

[研究論文]

## 南さつま市の観光振興における若者の位置づけに関する考察

折戸 晴雄\*・秋山 綾\*\*

### 〈要 約〉

観光振興による地域活性化を目指す自治体は少なくない。マスツーリズムの達成から時代が流れ、「着地型観光」が注目されている。地域住民の生活そのものが「観光資源」になりうるため、地域住民の参加を促しやすいからだ。しかし、実際に観光振興を実施しようとする時、さまざまな問題にぶつかる。特に、地域住民の高齢化は深刻な問題で、「観光振興に参加したいが、難しい」という状態になってしまう場合がある。

現在の若者は、以前のような「刺激的な大都市」に憧れることはなく、「ほどほど楽しい地方都市(以下、地方都市)」での安心した生活を希望していることが多い。これは、郊外から「ショッピングモライゼーション」が浸透し、「地方都市」にいても、情報や商品は手に入り、ショッピングモールでの「自己表現」も満たされるからである。このような状況は、地方にとって、大きなチャンスである。

以前は、若者の流出に悩んでいた地方だが、若者が比較的地域に残る意志があるのであれば、彼(女)らが、観光振興のメインプレイヤー、または、その地域への観光客として地域を支える“地域サポーター”としての役割を担う可能性がある。

本研究では、「つまらない地方」と「ほどほど楽しい地方都市」の間に位置する鹿児島県南さつま市において、市内の3高校(鹿児島県立加世田高校、学校法人 希望ヶ丘学園 鳳凰高校、鹿児島県立加世田常潤高校)の高校生にアンケートを実施し、3高校の高校生たちが今後の観光振興において、役割を果たす可能性について考察した。

キーワード: 「着地型観光」, 「ショッピングモライゼーション」, 観光振興における若者

### はじめに

観光振興による地域振興を目指す自治体は少なくない。「観光事業」は、地方自治体だけでなく、さまざまな産業が関わるができるため、地域住民の参加を促しやすく、幅広い施策の実施が可能である。しかし、実際に観光振興事業を実施しようとする時、「観光振興には賛成だが、自分は何をしていいかわからない」といった住民の意見にぶつかり、地域住民主導での観光振興は難しい。また、地域住民の高齢化により「観光振興に賛成だし、何かやりたいのだが、いかにせん身体が自由がきかない」といった深刻な問題も少なからず存在する。

問題解決の1つの方法としては、「若者の参画」があるが、少子化により地域の若者は減少傾向にある。Iターン、Uターンを支援する助成制度により、地域への移住促進策が進展しているものの、助成制度の期間が満了した後も、その地域での継続的定住が期待できるかどうかは不透明である。

現代の若者たちは、東京などの大都市圏に居住し、たまに地方への短期旅行を楽しむといったライ

フスタイルを志向する層が少ないとの調査結果も出ている。このことは若者の旅行離れを象徴していると言えよう。また、彼（女）らは、大都市ではなく地方都市で「ほどほど楽しい地方都市」生活を希望する傾向もある。地域に残りたい（戻ってきたい）若者の存在は、地方にとって宝である。筆者らは、そうした地方に居住する若者が今後の観光振興においてメインプレイヤーとして活躍できるかどうかの可能性について考察する。

本研究では、鹿児島県南さつま市における地域の現状を把握するとともに、市内に3校ある高等学校の生徒たちが、どのように南さつま市の観光を捉えているか、また、将来、どのような生活を望んでいるかを把握することにより、南さつま市の観光振興のメインプレイヤーとしての可能性について検討する。

第1章では、南さつま市の現状と観光振興の状況について整理する。第2章では、「着地型観光」における住民の役割と、現代の若者の大都市離れと南さつま市における「ほどほど住みやすい地方都市」の可能性について整理する。第3章では、上記の状況をふまえ、2012年に実施した「南さつま市の観光に関する意識調査」から、市内にある3つの高等学校の生徒が南さつま市の観光振興について、どのような意識を持っているかを整理する。

## 1. 南さつま市と南さつま市における観光

### (1) 南さつま市の状況

#### 1) 人口

平成24年の南さつま市の人口は、38,378人であり、経年、減少傾向にある。65歳以上の高齢者の割合は、約35%である。年代別人口を見ると、現在、50代～70代の人数が最も多い。

