

[研究論文]

# 沖縄県久米島の観光振興における若者の意識に関する考察

折戸 晴雄\*・秋山 綾\*\*

## 〈要 約〉

沖縄県の入域観光客数は、東日本大震災の影響による落ち込みから順調に回復傾向にあり、平成24年度には592万人、観光収入は3,997億円となった。県内離島への入域観光客数も増加傾向にあり、石垣島、宮古島は人気の観光地として知られている。日本へのインバウンド観光の好調な成長、地理的好条件などを含め、今後も沖縄は注目され、入域観光客数の増加、各離島におけるリピーターの争奪戦が予想される。

県内離島へのまなごしは、久米島にも向けられ、入域観光客数は増加傾向にある。久米島の入域観光客数は、2011年には約81,212人にまで落ち込んだが、その後は回復傾向にあり、2013年には86,298人を記録し、2014年には年間約9万人以上の入域観光客数が予想されている。

町では「久米島町第一次久米島総合計画 後期基本計画 豊麗のしま—久米島（平成21年度～平成25年度）（以下、基本計画）」を策定し、観光振興に力を注いできた。「基本計画」の実施年度が終了した現在、今後の観光振興では、他の離島との差別化を図り、久米島へのリピーターを狙うために、ソフト面での事業の実施が急務である。事業における役割を整理し、住民が一丸となり「ALL久米島」として事業を実施しなければならない。先行研究において、町民は観光振興の重要性は認識しているが、“当事者意識”は低く、町民の「巻き込み」が必要となることを明らかにしてきた。

本研究では、「ALL久米島」の一員として、高校生の観光振興への参加が鍵になるとし、町内唯一の沖縄県立久米島高等学校（以下、久米島高校）生に久米島における観光振興について、アンケート調査をし、考察した。

久米島高校生は、島に愛着を持っており、町内での生活を希望する生徒も確認された。海洋資源以外にも「久米島マラソン」などのイベントや、久米島紬といった伝統工芸品も、島のアピールポイントと認識されている。観光振興に対するメリットは認めているものの、デメリットについての認識はステレオタイプで、町による観光政策についての認知度、関心は低い。

久米島町の観光振興を継続的に実施していくためには、次世代の町民の観光振興への参加が必要であり、将来のプレイヤーとして育成する必要があることが明らかになった。今後の研究では、高校生だけでなく子どもたちを「巻き込む」仕組みについて、検討する必要がある。

キーワード：久米島、「ALL久米島」、若者の巻き込み

## 1 はじめに

沖縄県は多くの離島からなる県であり、それぞれの離島はそれぞれの魅力を有している。近年では、石垣島や宮古島など、沖縄本島だけでなく、離島へ足を運ぶ観光客も少なくない。

沖縄県における入域観光客数は、東日本大震災の影響による落ち込みから、順調に回復傾向にあり、平成24年度には、入域観光客数は592万人、観光収入は、3,997億円となっている。また、国内

客における沖縄旅行のリピーター率は81.8%と高く、経年、右肩上がりの成長を見せている（沖縄県、2014）。

沖縄県における観光の好調な成長と比例して、県内離島への入域観光客数も増加傾向にある。特に、入域観光客数の多い、石垣島、宮古島をみてみよう。石垣島は平成25年に新石垣空港が開港し、平成25年の入域観光客数は、937,024人と前年比132%以上、増加している。平成25年度の宮古島への入域観光客数は、400,391人であり、前年比では減少しているが、東日本大震災前の最高入域観光客数（平成22年度、404,144人）に近づいており、回復傾向にある（沖縄県文化観光スポーツ部、2014）。

日本へのインバウンド観光の好調なども含め、今後も沖縄は注目度の高い観光地として、入域観光客の増加傾向が見込まれる。特に、沖縄県へのリピーターをいかに各離島に誘致することができるか、離島間の競争が激しくなると予想される。

このような沖縄県の入域観光客数の好調な推移、離島へのまなざしは、本研究の調査地である久米島にも向けられ、他の離島同様、入域観光客数は増加傾向にある。しかし、久米島のそれは、石垣島や宮古島ほどの勢いはない。

これまでの研究において、沖縄県の離島の1つである久米島に焦点をあて、久米島町における観光の状況を把握するとともに、久米島町民の観光振興に関する意識について把握した（秋山・折戸、2014）。久米島町民は町における観光振興の重要性は認識しているが、その観光振興を“誰がやるのか”といった「当事者意識」の不足を今後の課題として指摘した。

