

目次

01	計画策定にあたって	1
	(1)計画策定の目的	1
	(2)計画の位置付け	2
	(3)計画の構成	3
	(4)計画期間について	3
02	沖永良部島観光のいま	4
	(1)沖永良部島の観光について三者意見交換	4
	(2)主要な観光資源とコンテンツ	9
	(3)観光のいま	11
	(4)観光に携わる担い手の現状	13
	(5)観光客から見た評価と意識	15
	(6)島民から見た評価とニーズ	16
03	観光をとりまく変化	17
	(1)コロナ禍からの再生	17
	(2)持続可能な成長(SDGs)とサステナブルツーリズム	17
	(3)サステナブルツーリズムに対する旅行者・観光地の意識	18
	(4)選ばれる観光地づくり	18
	(5)観光を入り口に島の人たちの暮らしを豊かに	19
04	観光基本計画策定の方向性と基本的な考え方	20
	(1)策定の方向性(理念)	20
	(2)沖永良部島が推進するターゲット像	21-22
	(3)沖永良部島の観光が目指す将来像	23
	(4)ビジョンを実現するための戦略(=ミッション)について	24
	(5)アクションプランと重点施策	25-27
	(6)目標を達成するための重要目標達成指標(KGI)と 重要業績評価指標(KPI)例	28-31
05	計画の推進体制と役割分担について	32
06	資料編	34
	(1)本計画の策定手順	34-35
	(2)島民を対象とした観光アンケート結果	36
	(3)観光協会会員対象個別ヒアリング内容	36-43

1. 計画策定にあたって

1 計画策定の目的

沖永良部島(おきのえらぶじま)は和泊町(わどまりちょう)と知名町(ちなちょう)の2町により構成されています。2015年(平成27)4月、2つの町にそれぞれ1つずつ存在していた観光協会を統合し、一般社団法人おきのえらぶ島観光協会が設立され、1島2町の中で両町の垣根を越え、島に一つの観光推進母体として運営されていくことになりました。その後、観光協会のDMO*(Destination Management/Marketing Organization)登録も検討され、官民の幅広い連携のもとで観光地域づくりに取り組む法人となることを目指してきました。2017年(平成29)3月には、観光協会を主体とした計画である第一次おきのえらぶ島観光基本計画「Island Plus おきのえらぶ島計画」を策定し、様々な事業を行いながら、計画に則った沖永良部島の観光推進を図ってきました。

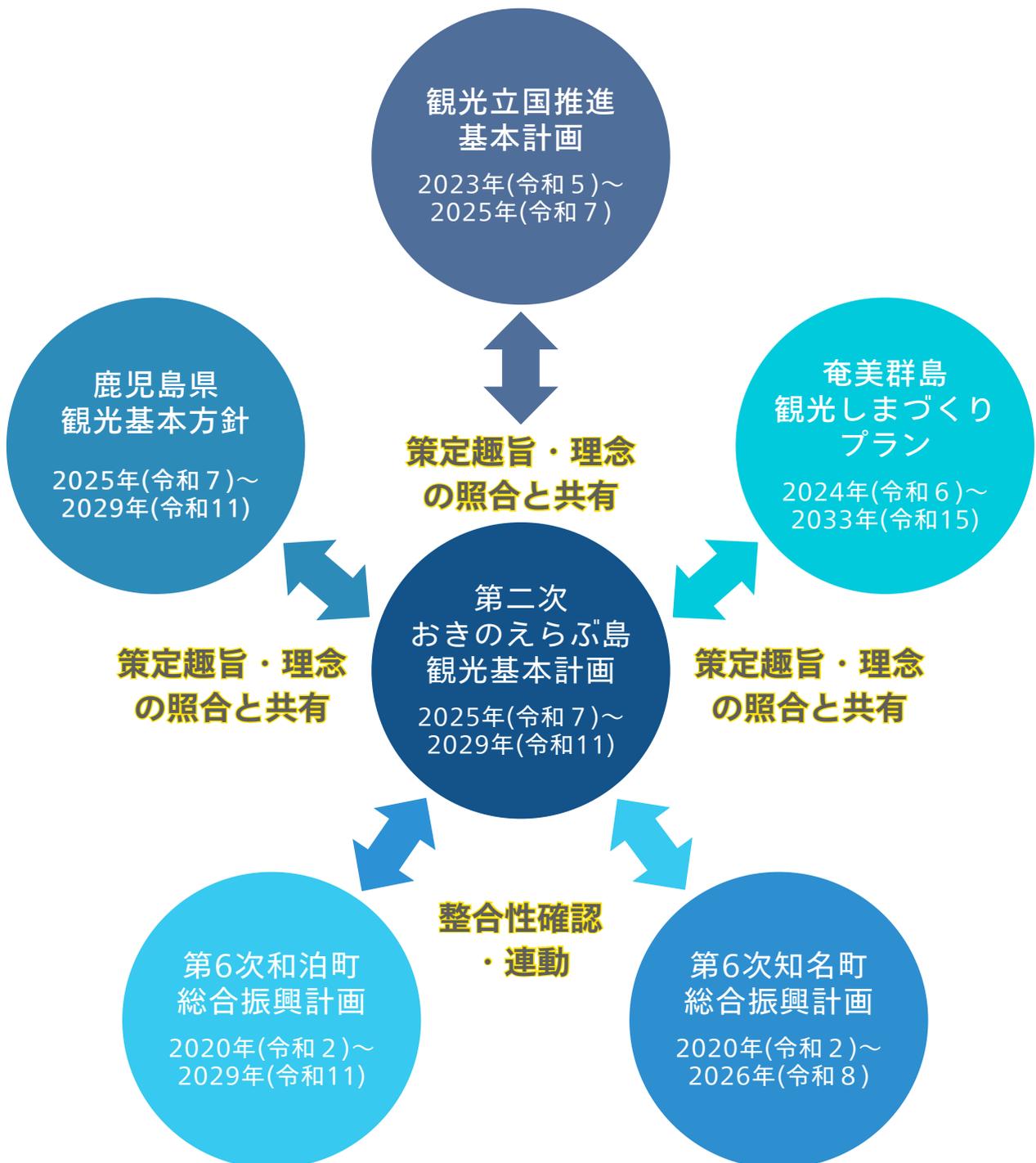
しかし、2020年(令和2)からの新型コロナウイルス感染症の感染拡大と、それに伴う社会変容によって、当初の計画通りに事業推進を行うことができないまま、計画期間の5年間(2017~2022年度(平成27~令和4))を終えています。2024年(令和6)、新型コロナウイルス感染症による観光への影響が落ち着き、沖永良部島への観光客も戻り始めたことから、第一次おきのえらぶ島観光基本計画の見直しが実施され、改めて、観光事業者はもちろん、沖永良部島に暮らす地域住民の皆さんの観光に関する考え方を把握し、住民が観光で幸せになるための方向を定める重要性に目が向けられました。

観光協会を中核に、和泊・知名両町と島に暮らす住民の皆さまのご協力とご理解のもと、島外から沖永良部島に関わって下さる方々を含めた全ての関係者が共通目標としていける指針を定め、これからの沖永良部島のさらなる観光推進を図るため、第二次おきのえらぶ島観光基本計画を策定することとします。

* DMOとは、地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに地域への誇りと愛着を醸成する「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの舵取り役として、多様な関係者と協働しながら、明確なコンセプトに基づいた観光地域づくりを実現するための戦略を策定するとともに、戦略を着実に実施するための調整機能を備えた法人のこと

2 計画の位置付け

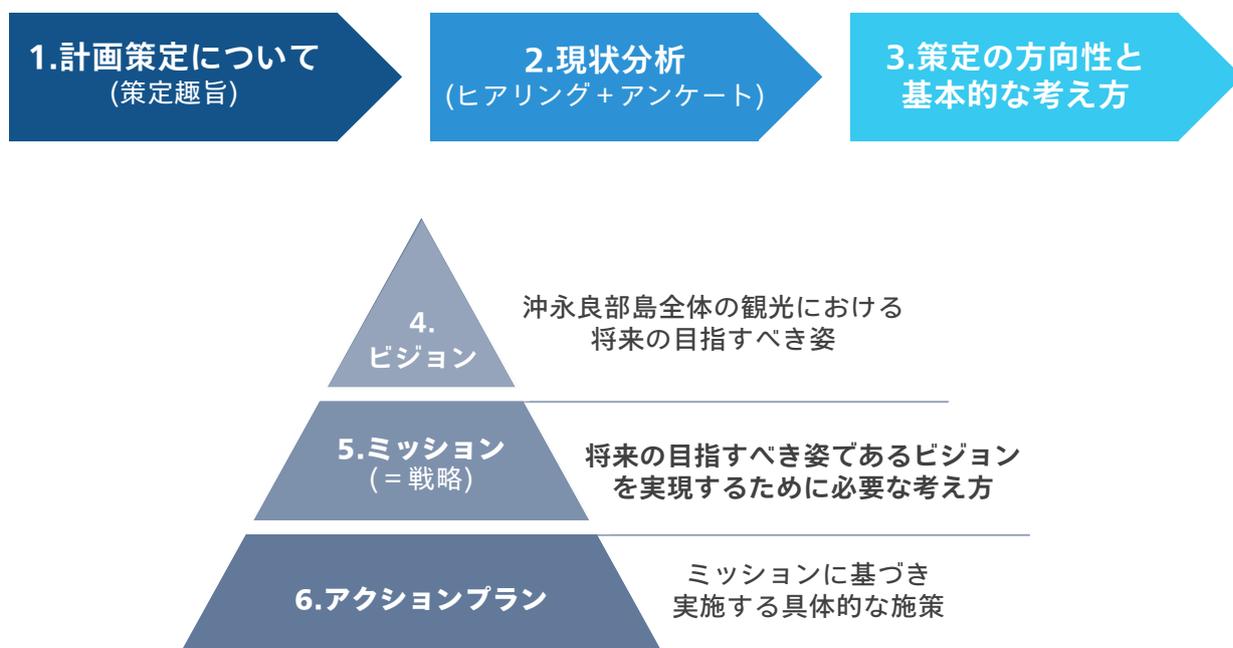
第二次おきのえらぶ島観光基本計画は、国が定める「観光立国推進基本計画」や鹿児島県の「観光立県かごしま県民条例に基づく基本方針(鹿児島県観光振興基本方針)」「奄美群島観光しまづくりプラン」等の策定趣旨や理念等を踏まえつつ、沖永良部島の和泊・知名両町の最上位計画である第6次和泊町総合振興計画、ならびに第6次知名町総合振興計画等との連携・整合性を図っていきます。



3 計画の構成

第二次おきのえらぶ島観光基本計画は、大きく6項目で構成しています。冒頭では計画策定について、策定の趣旨を明確化しています。次項目で観光事業者の方々へのヒアリング結果や、島民・行政・観光客へのアンケート結果を分析し、3番目の項目としてそれらの内容を踏まえた基本的な考え方を示しています。

基本理念に基づいたターゲット像を絞り込みながら、4・5項目として沖永良部島全体の観光における将来の目指すべき姿(=ビジョン)と、ビジョンを実現するために必要な考え方であるミッション(=戦略)を解説し、最終項目ではミッションに基づいて実施する具体的な施策例(アクションプラン)を記載しています。



4 計画期間について

第二次おきのえらぶ島観光基本計画の計画期間は、2025年度(令和7)から2029年度(令和11)までの5年間とします。

観光施策は社会情勢等の変化による影響が大きいことから、5年間の計画期間内において、年度ごとにアクションプランの点検・評価・検証を行いながら、必要に応じて計画内容の見直し等を行います。

2. 沖永良部島観光のいま

1 沖永良部島の観光について三者意見交換

2024年8月17日、観光計画策定業務着手に先立ち、おきのえらぶ島観光協会会長と和泊・知名両町長の三者による意見交換が実施されました。観光推進の中心人物である徳田 英輔(とくだ・えいすけ)観光協会会長と前 登志朗(すすめ・としろう)和泊町長・今井 力夫(いまい・りきお)知名町長に現在の沖永良部島の観光についてお話を伺いました。三者から、それぞれの視点で島の観光の強みと課題を語っていただいています。



おきのえらぶ島観光協会会長
とくだ えいすけ
徳田 英輔



和泊町長
すすめ としろう
前 登志朗



知名町長
いまい りきお
今井 力夫



徳田観光協会会長(以下、徳田会長)：

第一次おきのえらぶ島観光基本計画は、100年先を見据えた計画として2017年(平成29)に策定しました。2021年(令和3)までの5ヵ年計画で進めてきましたが、新型コロナウイルス感染症拡大の影響で、計画策定時に定めた事業内容の中でも進められなかったものもありました。第二次おきのえらぶ島観光基本計画についても、本来は2022年(令和4)から進めたかったところではありますが、1年遅れての策定・実施となりました。

前計画でできたことやできなかったこと、両方を踏まえて、これからの沖永良部島の観光を考えていければと思います。

前登志朗和泊町長(以下、前和泊町長)：

前計画があって、当時は私自身が観光協会会長をしていて、当時の行政との連携など、進めきれなかった部分はありましたが、あの計画があったから奄美群島の中でも沖永良部島が全体をリードしていけるような立ち位置にいられたのではと思います。

