

策定委員会用

第2次屋久島町観光基本計画（案）

令和 8 年 1 月

屋久島町

序章	はじめに.....	3
01	計画策定の背景と目的.....	5
02	屋久島町観光基本計画の位置づけ.....	6
03	計画の期間.....	6
第1章	屋久島町観光を取り巻く環境.....	7
01	我が国の観光動向.....	8
	（1）日本人の国内観光の状況.....	10
	（2）訪日外国人の国内観光の状況.....	10
	（3）国の政策動向.....	12
02	鹿児島県の観光動向.....	13
	（1）鹿児島県内の観光の状況.....	14
	（2）鹿児島県内の訪日外国人の状況.....	14
第2章	屋久島町観光の現況.....	14
01	屋久島町の観光の近況.....	15
	（1）自然.....	15
	（2）食.....	16
	（3）里.....	16
	（4）口永良部島.....	15
02	前計画における取組のふりかえり.....	16
	（1）取組の成果に関する（アウトプット）評価.....	19
	（2）取組の効果に関する（アウトカム）評価.....	20
03	その他データから見る現況.....	20
	（1）延べ宿泊者数.....	20
	（2）外国人延べ宿泊者数.....	21
	（3）口永良部島への入込者数.....	22
	（4）レクリエーションの森インバウンド入林者の内訳.....	23
	（5）屋久島町観光客の動向.....	25
	（6）町民及び事業者意向調査.....	29
04	屋久島町の観光のポイント.....	29
	（1）自然資源の保全と活用並びに安全性の確保.....	29
	（2）利便性の高い観光地域づくり.....	29
	（3）観光客数の適正化.....	29
	（4）観光消費額の向上.....	29
	（5）島内体制の構築.....	31

第3章 将来像と基本方針	32
01 屋久島町観光の基本理念	33
02 将来像	34
03 将来像を実現するための方針	34
基本方針1：持続可能な観光地域づくり	34
基本方針2：戦略的な観光誘客	35
基本方針3：しくみづくり	35
04 将来像や基本方針に対応する指標	36
(1) 将来像に対応する指標（KGI）	36
(2) 基本方針に対応する指標（KPI）	36
第4章 施策と具体的な取組	39
01 施策体系	40
02 具体的な取組	41
基本方針1：持続可能な観光地域づくり	41
基本方針2：戦略的な観光誘客	48
基本方針3：しくみづくり	53
第5章 実現に向けて	57
01 推進体制	58
02 目標指標	59
(1) 将来像に対応する指標（KGI）	59
(2) 基本方針に対応する指標（KPI）	60
03 ロードマップ	64
(1) 基本方針1：持続可能な観光地域づくり	64
(2) 基本方針2：戦略的な観光誘客	72
(3) 基本方針3：しくみづくり	76
04 進行管理	80
資料編	81
01 計画策定の経過	82
(1) 策定の進め方	82
(2) 策定の経過	83
(3) 策定メンバー	84
02 各種調査結果	86
(1) 町民アンケート調査	86
(2) 事業者アンケート調査	94
(3) 来訪経験者アンケート	105
03 町民ワークショップ	111
(1) 実施概要	111
(2) 意見交換内容	111
(3) 結果概要	112

序章 はじめに

- 01 計画策定の背景と目的
- 02 屋久島町観光基本計画の位置づけ
- 03 計画の期間

01 計画策定の背景と目的

本町は、九州最高峰の宮之浦岳や樹齢千年を超える屋久杉の原生林、大川の滝をはじめとする水景観、希少な動植物が息づく豊かな生態系、そして自然と人々が共生してきた歴史や文化といった多彩な人文資源にも恵まれた地域です。1980 年のユネスコエコパーク（生物圏保存地域）登録、1993 年の世界自然遺産登録、2005 年の永田浜のラムサール条約登録など、国内外から高く評価される自然・環境資源を有しており、まさに世界に誇る観光地といえます。

本町では、平成 28 年 3 月に観光振興と環境保全をバランス良く両立させ、持続可能な観光地づくりを推進していくことを目的として、「屋久島町観光基本計画（以下、「前計画」という）」（計画期間：平成 28 年～令和 7 年）を策定し、基本理念を「エコツーリズムによる世界自然遺産『屋久島』の価値創造と観光立町」として観光振興に取り組んできました。

