述したように高校卒業を契機に多くの若者が進学等のために島を離れて本土へと転出していく。国立社会保障・人口問題研究所によれば⁵⁾、壱岐市の人口は2015年度では27,103人であるが、2035年には18,454人となり、老年人口が生産年齢人口を追い越すと推計されていることから、このまま、毎年人口が転出してしまうことで島全体の危機となってしまう可能性があることから、流出した若者が島に戻ってくる仕組み作りが必要である。下里⁹⁾は宮古島の人口還流現象について研究を行い、家族的あるいは経済的理由以外に還流した要因として、「宮古に居住する人と連絡するうちに還流したくなった」、「転出先で宮古の話をするうちに還流したくなった」が高い結果を示して

おり、そのうち20代～30代が40代～50代と比較し高い値を示していたことから、壱岐を出て本土で生活していても壱岐とのつながりがあることで壱岐に戻る要因の1つになると考えられる。

5. 終わりに

本稿では、本学学生へのアンケート調査から若者の壱岐島への意識について明らかにすることで、本土に住む壱岐出身者が仲介する情報発信モデルと本土で生活する島出身の若者を活用する意義と可能性について考察した。

近年、インバウンドや滞在型観光等の後押しを受け、多くの観光客が離島に訪れるようになってきた。しかし、訪れた外国人への対応への遅れや観光客が増えたことによるオーバーツーリズムなどの問題が指摘されている。また、観光客の増加は島の文化や住民の生活スタイルに多くの影響を与え、島の人々がこれまでの生活ができないといった指摘もある⁷⁾。

しかし、今や離島にとって観光産業は切り離せないものであることも確かである。人口の減少と急速な高齢化を抱える離島において、どのように観光産業と共存していくのかを今後の研究課題としたい。尚、本研究の限界として対象離島が壱岐のみであったこと、範囲が本学の学生に限られていたことであり、今後は範囲を広げ研究する必要がある。

謝辞

本研究の実施にあたり、アンケート配布の際にご協力頂いた先生方、アンケートに協力頂いた学生の皆様、そして、島人う一部の部員の皆様に深く感謝致します。

【注・引用文献】

- 1) 離島の現状について,国土交通省国土政策局離島振興課,2012
- 2) 日本離島センター離島統計年報 2016,公益財団法人 日本離島センター
- 3) 長崎県から壱岐へ直接行くには1日2便運航の航空便しかなく片道約10,000円前後かかる。また、船は比較的安く行けるが直行便がないため唐津東港、または博多港まで行く必要がある。
- 4) 長崎新聞2019年9月13日
- 5) RESAS 地域経済分析システムを用いて分析した

- 6)下里潤,宮古島における人口還流の心理的要因
と社会的ネットワーク,沖縄地理,2006,p85-105
- 7)RBC NEWS「特集 沸騰する宮古島で悲鳴を
あげる住民たち,2019.8.12放送.

【参考資料・文献】

- ・長崎県,政策横断プロジェクト,長崎県総合計画
チャレンジ2020,2016 ,p148-p150
- ・長崎県,地域別計画,長崎県総合計画チャレンジ
2020,2016 ,p192-p198
- ・特定有人国境離島地域社会維持推進交付金制度
概要,内閣府総合海洋政策推進事務局有人国境
離島法政策推進室