新型コロナウイルス感染症拡大に伴い、停滞した部分やこれまでの観光の形から変わった部分はあったものの、着地型コンテンツだったり、ゼロカーボンの動きだったり、今は沖永良部島の取組として良いリスタートができるタイミングだと思っています。



2. 沖永良部島観光のいま

今井力夫知名町長(以下、今井知名町長)：

新型コロナウイルス感染拡大以前から沖永良部島は観光に目を向けていなかったように感じます。そもそも、観光を盛り上げるという文化、素地がある島ではなかったと思います。とはいえ、これだけ人口減少が進んでいる時代で、農業だけでなく観光に目を向けることも必要だと考えています。特に、農業と観光を複合的に組み合わせることがいいのではないのでしょうか。農業は、農地の面積が決まっています。各農家が耕作面積を広げようとしています。これから若者が帰ってきてやれるような新しい農業の形をバックアップしていきたいですね。奄美大島と徳之島の一部が世界自然遺産に選ばれましたが、沖永良部島が取り残されたのは、観光の素地が少ない島の文化・考え方によるところが、少なからずあるのではと感じました。これからの観光を進めていく上で、そういった島の文化・考え方とも融合していかなければいけません。そう考えると、沖永良部島独自・シャイな島民性・ハートフルな体験といった要素を絡めた農業体験などいいのではないかと考えています。



徳田会長：

たしかに沖永良部島は農業が中心の島で、商業・工業も含めて、これからさらに人口減少が進んでいくと思いますが、島外からの人の流入を呼び込んで、農業との両輪で考えていくのは、島にマッチした考え方だと思います。島民の方々も商工業等を営まれている方々も、外から人を呼び込んでくることで、さまざまなメリットがあると思います。



今井知名町長：

農業との連携と同時に、奄美群島という視点も大事だと思います。群島全体で連携していくことで、今以上に島独自のものを作り出していけるのではないのでしょうか。

前和泊町長：

農業との連携・融合は、これからの島の未来をつくるとても大事な要素になると思います。農業の島として、後継者もUターンで戻ってきたり、新たに移住されたり、がんばってくれています。雇用を創出して若い世代が地元に住み続けられるような、農業と連動したコンテンツというのは、観光としてとても重要な要素になるのではないのでしょうか。観光が発展することによって伝統芸能や伝統文化が守られることにつながりますし、観光振興によって自然環境の保全に向けた意識向上にもつながります。そのような側面も含めて、島の人たちは実は観光にすごく関心がありますよね。地域のアイデンティティを強化するという意味では、どんな観光のあり方を目指していくのかはとても大切です。同時に、観光を進めることによって地域の中での消費や経済循環にもつながっていくので、今回の計画でそういったところを盛り込んでいければいいのではと思います。



2. 沖永良部島観光のいま



徳田会長：

宿泊施設のキャパシティや特産品の開発など、課題は色々あると思いますが、一番はいかに関係人口をつくっていきけるかなのではないのでしょうか。まず、島に住んでいる我々が沖永良部島のことを好きで、そこに人をつなげていく仕組みができればいいのではないかと思います。そのためには、島の子どもたちにも島のことをきちんと伝えて、島をもっと好きになってもらいたいですね。関係人口を増やすということは、沖永良部島のことを好きな人をつくっていくということです。その文脈で考えると、大きな課題は旅費交通費ですね。島に来ていただくためには限られた移動手段でお越しいただかなければなりません。ご存じの通り、当然交通費はかなりかさみますから。

前和泊町長：

農業をはじめとして、さまざまな領域と観光が連携できるようになることが大切だと考えます。それも、ただ一緒にやるのではなく、しっかりと経済的な裏付けがあった上で、関わる人たちがウィン・ウィンになるやり方が必要だと思います。



今井知名町長：

他地域と比較しても沖永良部島のポテンシャルは高いと感じています。とはいえ、全ての層の観光客を幅広く集めるのではなく、ターゲットを絞った取組を行っていくことが大切ではないかと思います。沖永良部島を訪れる多様な属性の人たちに対し、ターゲットを絞った観光プログラムをつくってあげれば良いのではないのでしょうか。

前和泊町長：

たしかに沖永良部島の魅力はたくさんあります。そして課題として、そういったものをどのようにつなげていくのかということが挙げられると思います。点を線から面にしていくような取組を広げていかないと、現状は観光業一本だけで食べていくのはなかなか難しいです。年間通してお客様を迎えられるような、例えばですが、他の領域や産業との連携で着地型メニューを増やすなど、そういった取組をしていくことが必要だと思います。そのためには、地域内での調和が重要になります。地域を巻き込みながらコンテンツをたくさん作り、島民みんなで取り組んでいくような意識づけが定着していくと、島の中で観光人材を増やしていくことができます。その近道となるのが、観光協会から優秀な観光人材を輩出することなのではと考えています。そういった人材が中学校や高校で島の魅力を伝えてくれ、更に下の年齢層に向けた専門的な観光人材の育成ができるというのが理想的だと思います。



2. 沖永良部島観光のいま



徳田会長：

あとはインバウンドをどう考えていくかも重要ですね。
沖永良部島全体で見ると、現状は海外からのお客様はほとんど来られていない状態です。

今井知名町長：

受入について考える前に、インバウンドをどう定義づけるかも必要だ
と思います。大きく2方向あると思いますが、一つはクルーズ船です
ね。これは現状ですと港湾の受入環境的に、外国クルーズ船としては
比較的小規模な船しか着岸することができません。この対応を今後どう
していくのかというのは課題の一つかもしれないですね。もう一つの
方向性として、ツアー等を利用されていない、個人旅行での外国人
観光客の方々への対応があると思います。沖永良部島では地域の中で
外国の方の対応に慣れている人材も限られますので、島全体で受入に
対する考え方を育てていかないといけないと考えています。これからの
沖永良部島の観光を考えた時、一昔前には観光はただ稼ぐためにする
もの、という考え方が主流だったように思いますが、今は交流・関係
人口を増やすことで、この地域に住みたいと考えてくださる人を増
やすという考え方もあります。従来型のレジャー観光という一次的な
捉え方ではなく、複合的なところがこれからの観光なのではないでし
ょうか。その中で、これまでになかったような新しい仕事生まれ、
島を大きく動かす力になるかもしれないと考えています。



前和泊町長：

これからのことを考えるのであれば、やはり持続可能な島をつくるた
めに、持続可能な観光を確立する必要があると思います。前計画の時
に、島ならではの視点で品質も含めて、アイランドプラス認証制度を
設けました。途中で途絶えてしまった部分もありますが、非常に中身
のある良いコンテンツだったのではないかと思います。
島全体の観光の質を向上させていくために、そういった取組を進めて
いくことも重要だと思っています。



徳田会長：

前計画を踏まえて思う部分として、今までは中核となる観光協会のみ
で進めていた印象を受けています。これまでの話の中でも、農業との
連携や関係人口創出など、地域づくりと密接に関わる部分が多いとい
うご意見がありましたが、そういった意味で、和泊・知名両町との連
携を密にして、三輪で観光振興を進めていきたいと考えています。当
然、観光のみではなく、島全体のことを考えながら。今、奄美群島全
体の観光推進団体を見た時に、奄美群島観光物産協会*があります
が、その組織も含め、観光団体の運営はどうしても事務局中心で進ん
でいるように感じています。もっと各島としてのまとまりある発信が
必要だと思いますし、沖永良部島はそういった推進の在り方を率先し
て行っていければと思っています。



* 一般社団法人奄美群島観光物産協会（愛称・ぐーんと奄美）。2012（平成24）年4月、有人8島を有する奄美群島の観光と物産の一元的組織として設立され、奄美群島内の12市町村とも連携し、各島の観光団体を統括している。群島全体の観光・交流の推進を目的として活動する団体。

2. 沖永良部島観光のいま

今井知名町長：

広域的という意味では、徳之島・与論島も含めた南三島*という考え方も大事だと思います。沖縄との連携も含め、南三島エリアは鹿児島県にある琉球という捉え方もできます。今、沖縄県には1,000万人近くの観光客が流入していますが、これらの方々にはどのようにして奄美群島に目を向けていただき、足を運んでいただくのか。一足飛びに進めるのは難しいでしょうし、沖縄の文化と我々の文化を比較した時に、どう差別化していくのかという戦略も立てていかなければなりません。個人的に思うのは、沖永良部島はとにかく何も無さを楽しんでひたすらボーっと過ごせる島だなと。そういったゆるやかな時間の過ごし方ができるという部分は、観光客の多い沖縄や他の地域とは違う価値だと思います。ですから、もしかしら沖縄のようにたくさん観光客を呼ぶ必要はないのかもしれないですね。身の丈にあったサイズ感でやっていくことが必要なのかなと思います。そういう意味では観光協会には、もっと沖永良部島の暮らしや文化を体験できるプログラムを組んでもらいたいですね。観光目的だけで来られた方に対し、島を体感できるものを組み合わせで紹介していくことで、沖永良部島をもっと楽しんでいただけるようになるのではと思います。



*奄美群島の中でも地理的に沖縄県に近い、徳之島・沖永良部島・与論島の三島を合わせた呼称。いずれの島も14～15世紀には琉球国の統治下に置かれていた歴史があり、文化風土的な側面でも琉球とのつながりを強く持っている。

前和泊町長：

観光は、他の地域の光を観るものだと思います。観光協会にはぜひ、そういった発信の場になってもらいたいと思っています。沖永良部島の魅力を観光協会が発掘してコンテンツ化する中で、地域の人たちとの連携もどんどん進め、自ら稼ぐ組織になってもらいたいです。この計画を通じて、すでに集めているたくさんのデータを組み合わせながら作戦を立て、戦略的に沖永良部島の観光振興に取り組んでほしいですね。



徳田会長：

両町とこれまで以上に密に連携をとりながら、子や孫に自信を持って伝えていけるような島をつくっていくことが一番大事だと考えています。そういった取組を、第二次おきのえらぶ島観光基本計画で進めていきたいと思っています。



2 主要な観光資源とコンテンツ

沖永良部島は、鹿児島から沖縄、台湾へと連なる南西諸島のほぼ中央、奄美群島の南部に位置し、和泊町と知名町の2町から成り立っています。

島の歴史は、先史時代にまで遡ります。島内の遺跡からは、縄文期の遺品が出土しており、古代から人々が暮らしていたことが確認されています。発掘された遺品からは、大陸から琉球を経て薩摩、大和へと続く通商経路“海の道”の重要な通過点のひとつとなっていたことが分かっています。14世紀ごろには琉球北山国の勢力に組み込まれ、この時期に島を統治したとされる「世之主(よのぬし)」の伝説が数多く残され、島の言葉や唄、踊りなど、民俗文化の基礎はこの時期に形成されたと考えられています。その後17世紀には薩摩藩の支配下に置かれ、薩摩との交易を通じて経済的な発展を遂げました。明治維新の立役者である西郷隆盛が遠島刑となった地であり、西郷はこの地で1年6ヵ月あまりの牢生活を過ごしました。沖永良部島には今も、島役人や島民が西郷隆盛と温かな交流を交わした歴史が伝えられています。

伝統工芸品である芭蕉布製造技術や登録無形民俗文化財となっている黒糖製造技術、奄美群島でしか製造できない黒糖焼酎の醸造技術は、島の自然資源と歴史、暮らし、なりわいと絡み合い、沖縄と奄美のつながりを有機的に象徴するものとして今に引き継がれています。

地質は隆起サンゴ礁で形成されており、平坦な地形が広がる一方、海岸線にはダイナミックな断崖や美しい白砂の浜が点在します。近海には、アオウミガメ・アカウミガメ・タイマイという3種類のウミガメが生息し、なだらかな弓状に広がる白色の砂浜はウミガメの産卵地となっています。



自然資源を活かしたマリンレジャーも盛んで、透明度の高い海には魅力的なダイビングポイントが多数存在し、多くのダイバーを魅了しています。島の南側のダイビングポイントではギンガメアジなど巨大魚の群れが観察でき、北側のポイントには色とりどりのサンゴがきらめいています。また、冬から春先にかけては、周辺海域でクジラの回遊する姿も確認できるほか、マンタやシュモクザメなど、希少な海の生き物の宝庫となっています。

島の地底には大小200～300ほどの洞窟や鍾乳洞があると言われ、愛好家たちのあいだでは“洞窟の聖地”として知られ、国内でも屈指のケイビング(洞窟探検)の名所となっています。専用の装備を身に付け、自然のままの鍾乳洞をガイドとともに探検するケイビングツアーは、人々の冒険心をくすぐるアドベンチャー体験として近年人気を集めています。また、軽装のままに入れる「昇竜洞(しょうりゅうどう)」は、整備されたコースを楽しむ観光鍾乳洞で、子どもから大人まで気軽に地底の神秘を味わうこともできます。

2017年には、島の一部が奄美群島国立公園に指定されました。特に、北海岸側に位置する「フーチャ」や「田皆岬(たみなみさき)」は、雄大な断崖とエメラルドグリーンの海のコントラストが美しく、自然の迫力を体感できるスポットです。「えらぶゆり」の名で知られるテッポウユリの名産地であり、切り花や球根が全国の市場へ出荷されるほか、観光資源としても活用されています。4月中旬から5月初旬にかけて見頃を迎える「笠石海浜公園(かさいしかいひんこうえん)」のゆり園には、毎年多くの方が純白のえらぶゆりの鑑賞に訪れます。