本研究では、久米島町の観光振興の状況を把握するとともに、久米島町の「ALL久米島」による今後の観光振興の担い手となる若年層の観光振興に関する意識について把握することを目的とする。

## 2 久米島町の観光の現状および観光振興の動向

### (1) 久米島町の観光の現状

久米島への入域観光客数は、2003年に100,193人を記録して以降は、横ばいもしくは減少傾向であった。しかし、東北楽天ゴールデンイーグルス（以下、楽天）のキャンプ誘致などの効果があり、近年

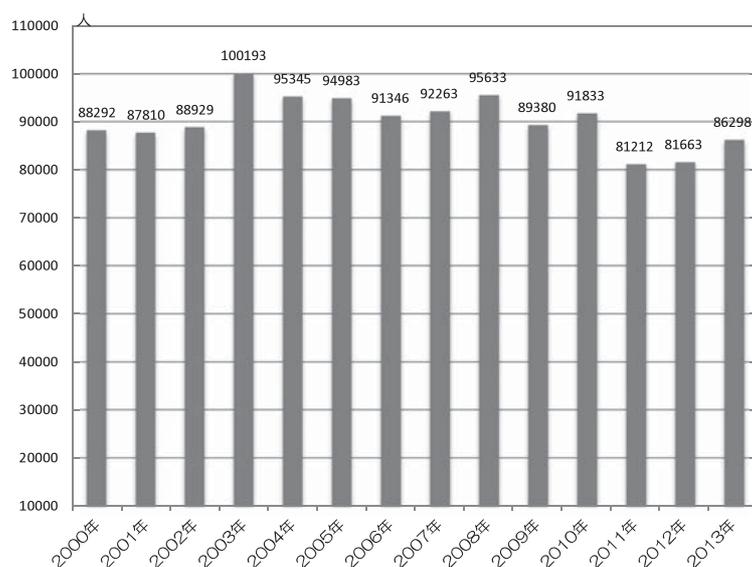


図1 久米島への入域観光客数

は増加傾向に転じ、2013年は86,298人の入域観光客数を記録し、2014年には年間9万人の目標が達成できると予測されている（久米島町-b, 2014, p. 3）。

久米島の月別観光客数は、6月～9月の夏場の来訪が多くなっており、8月の来訪者数が最も多く、久米島の観光は季節偏向が高い。現在の久米島は、石垣島、宮古島ほど知名度も高くないため、夏場において、両島との差別化を図るのは難しい。

近年、楽天のキャンプ見学やウォーキング大会の開催、キャンペーン価格によるツアーの存在などにより、1月～3月の来訪者数も増加傾向にある（久米島-b, 2014, p. 3）。今後は、1月～3月期を夏に続く、久米島の第2の観光シーズンにするための取り組みが必要となる。

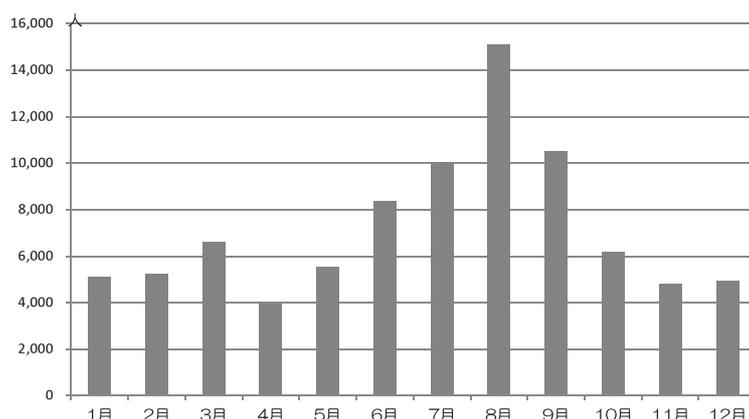


図2 久米島の月別観光客数 (平成25年)

宿泊者へのアンケート調査結果をみると、宿泊者の久米島来訪回数は、「初めて」との回答が、オンシーズン54%、オフシーズン59%と最も多かった。平成17年、22年の調査結果と比較すると、「2回目以上」と回答した人の割合が、23%、29%、46%と増加傾向にあり（久米島町-b, 2014, p. 4）、今後もリピーターが増加する傾向にあることが予測される。

久米島への来訪目的は、宿泊者へのアンケート調査結果をみると、オンシーズンでは「海水浴」27%、「ダイビングなどのマリンスポーツ」25%と海洋レジャーが上位を占めている。また、オフシーズンでは、「観光地めぐり」41%、「保養・休養」28%が上位を占めている（久米島町-b, 2014, p. 5）。