策定からこれまでの間、ソーシャルメディアによる情報発信の普及、多様性や持続可能性といった新しい概念の登場、さらには、コロナ禍¹を経ての人々の生活スタイルや価値観の変化に伴う旅行ニーズや観光動態の多様化など、本町の観光を取り巻く環境は日々刻々と変化しています。令和 4 年 10 月の水際対策の大幅緩和をきっかけとしたインバウンド²需要がけん引役となって旅行需要が回復をみせる中、本町にも観光客は戻りつつありますが、観光産業をめぐる状況は、受入側の人手不足や旅行者のキャッシュレス化、さらには、多様性や持続可能性、外国人観光者の増加による多言語への対応や将来の担い手確保など取り組むべき課題が数多く存在しています。

本町の観光振興推進のためには、観光に携わる人々が一体となり、おもてなしの心を持って取り組むことが重要です。そして、観光消費が多くの産業や町民生活の活性化につながっていることに対する理解を深め、幅広い産業や町民の協力を得ながら観光立町を実現する必要があります。

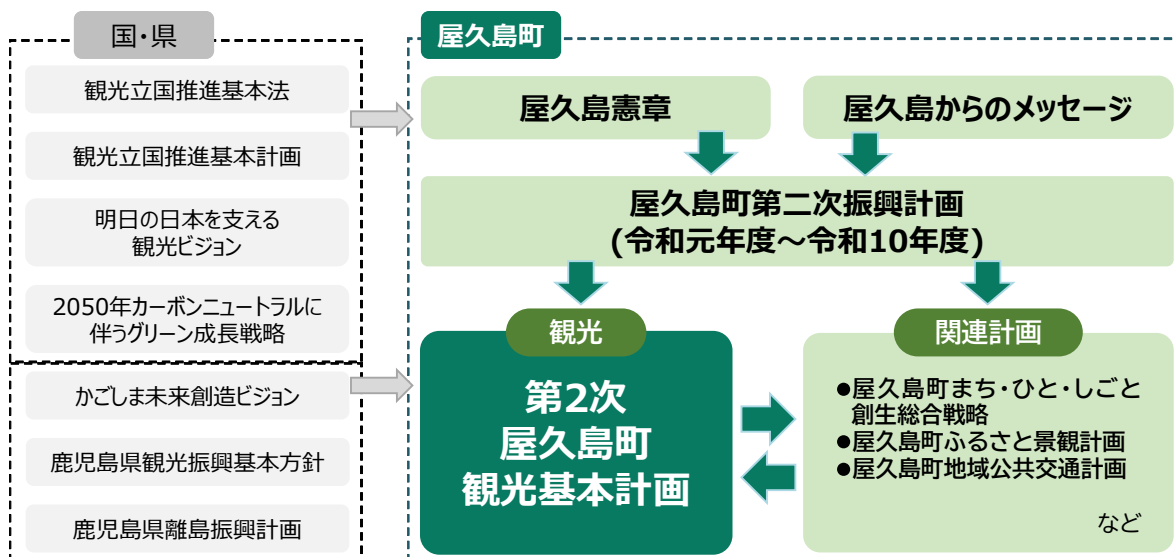
第 2 次屋久島町観光基本計画は、前計画の成果と課題を継承・発展させながら、屋久島町第二次振興計画との整合、社会情勢の変化や本町を取り巻く課題を踏まえ、今後 10 年間の観光振興に資する施策を戦略的かつ計画的に進めていくための基本となる考え方や施策の方向、計画目標を示す指針として策定するものです。