そのほかにもこれまで農業体験やエコツアーなど多様なプログラムが提供されてきましたが、近年は島の日常や暮らしに着目した、持続可能な目線でのプログラムの開発や充実化が進められています。



3 観光のいま

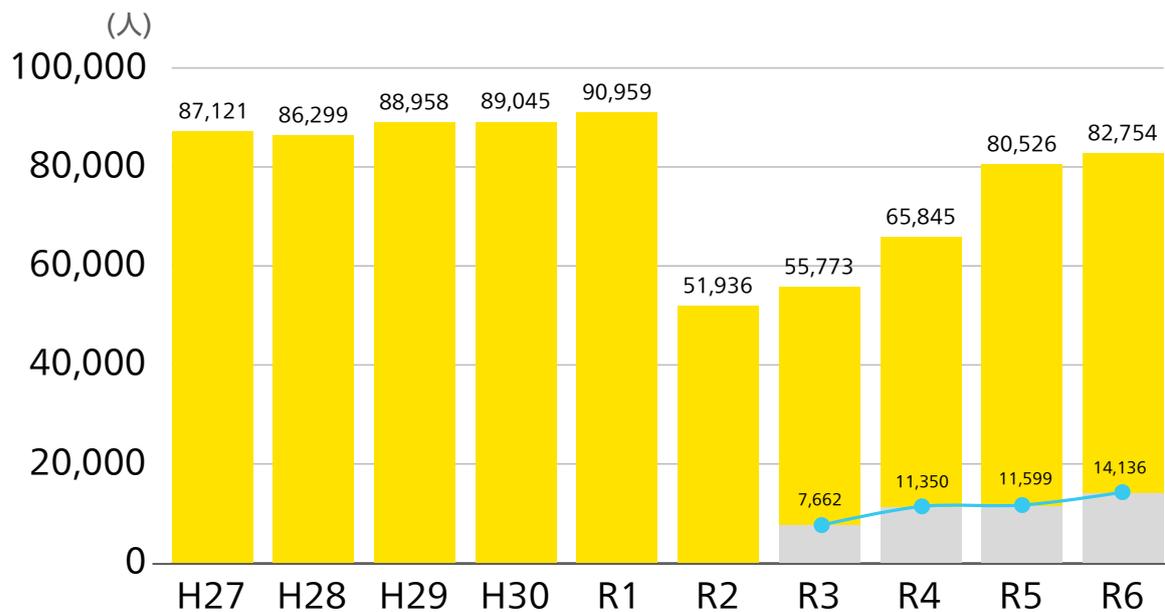
3年以上続いたコロナ禍の影響で、国内外ともに人流が落ち込みました。
沖永良部島でも2020年から2022年にかけて入込客数は大幅に減少しましたが、2025年現在は回復基調にあります。

①入込客数

2019年の90,959人に対し、2020年には51,936人と4割以上減となりましたが、コロナの鎮静化に伴い、2024年には82,754人まで回復しました。

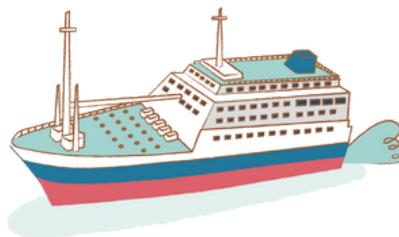
2021年から2024年までの入込客数に重ねて表記している折れ線グラフは、公益社団法人 日本観光振興協会が集計しているデジタル観光統計オープンデータで推計された島外からの来訪者人数の推計値です。スマートフォンGPSデータの位置情報データを活用して集計されています。

沖永良部島の入込客数と観光客等来訪人数の推移



出所：鹿児島県観光統計
デジタル観光統計オープンデータ(公益社団法人 日本観光振興協会)

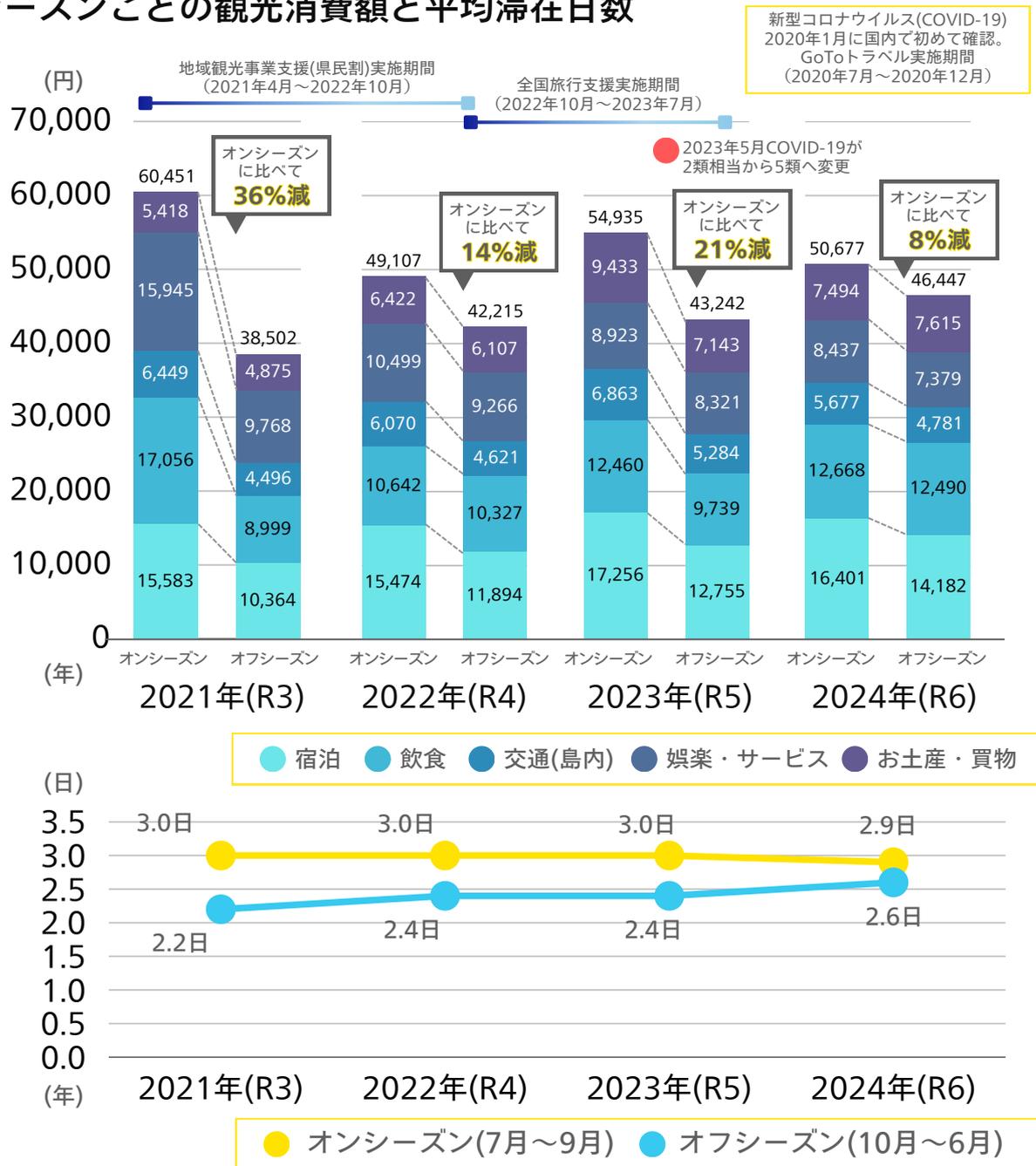
● 入込客数 ● 来訪者数推計値



② 観光消費額

和泊・知名両町は2020年11月に「おきのえらぶ島観光モニタリングアンケート」を制作し、おきのえらぶ島観光協会は両町と共にデータ収集の協力を続けてきました。観光客等島外からお越しの皆さまを対象に名刺サイズのカード等を配布し、二次元バーコードから回答いただいているオンラインアンケートです。2025年1月現在、2,297件の回答が集まっており、観光客等の消費行動平均値を算出することができます。2021年からの4年間でオンシーズン・オフシーズンとの差が徐々に縮まっていますが、国や県の旅行支援が終了し、コロナ収束を機に帰省やビジネス等での来島が戻ったことにより、消費行動が平均化されたものと推測されます。

シーズンごとの観光消費額と平均滞在日数



出所：おきのえらぶ島観光モニタリングアンケート
 調査対象：沖永良部島に観光・ビジネス・帰省等で訪れた来訪者(年齢不問)
 回答総数：2,291件

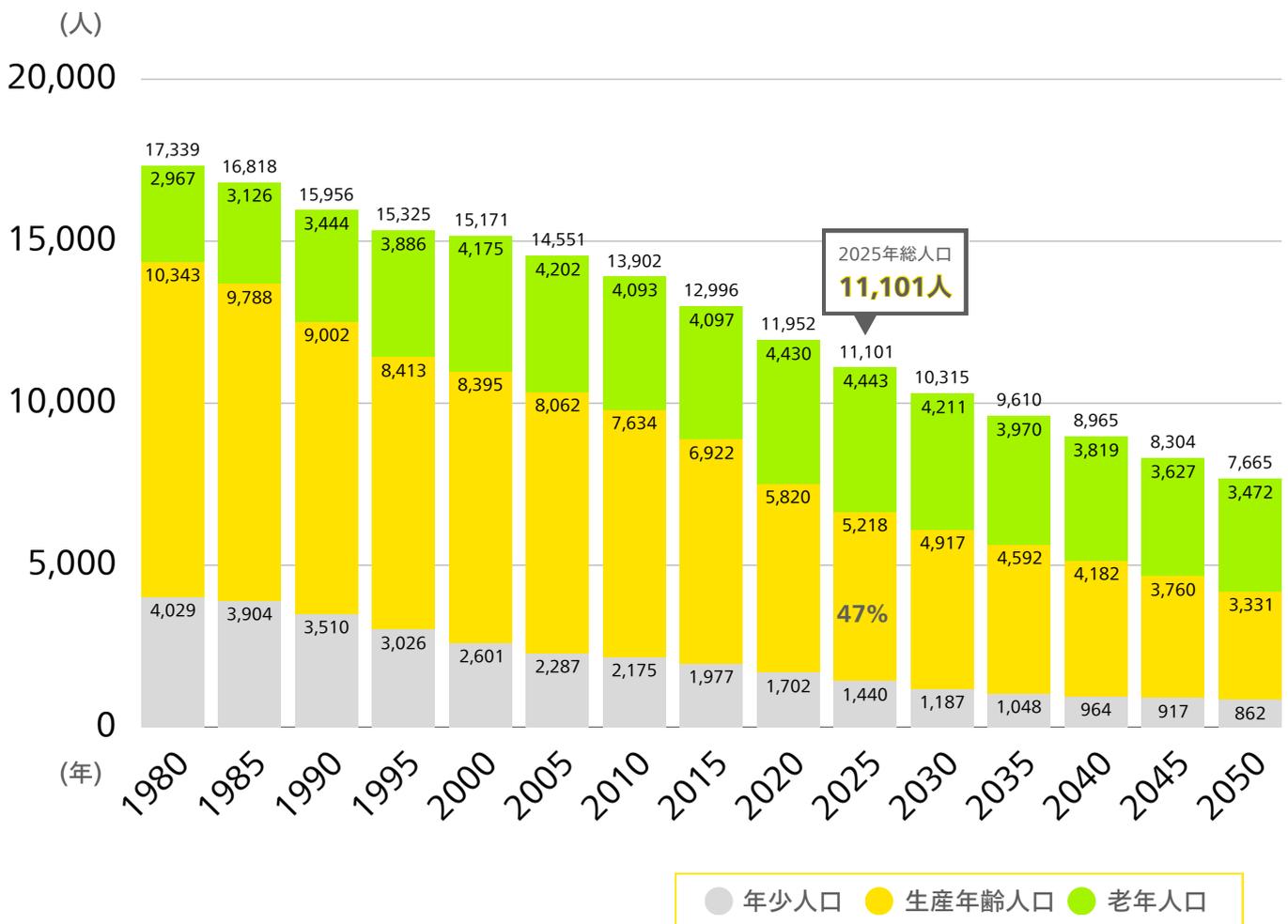
4 | 観光に携わる担い手の現状

① 人口構成

沖永良部島は毎年人口減少が進んでおり、国立社会保障・人口問題研究所の推計によると、2025年で11,101人、このうち主要な働き手である生産年齢人口(15～64歳)は5,218人(47%)で、人口に占める割合も縮小傾向が見られます。

