

離島観光の推進において「いま」なすべきこと

「島旅」という言葉が定着しつつある昨今、観光業は島にとって重要な基幹産業であり、地域が自ら創出し販売する旅行商品「着地型旅行」の提案が求められている。その島ならではの魅力を見出し、観光にいかに関与していくか。島のことは島でしかわからない、島のことは島がやる——、島にあるモノやコトを掘り起こすことは、観光業にとどまらない地域振興にもつながっていく。

古賀 学

はじめに

「島は、特別である」「島は、他とちがう」などと言われる。何をするにも枕ことばのように使われる。それは、空間や機能などにおいて良い面と悪い面の両方の意味を持つ。しかし、こと観光を考えると、「特別である」「他とちがう」ということは、まさに観光を推進する上で必要不可欠な褒め言葉となる。要は、その良い面をいかにのびし、悪い面をいかに克服、あるいは逆手にとるかが観光振興の重要な

ポイントとなる。良い面はそのまま伸ばしていけばよい。問題は、悪い面である。いちばんの問題は、悪い面が良い面の成長を妨げているところにある。そして、良い面と悪い面は表裏一体をなしている場合が多い。

観光施策からみると、観光庁の発足や、観光立国推進基本法に基づく基本計画が定めた具体的な基本目標にそって積極的に施策が推進され、またそれにもない二〇の都道府県において観光条例が策定されるなど、大きく前向きに進みつつある。具体的な観光地振興においては、観光圏整備及び観光地づくりプラットフォーム事業を中心に、着

地型旅行やニューツーリズムと言われる目的型の旅行商品開発などが進められている。

離島においても、いまだからこそ、このような観光施策の推進状況を踏まえ、離島だからこそその「良い面」「悪い面」を活かし、観光の特色としていくための自立と支援のための施策が必要であろう。

ここでは、このような視点から、島観光推進のための方策をいくつか提案してみたい。

1. 「観光立島宣言」

まずは、自らの観光の推進を、内に外に明言することからはじめてみよう。

いままでの離島における観光の推進は、邁進しているとは言いがたいものがあつた。そこにはつねに負による言い訳が用意されていた。観光は、やらなければそれで済んでしまうところもある。自らを逃れられない場に置くことにより、観光施策に対して本気の取り組みを行っていききたい。観光へのやる気を示すことは、支援を受けるための不可欠の条件であろう。その一つとして、宣言を戦略的に活用する。

そのためには、まず「観光立島」宣言が必要であろう。交流という視点を踏まえた観光は、どのような島にも受け

入れられる施策である。まずは島の中から大きく旗を振ることが求められている。

2. 島型旅行商品の創出

観光行政のもっとも力を入れている事業の一つは、「地型旅行」の推進である。中央からの旅行商品の企画提供ではなく、地域が自ら創出し販売する旅行商品である。

「地域のことは地域でしかわからない」が基本的な理念であり、島はまさにその理念が当てはまる。島のことは島でしかわからない、島のことは島がやる、である。

着地型旅行商品の創出において、大切なことがいくつかある。

- ・新しい地域の魅力が発見されていること。
- ・地域のより身近なモノやコトがみえていること。生活文化とのふれあい。
- ・住民主体の観光振興であること。
- ・体験などを通じて住民の顔が見え、住民との交流があること。
- ・個人、団体ともに対応できること。
- ・地域来訪者及び送客者に売れること。
- ・収益性が見込めること。

・新たな視点での観光事業者が設立されること。

などがある。エリアが限られている島においては、本土よりもその実現性を有していると言えよう。

また、島の着地型旅行商品造成のための自助策としては、

- ・島における観光理念の統一的理解の推進
- ・食など生活文化を基本とした地域資源の見直し
- ・宿泊、農林漁業、商業、交通機関などの連携方策の検討
- ・第三種旅行業の取得

などを行う必要があろう。その支援策としては、受け入れ体制や旅行商品創出の専門家の派遣、ワークショップなどを通じた組織づくり、情報発信ネットワーク形成などの支援が必要であろう。

ある旅行会社の個人旅行向け島行き商品のパンフレットを見ると、例えば宿泊施設は一七時チェックイン、一〇時チェックアウトと記されていた。これは本土の慣例をそのままのせたお粗末なものであり、船の発着や島における事情、行動パターンをまったく考慮していないものである。船が午前一〇時発であれば、チェックアウトなどという表現は必要なく、九時三〇分に宿から港まで送客、という表現のほうが泊まろうとしている人にどれほど安心感を与え

ることであろう。島では、チェックアウトと簡単に放り出されてしまうのは結構つらいものがある。

3. 予約システムなど

「観光情報プラットフォーム」構築の支援

島観光の推進において頼りになるのは、情報ネットワークである。

- ・いまだに島の情報が不足している。「島はよくわからない」ことから、旅行を控えている人は多くいると思われる。
- ・「乗り物の情報」と「島の情報」が切り離されている。
- ・天候が変わりやすい。一般の人にとって、島の天候は判断しにくい。
- ・出発前に、宿泊や体験など島内観光の「確実な予約」が必要である。
- ・季節ごとの情報が整備されていない。