久米島の観光の現状は、夏の海洋レジャーが中心である。リピーター率は、沖縄県のそれにはほど遠いが、経年調査の結果からみると、増加傾向にあり、今後も期待ができる。特に、1月～3月には、楽天のキャンプ見学だけでなく、北海道をはじめ東北地方からの避寒地として注目されており、パークゴルフ場の整備や長期滞在施設の開業などオフシーズンの受け入れが徐々に起こなわれていることの成果ともいえる。

## (2) 久米島町における観光振興の動向

『平成22年度 産業の概況』の「産業別就業人口」によると、久米島町民の第3次産業への就業人口が最も多く、その中でも「飲食店・宿泊業」への従事者が9.1%、サービス業への従事者は10.6%と観光業および観光関連産業への従事者の割合が高い（久米島町, 2010, p. 5）。

久米島町は、平成14年の両村合併により誕生し、平成16年には「第一次久米島総合計画・基本構想（以下、総合計画）」を策定した。その中で、久米島の将来像を「豊麗の島—久米島」とし、実現に向けて、5つの目標を掲げた<sup>1)</sup>。久米島町の観光振興は、この5つの目標のうち、「②活気みなぎる

創業のしま」の目標達成における重要な事業となる。

さらに、策定された基本計画、「久米島町第一次久米島総合計画 後期基本計画 豊麗のしま—久米島(平成21年度～平成25年度)」をみても、観光振興の施策における7つの基本方向(久米島町, 2008, pp. 29.-35.) にしたがって、多くの取り組みが実施されてきた。この計画では、平成21年度～25年度の重要項目が示されているが、これらの取り組みの実施主体、つまり「誰がやるのか」が、明確になっていない。

ここではすべての実施事業を取り上げることはできないが、以下に、実施されてきた事業のうち、主要なものを取り上げ、必要に応じてその課題を示す。

#### a) 観光地造戦略の構築・推進

- ・平成22年度・観光入域動態調査の実施:久米島観光の現状や観光客のニーズを知ることができたが、戦略的なマーケティング活動に活用しきれていない。
- ・観光大使の任命:有名人だけではなく、久米島町を愛し、リピーターとして島に足を運んでくださる方々を観光大使に任命した。しかし、アピール活動の内容が曖昧なため、久米島の認知度の向上、イメージアップにまではつながっていない。

#### b) 観光資源の魅力増加

- ・産業的観光資源の拡充:海洋深層水関連施設などとの連携により、見学コースとしての活用を図っている。2012年発行の『タウンガイド 沖縄久米島』にはこれらの産業観光についての記載がなかった<sup>2)</sup>。
- ・「島の学校」事業の推進:体験型滞在観光の中核を担う「島の学校」は、サーターアンダギー作りなど、体験を通じた地域の人々とのふれあいを楽しむ観光商品だが、どこで予約をしていいのかなどのプロモーションができておらず、観光客にその情報が届きにくい<sup>3)</sup>。
- ・食物アレルギー対応型観光への対応:食物アレルギーをもつ観光客に対し、一般社団法人久米島町観光協会と宿泊施設が連携しながら、きめ細かなサービスの提供を実施している。マーケットが小さいため、コンスタントな観光客誘致にはつながっていないが、今後も事業の継続が必要であり、ニッチマーケットへのプロモーションの強化が必要である。

#### c) 観光客の誘客・受け入れ体制の整備

- ・効果的な誘客活動の推進:全国主要都市への観光キャラバンが実施されている。東京における主要旅行会社へのインタビューでは、キャラバン自体がルーティン化してしまい、久米島観光における新しい情報提供がなされていないとの意見があった。
- ・観光イベントの開発促進:「久米島マラソン」や「久米島のんびりウォーク」が実施されており、人気のイベントになりつつある。島らしいイベントの開発が実施されたといえる。今後はこれらのイベントの継続開催と島民がどのように関わることができるのかを検討することが重要になる。

#### d) 観光基盤の整備

- ・観光案内サインの整備推進:観光案内標識の整備による観光客の利便性向上が計画されていたが、現在も古くなってしまい標識として機能していない標識が多く見られた。また、外国人旅行者対応(英語表記)のサインが少ない。

#### e) 観光情報提供の充実

- ・地域FM局の開設:平成21年度に『FMくめじま』が開局しているが、観光客に観光情報を提供するプログラムはない。『FMくめじま』はインターネット経由での視聴も可能なため、発地においても生の久米島の観光情報を入手できる1つの手段となる。また、久米島愛好者に対する継続的な情