特に若年層の島外への流出が続いており、観光産業のみならず地域地場産業全体の新たな担い手となる人材の確保が課題となっています。

沖永良部島の人口推移



出所：国勢調査人口推移と「日本の地域別将来推計人口(2023年(令和5)推計)」国立社会保障・人口問題研究所

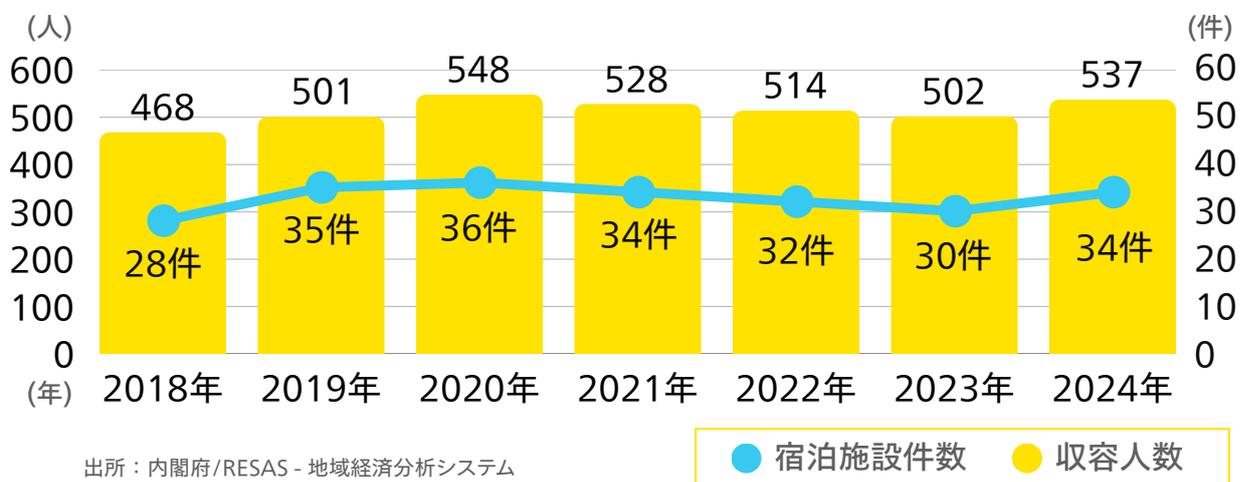
■ ② 観光関連産業の現状

令和6年2月現在、おきのえらぶ島観光協会の会員数は203件で、その内訳は業種別に宿泊【20】件、ガイド【12】件、飲食【32】件、交通【29】件、物産【62】件、その他企業サービス【48】件となっています。

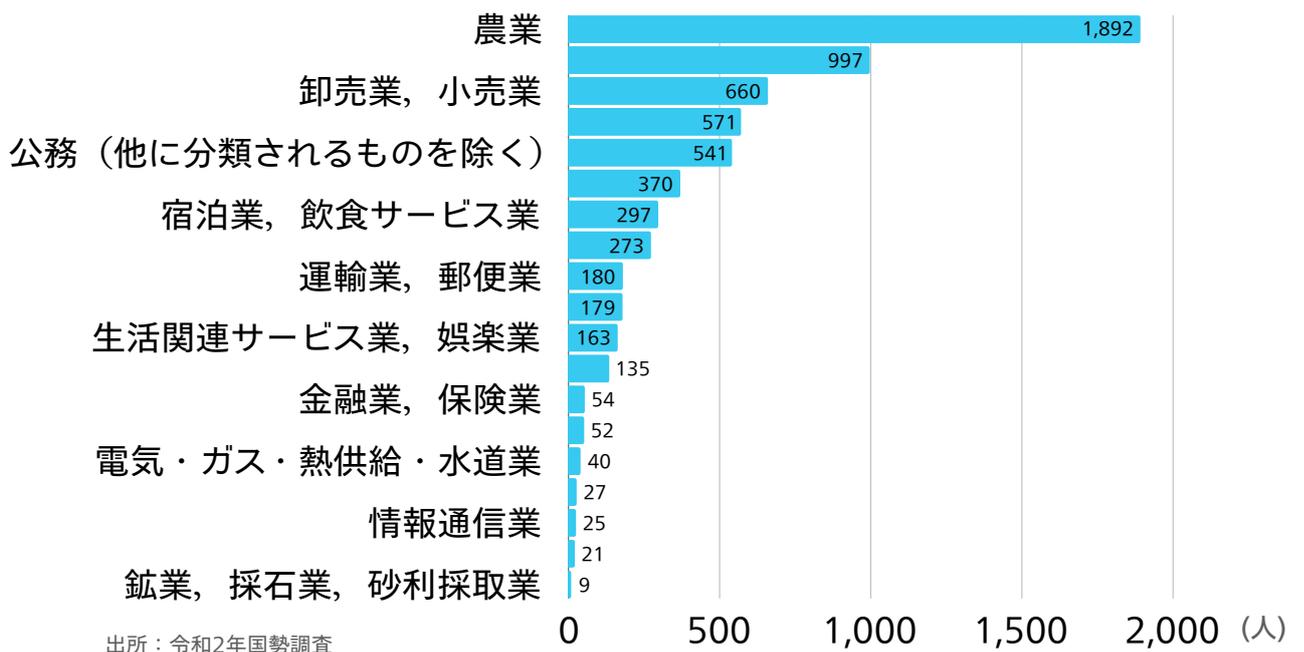
宿泊施設件数には小刻みな上昇が見られます。また、産業別就業者グラフでは、小売業、宿泊業、飲食サービス業、娯楽業や対個人への各種サービス業など、観光にも結びつきの強い業種に従事している人数が分かります。

地域の食などを通じた農業・漁業などとの関連性を含めると、島内での観光の役割は大きいと言えます。

沖永良部島の宿泊施設軒数と収容人数の推移



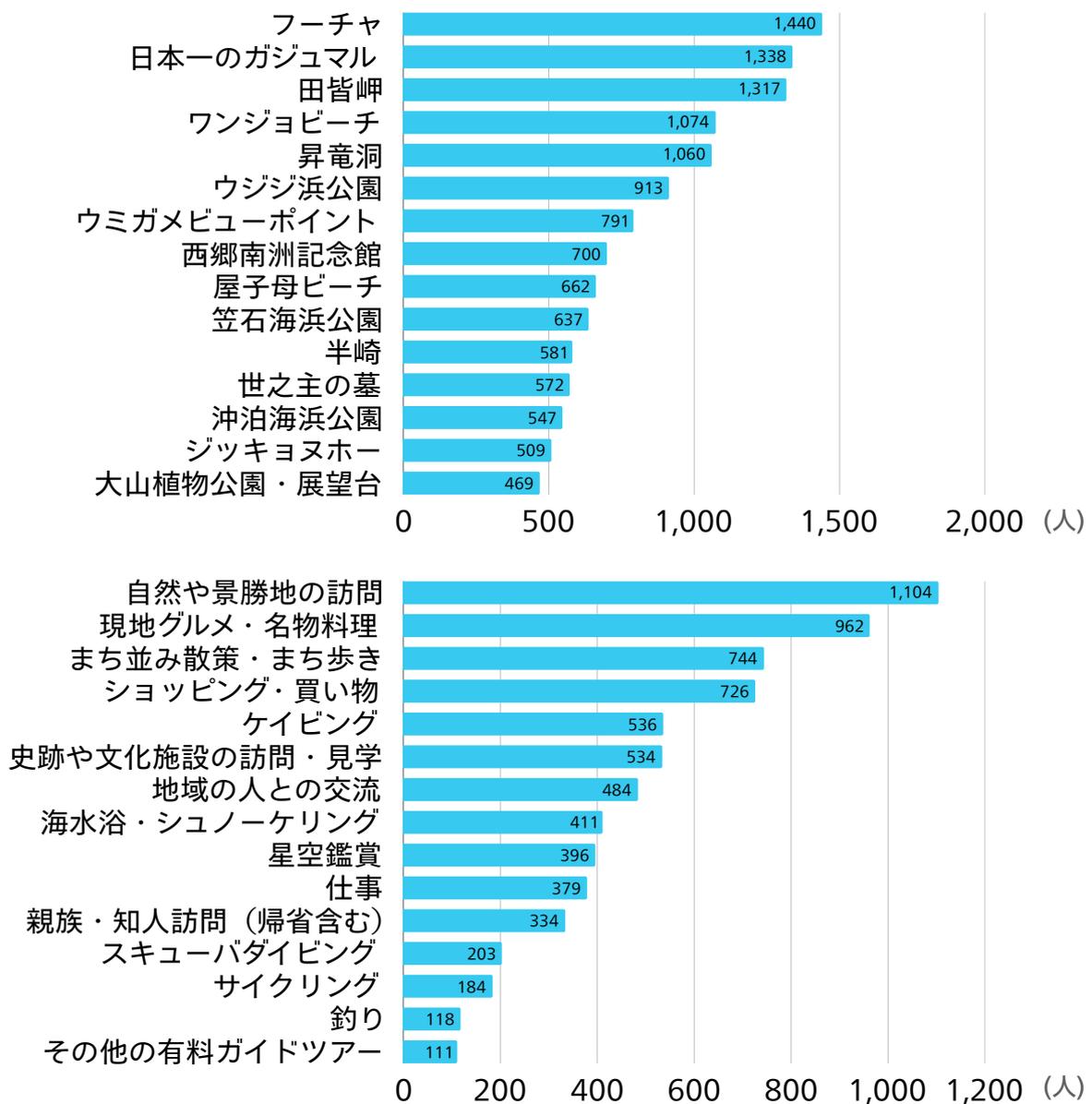
沖永良部島の産業分類別就業者数



5 観光客から見た評価と意識

「おきのえらぶ島観光モニタリングアンケート」によると、フーチャ・日本一のガジュマル・田皆岬・ワンジョビーチ・昇竜洞など、奄美群島国立公園にも指定されている自然景勝地が人気を集めていることが分かります。また、滞在中の活動内容からは、自然景勝地の訪問だけでなく、グルメやまち歩き、ショッピング、ケイビング等の体験アクティビティのほか、ビジネスユースの来訪者や島民との交流を楽しむ層も多いことが分かります。

沖永良部島を訪れた人々の活動内容



出所：おきのえらぶ島観光モニタリングアンケート

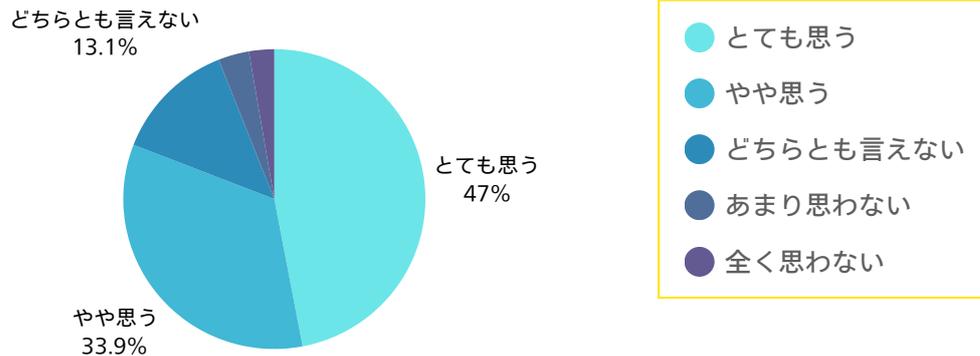
「おきのえらぶ島観光モニタリングアンケート」は、和泊知名両町が制作し、おきのえらぶ島観光協会がデータ収集の協力を行いながら観光客向けに実施しているものです。

アンケート集計期間：2020年11月18日～2024年12月31日

回答総数：2,291件

6 島民から見た評価とニーズ

本計画の策定にあたり、2024年8月より、島民を対象とした観光アンケートを実施しました。その調査によると、「おきのえらぶ島が観光を推進していくことは重要だと思いますか？」という設問項目に対し、183件の回答中「とても思う」と「やや思う」とお答えいただいた島民の方は148人、割合にすると80%を超える方々が観光推進に好意的であることが分かりました。



出所：島民を対象とした観光アンケート

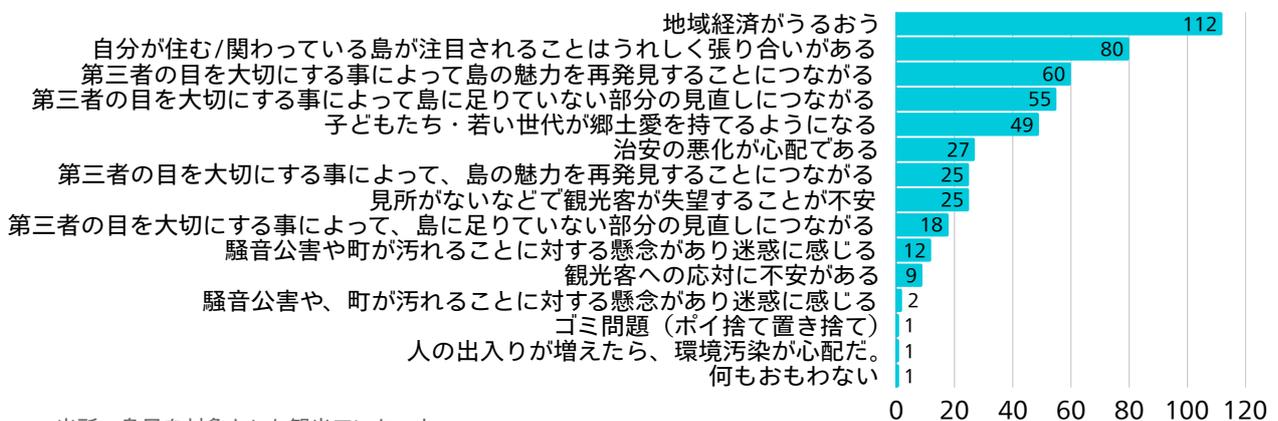
「おきのえらぶ島島民向け観光アンケート」は本計画の策定にあたり、おきのえらぶ島観光協会が和泊町と知名町の協力を得ながら、令和6年度8月より島民に向けて実施したものです。