など、現状の問題点を克服して、観光行動と直結した観光情報ネットワークの整備を進める必要がある。そのためには、予約システムを含め、島内の観光要素を一元化した情報ポータルサイトの整備が重要となる。

すでに情報支援はさまざまな形で行われているが、観光的に有用な多言語対応、人材育成を含めた情報整備に対す

る支援策がさらに必要であろう。

4. 島観光の中核的支援組織の育成

観光庁の観光圏整備事業は、その第二段階において、観光地域づくりプラットフォーム事業として、観光圏を整備推進する組織の強化を図っている。ただ、地域における組織強化はいまにはじまったことではなく、観光圏整備事業へと発展的に移行した観光ルネサンス事業において、地域で観光振興の中核的役割を果たす組織としてATA（エア・ツーリズム・エージェンシー）の必要性が提案されている。異なるのは、観光地域づくりプラットフォームが、かなり広域（空間的には都道府県以上の広さ）であるのに比べ、ATAは観光地単位でも連携組織でもよいことにある。

観光をつかさどる組織としては観光協会があり、昨今は第三種旅行業の取得により業務内容の強化などが図られている地域もある。また、各種法人格取得の改革などから、組織形態もNPOや一般社団などを取得し、組織を強化しているところも出てきているが、地域の観光を総括的に管理運営しているところは少ない。今後は、利用者の利便化や来訪の促進を図るためにも、前項の予約システムを含めた情報の一元化を図るためにも、ATAのような組織は不可欠であろう。

特に、どのような行政形態をとっていようとも、観光客にとって島は一つである。島全体を一括運営する組織は、島観光の推進においては不可欠である。既存の組織の拡張ではなく、発展的解消による新たな組織の整備が望まれる。そのためには今後の組織運営に必要な人材の登用などが求められる。

このような新たな組織整備に対する支援も必要であろう。

5. 農林漁業と共生するための観光事業の支援

観光客が「島」と聞いてまず思い浮かべるのは、「美味しい新鮮な魚がたらふく食べられる」などであろう。漁業を営んでいない島もあるが、基本的には島の観光振興を考えるとときに、まずそうした要望をどうやって実現させるかが島全体として必須の課題である。観光客にとっては当たり前と思われることだが、実際にはそこで満足度を下している島は少なくない。

そのためには、宿泊施設や飲食店などと漁業従事者や関連組織とをつなぐしつかりとしたパイプをつくることが必要である。漁業との連携は、観光に対する漁業者の理解を促すとともに、観光客への漁業体験活動の提供にもつながり、ひいては漁業体験着地型旅行商品の創出へと結びつく。愛知県日間賀島などがそのよい例であろう。

船酔いしながらの定置網漁業体験のあとの朝食。漁業生活と密着した観光の推進が必要（長崎県平戸島）。



船が着くとボランティアガイドが歓迎、その先にはテントで物産販売。船と観光客の流れに沿った島独自の受け入れ態勢が大切（広島県佐木島）。



また一方では、「島は魚」という観光客のイメージを変え、さらに膨らませる必要がある。そのためには、農業と観光との関係づくりが必要である。島と農業が結びついていない観光客は多い。

大分県湯布院には旅館などに農作物を直接出荷している農家がある。約六〇軒の旅館と提携し、さらに自前の朝市での販売により、

一〇〇軒ほどの旅館に提供しているという。旅館側も、農産物の形にこだわることなく、安く仕入れることができるため好評であり、さらに休耕地を取得して栽培の拡充を図る予定だという。

東京都神津島では、信州との人的交流がきっかけとなり、長野県のお焼き製造者と神津島産のアシタバを結びつけ「アシタバお焼き」を商品開発した。またそれとともに、いままで島にあった食文化や食材の見直しを行い、観光振