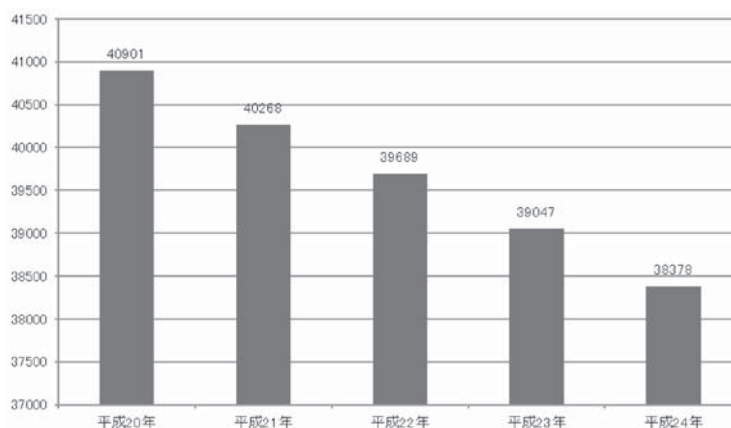


図1 南さつま市における人口の推移

#### 2) 産業

『統計みなみさつま 平成25年度版』の産業別就業者数の経年変化をみると、第1次産業と第2次産業は緩やかだが減少傾向にあり、第3次産業は増加傾向にある。

『市勢要覧』によると、南さつま市は、鹿児島県の農林水産業の中核を担っており、地場産業の振興として、異業種間のネットワークづくりや農商工連携によるB級グルメ、軽トラック市など、工夫をこらした取り組みがおこなわれている。「きんかん」と「たんかん」は、「かごしまブランド産地指定」を受けている。「かぼちゃ」は県の「かごしまブランド」産地指定第1号を受けている。焼酎も人気産品で、全国に杜氏を派遣していた歴史もある。その他、水産物、らっきょう、農産物加工品を

中心とした各種特産品がある（南さつま市，2013）。

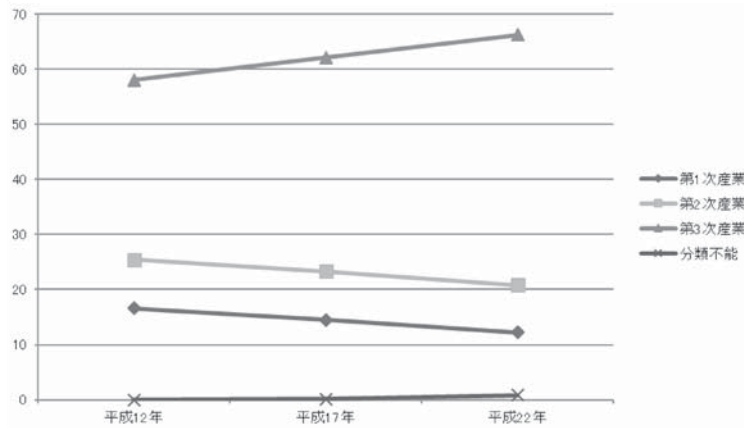


図2 南さつま市における産業人口の推移

## (2) 南さつま市の観光の状況

### 1) 南さつま市の入域観光客数

『統計みなみさつま（平成21年度版～25年度版）』によると、南さつま市への入域観光客数は平成25年度1,865,642人で横ばい傾向にある（南さつま市総務企画部，2010，2012，2013，2014）。レジャースポーツの普及により、子供から高齢者まで多くの市民が親しみ、スポーツを通じた交流が実施されている。特に、サイクルスポーツが盛んで、サイクリングロードが整備されており「ツール・ド・南さつま」をはじめ、「サイクリングフェスティバルin南さつま」，「デュアスロン大会」などのスポーツイベントを開催している（南さつま市，2013）。

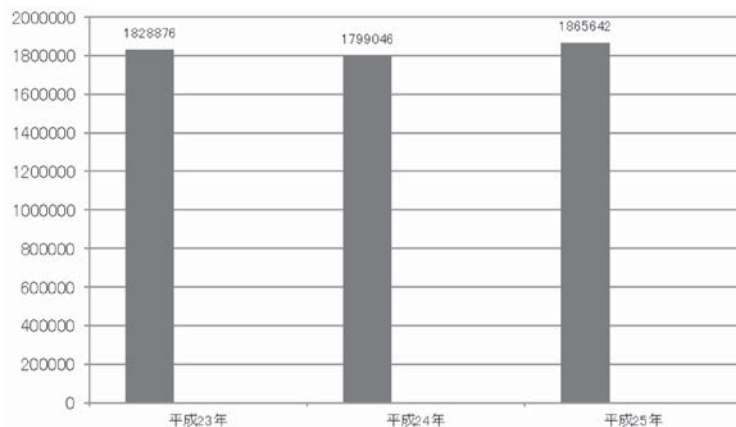


図3 南さつま市における入域観光客数の推移

また、月別に入域観光客数（南さつま市，2015）を見ると、5月に約35万人が来訪している。5月の1か月に「南さつま市 吹上浜 砂の祭典（以下、砂の祭典）」が開催され、国内外のサンド・アーティストの来訪やイベントへの参加者でにぎわう。