アンケート集計期間：2024年8月1日～2025年1月31日 回答数183件/総数190件

更に掘り下げた島民意識では「地域活性化につながる」「地域経済がうるおう」等の回答意見が多く、観光振興によって島全体に経済的な恩恵が波及していくことへの期待値の高さを感じ取ることができます。

一方、沖永良部島に合う観光振興の姿として、島の皆さまの多くが「自然資源・景観の保護や保全」「文化継承、島らしさを感じる暮らしを残していくこと」に目を向けられていることも分かりました。

このことから、沖永良部島は今後、島民の皆さまが地域らしさを認識し、島の価値を見出しながら、島内での経済循環を高めていけるようなサステナブルな観光地としての取組を進めていくのが良いと考えています。



出所：島民を対象とした観光アンケート

「おきのえらぶ島島民向け観光アンケート」は本計画の策定にあたり、おきのえらぶ島観光協会が和泊町と知名町の協力を得ながら、令和6年度8月より島民に向けて実施したものです。

アンケート集計期間：2024年8月1日～2025年1月31日 回答数183件/総数190件

3. 観光をとりまく変化

1 コロナ禍からの再生

コロナ禍により国内外の旅行産業は大きな落ち込みを受けましたが、現在は本格的な回復基調にあります。沖永良部島の入込客数はまだコロナ前までの水準には完全に戻りきれていませんが、宿泊施設軒数の微増に加え、旅行者数にも増加傾向が見られます。一方で、国は2023年に発表した「観光立国推進基本計画」の中で“量から質への転換”を掲げており、旅行者数だけではなく観光消費の拡大や質の向上によって持続可能な観光地づくりを進めるという目標を示しています。すなわち、旅行者数増だけを目的とするのではなく、訪れる人にも暮らす人にも、どちらにとっても満足度の高い観光の在り方が求められています。

2 持続可能な成長(SDGs^{*1})とサステナブルツーリズム

沖永良部島は2022年4月に脱炭素先行地域^{*2}に選定され、持続可能な脱炭素社会づくりに向けた地域資源の有効活用を推進しています。第6次和泊町総合振興計画には「持続可能な開発目標(Sustainable Development Goals)が積極的に取り入れられ、第六次知名町総合振興計画には公共施設の再エネルギー化やエネルギーの自足化を目指すマイクログリッドなどの施策が記載され、和泊・知名両町をあげて持続可能な未来をつくるための施策・事業に取り組んできました。

国際観光機関(UNWTO^{*3})は、訪問客・業界・環境及び訪問客を受け入れるコミュニティのニーズに対応しつつ、現在及び将来の経済・社会・環境への影響を十分に考慮する観光を「持続可能な観光(サステナブルツーリズム)」と定義しています。世界的な傾向として、観光による環境や暮らしへの影響を抑えながら、同時に地域の経済・コミュニティの活性化に貢献するサステナブルツーリズムの推進が求められています。

*1 2030年までに持続可能でよりよい世界を目指す国際目標

*2 2050年カーボンニュートラル実現のため、地域特性を活かし全国に先駆けた脱炭素の取り組みを行うモデル地域

*3 国連の観光分野における専門機関

3 サステナブルツーリズムに対する旅行者、観光地の意識

近年、欧米豪等の旅行者層においては、自分自身の観光行動が地域に与える影響を意識し、旅行先や移動手段に関して、よりサステナブルな選択をしたいと考える傾向が高まっています。特に、高付加価値な体験を求める旅行者層ほどSDGsに対する認識が高く、地域ならではの自然や暮らしに触れる体験など、自分自身を高めるような旅を求めています。

沖永良部島では、島の歴史的背景をふまえた伝統文化や産業、自然環境を尊重しつつ、旅行者・観光事業者・地域住民など、訪れる人と暮らす人の双方が満足できるサステナブルツーリズムを推進しています。国内外各地で、地域の自然環境や地域文化に対する旅行者の配慮や貢献を重視する「責任ある観光(レスポンシブルツーリズム^{*4})」の考え方が急速に普及しており、これらの価値観が今後の観光地づくりにおける重要な視点となっています。

4 選ばれる観光地づくり

サステナブルツーリズムに対する機運の高まりを受け、国は2020年に『日本版持続可能な観光ガイドライン^{*5}』(JSTS-D: Japan Sustainable Tourism Standard for Destinations)を策定しました。これは、地域が持続可能な観光地になるための取組事項を具体的に示したもので、客観的なデータ指標にもとづいて地域の現状を把握し、具体的に取り組むべきことを定め、かつその進捗を管理するためのツールです。

JSTS-Dは、グローバル・サステナブル・ツーリズム協議会(GSTC: Global Sustainable Tourism Council^{*6})が開発した国際基準である観光指標をベースとしています。そのため、JSTS-Dのガイドラインにもとづいて持続可能な観光地づくりに取り組むことが、地域の観光地としての国際的な価値を高め、優良な旅行者をさらに呼び込むためのプロモーションとなります。

本計画における重点施策やアクションプランにもJSTS-Dのガイドラインにもとづいた取組を取り入れ、沖永良部島の高付加価値化を図りながら国際認証を受ける観光地を目指していきます。

*4 旅行者が旅行先の地域コミュニティや環境に与える影響に責任を持ち、よりよい観光地づくりに配慮する考え方

*5 観光庁・UNWTO駐日事務所作成 <https://www.mlit.go.jp/kankocho/content/810000951.pdf>

*6 持続可能な観光の推進と持続可能な観光の国際基準をつくることを目的に、2008年に発足した国際非営利団体

5 観光を入りに口に島の人たちの暮らしを豊かに

観光は地域を活性化させる切り札の一つです。観光には、宿泊や飲食をはじめ、農業や漁業などの幅広い分野の事業者が関わっていますが、それだけではなく地域住民や地域のインフラを整備する行政も関係者となります。

観光で地域を豊かにするためには、観光に関わる人々が協力して、地域を経営するという視点を持つことが大切です。地域が一丸となって、地域のあるべき姿をお互いに共有し、それぞれの損得を超えて、観光事業に関する合意形成や意思決定を行う体制を整えなければなりません。

旅行者が地域を訪問すると、買い物や飲食、宿泊などによって経済的な利益がもたらされます。また、旅行者を迎え入れることで、島民の地域への誇りや愛着を高めることにもなります。その一方で、旅行者の訪問は、自然環境や住民の暮らしを脅かすような問題も引き起こします。こうしたなかで、環境・社会・経済に配慮した観光である「持続可能な観光」という考え方が重視されてきました。

「持続可能な観光」で地域を豊かにすることの意味は、まずは地域の自然環境が保全され、島民の暮らしが充実していることが第一です。旅行者はそのような暮らしのある地域だからこそ観光地としての価値を感じ、地域にお金を支払い、高い満足度を得ていきます。

また、観光で地域を豊かにする方法を考える際には、どのような旅行者に訪問してもらうかという視点も重要です。少なくとも、一度きりしか訪問せずマナーを守らない旅行者は、沖永良部島にとって望ましい観光者とは呼べません。地域を大切にしてくれる旅行者に重ねて訪問してもらうことが、観光で地域を豊かにする可能性を高めていくと考えています。

そのためには、ただ場所を案内するだけではなく、「島に暮らす人たちの想い」を伝えるストーリー性ある観光ブランディングが重要です。暮らす人の想いをさまざまな手法を用いて旅行者に伝えることで、地域に共感する沖永良部島のファンが増えていきます。地域の応援団になってくれるような旅行者を増やすことで、関係人口の拡大など、両町行政が目指す持続可能なまちづくりに向けた目的にもつながると考えています。

4. 観光基本計画策定の方向性と基本的な考え方

1 策定の方向性(理念)

策定にあたって、その方向性(=観光基本計画を推進していく上での理念となるもの)については、前項にある現状分析を踏まえて「普遍的・潜在的な価値(経済面・非経済面)」「現在から長期的な未来の子どもたちに向けて」という、これからの沖永良部島の観光において持続可能性に配慮した二つの視点を持った上で、以下のように考えます。

- 沖永良部島の基幹産業である「農業」や、島民の生活満足度に影響の大きい「教育」「子育て」「福祉」「交通」等の添え木となるような観光

- 住んでよし・訪れてよしの魅力ある地域づくり

- ✓ 地域の魅力、価値の再認識と誇りや愛着の醸成
- ✓ 地域活性化や持続可能性の向上に対する相乗効果
- ✓ 店舗・事業・公共交通等の維持や継続性の向上
- ✓ 歴史文化や自然資源の保全と継承

これらの視点に基づき、これからの沖永良部島が目指す観光の姿として、島を豊かにする、暮らしを体感する観光のあり方を考え、観光客も含めた共創的な観光地経営を目指します。

- 第二次おきのえらぶ島観光基本計画の理念

暮らしとつながり、島の未来をつなぐ観光

2 沖永良部島が推進するターゲット像

観光を通して島の暮らしや経済を活性化するとともに持続可能な島の未来につながる新しい取組や事業を生み出していくため、特に積極的に誘致や受け入れ体制強化に取り組んでいくターゲット像を設定しました。

従来の旅行者層に加え、「異日常」としての島の風土や暮らしの中に学びや発見を見出す探求型の旅行や、地域貢献を目的とした団体活動などを引き寄せ、共に地域を作り上げる共創ツーリズムを目指します。

セクション	ターゲット像	具体例
知的好奇心・探求心が強い旅行者	自然や文化に興味を持ち、単なる観光ではなく学びや体験を求める個人旅行者	<ul style="list-style-type: none"> 洞窟探検(ケイビング)やエコツアーなどに関心のある自然愛好家 沖永良部島の歴史・民俗文化に興味を持つ研究志向の旅行者 サステナブルツーリズム(文化、農業体験・海洋保全活動等)に関心を持つ人
学習旅行・修学旅行	地域交流や自然・文化体験を通じた学びを求める学校関係者と生徒	<ul style="list-style-type: none"> 都心部の中学・高校生を対象にした体験型修学旅行 SDGsをテーマにした教育プログラムを求める大学ゼミ・研究団体 島の暮らしと観光を結びつけたフィールドワーク型学習旅行
企業・団体・研究機関等	企業研修や地域連携プロジェクトに関心を持つ組織	<ul style="list-style-type: none"> サステナブル経営を目指す企業の社員研修 研究テーマに沿ったフィールドワークを求める大学・研究機関 地域共創を目的としたワーケーションやCSR*活動に積極的な企業
鹿児島県在住者	気軽な離島体験を求める県内の観光客	<ul style="list-style-type: none"> 週末旅行や家族連れ向けの「島体験」プログラム 鹿児島市内からのアクセスを活用したリフレッシュ目的の短期滞在者 週末や連休を活かした1泊2日・2泊3日の気軽なモデルプラン
沖永良部島リピーター	過去の訪問をきっかけに島との関わりを継続したいと考える人	<ul style="list-style-type: none"> 毎年訪問する常連客向けの特別イベントやツアーの開催 自然保護や文化継承に関わるボランティア・サポーターの育成 移住希望者向けのおためし移住体験プログラム

*「Corporate Social Responsibility」の略。「企業の社会的責任」を意味し、企業が事業活動を行う上で、環境や社会に与える影響を考慮し、利益追求だけでなく、社会全体の持続可能な発展に貢献しようとする考え方のこと。

セクション	ターゲット像	具体例
奄美群島ファン	奄美大島や与論島は訪れたことがあるが沖永良部島は未訪問の島旅リピーター／30代～60代のおひとり旅層	<ul style="list-style-type: none"> 単身で移動しやすい二次交通手段の拡充 奄美大島+もう一島、与論島+もう一島を巡るホッピング旅のプロモーション
沖縄県からの誘客	沖縄文化や島らしさに魅力を感じる沖縄旅行リピーター／沖永良部島との歴史的・文化的・精神的なつながりに共鳴して下さる沖縄県民／沖縄県を経由して来島する外国人個人旅行者／沖縄旅行経験のある台湾在住者 等	<ul style="list-style-type: none"> 沖縄本島を拠点に、与論・沖永良部・徳之島を巡る「島旅ルート」を造成 沖縄リピーター向けに「静かな癒しの島」「ケイビング」を訴求 沖縄在住者限定で実施する、宿泊・アクティビティ等の割引キャンペーン 欧米豪等インバウンド旅行者向けのローカル体験の開発、ガイド育成 沖縄インバウンド旅行サイト(例：VISIT OKINAWA等)との連携 インバウンド向けOTA*(例：Klook, KKday, Expedia等)への登録
海外インバウンド(主に欧米豪)からのラグジュアリークルーズ船	50～70代を中心とした富裕層で、自然・文化・特別体験を求める個人やグループ／アジア圏(香港・台湾・シンガポール)・西部圏(アメリカ・ヨーロッパ)の日本旅行リピーター／地域の本物志向な体験を求め、特別感やオーダーメイドサービスに価値を感じる層 等	<ul style="list-style-type: none"> 島の伝統芸能や文化に触れることのできる歓迎セレモニー演出 プレミアムな体験プログラムの開発 島文化×ラグジュアリーワークショップ