報発信も可能になるため、観光情報を提供するプログラムの検討が望まれる。

- ・ガイドブック等の情報誌の拡充：『タウンガイド久米島』の作成など、パンフレットやマップが作成されている。
- ・観光案内所の拡充：空港内の観光案内所において、職員による案内サービスが実施されており、観光協会の事務所でも観光案内サービスが提供されており、観光者の利便性が向上している。

#### f) 安全体制の拡充

観光客の安全確保のため、公立久米島病院や警察、消防本部との連携が実施されている。

#### g) 観光人材の育成

ホスピタリティの向上と観光サービス技術の向上のため、専門講師を招聘し、研修の実施などが実施された。ホスピタリティ向上のための研修は、OJT形式の研修が有効であるため、イベントにおいて高校生をボランティアとして起用することにより、久米島町が目指す観光振興を今後のプレイヤーとなる高校生にも伝えていく必要がある。

上述の事業以外にも、2013年より全島Wi-Fi化が進められており、ARを活用したスマートフォンアプリ（『久米島観光ナビ』）による観光案内や久米島製品のブランド化事業（『久米島印』）なども実施されているが、実施期間が短期間なため、成果が顕著にはなっていない。

### (3) 久米島町における観光振興のプレイヤー

2013年度までに町における観光振興が計画され、実施されてきたが、上述のように、これらの計画を誰がやるのかが明示されておらず、これまでは、町が中心となって計画が実施されてきた。今後の観光振興においては、行政の役割と住民の役割を整理し、計画の一部は住民により実施され、「ALL久米島」による受け入れ態勢を作り上げる必要がある。

久米島における一連の研究でも、久米島町の観光振興において、他の離島との差別化を図るためには、「ALL久米島」による久米島観光振興が重要であると考察した。町民への住民意識調査では、町民は観光および観光振興には大きな期待を寄せているが、それらは外的要因によってもたらされるものであり、町民自身が当事者として内的要因を誘発するプレイヤーとしての意識が低いことがわかった（秋山・折戸，2014）。他の離島と差別化を図るためには、町民の参加が不可欠であり、今後は、町民をどのように「巻き込む」かが重要になってくる。

溝尾はその著書『観光を読む 地域振興への提言』において、観光事業の推進に向けて、基本計画を策定することの重要性を説明しており、計画づくりにおいては、住民が参加できるしくみをつくることを推奨している。地域住民が、地域づくりは「行政依存は望ましくないことを認識し、地域の課題は何か、事業の具体化へ何をいかにすべきかを考える機会をもつ。そうすることにより、運営段階においても積極的に参加する意欲をもつ」（溝尾，1994，p. 199.）としている。また、魅力ある地域の創造には、リーダーの存在が重要で、鈴木はその著書において、地域で活発に活動をする多くのリーダーを紹介している（鈴木，2005）。久米島町の観光振興では、“まちおこしの名物人”といったリーダーは存在しないが、小規模の団体がそれぞれに活動をしており、今後は、これらの団体を連携し、地域の牽引力となるリーダー集団を形成していく必要がある。

さらに、近年では「着地型観光」が注目されており、「着地型観光」のプレイヤーは地域案内人として積極的に地域のプロモーションを実施する人々だけでなく、一般住民による観光客への何気ない声かけが、その地域のホスピタリティを左右する（丹治，2010）としている。

### 3 久米島町における高校生の意識調査

#### (1) 久米島町における高校生の意識調査概要

町民の参加が不可欠な久米島の観光振興において、観光振興を継続する際に、将来の観光振興の担い手として重要なプレイヤーと期待されるのは、久米島在住の若者である。本研究では、久米島在住の沖縄県立久米島高校生に、久米島の観光振興についての意識調査を実施した。

この調査の目的は、高校生が現在、久米島の観光（振興）について、どのように認識しているのか、また、今後の進路をどのように検討しているのかを把握し、今後の観光振興行動計画の策定および実施における人材育成について考察するための方向性の検討である。また副次的な成果として、本調査をはじめ、町からの観光振興に関する高校生に向けた発信を実施することにより、高校生にも「ALL久米島」の一員であるという意識醸成を企図している。

本調査は、2012年12月に、島内唯一の久米島高校<sup>4)</sup>において、アンケート票を配布し、調査を実施し、その結果を考察する。回収した有効調査票数は、195であった。

質問項目は以下のとおりである。

- ・久米島町の好感度
- ・久米島町の観光政策についての認識
- ・観光振興のメリット・デメリット（複数回答）
- ・久米島町のアピールポイント（複数回答）
- ・卒業後の生活
- ・久米島町にとってもっとも重要な対策（自由回答）