¹ 2019 年（令和元年）末からの新型コロナウイルス感染症（COVID-19）の流行による災難や危機的状況。

² 外国から入ってくる旅行、一般的に訪日外国人旅行者を指す。対義語は海外旅行を指す「アウトバウンド」。

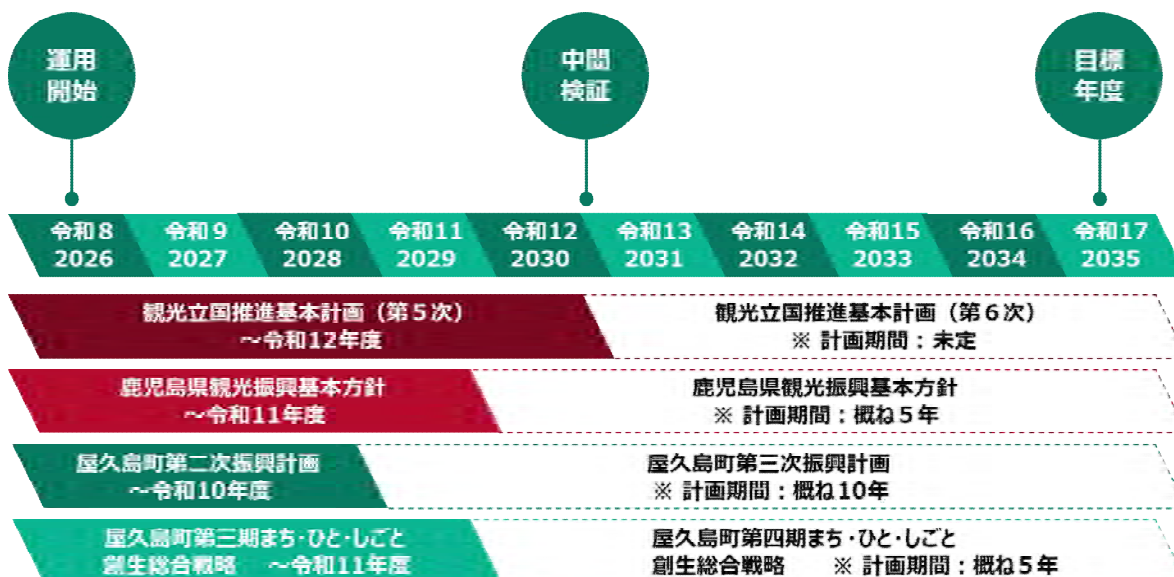
02 屋久島町観光基本計画の位置づけ

本計画は、令和元年度に策定した「屋久島町第二次振興計画」を上位計画とした本町の観光分野における計画として策定します。



03 計画の期間

本計画の期間は、令和8年度を始期とし、令和17年度までの10年間とします。ただし、近年の観光を取り巻く状況の変化の著しさを鑑み、5年後に中間の検証を行い、必要に応じた見直しを行います。