*「Online Travel Agent」の略でインターネット上のみで営業する旅行代理店のこと。1つのサイトで複数の宿泊施設などを比較しながら宿泊や航空券の予約・ツアー手配などを24時間いつでも予約できる利便性の高さから、多くの人に利用されている。多くのOTAサービスが多言語に対応しているためインバウンド客にも人気があり、市場規模も年々拡大中。

3 沖永良部島の観光が目指す将来像

計画策定にあたって実施したアンケートや個別事業者を対象としたヒアリングの中からは、観光振興への賛否や島が目指すべき観光振興の姿など、さまざまな意見を抽出することができました。それら意見をふまえて各施策を実践し、計画内容を継続的に見直していくためには、観光協会や協会に所属する観光事業者の皆さま、和泊・知名両町の行政組織だけではなく、島で暮らす地域住民の皆さまも含め、同じ方向を見据えた地域主導の取組を生み出していく必要があります。

観光に対する意識を「みんなで沖永良部島の観光地経営に取り組む」という自分事の視点に変え、その恩恵や価値観を地域内に波及させていくための、交流・消費・滞在型観光を実現させていくことが重要だと考えます。

中・長期的な視点で沖永良部島の未来を見据えた際、10年後に島に暮らす一人ひとりがどうなっていて欲しいのか。観光を介して理想とする島の将来像に結びつけていくためには、地域の持続可能な発展や島民・来訪者の幸せにつながるよう、さまざまな要素について戦略的に取り組める体制を整え、一つ一つの取組を着実に積み重ねていくことしか答えはありません。沖永良部島の観光の土台は島民の暮らしであり、その暮らしをより魅力的にすること、そしてそれら暮らしの魅力を言語化していくことが、沖永良部島の観光における共感値と付加価値の向上につながっていくと考えます。

また、地域住民の環境負荷に対する観点でみると、国の第6次環境基本計画の上位概念として「ウェルビーイング／高い生活の質とネイチャーポジティブ(自然資本の維持回復)」が謳われています。この視点で捉えた沖永良部島の可能性としては、島内に事務局を構える「地球村研究室」石田秀輝氏の研究によると、豊かな自然と共存しているここ沖永良部島での生活は「地球1.2個分である」という研究結果も出ているようです。

以上のことを踏まえ、第二次おきのえらぶ島観光基本計画におけるビジョンを次のように定めます。

■ 第二次おきのえらぶ島観光基本計画ビジョン

ここにある暮らしを大切に。
島民みんなの観光しまづくり

4 ビジョンを実現するための戦略(=ミッション)について

第一次おきのえらぶ島観光基本計画(Island Plus おきのえらぶ島計画)においては、持続可能な観光推進により、島人の誇りを高め、将来にわたり心豊かな島のくらしの実現を目指すものとして、「離島」であることで、ついネガティブに考えてしまいがちな要素を、「離島だからこそできること、価値があること」といったポジティブな発想への転換を図ることを軸として考えていました。

その上で、多様な「ひと・モノ・コト」のつながりを創出し、島民のアイデンティティを刺激し、持続可能な島を支える原動力となる観光を通じた「ほんとうの交流」を促していくための「基本戦略を支える3本柱」を掲げました。

第二次おきのえらぶ島観光基本計画においてもその考え方を踏襲し、以下の3項目を将来目指すべきビジョンを実現していくために必要な戦略(=ミッション)として掲げます。

1. Pure brand ピュアブランド：島のものにこだわる

特産品開発をはじめ、観光産業における全ての消費活動においては、沖永良部島産の農林水産物など、可能な限り島内で生産・製造されたモノの仕入・使用を推奨し、域内調達率の向上を図り、観光による経済効果を地域全体に環流させます。他産業の観光への興味を惹き、観光への理解を進めるとともに、島内の多様な産業連携により新たな価値創造を目指します。

2. Lifestyle ライフスタイル：島の暮らしにこだわる

住民一人ひとりに、島のライフスタイル・文化こそが最大の魅力であるということへの気づきを促すため、来訪者との交流機会を創出します。島の伝統文化を背景とした衣・食・住は、来訪者にとって最も興味を惹くコンテンツであり、島民とのほんとうの交流が期待できます。この循環こそが島の価値の再認識を促し、島民の誇りを高め、心豊かなライフスタイルへと導くことにつながります。

3. Spirits スピリッツ：島の精神にこだわる

「敬天愛人(けいてんあいじん)」という西郷隆盛の教えが育まれた沖永良部島の方々は、情に厚く、人のつながりや調和を重んじる精神があります。

他者を労るこの精神は、島外からの来訪者をあたたかく迎え入れるホスピタリティにも通じています。互いを尊重し認め合う心こそが、島に調和をもたらし、来訪者との交流をより良き機会とするということを、一人ひとりが理解し実践できるよう促していきます。

5 アクションプランと重点施策

第一次おきのえらぶ島観光基本計画では、15のアクションプランを定め、その中で重点施策と基本施策を設定するという手法になっていました。

本計画では、今後沖永良部島が目指していく方向性・基本方針・基本目標をふまえ、以下の重点施策とアクションプラン例を定めました。

1. Pure brand ピュアブランド：島のものにこだわる

重点施策(基本方針)：【島のありのままの魅力を活かした、誇りと責任ある行動の輪が広がる観光まちづくり】

島の宝が将来に渡って引き継がれていくよう、旅行者と地域が良質な接点を持ち続けられる機会を創出します。

■ アクションプラン例

地域資源のブランド化促進

- 島特有の文化・自然・歴史を活かした体験型プログラムの開発
- 地元農林水産物・食材のブランド力強化と観光商品化
- 島の伝統文化や産業(黒糖作り、焼酎、花き栽培等)の体験提供

観光資源の保全と活用

- 環境資源、伝統芸能、文化財の保全や振興に関する情報整理
- 美しい海を保全するためのビーチクリーン活動の継続拡大と関連団体との連携
- マリンアクティビティ事業者等と連携した赤土流出等の影響モニタリング
- 自然環境を保護しつつ楽しめるエコツーリズムの推進

観光客と地域の良質な交流促進

- 修学旅行・学習型プログラムにおける島民との交流イベントの実施
- 島の生活を体験できるホームビジットプランの整備
- 地元イベントと連携した観光キャンペーンの開催

脱炭素・SDGs推進と観光の連携

- 行政と連携し、脱炭素関連事業を活用した観光プログラムを開発
- エコツアーや自然保護活動体験を通じた環境意識の啓発
- SDGsに関連した観光資源の保全・再生プロジェクトの推進
- 再生可能エネルギー導入施設の見学ツアーの実施

2. Lifestyle ライフスタイル：島の暮らしにこだわる

重点施策(基本方針)：【沖永良部島の発展に貢献し、島民が豊かで幸せになる観光まちづくり】

観光まちづくりを島民の生活の豊かさにつなげるため、旅行者1人あたりの島内消費額を向上させる事業に取り組みます。

■ アクションプラン例

観光消費額向上策の実施

- 島内飲食・宿泊施設の魅力向上とプロモーション支援
- 地元産品を活用したオリジナル土産品の開発と販売促進
- 観光客向けのプレミアム体験プランの提供
- 島特有の食文化を活かした「食のイベント」開催による飲食需要の喚起

観光を通じた生活環境向上

- 遊休スペースを活用した文化交流拠点整備
- 長期滞在者向けのワーケーション施設の整備とプロモーション
- 島民向けの観光関連イベントの充実
- 移住希望者向けの観光体験プランの実施

地域経済との連携強化

- 観光事業者向けの接遇力向上研修と人材育成
- 島の魅力を発信するデジタルプラットフォームの構築
- 観光客向けの長期滞在型プログラムの展開

観光専門人材の確保と 観光地力の底上げ

- 観光マーケティング分析を担う専門人材の確保と育成
- 文化・言語・環境などの専門知識を有する人材の招聘とネットワーク構築
- 観光事業者向けの専門研修制度の導入とキャリア形成支援
- 地域の観光資源を深く理解するローカルガイドの養成
- 島民と専門人材が連携する観光企画ワークショップの実施

3. Spirits スピリッツ：島の精神にこだわる

重点施策(基本方針)：【島ぐるみで観光に取り組む機運の醸成】

「住んでよし、訪れてよし」の地域づくりの一環として、島民が楽しみながら観光に関わる機会や場面を充実化させていきます。

■ アクションプラン例

島民参加型観光の推進

- 島内各団体と連携した観光PRイベントの開催
- 学校・地域と連携した観光学習プログラムの実施
- 地元の祭りや伝統行事への旅行客の参加促進

観光に対する理解促進

- 島民向け観光講座の開催と観光意識の向上
- 観光案内ガイドの育成と活動支援
- SNSやウェブサイトを活用した観光情報発信の強化

観光資源を支える担い手の確保と交流機会の拡充

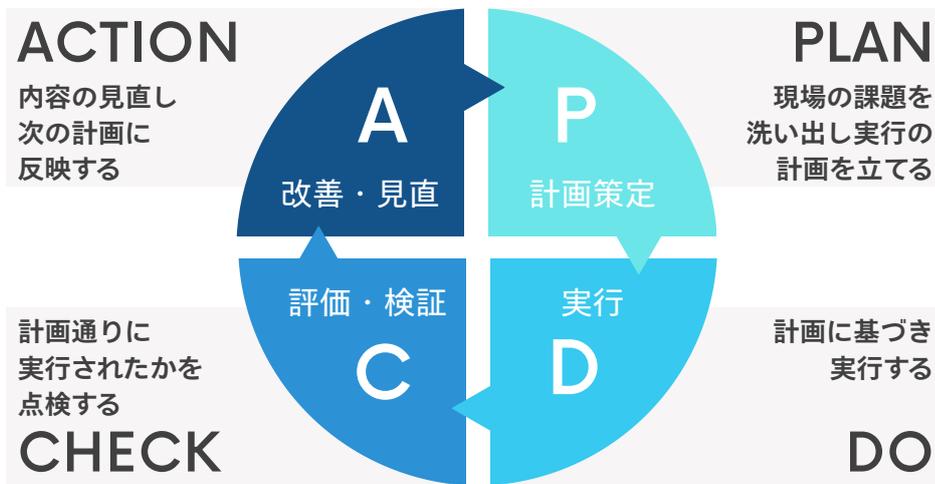
- 地域住民と観光客が交流できるイベントやプログラムの拡充
- 島の観光資源を活かした地域企業との協働プロジェクトの推進
- 島外人材との交流を通じた新しい観光アイデアの創出

継続的な改善と評価

- 観光施策の進捗管理と年次レビューの実施
- 島民・旅行者への観光満足度調査とフィードバックに基づく改善
- PDCAサイクルを活用した柔軟な施策見直し

6 目標を達成するための重要目標達成指標(KGI)と重要業績評価指標(KPI)

第二次おきのえらぶ島観光基本計画においては、各施策の実施状況や実施内容、結果を踏まえ、ビジョンの実現に向けてどれだけの効果があったのか検証と見直しを行っていくことを前提に、和泊・知名両町が定める総合振興計画との整合性や連動を図り、毎年度事業の進捗管理を行いながら、PLAN(計画策定)→DO(実行)→CHECK(評価・検証)→ACTION(改善・見直し)のPDCAサイクルを実践し、年度ごとに施策を見直していきます。



そこで、前述の重点施策やアクションプランを達成できているか否かの成果を測るため、本計画における重要目標達成指標(KGI)と重要業績評価指標例(KPI)を設定しました。KGIは「Key Goal Indicator」のことで、特定の戦略や計画に対し、目標の達成具合を定量的に測定し、結果を評価するための指標を示すものです。一方、KPIは「Key Performance Indicator」のことで、KGIを達成するための中間指標であり、設定した目標を達成するために実行すべき過程が適切に実施されているかを数値化して評価する項目です。



結果を評価するための指標

KGI達成に達成するための中間指標

KPI目標を重点施策に落とし込む

本観光基本計画では、『① Pure brand：島のものにこだわる』『② Lifestyle：島の暮らしにこだわる』『③ Spirits：島の精神にこだわる』という重点施策全てに関わる10の横断的な指標を定めました。今後、以下に設定したKGIとKPI例をもとに、本計画の達成度や進捗を管理していきます。



■ ① 3つの重点施策全てに関わる10の横断的な指標(KGI)