#### (2) 久米島町への思い入れ

久米島高校生に「久米島町が好きですか」と質問したところ、「好きである」との回答が76%であり、久米島高校生における久米島町の好感度が高いことがわかった。さらに、「久米島が好きな理由」としては、「生まれ育った町だから」（47.9%）、「環境のよい、住みやすいまちだから」（37.3%）が上位回答であった。

逆に、久米島町が「好きではない」との回答は21（11%）であり、「好きではない理由」として、第1位は「若い人が遊ぶ場が少ないから」（28.6%）であり、ついで、「田舎だから」と「生活が不便だから」が（23.8%）と続いた。

久米島は生まれ育った地域であるため、“地元への愛着”は感じており、住みやすいとしているが、若者らしい娯楽を楽しみたいという気持ちもあり、遊園地などの若者の遊び場やコンビニエンスストアの充実を希望する意見が挙げられた。

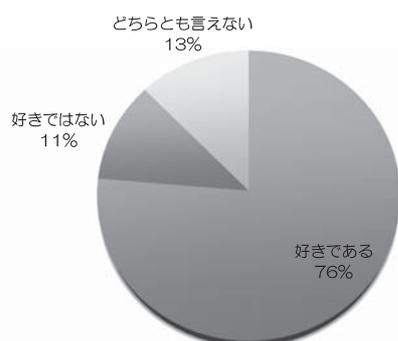


図3 久米島町の好感度

### (3) 久米島町のアピールポイント

久米島町を広くアピールするとしたら、どのような点をあげるかを質問した（複数回答可）。この質問の意図は、久米島における「観光資源」を久米島高校生がどのように認識しているかを確認する設問であるが、「観光資源」という専門用語は理解が難しいと考え、「アピールポイント」として質問した。

回答は、「1. はての浜やイーフビーチなどの美しいビーチ」138、「2. ダイビングなどのマリンスポーツ」69、「9. 久米島で開催される祭りやイベント」61が上位回答であった。

久米島高校生には、「ハテの浜」をはじめとする美しいビーチやマリンスポーツなど海洋資源が「観光資源」として認識されており、観光地として夏期中心の観光地であることが認識されていることを確認した。また、久米島で開催されているイベントに多くの回答があるが、これは、イベントの開催中に高校生のボランティアを募るため、多くの高校生が何らかの形でイベントに参加していることから、「観光資源」として認識されていることが予測される。

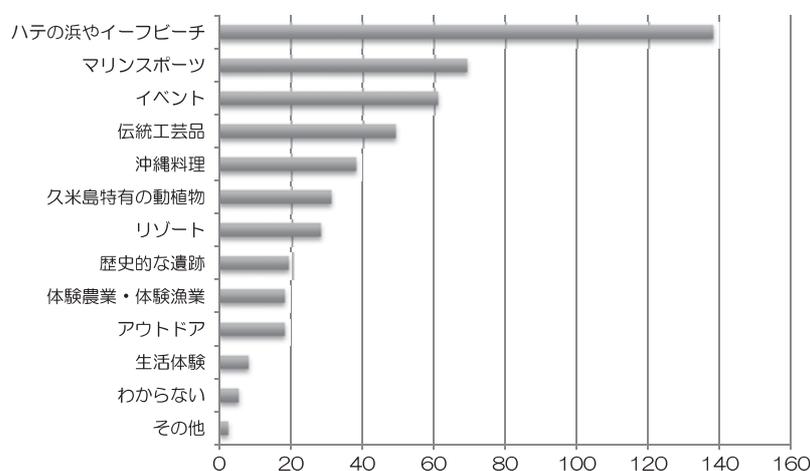


図4 久米島町のアピールポイント

### (4) 卒業後の進路

久米島高校生の高校卒業後の進路に関して、「最終学校卒業後、どのような生活をしようと思っていますか」との質問をおこなった。「沖縄本島あたりで暮らしたい」66 (33.8%)、「町によい仕事があれば、町で暮らしたい」37 (19.05%)、「大都市で就職して暮らしたい」29 (14.9%)が上位回答であった。「その他」の回答の中には、「島外で生活したあと、島に戻ってきたい」、「すぐではないが、島に戻って暮らしたい」などの回答がみられたことから、沖縄本島での暮らしを希望している回答の中にも、島外での生活を数年すごしたあと、島に戻ってきたいとの希望が潜在的に存在することが予測される。