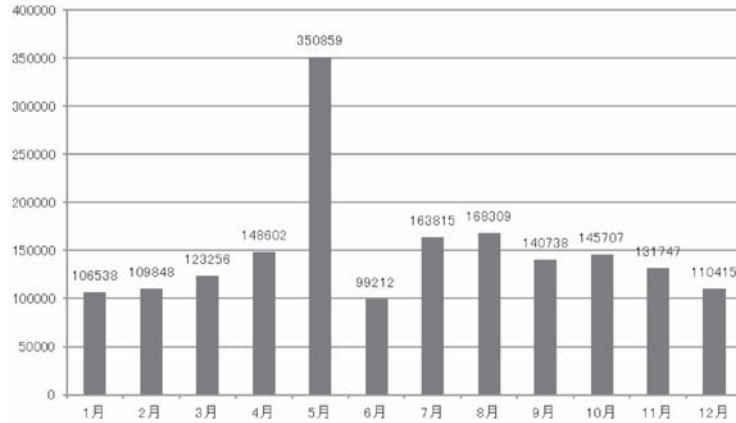


図4 月別入域観光客数

2) 宿泊施設の現況

南さつま市内の宿泊施設の年間入込み客数（南さつま市，2014）をみると，入域観光客数における宿泊施設の利用は約4.3%しかなく，周辺市町村からの入域が圧倒的に多く，日帰り観光が中心となっている。その中でも，8月における宿泊施設の利用者が多い。これは夏休みを利用した南さつま市への来訪が要因である。5月は「砂の祭典」があるにも関わらず，宿泊施設への入込み数は，1万人に届いていない。

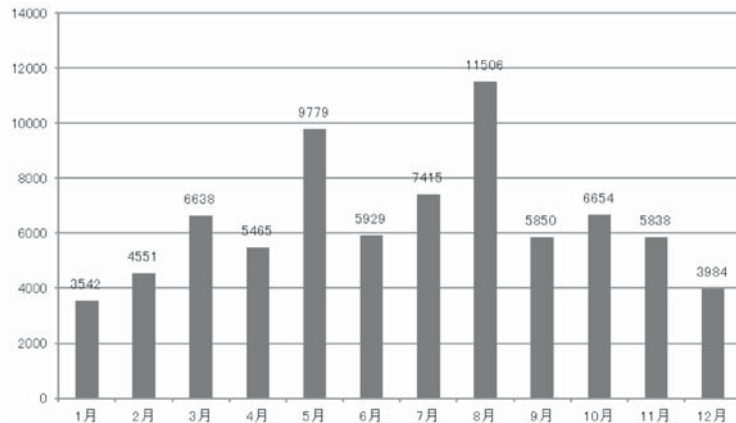


図5 南さつま市の月別宿泊客数

3) 南さつま市における観光資源

南さつま市における観光資源を『市勢要覧』でみると，自然資源について紹介されている。特に，5つのロケーションと「絶滅危惧種の貴重な生物（ハクセンシオマネキ）たち」が紹介されている。5つのロケーションは，以下の通りである。国の天然記念物となっている「万之瀬川河口域のハマボウ群落及び干潟生物群集」は，130種類以上の水鳥や野鳥が生息している。「金峰山」は，南薩の霊峰で高さ636mである。頂上から一望する南薩一帯の田園風景や東シナ海に沈む雄大な夕日はひととき美しい。「双剣石」は国指定名勝で，大小2つの剣に似た「双剣石」周辺の国指定名勝「坊津」の景観は必見である。「薩摩半島の西南端」である坊津から笠沙にかけての起伏の多いリアス式海岸の海岸線は，端地特有の美しさを有している。「日本三代砂丘『吹上浜』」は，全長が南北に約47kmの砂丘で，毎年5月～7月にアカウミガメが産卵することでも有名である（南さつま市，2013）。

#### 4) 南さつま市における観光の現状

南さつま市における入域観光客数は、約187万人で横ばい傾向であり、月別観光客数は5月が最も多く、「吹上浜 砂の祭典」への参加者が多い。

観光の形態としては、宿泊客よりも日帰り観光客が多い。南さつま市は、指宿や枕崎といった宿泊に適した観光地が周辺に存在する。そのため、遠方からの観光者は、南さつま市で開催されるイベントに参加し、周辺観光地に宿泊している可能性がある。

『市勢要覧』では、南さつま市の観光資源として主に自然資源が紹介されている。特に、海のレジャーやレジャースポーツのイベントに力を入れていることが推察される。しかし、「南さつま海道八景」についての部分的な紹介はあるものの、まとまった記述はない。

観光振興を実施する際の体制については、市役所内に観光について担当する「産業おこし部観光交流課」が設置されており、交流事業や「観光事業」をおこなっている。2014年7月までは、「南さつま市観光協会（以下、観光協会）」が市役所内に設置されていたが、より観光振興を実施しやすくするために、2014年8月、観光協会が市から独立し、事務局を役所外に設置した。このことにより、地域住民が主体的に観光振興に取り組んでいくための体制が整いつつある。

## 2. 観光振興における若者

### (1) 「着地型観光」における住民

小谷によると、観光資源は、「観光上の諸効果を生み出す源泉として、働きかける対象となりうる事象」を指し、条件として、質的・量的に優れていること、利用にあたって採算性が見込めることが不可欠である（小谷，1994）。このような条件から「観光資源」は格付けされる。上述の南さつま市におけるアピールポイントは、京都などの日本を代表する観光資源で、かつ世界にも誇示できる特A級のものかということ、そうではない。地域における観光振興の目標が「日本を代表し、世界にも誇示できる観光資源の創造」にあり、採算性が見込めるのであれば、「観光対象」への大規模な観光開発に関する計画・実施は有意義なものとなる。そして、マストゥーリズムの時代には、このような観光開発が計画され、実施されてきた。しかし、時代が変わり、観光客のニーズは必ずしも、特A級の観光地にだけ向けられるわけではなくなってきた。