1. 入込客数および推計来訪者数を前年比5%増加
参考データ：鹿児島県観光統計，デジタル観光統計オープンデータ 等
2. リピーター率を5%向上
参考データ：おきのえらぶ島観光モニタリングアンケート
3. 旅行者向け観光満足度調査で70%以上の満足回答を獲得
参考データ：おきのえらぶ島観光モニタリングアンケートでの満足度調査
4. 観光協会ウェブサイトアクセス数を前年比5%増加
参考データ：観光協会ウェブサイト「おきのえらぶ島の旅」アクセス数
5. 観光客1人あたりの消費額を前年比5%増加
参考データ：おきのえらぶ島観光モニタリングアンケートでの平均消費額
6. 年間200名以上の島独自の体験プログラム参加者数
参考データ：観光協会が企画実施する旅行商品参加者数
7. 移住体験プログラム，移住相談窓口利用者数を前年比5%増加
参考データ：両町の移住相談窓口への問合せ、利用者件数
8. エリア内観光地，観光施設の訪問者数5%増加
参考データ：観光データプラットフォームなど
9. 平均宿泊日数を前年比5%増加
参考データ：おきのえらぶ島観光モニタリングアンケートでの平均宿泊日数
10. 観光協会の会員数を前年比5件増加
参考データ：観光協会の会員数一覧表

また、前述の10の横断的な指標を達成していくため、アクションプランにおいては、島全体で取り組む強固な観光推進体制の構築をテーマとしながら、年度ごとの潮流を見極め、柔軟に施策を見直していきます。各施策を実行する場合には、予め以下に提案するような具体的なKPI目標を定め、各事業の達成度を確認しながらKGI指標の実現につなげられるよう留意します。

■ ② 10のKGIを実現するための評価指標(KPI)例

1. 本計画の進捗を図るための沖永良部島観光基本計画策定協議会の開催(年1回以上)
2. 和泊町・知名町・観光協会合同での観光に関する会議の開催回数(年2回以上)
3. 和泊町・知名町・観光協会との観光事業協働実施件数(年間1件以上)
4. 行政や観光協会が実施する環境保全活動の参加者数(参加者30人以上)
5. 体験型プログラムの新規開発や独自ツアーの実施件数(年間2件以上)
6. 両町や島民のほか与論島や徳之島等近隣の島々と連携したイベント数(年間1回以上)
7. 島外での観光PRイベントの開催数(年間1回以上)
8. 島民向け観光講座の実施回数と参加人数(年間2回、参加者10人以上)
9. 観光案内ガイドの育成人数(年間2人以上)
10. 島民を対象とした観光満足度調査の実施回数(年1回以上)
11. 地元産品を活用した新しい物産商品数(年間3点以上)
12. 飲食・宿泊施設の旅行会社等へ向けたプロモーション実施件数(年間2回以上)

5. 計画の推進体制と役割分担について

計画の推進・効果検証・見直しにあたっては、和泊町企画課担当部署と知名町企画振興課担当部署が中心となって行政等公共機関との調整を行うとともに、観光協会を中心に、島内の多様な民間事業者や関係団体と連携・協力し進めていきます。計画の着実な実行に向け、進捗状況については沖永良部島内外の有識者で組織する「沖永良部島観光基本計画策定協議会」において毎年度評価を行ったのち、PDCAサイクルの運用を図ります。また加えて、和泊・知名両町および観光協会に所属する会員事業者に意見を聴取します。

両町と観光協会とで定期的に連絡調整会議を開催し進捗管理を行うとともに、観光関連事業や美観向上促進・景観形成等について沖永良部島全体で総合的に協議するため、観光まちづくり検討体制の構築に取り組みます。また両町は、観光協会が目指しているDMO機能の確立および地域DMOへの登録が着実に実行されるよう、人的支援や協働事業の実施、委託事業立案等の協力を行います。

第二次おきのえらぶ島観光基本計画は、観光協会を中核に、和泊・知名両町や民間事業者、商工団体、地域住民などの幅広いステークホルダーを巻き込み、役割分担を行いながら推進させていくことを目指します。

■ 和泊・知名両町の役割

観光行政の全体調整を図り、観光客を受け入れる基盤整備を行うとともに、観光協会のDMO機能確立に向けた連携・協力を行います。

<取組例>

- ✔ 公衆トイレや休憩スポット、観光案内板、公衆無線LAN環境等の整備
- ✔ 整備された観光地の維持管理
- ✔ 観光客と地域住民のニーズを把握するためのデジタル技術活用
- ✔ 自然環境や文化財等の保全ルール整備
- ✔ 観光課題の抽出と解決に向けた各種連絡協議会等の開催
- ✔ 環境税や入島税等、入域に対する課税に関するの各地事例の情報収集や検討

■ 観光協会の役割

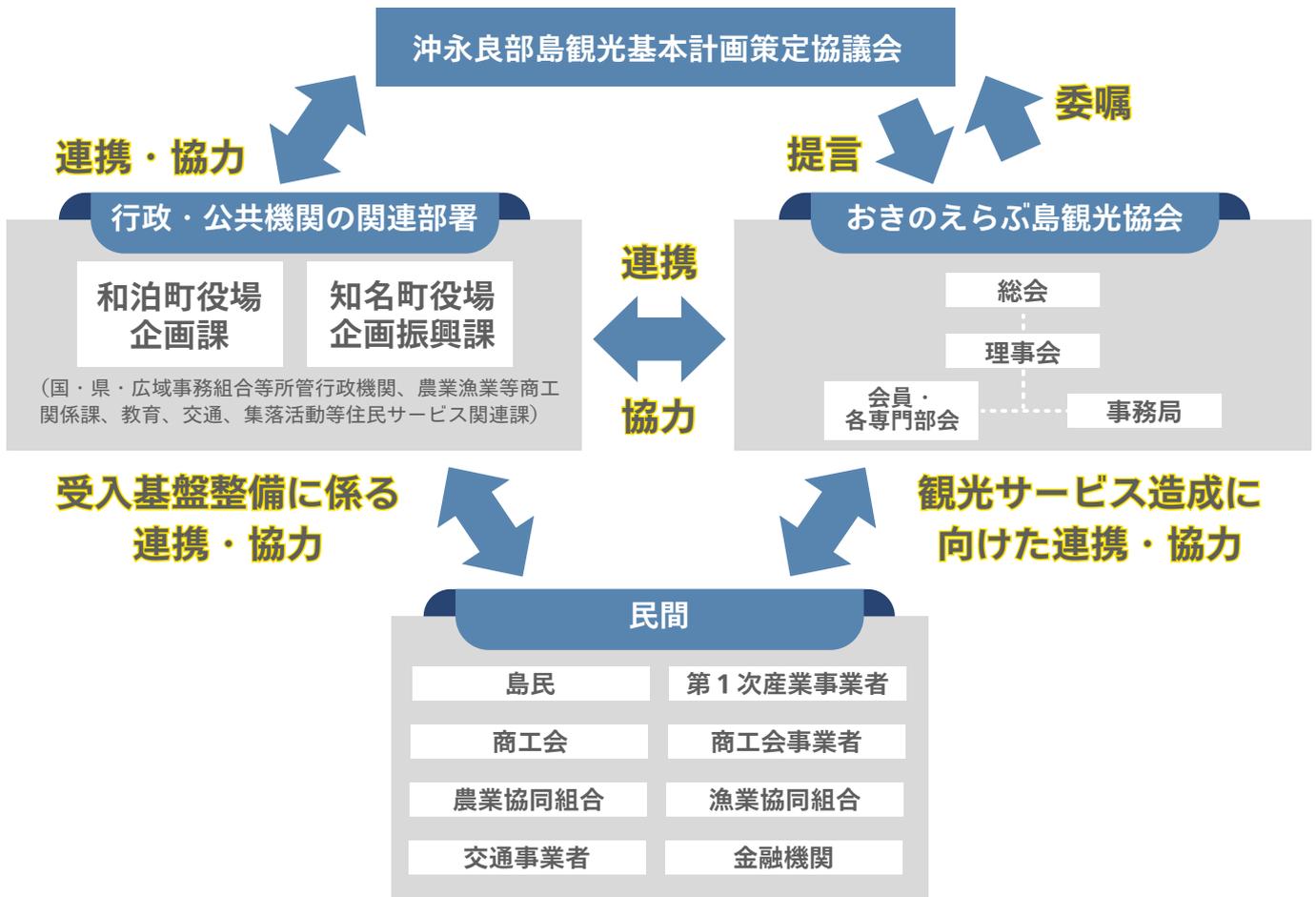
観光客への観光案内や情報発信等をはじめ、ビッグデータや沖永良部島独自で取得している各種データを分析し、マーケティング結果に基づく魅力的な観光商品を開発します。また、旅行業資格を活かした各種ガイドサービスや企画型ツアーの造成販売や催行を増進し、島内で体験することができる観光コンテンツの充実化を図ります。旅行者誘客のための積極的なプロモーション活動を行い、観光振興により地域産業を活性化させる役割を担います。

<取組例>

- ✓ 観光案内所の運営
(物産販売・シェアフロア・各種レンタルサービス等含む)
- ✓ 来訪者・旅行会社・住民に対するICT等情報伝達技術を活用した情報発信
- ✓ マーケティング人材の育成とデータ分析
- ✓ 新たな観光商品やツアー等の造成
- ✓ 観光事業者向けの研修や観光ガイドの育成 等

■ 民間事業者の役割

観光関連事業者を含む島民や関係団体等が幅広く連携し、常におもてなしの心を持って旅行者に接し、滞在満足度およびリピート率向上につなげる役割を担います。



6. 資料編

1 本計画の策定手順

本計画の策定は、沖永良部島内外の有識者で組成した「沖永良部島観光基本計画策定協議会」の開催を通じて行いました。初回策定協議会では第一次観光基本計画の内容や取組成果の振り返りを実施し、基礎調査として観光協会に所属する個別事業者へのヒアリングを行うとともに、観光モニタリングアンケートや各種ビッグデータの分析、島民を対象とした観光アンケートや行政職員を対象とした観光アンケート、観光協会員を対象としたWEBアンケートも実施しました。

さらに、観光協会に所属する全事業者を対象にパブリックコメントを募集しながら計画案への意見を聴取し、最終的に「第二次おきのえらぶ島観光基本計画」を決定しました。

■ スケジュール

	2024年						2025年					
	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月
沖永良部島観光基本計画策定協議会	7/22					12/3		2/10				
観光協会長 + 両町長三者対談		8/19										
島民アンケート												
観光協会員個別 事業者ヒアリング												
パブリックコメント (観光協会員対象)								2/3 ~10				
意見聴取 (協会役員・行政 ・協議委員)												
第二次沖永良部島 観光基本計画の決定												

■ 検討の体制

沖永良部島観光基本計画策定協議会委員は、沖永良部島観光基本計画策定協議会設置要綱に基づき選任されました。

島内外各団体の代表者により構成され、検討を行いました。

沖永良部島観光基本計画策定協議会 委員(順不同、敬称略)

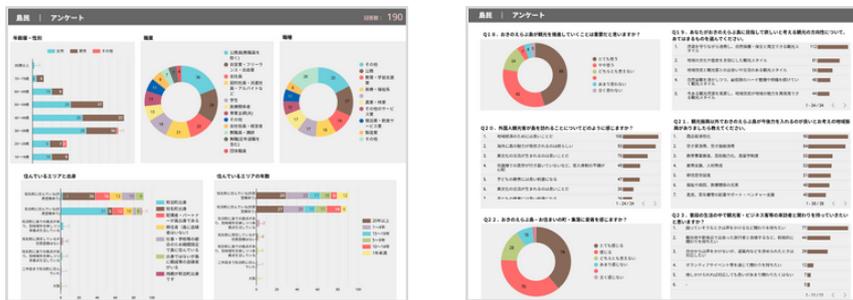
区分	団体名・所属	役職	氏名
官公庁	環境省 奄美群島国立公園管理事務所 徳之島管理官事務所	国立公園管理官	大谷 慧
議会	知名町議会	議員	福川 勝久
議会	和泊町議会	議員	山口 明日香
環境	地球村研究室	代表	石田 秀輝
観光	(株)oldie-village	代表取締役	古村 英次郎
商工	知名町商工会青年部	部長	金城 良太郎
商工	和泊町商工会青年部		町田 美子
交通	日本エアコミューター(株) 地域連携部	地域連携グループ長	福井 優子
教育	鹿児島県立沖永良部高等学校	学校長	徳留 健作
金融	鹿児島銀行 沖永良部支店	支店長	松山 将人
農業	知名町農業関係者		武元 竹夫
農業	和泊町4Hクラブ	会長	永野 大吉

2 島民を対象とした観光アンケート結果

沖永良部島に住む島民に向けて、観光の課題や現状、観光との関わりについて伺いました。半数以上の回答者が、沖永良部島は住みやすく今後も住み続けたい、魅力的な観光地として推進していきたいと回答しています。

その中でも環境資源を保全し、文化や歴史を主軸とした観光の方向性を重視する回答者が多く見受けられました。アンケート結果の詳細は、下記URLまたは二次元バーコードよりご覧いただけます。

https://lookerstudio.google.com/s/hbctj_qvhtw



3 観光協会会員対象個別ヒアリング内容

おきのえらぶ島観光協会の会員事業者に向けて個別ヒアリングを行い、島の観光事業に対する考えや目標、課題感について事業者目線でお話を伺いました。

和泊20会員・知名19会員 2024年8月～10月にかけて実施

第一次観光基本計画の内容や存在について	備考
内容というか存在そのものを知らない	23 事業者が回答
よく理解している。	
存在自体は知っていたが、内容は詳しくわからない。	4 事業者が回答
第一次の時は当事者不在のワークショップになってしまったのではないかと。観光事業者も含めて、現場の当事者が半分も参加していなかったように感じる。自分たちで考えて、自分たちで計画しないと意味がない。	
よく知っているが、策定した後になくなったのかは知らなかった。	
今回のヒアリングで初めて見た。自分が思っている観光に近いなと感じたし、これをもっと実践すればよかったのではないかと。	