地元への愛着から町での暮らしを望んでも、職場が少ないため、高校を卒業後、即、町内にて生計をたてることは難しい。

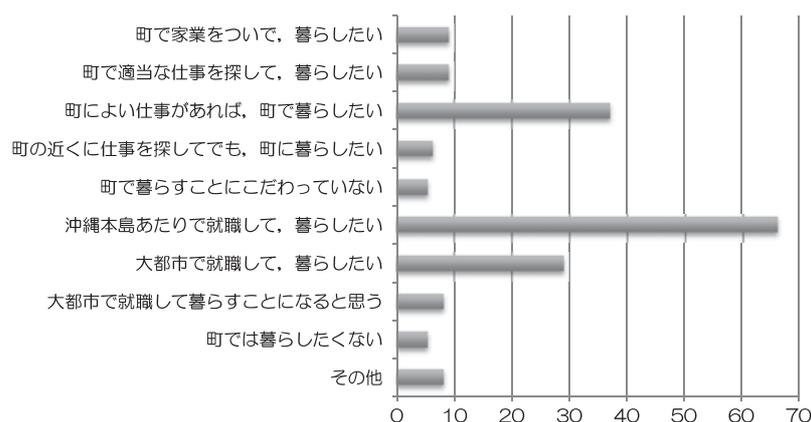


図5 卒業後の生活

### (5) 高校生が考える観光振興

久米島町の観光振興におけるメリットおよびデメリットに関する質問をおこなった（複数回答可）。久米島町における観光開発によるメリットに関する質問では、「1. 久米島町の雰囲気が明るくなった」87、「2. 久米島町がにぎわい、活気づいてきた」84、「7. 久米島町が有名になった」79が上位回答であった。逆に、観光開発のデメリットに関する質問では、「1. 町の自然環境が破壊された」67、「4. 観光シーズンになると町が騒がしくなり落ち着かない」38、「3. 町の生活環境が悪化した」26が上位回答であった。

観光開発のメリット・デメリットに関する設問では、3つ以内の複数回答が可能となっており、回答数の差をみると、デメリットへの回答合計数が245、メリットへの回答合計数が382と100以上多いところから、観光開発および観光振興に対して、好意的に捉えている様子がうかがえる。

久米島町の観光政策について、どのくらい認識しているのか、また、観光振興についての興味の有無について質問した。「3. あまりよく知らないが、興味はある」という回答が60（30.8%）で、もっとも多かった。ついで、「4. あまりよく知らないし、興味もない」という回答が59（30.3%）、「5. 全く知らない」50（25.6%）であった。久米島高校生における久米島町が取り組む観光振興政策については認知度が低く、また、関心も高くないことがわかった。

今後の久米島町の“町おこし”にとって必要なことについての考えを質問した（自由回答<sup>5)</sup>。回答欄には無回答が目立ったが、記入された回答には、今後の観光振興に即効性のあるものや、長期的に取り組むべきものなどが盛り込まれている。「色々なイベントを増やす」、「町民、観光客いろいろな人が楽しめるイベントをふやす」など祭りなどのイベントの増加や内容の検討、「バスの本数を増やす」などの交通対策、「1ヶ月に1回町地域の清掃とかしたらいいと思う」、「ボランティア活動を増やし、ゴミ拾いとかする」など清掃活動などに関する対策が多数回答された。イベントの増加や内容の検討は、観光振興のメリットに直結する意見であり、イベント開催時に何らかの形でイベントに参加できるチャンスを作り、観光振興について、体験を通して理解してもらうことが検討できる。清掃活動は観光開発のデメリットとして多くあげられた「自然環境の破壊」や「生活環境の悪化」を克服する1つの策となり、「イーブビーチ」や「ハテの浜」での清掃活動自体をイベント化することにより、自然環境や生活環境に関する環境教育の一環として、誰もが楽しむことが可能となる。

今後の観光振興を検討するにあたり、久米島高校生は観光振興のプレイヤーとして重要な存在であるため、観光振興に関する町の取り組みに関する関心の向上を検討する必要がある。各種イベントにおいて、高校生に参加してもらうことにより、観光振興の取り組みに対し、体験を通して認識してもらうなどの工夫が必要である。