神津島と信州を結ぶ「アシタバお焼き」の開発研究会。すでに商品化されている。

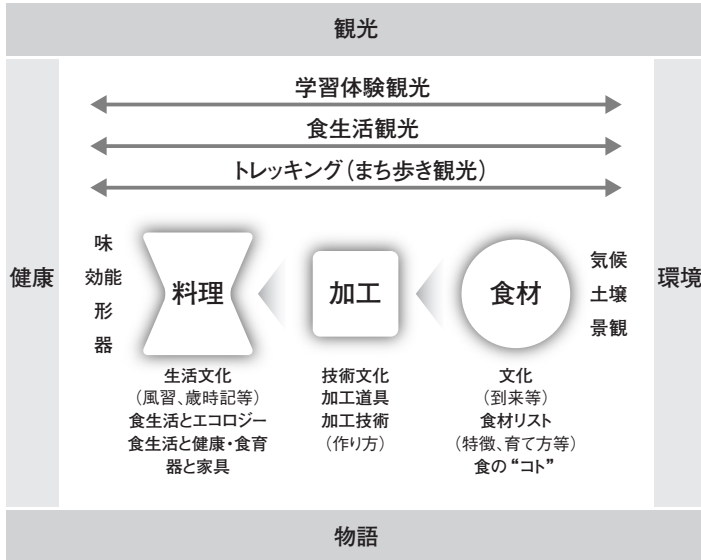
興へと結びつけていくことを検討している。

広島県佐木島では柑橘類の加工品開発、愛媛県岩城島では青いレモンの生産など農業振興が観光の基本の一つとなっている。米の美味しい新潟県において、佐渡米は新潟県の四大産地の一つとして食観光推進の役割を担っているが、一般の認知度は低い。海産物ももちろんであるが、農産物

の認知度向上と観光客への提供も課題である。また、農業と漁業との連携による「食観光」の推進も、今後の観光志向や健康志向などへの対応としてはありうるであろう。

6. 農林漁業の収穫・販売システムの改善

島の農業や漁業における生産や収穫、漁、加工など一連の流れを、観光に活用することも必要である。いわゆる体



※著者作成

験観光である。農業・漁業が身近にある島においては、そのような場面は多くある。食の素材を通じて、島の自然環境や生活文化などとふれあい学ぶことは、離島観光の最も

大切なテーマとなるであろう(図参照)。

7. 宿泊施設の長期滞在化推進と島内システム整備の支援

島にとって最も重要な観光施設は宿泊施設である。宿泊施設のハード・ソフトにおけるサービス内容や情報の不足などが、離島観光の推進を妨げている要因の一つであろう。

昨今の需要に見放された旧態依然の宿泊形態や施設内容、食や人的対応などのソフトサービスの改善は、離島観光の推進においては必須事項であろう。特に、長期にわたって安心して泊まれるような配慮も欠かすことはできない。

観光庁の目標にも、長期滞在化の促進が重要課題として盛り込まれているが、島はそれを率先していく必要がある。これからの離島観光は、単純な実数による来島者数ではなく、泊数を掛け合わせた「宿泊数×来島者数」を目標として進めていくことが重要である。そのためには、宿泊施設を中心として、島全体で長期滞在に対応できるシステムづくりを行っていく必要がある。

農林漁業体験民宿などにおいては、宿泊施設開設・運営の規制緩和制度があるが、こうした制度などを活用し、また新たな各島の状況に合わせられる独自の「島宿」の開発整備なども必要であろう。

8. 離島観光推進の新たな商品づくり

エコツーリズムや島歩き観光など、島の環境を活かした観光の推進はもとより、今後の推進が期待される観光形態として、島同士の連携によるものがある。

多くの島々は、寄り添って立地している。観光圏事業などの基本となっている形態は広域連携であるが、多くの寄港地をめぐる旅客船クルーズなどのように、島々を転々として旅する「島渡り観光」を旅行商品化する。コースと時間を設定したものを、コースだけを設定し自身で組み立てられるもの、カヌー体験など移動手段を選択できるものなど、いくつかのパターンが考えられよう。寄り添う島は、本島以上にそれぞれの特色を有し、観光客は島のおもしろさにあらためて感動するであろう。そのためには、海上タクシーのような移動手段の整備促進、島間クルージングの旅行商品化などが求められる。

9. 産・官・学の連携支援による人材育成と活用

島は、本土とは異なった学習環境を有する。はじめて島を訪れた若者たちの感動は、それまでの観光体験を覆すほどのものがある。そのような感動をもっと島づくりに活用

すべきである。すでに各省庁などで学生の派遣事業なども行われているが、さらに長期的で本格的な取り組みが求められる。特に継続的な関わりが重要であろう。

また、離島観光事業への直接的関与の場を提供することもお互いに意義があるろう。イベントや施設運営、体験活動の補助などとしての参加は、ボランティアにしろ学生から要望は多いと思われる。また、大きな施設開発といった視点ではなく、情報や物産開発など小さな観光開発での民間との連携も不可欠であろう。

このような産・官・学の連携を促進させる支援が、これからさらに求められてくるであろう。

古賀 学 (こが まなぶ)

観光プランナー。昭和56年日本離島研究会を立ち上げ、以来島に遊び島に学ぶ。東京農業大学非常勤講師、立教大学兼任講師兼務。内閣府地域力創造アドバイザー、国土交通省水源地域対策アドバイザー。観光庁観光地域づくりプラットフォーム支援事業検討委員会委員及び作業分会委員。社団法人日本観光協会総合研究所長を経て2008年から松蔭大学観光文化学部教授、NPO法人観光文化研究所理事長を務める。