第二次観光基本計画について	備考
<p>各事業者でモチベーションの温度差がある。「まちづくり」と同じ考え方になることが多いけれど、観光は産業振興。そこに携わる事業者はお金・利益重視。「まちづくり」とは似ているけれど、違うものだと思ってもらいたい。観光振興、産業振興を進めるなら、各事業者に儲けさせてもらいたい。でない自分ごとにならない。</p>	
<p>評価検証がしっかりとできるものが良い。一方向からの指標だけでなく、例えば他の島と比較しての指標など、多方面から検証を行えることが理想。</p>	
<p>完成した時に報告会なり、共有をしてもらいたい。メールやファックス、原本送付ではきっと見ないし、理解できないと思うから、イベント的にやってもらうのが一番いいかも。</p>	7事業者が回答
<p>観光協会が向かっている先を示してほしい。そこが見えれば、みんなそこに向かって行こうとなると思う。</p>	
<p>何をしたら自分たちが新しい計画、島の観光振興に貢献できているのか、その足がかりがあるといい。わかりやすく貢献が可視化されると参加しやすい目標になる。</p>	
<p>策定して、終わりの報告ではなく、策定後の進捗などを細かく教えてもらいたい。みんなでそういう内容を話し合える機会が欲しい。</p>	
<p>業種などで計画が分かっていると見やすいし、理解しやすいかも。 (ヒアリングをきっかけに第一次計画を見たが理解できなかった)</p>	
<p>観光協会員でいることのメリット</p>	備考
<p>非公認感がない。(=島公認の店という信頼感がある)</p>	
<p>物産展への声がかかる。</p>	
<p>パンフレット・HP等に掲載される。 お店や取組を紹介してもらえる。</p>	9事業者が回答(HPからのお客さんが結構多いと回答したのは2事業者)
<p>特に感じていない。</p>	13事業者が回答(このままだとやめてしまうと回答したのは1事業者)
<p>観光のタッチポイントとして場所があることで、事業内容や取組内容などを知ってもらえる。そこからお客さんが来てくれたりするのでメリットを感じている。</p>	2事業者が回答

メリットというか、自分たちも一緒に島を盛り上げたい。	3事業者が回答
総会に参加できる。観光協会の中身を知ることができるし、意見を出すこともできる。一方で、大多数の事業者さんが観光協会があって観光業としてどんなメリットがあるのか、さほど気にしていないと思う。	
一緒にコラボできたり、連携できたりすることにメリットを感じている。	2事業者が回答
観光協会に期待すること	備考
観光客に向けて、島案内のツアーを実施したり、島のオススの場所を教えるような取組をしてもらいたい。 1日案内が難しければ、歴史なども含めて教えてくれるような人を紹介するなどしてもらいたい。（島のコーディネーターのような役割として島内外のマッチングなどをしてもらえたら、会員としてのメリットを感じやすいかも→会員ニーズの把握が必要）	2事業者が回答
SNS等の情報発信など、会員事業者への援護射撃をしてもらいたい。（SNSで出てくるのは観光協会がどこかに行っている時や特定の人という印象。事業者のストーリーのシェアでもいいのでやってもらいたい）	2事業者が回答
決算について、なぜそうなったのか見えない部分があり、情報公開について動画に残すなど、もう少しオープンにできたらいい。	2事業者が回答
組織自体の再評価が必要。会費の使われ方を明確にもらい、全体として評価する必要がある。組織として各事業者への公平性なども含めて、事務局の運営費率や観光収入の可視化など、数値による基準を明確にして評価を行ってほしい。	
観光協会は会員のためにある組織。観光事業者が儲かる仕組みを一番に考えてほしい。観光協会になぜ入らなかったか、なぜやめたのか、といった話を直接事業者と話して聞いてみてほしい。	
イベント等、会員向けに事前の情報発信をもっとしてほしい。協力したり、参加したりすることができたのに、終わった後に知ってしまう（情報共有不足）。 （もっと応援団をつくって、その人たちにも積極的に発信してもらった方がいい／何をやっているかわからない／仲間内だけでやっている印象を感じてしまう／情報発信の手段が限定的）	6事業者が回答
お土産の販売価格の統一をお願いしたい。こちらで販売しているものと、卸先で販売しているものの価格が異なることで、来店されたお客さんから値段の差に対する不満（？）のような声が聞こえる。もちろん採算性もあるだろうけれど、島内での価格の統一を図った方が島への印象も変わると思う。	
観光協会として島外に出張した際には、どんな学び・気づきを得て、それをどう活かしていくのか共有してほしい。フィードバックがないとそこにかかっている人件費に対して疑問を感じる。	

物産展などでの売れ筋やお客さんからの評価・感想などを報告してもらいたい。	
エラブココに行く目的がないと行きづらい。会員の事業者が気軽に行けるような環境づくり、場づくりを意識してもらいたい。	3事業者が回答
総会や集まりの開催を若い人たちが参加しやすい時間設定にしてもらいたい。	
ツアーの情報発信などがあると、どんな人たちが島に入ってきているかわかるので、声かけなどしやすくなると思う。(クルーズ船も含めて)	2事業者が回答
島の中での協力関係をもっと作ってほしい。今は移住者ばかりが関わっているという印象。(島の人が入っていきづらい)	2事業者が回答
空港・港等に案内窓口があった方がいい。もしくは、空港・港等にエラブココの案内表示を大々的に出した方がいい。	
もっと会員さんに自発的に、自分ごととして行動をさせるようにした方がいい。今は観光協会ががんばりすぎていると思う。	
現状では満足している。	3事業者が回答
総会での説明とかを聞いていても、今は観光協会が先頭で引っ張っているというニュアンス。本来はバックアップがメインだと思う。自主財源をとって儲けるということはすごく大事だが、儲ける観光協会ではなく、儲ける観光地域であるべきじゃないか。稼ぐことは大事だが、稼いだ金をどう使っていくか。お金のバラマキじゃない事業者への還元をもっと意識してほしい。	
観光事業者間・同業者間での横のつながりが少ないので、そういったところをつないでもらいたい。	
商工会・商工会青年部との連携をしてもらいたい。	2事業者が回答
全部に協力できるかはわからないが、新しい企画とか考えたらどんどん巻き込んでほしい。	
沖永良部島の魅力(体験・交通)	備考
夜が静か。	
島内の移動距離が短い。	3事業者が回答
人との距離感が近い。(人の温かさ)	3事業者が回答
観光地・景勝地も素晴らしいけれど、夜の星をふっと見た時や道の赤土、海とか、ふとした瞬間の沖永良部感がとても魅力的だと思う。	
何もないこと。 (ゆったりする時間を味わえる／人が多すぎないところ)	2事業者が回答
海が一番の魅力。	

沖永良部島の観光に対する課題感（体験・交通）	備考
島への旅費（飛行機代）が高い。	
情報発信が弱い。（島への認知度が低い）	3事業者が回答
島の人たちの意識変革。（観光を受け入れていく） （全体的にインスタとかSNSをもっと活用した方がいい／海外に向けての情報発信が弱いと感じる／自分ごとになっていない。観光客が増えると自分にもメリットがあるという構造が大事）	
（島の）音楽が聞けるような場所があるといい。	2事業者が回答
空港、港からの交通機関の案内が少ない。（特に海外から来た人たちは困ると思う／手を挙げたらバスが停まるとかを案内してほしい）	2事業者が回答
雨とか荒天時のアクティビティの不足。	
そもそも観光地ではないので、沖永良部島を代表するような観光ポイントがない。（でもそれが魅力でもある？）	
着地型のコンテンツ。（ふらっと参加できるものがもっとあっていいと思う）	
沖永良部島の観光がこうなっていけばいい（体験・交通）	備考
観光客が増える→移住者増加	
沖永良部島は農業の島。農業者を巻き込んでいくというのが必要。	
外国人対応について（体験・交通）	備考
普通に受け入れていいと思う。	
言葉の壁とか文化の壁があるけれど、受け入れてしまえば何の問題もないと思う。	2事業者が回答
どんな観光客が島にマッチしているか（体験・交通）	備考
島に興味関心を持ってくれる人。（若ければ若い方がいい）	
自然が好きな人。（何もないとこが好きな人）	
家族連れ。（30～40代くらい）	
旅行好きな人。 （旅慣れている人／リピーターが多い印象）	

心と体を癒されたい人。(ゆっくり時間を楽しむ人たち)	2事業者が回答
30~50代くらいが島にあっていいのでは。	
ダイビング目的。(結構お金がかかるので40代以上が主力)	
島が今後目指すべき観光のあり方(スタイル)について (体験・交通) 具体的な施策・アイデア等	備考
もっと観光客を呼び込んだ方がいい。	3事業者が回答
島ならではの季節を感じられるような体験があった方がいい。	
島の人たちとのふれあいをもっと増やせる取組が必要。(一緒にちょっとお茶飲みするくらいの体験があってもいい)	2事業者が回答
島の人たちが喜ぶ観光であってほしい。(観光客が来すぎて嫌だな、となるのは避けたい)	
アイランドホッピングは必要ない。 (奄美大島に行った後に、与論、沖永良部などと回る意味がないんじゃないか。そういう意味で周辺他島との連携は不要では)	
今のままでいいと思う。(今あるものの磨き上げが必要では)	
沖永良部島の魅力はどんなところだと考えているか	備考
海(ダイビング/素潜り)	
沖永良部島ならではの特産物	3事業者が回答
人の温かさ。(島民性も含めた歴史的背景とかも含めて)	3事業者が回答
何もなくていいところ(自然が豊かなところ)	2事業者が回答
何もなくていいこと。(ゆったりする時間を味わえる/人が多すぎないところ)	2事業者が回答
観光ズレしていないところ	

沖永良部島の観光に対する課題感	備考
情報発信が弱い。 (島への認知度が低い／島のことを知るきっかけづくりが必要)	2事業者が回答
島に住んでいる自分たちが島の価値・魅力に気づいていないこと。(だから情報発信も弱くなる)	2事業者が回答
島ならではの料理を食べられるところが少ない。(朝ごはんが食べられるところがあるといい／ランチを食べられるところが少ない)	3事業者が回答
ダイビング・ケイビング以外のコンテンツが少ない。	
沖永良部島までの旅費(飛行機代)が高い。	
自然と島の人たちとつながれるような場所、コンテンツが少ない。	
知名町役場の移転で人通りがなくなった。商店街を観光客の人たちが歩くルートを作れば。	

沖永良部島の観光がこうなっていけばいい	備考
島の中の人をもっと見てもらえるような取組を増やしていきたい。	
島の人の良さを知ってもらいたいため、島内側の受け入れ体制を整備できたらいいと思う。	
仕事をしながら長期滞在できる形式が観光としてできるといい。(島の産業や暮らしを知ってもらいたい)	

外国人対応について	備考
外国人が来ることへの抵抗はない。 (海外の人との触れ合いを通じて島の子どもたちが英語に興味を持ったり、異文化体験ができるといい)	
個人的には受け入れは難しい。(外国語対応ができない)	

どんな観光客が島にマッチしているか	備考
アメリカ・ヨーロッパ系の外国人が向いているのかも。	
物産を売っていくにはアジア系。（中国・韓国等）	2事業者が回答
島を大切に思ってくれる感覚で来てほしい。（島のことを理解できる人）	
海好きな人。	
40～50代。	
リゾートバイト。（若い人／島に来たことがきっかけで結婚してくれれば）	
歴史とか島の暮らしに興味を持ってくれる人。	
次を呼べる人。（リピーターになれる人）	
比較的高齢の人が島にっている気がする。	
島が今後目指すべき観光のあり方（スタイル）について 具体的な施策・アイデア等	備考
今のままでいいと思う。 （昔から観光にそんなに力を入れていない／人が来ないことでそんなに大きな影響は受けないのでは／改まって特に何かをする必要はないのでは）	3事業者が回答
観光客へのセレモニーがあってもいい。 （いらっしやいませ、お帰りなさいなどの垂れ幕など）	
農家・小売店等での体験アルバイト。	2事業者が回答
島の魅力である人を感じられる取組。（民泊・ホームステイなど）	
スタンプラリーのような島内の複数店舗やスポットを周遊できる企画がもっとあるといい。	
島の産業も潤って、来た人も喜んでもらえる観光であってほしい。	
観光の島ではないので、地元の人たちや文化・行事に触れてもらいたい。	2事業者が回答
たくさんの観光客に来てもらいたいけれど、たくさん来て島が汚れるのは嫌だ。 （マナーが悪い人が多いという印象）	
子どもが遊べる場所や子ども向けのコンテンツがもっとあっていい。	
もっと日常的にイベントがたくさんあっていいと思う。 （ライブとか、〇〇教室とか）	
現地でプランを組んでくれるコンシェルジュ的な役割があればいい。	

**第二次おきのえらぶ島観光基本計画
2025-2029**

発行 一般社団法人おきのえらぶ島観光協会
〒891-9202 鹿児島県大島郡知名町屋者1029-3
電話番号 0997-84-3540