第1章 屋久島町観光を取り巻く環境

01 我が国の観光動向

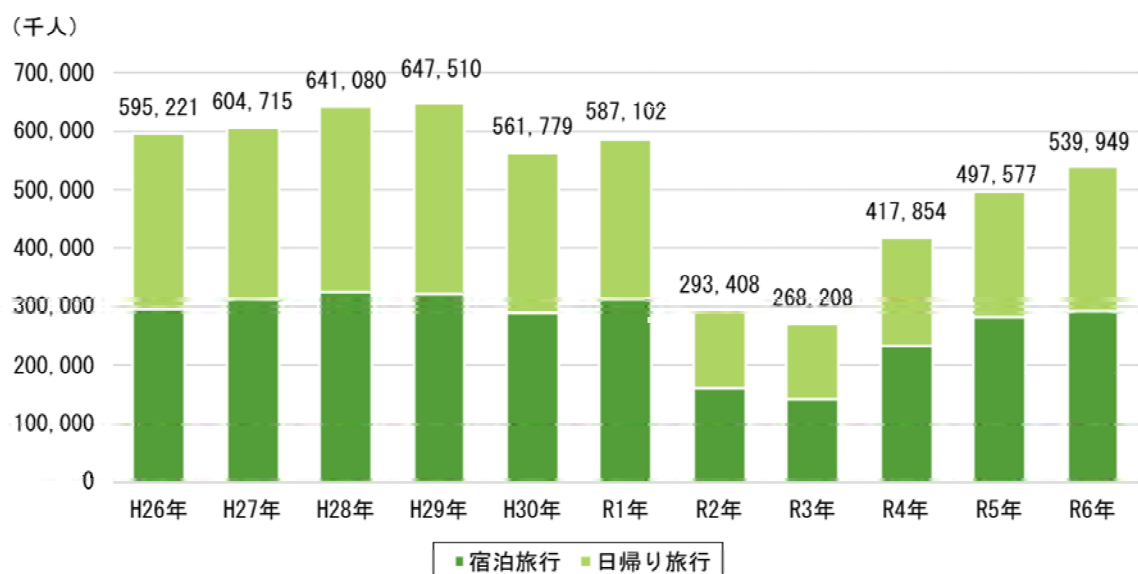
02 鹿児島県の観光動向

01 我が国の観光動向

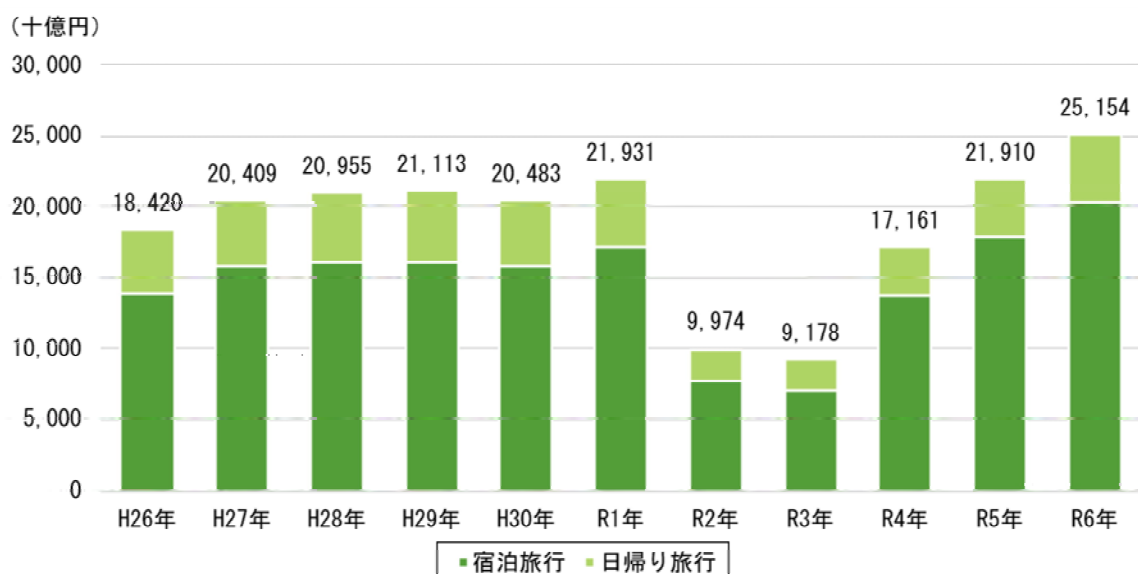
(1) 日本人の国内観光の状況

日本人国内旅行者数は、平成 29 年の 647,510 千人以降減少傾向にあり、新型コロナウイルス感染症（以下「コロナ感染症」という。）の影響で令和 2・3 年は大きく減少しました。その後、令和 4 年以降は回復傾向となっています。また、平成 30 年までは宿泊旅行と日帰り旅行の割合は均衡していましたが、令和元年以降、徐々に宿泊旅行の割合が増えています。

日本人国内旅行消費額は、令和元年まで増加傾向でしたが、コロナ感染症の影響で、令和 2 年と 3 年に大きく減少しました。その後、令和 6 年には令和元年を超える消費額が確認できます。