沖縄県久米島の観光振興における若者の意識に関する考察

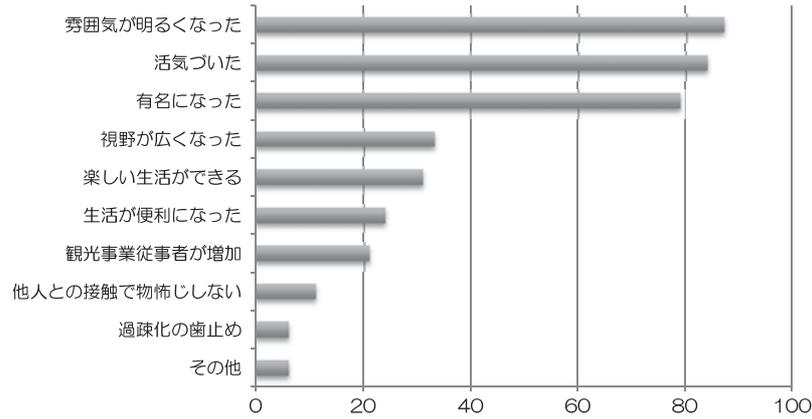


図6 観光振興のメリット（複数回答）

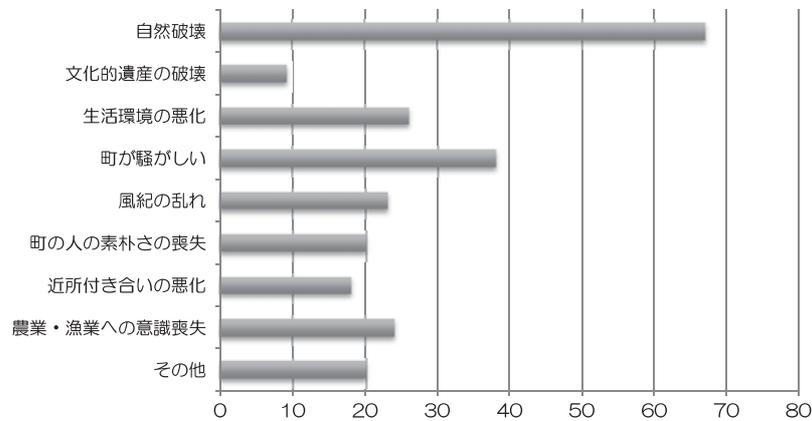


図7 観光振興のデメリット（複数回答）

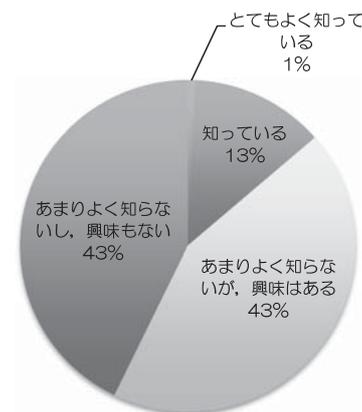


図8 久米島町の観光政策についての認識

#### 4 おわりに

沖縄観光の魅力の1つを創造する離島は、沖縄県への多くのリピーターを魅了し、今後の入域観光客数の増加、さらなるリピート率の上昇に寄与すると予測される。現在人気のある、石垣島、宮古島に加え、国立公園に認定された慶良間諸島は、その美しい海洋資源により、ダイビングをはじめとす

るマリンスポーツに興味のある外国人観光客を魅了し、今後も入域観光客数の増加が予想される。久米島を取り巻く外部の状況の変化は、久米島の入域観光客数増加にも大きな影響を及ぼし、少しずつではあるが、増加傾向にある。世界的に有名なガイドブック『LONELY PLANET Japan』にも紙面は少ないが久米島が掲載されていることもあり、外国人観光者による入域もある。

このような外的要因が「機会」として捉えられる状況においては、地域における内的要因（「強み」、  
「弱み」）を認識し、「強み」をのばし、「弱み」を克服する取り組みが必要となる。

上述の「久米島町 第一次久米島総合計画 後期基本計画」では多くの政策や事業が計画され、実施されてきた。その際、最も重要なのは、観光振興における地域住民の参加であり、「ALL久米島」で取り組むことであるが、この計画ではそのプレイヤーが明確化されておらず、町民における「当事者意識」の形成にまではいたらなかった。

本研究では、久米島町の観光振興について整理するとともに、「ALL久米島」を実現するために重要なプレイヤーとなる久米島高校生における観光振興における意識を整理した。生まれ育った島に愛着があり、長期的には島に戻って暮らしたいと考えている高校生の存在が明らかになった反面、町の実施している観光振興政策への関心度が低く、この島の観光産業への期待が薄いことがわかった。今後も研究調査を継続して実施することにより、観光振興における高校生も含めた人材育成計画を検討し、長期的なプレイヤーの育成を実施する必要性を明らかにしていきたい。

## 謝辞

本調査の実施にあたり、沖縄県久米島町産業振興課、一般社団法人久米島町観光協会、そして、沖縄県立久米島高校の校長先生をはじめ、教職員の方々、アンケートに回答してくださった生徒の皆さんには、多大なるご協力をいただいた。ここに感謝の意を表したい。