原田（2008）によると、マストゥーリズムの時代には、住民にとっては、観光によるマイナスな面ばかりが目立ち、住民と観光は対立関係にあったといっても過言ではない。しかし、観光に対するニーズが多様化し、「着地型観光」が注目をあびるようになってきた。普通のまちを歩いて体験し、住民と交流することを楽しみとする観光形態では、「住民」の振る舞い、役割、あるいはそのあり方そのものが観光の質を左右する（原田，2008，pp. 86-87.）ようになり、地域住民の役割が重要になる。

丹治は、観光地マーケティングとホスピタリティの接点は3つあるとし、観光地における従業員や住民が観光客との接点においてみせるホスピタリティの重要性を説明している。ここでは、本研究に関係する2つを紹介する。第1に、ホスピタリティは、マーケティングの4つのPのうちの1つである「製品（Product）」には不可欠であり、どんなに魅力的な観光資源があっても、そこで働く従業員からホスピタリティが感じられなかった場合には、観光客は十分な満足を得られない。第2に、その地の生活文化を見て体験する観光においては、美しい景観づくりや、歩きやすい歩道づくり、心地良い応対など地域全体からホスピタリティを感じられることで、観光客は満足する（丹治，2010，pp. 164-167.）としている。つまり、これらは、地域住民そのものが「観光資源」化するということであり、重要性が増す。

ここで、1つ問題がある。その「観光振興を誰がやるのか？」という問題である。高齢者はその人

生経験も含め、観光における“たのしさ”を供給するプレイヤーになることは可能だが、地域全体の観光についてマネジメントする人材が必要となる。

## (2) 若者の「ほどほど楽しい地方都市」生活への志望

これまで地方が抱えていた問題の1つに、地域の近代化に伴う若者の流出が挙げられる。その時分は、“都市”はファッションやカルチャーの中心地としての求心力があり、それらに憧れた若者が、地方を離れてしまった。

しかし、現在では、郊外のスプロール化が進み、東京をはじめとする“都市”がカルチャーの中心地としての求心力を失いつつある。東京にかわって求心力をもったのが、郊外のショッピングモールで、現在では、消費の中心地としての役割を担っている。速水(2011)は、郊外のショッピングモールが消費の中心となる現象と、都市の再開発におけるショッピングモールの手法の活用を総称して、「ショッピングモライゼーション」と名付けた(速水, 2011)。

このようなショッピングモールを中心とした消費圏において、若者たちは、心地よく、楽しく生活することを希望するようになってきた。阿部は、『地方にこもる若者たち』において、郊外に住む若者は、東京のような大都市には憧れず、「都市と田舎の間に出現した魅了的な都市」=地方都市とし、「つまらない地方」と「刺激的な大都市」の間に、「ほどほど楽しい地方都市」という新しい選択肢が用意され(阿部, 2013, p. 33.) たことにより、安全に、安心して、楽しめる場所が提供されるようになったことを指摘している。

## (3) 南さつま市の観光振興における若者

上述のように、着地型観光では、地域住民が何らかの形でプレイヤーとして参加することが必須となる。その役割は多岐にわたり、各自のホスピタリティが地域の魅力として「観光資源」化する可能性がある。

現在、「若者が旅行に行かない」、「大きな目標よりも、ほどほど楽しく生活したい」という志向にあることは、旅行業界や事業のグローバル化を検討している企業にとっては、若年労働者を確保できなくなる可能性もあり、マイナスの現象として捉えられがちである。しかし、地方にとっては、若者が高次教育終了後、地域に戻ってきて(または、やってきて)、定住してくれる可能性が大いにあると捉えれば、地方にとっては大きなチャンスである。

情報格差が無に等しい現代において、「都市」と「地方」といった二項対立の構図は崩れたといってもいい。それでは、「都市」と「地方」が同化したのかといえば、そうではない。「都市」と「地方」の間に、郊外化から派生し、第3の選択肢として「ほどほど楽しい地方都市」が出現した。そこでは、高度な消費活動を満たすことができ、かつ、「自己表現」欲求を満たす場としてのショッピングモールの存在している。

では、南さつま市は、「ほどほど楽しい地方都市」として、若者を魅了し、機能するであろうか。南さつま市は、その中心地である加世田に、ファーストフード店、ファミリーレストラン、コンビニエンス・ストア、娯楽施設などがあり、市内外にショッピングセンターも点在している。その点では、住みやすい土地ではあるが、彼(女)らの「自己表現」を実現するには、規模が小さい。現在は、「つまらない地方」と「ほどほど楽しい地方都市」の中間にある。今後、ショッピングモライゼーションが進めば、限りなく「ほどほど楽しい地方都市」に近づける潜在力はある。

### 3. 南さつま市の観光に関する高校生の意識調査

#### (1) 調査概要

本研究では、南さつま市において、2013年に実施された「南さつま市の観光に関する高校生の意向調査」の結果を使用する。本調査は、将来の南さつま市において、「観光主体」としても「観光客体」を担うものとしても、重要なポジションになるであろう高校生に、現在の南さつま市における観光、および観光振興の状況について、どのように感じているのか、また、南さつま市の観光振興を支えるプレイヤーとしての潜在的な可能性について、調査したものである。

本調査は2013年2月に、鹿児島県立加世田高等学校（以下、加世田高校）、学校法人希望ヶ丘学園鳳凰高等学校（以下、鳳凰高校）、鹿児島県立加世田常潤高等学校（以下、加世田常潤高校）において、3高校の先生のご協力のもと、アンケート票を配布し、多数の回答を回収する事ができた。

表1 調査対象の高等学校とアンケート回収数

高等学校	回収数
加世田高校	478
鳳凰高校	976
加世田常潤高校	248
全体	1702

#### (2) 南さつま市における“高校生”の特徴

##### 1) 設置学科

加世田高校には、普通科が設置されている。

鳳凰高校には、4つの学科が設置されている。それぞれの学科の回答数は、メディカルシステム科95、総合福祉科68、看護学科568、普通科231、無回答14であった。3校の中では、最も生徒数が多い。

加世田常潤高校には、3つの学科が設置されている。それぞれの学科の回答数は、有機生産科70、食品工学科87、生活福祉科91であった。

##### 2) 出身地と現在の居住地

3校生徒は、必ずしも南さつま市の出身者ではない。最も多いのは、「南さつま市以外の出身で、現在、市外に住んでいる（以下、市外出身、市外在住）」との回答606であった。次いで、「南さつま市以外の出身で、現在、市内に住んでいる（以下、市外出身、市内在住）」との回答が519あった。「南さつ

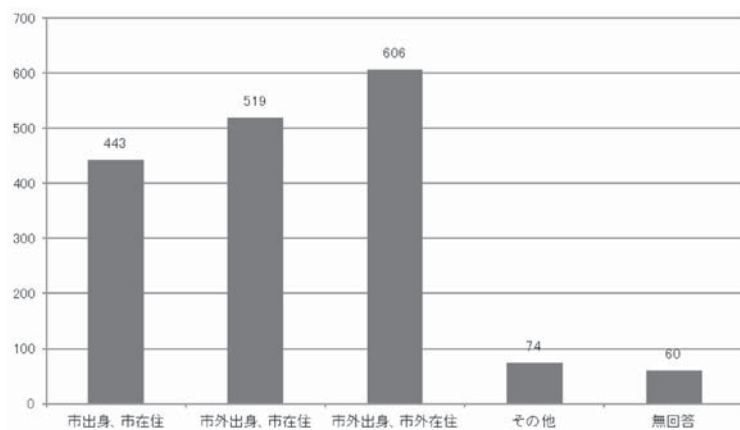


図6 高校生の出身と居住地（全体）

ま市出身で、現在も市内に住んでいる（市出身、市内在住）」との回答は443であった。

加世田高校の生徒は、「市外出身、市外在住」44%、「市外出身、市内在住」10%で、市外出身者が54%を占めている。「市出身、市内在住」41%である。

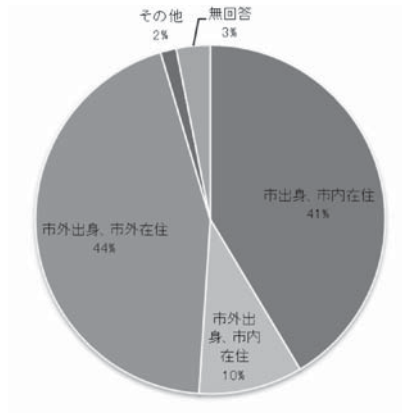


図7 加世田高校生の出身と居住地

鳳凰高校の生徒は、「市外出身、市内在住」44%、「市外出身、市外在住」31%と、市外出身者が74%を占めている。鳳凰高校には寮があるため、多くの生徒が寮に住んでいる。