## 注

- 1) 「豊麗のしま 久米島」実現のための5つの柱となる基本コンセプトを、「①ホテル飛び交う麗しのしま」、「②活みなぎる創業のしま」、「③安らぎに満ちた健やかなしま」、「④薫り立つ文化を創るしま」、「⑤個性輝き夢追う人を育むしま」として施策大綱を示している（久米島，2009）。
- 2) 一般社団法人久米島町観光協会が発行する最新版のパンフレット『久米島 タウンガイド』（2014）にも、産業観光に関する特集記事はない。
- 3) ゆるたび推進委員会が発行する『ゆるたびくめじま うみ もり そら』（2013）は、「島の学校」とは別に、久米島で体験できるアクティビティを提供する業者によるパンフレットであり、このパンフレットは、観光案内所で配布している。また、一般社団法人久米島町観光協会のホームページからもダウンロードが可能である（<http://www.kanko-kumejima.com/>久米島関連パンフ・リーフレット/）。
- 4) 久米島高校では、2014年度から島外生の受け入れを始めた。島外から入学した高校生たちが久米島を気に入ってくれることにより、卒業後も“疑似里帰り”をしに久米島に観光客として来訪し、有力な久米島観光のサポーターとなる可能性がある。また、長期的にはIターンを志望する人も出てくる可能性もあり、積極的に高校生の受け入れを実施することが望ましい。
- 5) 各回答は調査票に記入されたもののうち、平仮名表記のものなどは、漢字表記に変換した。回答者による括弧表記されたものは〔 〕で表記し、調査者による補足は（ ）にて表記するなど、調査結果をまとめるにあたり、データに若干の加筆修正をおこなった。

## 参考文献

- 秋山綾・折戸晴雄（2014）「久米島における観光振興に関する住民の意識の考察」、『日本国際観光学会 第18回全国大会梗概集』，日本国際観光学会
- 一般社団法人久米島町観光協会（2012）『タウンガイド 久米島』，一般社団法人久米島町観光協会
- 一般社団法人久米島町観光協会（2014）『タウンガイド 久米島』，一般社団法人久米島町観光協会
- 沖縄県（2013）『観光要覧平成24年度』，沖縄県
- 沖縄県文化観光スポーツ部（2014）『平成26年度ビジットおきなわ計画—世界水準リゾート地の形成に向けて—』，沖縄県
- 久米島（2009）『久米島町第一次総合計画 後期基本計画 豊麗のしま—久米島（平成21年度～平成25年度）』，久米島町
- 久米島町（2010）『平成22年度 産業の概況』，久米島町
- 久米島町-a（2014）『平成25年 久米島観光実態調査事業報告書』，久米島町
- 久米島町-b（2014）『久米島町 観光振興基本計画（平成26～30年度）』，久米島町
- 鈴木輝隆（2005）『ろーかるでざいんのおと 田舎意匠帳 あのひとが面白い あのまちが面白い』，全国林業改良普及協会
- 下地芳郎（2013）「沖縄観光インバウンド戦略考察—世界水準の観光リゾート地を目指して—」，『日本国際観光学会第17回全国大会梗概集』，日本国際観光学会，pp. 10-11.
- 丹治朋子（2010）「観光地のホスピタリティ」，『観光まちづくりのマーケティング』十代田朗編著，学芸出版社，pp. 163-183.
- 原田弘之（2008）「着地型観光で期待される住民の役割」，『これでわかる！着地型観光 地域が主役のツーリズム』，尾家建生・金井萬造編著，学芸出版社，pp. 86-102.
- 溝尾良隆（1994）『観光を読む 地域振興への提言』，古今書院
- 宗田好史（2009）『創造都市のための観光振興』，学芸出版社

（おりと はるお）

（あきやま あや）

# A Study on the Consciousness of Young People in the Tourism Promotion of Kumejima, Okinawa

Haruo ORITO, Aya AKIYAMA

## Abstract

Tourist arrivals in Kumejima are expected to achieve 90,000 people at the end of 2014. The number of tourist arrivals is increasing continuously. Kumejima Town hall formulated new “Tourism Promotion Plan of 2014–2018” this year, in order to emerge the differentiation from other isolated islands in Okinawa and increase the tourist arrivals.

The participation of residents is very important in order to achieve this plan. Especially, it is necessary to involve young people as future players. This study examines what tourism resources of the island young people recognize, and what they consider about the tourism promotion.

Keywords: Kumejima (Kume Island in Okinawa), “ALL KUMEJIME”- Participation of All Residents to Tourism Promotion, Involvement of Young People