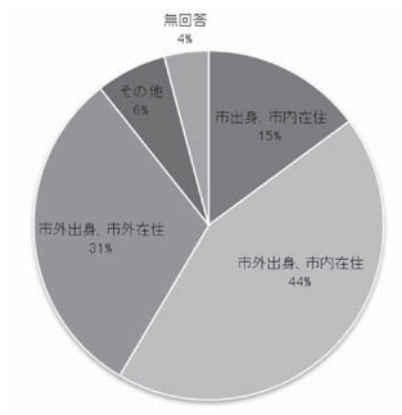


図8 鳳凰高校生の出身と居住地

加世田常潤高校の生徒は、「市出身、市内在住」40%、「市外出身、市外在住」38%、「市外出身、市内在住」19%であった。3校で唯一、南さつま市出身生徒が多い。

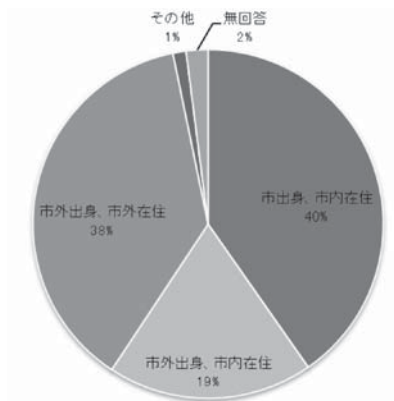


図9 加世田常潤高校の出身と居住地



### (3) 南さつま市の観光資源

高校生の視点から南さつま市のアピールポイント<sup>1)</sup>について、複数回答(3つ以内)をしてもらった。100票以上の回答があったものは、以下の「観光資源」である。第1位、「吹上浜(含、砂の祭典)」, 第2位「県立吹上海浜公園」, 第3位「南さつま海道八景」であった。第1位から第3位は海浜資源である。第4位の「万世特攻平和祈念館」は、戦中の特攻隊についての祈念館である。注目すべきは、第5位に「わからない」の回答が多数あったことである。

表2 高校生が考える南さつま市の観光資源

	アピールポイント	回答数
1	吹上浜(砂の祭典)	1371
2	県立吹上海浜公園	684
3	南さつま海道八景	394
4	万世特攻平和祈念館	250
5	わからない	177
6	竹田神社(島津日親公)	176
7	鑑真の里(鑑真記念館)	141
8	金峰山(金峰神社)	136
9	亀が丘(パラグライダー)	103

### (4) 南さつま市の好感度

南さつま市の48%の高校生が、南さつま市を「好き」と回答している。次いで、「どちらとも言えない」32%、「好きではない」17%であった。

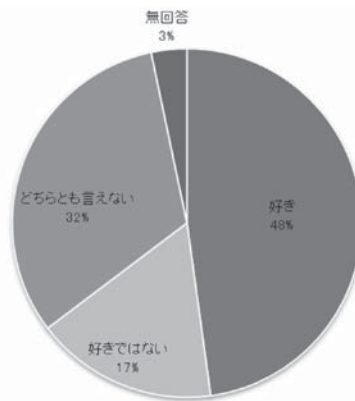


図10 高校生の南さつま市の好感度

### (5) 卒業後の進路

南さつま市の高校生全体では、「九州圏で就職して、暮らしたい」348、「鹿児島県内で就職して、暮らしたい」268、「関西圏で就職し、暮らしたい」244との回答が多かった。

加世田高校の回答では、「九州圏で就職し、暮らしたい」146、「鹿児島県内で就職し、暮らしたい」97、「関東圏で就職し、暮らしたい」50であった。鳳凰高校の回答は、「関西圏で就職し、暮らしたい」197、「九州圏で就職し、暮らしたい」174、「関東圏で就職し、暮らしたい」137であった。加世田常潤高校の回答は、「鹿児島県内で就職し、暮らしたい」51、「鹿児島市で就職し、暮らしたい」38、「南

「さつま市によい仕事があれば、市で暮らしたい」33であった。

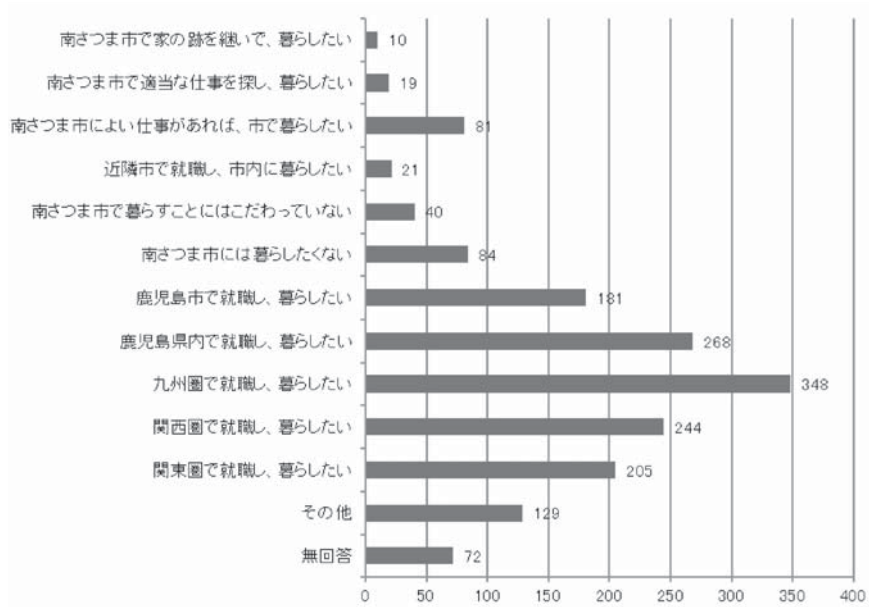


図11 高校生の卒業後の希望進路(全体)

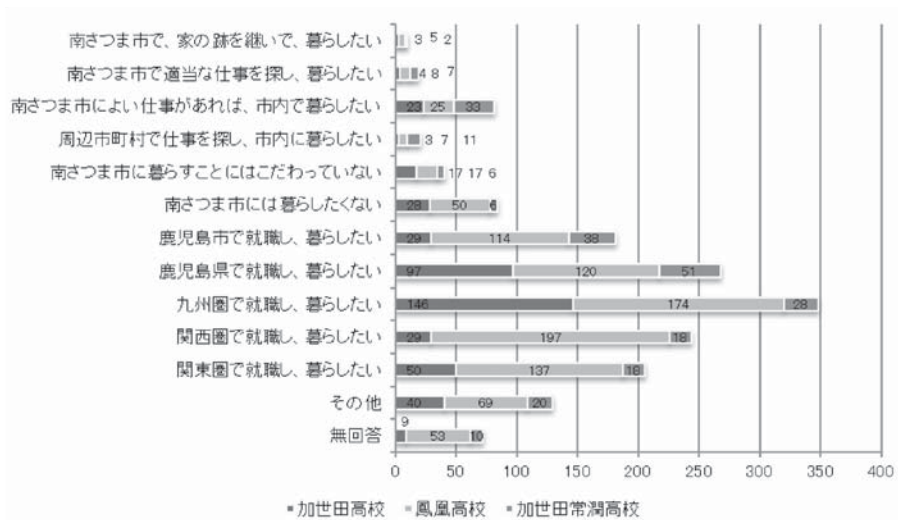


図12 3高校における今後の希望進路

(6) 南さつま市の高校生の意識

南さつま市にある3校の高校はそれぞれ特徴がある。加世田高校は、普通科のみの進学校であり、市外出身者は54%を占めていた。鳳凰高校は、医療系の学科が充実しており、市外出身者が74%を占めている。鳳凰高校には寮があるため、市外出身でも現在、市内にて寮生活を送っている生徒が44%もいる。加世田常潤高校は3校の中で、もっとも市内出身者が多く、40%であった。

南さつま市のアピールポイント(「観光資源」としては、「吹上浜 砂の祭典」をあげた生徒が最も多かった。約1か月間(5月)に開催されていることや、開催中には高校生ボランティアとして、イベントに参加する生徒もいるため、浸透率が高い。2位、3位はいずれも海洋資源であり、マリンスポーツなどの体験、夕景や眺望スポットからの景色を眺めるなど、活用は多様である。高校生は第3位の「南

さつま海道八景」をアピールポイントとして認識しているが、『市勢要覧』では、「南さつま海道八景」は「観光資源」として取り上げられていなかった。そして、最も注目すべきところは、「わからない」との回答が第5位であったことである。その要因として、市外出身者が多いことや、現在、市内の寮に住んでいても、観光地へのアクセスが難しいことから、実際に市内の観光資源を活用したことがないことが予想される。

市外出身者が多い南さつま市の高校生だが、約半数の生徒が南さつま市を「好き」と回答している。好きな理由として、「環境がよい、住みやすい」、「市の人々が温かく、親切だから」と回答している。

高校卒業後の進路については、「九州圏で就職し、暮らしたい」との回答がもっとも多かった。卒業後に南さつま市での暮らしを希望している生徒数は少ない。

加世田常潤高校は、3校の中で唯一、将来、市内で暮らしたいとの回答があった。これは、加世田常潤高校の設置学科が、6次産業を目指すために必要なスキルを磨くことができるため、現在、実家が第1次産業に従事して生徒は、現在は、家を継がないまでも、将来の選択肢の1つとして、捉えているからではないかと予想される。

本調査における回答だけで結論づけるのは難しいが、大都市圏での生活よりも地方都市での生活に興味を持っていることの一端が垣間みることができたと言えよう。

## おわりに

観光振興はUターンやIターンによる地域への定住促進、交流人口の増加に一役買うとされており、その支援施策も国内各地で実践されている。南さつま市においても、2014年の観光協会の市からの独立に合わせ、「町おこし協力隊」により大都市から移住者を受け入れている。定住しないまでも、“地域応援隊”になりうるであろう、交流人口の増加のために、スポーツイベントなどを通じた交流がおこなわれている。

地域住民の高齢化は、観光客の受け入れを難しくする。しかし、南さつま市には3校の高等学校があり、彼らは、将来、南さつま市の観光振興において、最も重要な役割を担うことは間違いない。

これらの3校は、観光振興の視点から見ると、大変興味深い。加世田常潤高校は、南さつま市出身者が多く、一旦は南さつま市を出て、更なる高次教育を受けるか、鹿児島市を含め、南さつま市より大規模な都市において、社会人としての諸活動を経験後、Uターンの希望者も多いことから、帰郷生活を再開することで、「着地型観光」におけるメインプレイヤーとして、観光振興に従事する可能性が大きい。

現時点にて、全国の国道沿いで見られるような画一的なショッピングモールでの生活に代わり、その土地ならではの「自己表現」、換言すれば彼（女）らの「アイデンティティ表現」の場や機会を提供することで、南さつま市に居ること自体が面白くなる仕組みがあると参加しやすい。

例えば、加世田常潤高校では、第1次産業の6次化を図る手法を学んでおり、地域の農産物を利用した加工品の開発に挑戦している。彼らの開発した「豚みそ」は、人気商品の1つである。また、観光協会と高校生が連携し、SNSによる観光プロモーション講座の講師を高校生にやってもらうなどが考えられる。

加世田高校と鳳凰高校は市外出身者が多く、南さつま市のことをあまりよく知らない状況がわかった。本研究では“地域サポーター”について深くは触れていないが、高校生として通学している間に、南さつま市について知識を得ることにより、南さつま市の観光振興における、“地域サポーター”ま

たは、観光客としての役割を担う可能性が大きい。

本研究では、南さつま市における3つの高校の生徒たちは、今後の南さつま市の観光振興にとって、大きな可能性を秘めていることを整理してきた。しかし、実際に、彼（女）らをどのように、観光振興に導いていくかについては、考察しきれなかった。1つは「地域学」を構築し、その取り組みの中から、南さつま市に興味をもってもらう方法があると推測されるが、今後の研究において、考察したい。

## 註

- 1) 本調査は高校生を対象とした調査であるため、「観光資源」などの用語は使用せず、「観光資源」を「アピールポイント」として、質問した。

## 謝辞

本調査研究において、南さつま市企画課、観光交流課の皆様、また、何よりも鹿児島県立加世田高等学校、学校法人 希望ヶ丘学園 鳳凰高等学校、鹿児島県立加世田常潤高校の校長先生をはじめ先生方、快く回答してくださった生徒の皆様には多大なるご協力を賜った。ここに感謝の意を表す。

## 参考文献

- 秋山綾（2013）「若者の「地域」認識と彼らの旅行離れに関する一考察」、『東京立正短期大学 第41号』、東京立正短期大学、pp. 1-11.
- 秋山綾（2014）「「マイルドヤンキー」化する「観光」」、『第29回日本観光研究学会全国大会学術論文集』、日本観光研究学会
- 阿部真大（2013）『地方にこもる若者たち 都市と田舎の間に出現した新しい社会』、朝日新書
- 鹿児島県南さつま市総務企画部企画課、玉川大学折戸研究室（2013）、『南さつま市の観光に関する高校生の意向調査 調査結果』
- 小谷達男（1994）『観光事業論』、学文社
- 丹治朋子（2010）「観光地のホスピタリティ」、十代田朗編著『観光まちづくりのマーケティング』、学芸出版社
- 速水健朗（2011）『都市と消費とディズニーの夢 ショッピングモーライゼーションの時代』、角川oneテーマ21
- 原田弘之（2008）「着地型観光で期待される住民の役割」、尾家建生・金井萬造編著、『これでわかる！ 着地型観光 地域が主役のツーリズム』、学術出版社
- 原田曜平（2014）『ヤンキー経済 消費の主役・新保守層の正体』、幻冬社新書
- 南さつま市（2013）『市政要覧改訂版』、南さつま市
- 南さつま市総務企画部企画課（2010）『統計みなみさつま 平成21年度版』、南さつま市総務企画部総務課
- 南さつま市総務企画部企画課（2012）『統計みなみさつま 平成23年度版』、南さつま市総務企画部総務課
- 南さつま市総務企画部企画課（2013）『統計みなみさつま 平成24年度版』、南さつま市総務企画部総務課
- 南さつま市総務企画部企画課（2014）『統計みなみさつま 平成25年度版』、南さつま市総務企画部総務課
- 三浦展（2006）『下流社会 新たな下流集団の出現』、光文社新書

南さつま市の観光振興における若者の位置づけに関する考察

宗田好史（2009）『創造都市のための観光振興 小さなビジネスを育てるまちづくり』, 学芸出版社

（おりと はるお）

（あきやま あや）

# A study about the involvement of the youth in the Tourism Promotion of Minamisatsuma, Kagoshima

Haruo ORITO, Aya AKIYAMA

## Abstract

Many local governments in Japan are striving for regional activation through tourism promotion. No longer an era of mass tourism, these governments are now focusing on “local tours” to attract tourists, even from nearby areas. Local life and local inhabitants can become “tourist attractions” as visitors seek authentic experiences; however, the aging of people in rural areas is a serious problem when implementing this type of tourism promotion. For example, local residents may want to participate in local tourism promotion, but it is often physically difficult for them to do so. This has been one of most noticeable effects of Japan’s outflow of youth.

Younger generations in Japan have left rural areas to live in larger cities; however, recently, more youth have been seeking comfortable and satisfied lives in suburban cities. Such a situation is a significant opportunity for these districts to promote tourism. These youth may serve as main players in tourism promotion activities, and as “area supporters” if they plan to stay in the area long term.

In this study, I carried out a questionnaire with students at the following three high schools in Minamisatsuma: Kagoshima Prefectural Kaseda High School, Hooh High School, and Kagoshima Prefectural Kaseda-jojun High School. Among other questions, the survey asked students to consider their potential roles in future tourism promotion.

Keywords: Local tours as authentic experiences, Minamisatsuma in Kagoshima, Comfortable and Satisfied Life in Suburban Cities, Involvement of the Youth in the Tourism Promotion