日本人国内宿泊旅行及び日帰り旅行延べ人数の推移（観光庁「旅行・消費動向調査」）

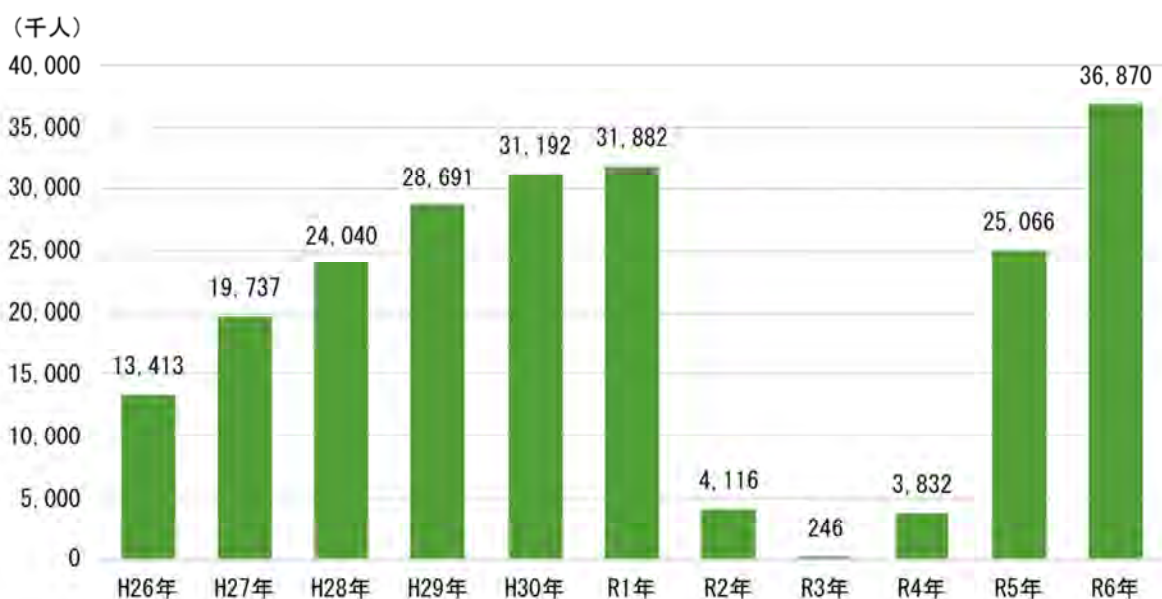


日本人国内旅行消費額の推移（観光庁「旅行・消費動向調査」）

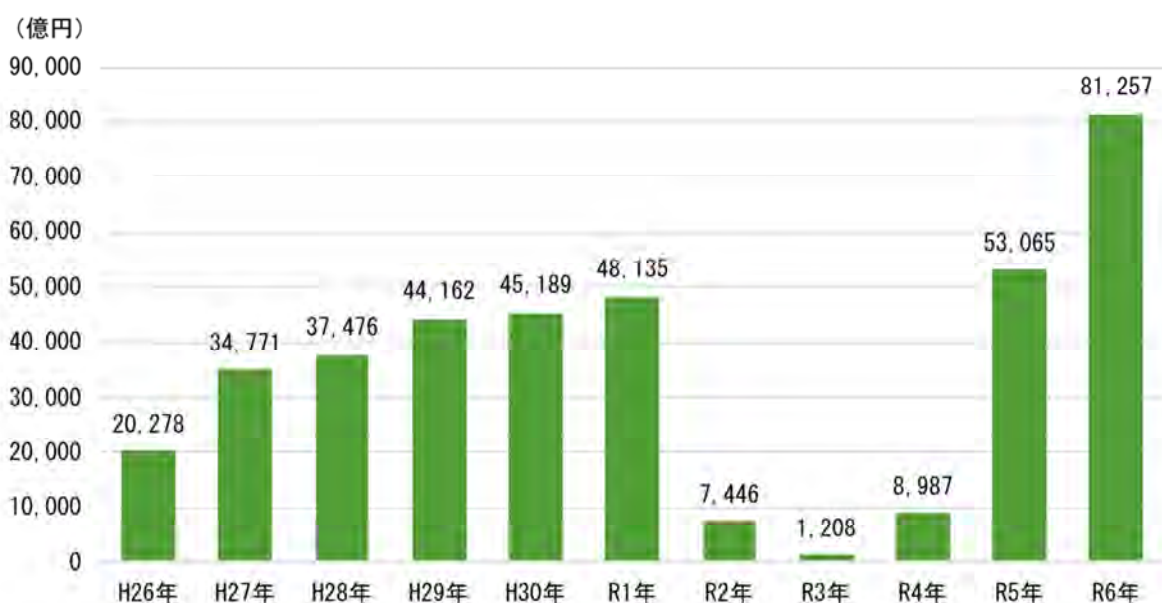
(2) 訪日外国人の国内観光の状況

訪日外国人旅行者数は、令和元年まで年々増加していましたが、コロナ感染症の影響で令和2年から令和4年にかけて大きく減少しました。令和5年5月に感染症法上の「5類」移行に伴って水際対策が終了されたことをきっかけに、令和5年には25,066千人まで回復、令和6年には過去最高の36,870千人を記録しました。

同様に、訪日外国人旅行者による消費額も令和2年から令和4年にかけて大きく減少しましたが、令和5年には令和元年を上回る5兆3,065億円となり、令和5年3月に閣議決定された「観光立国推進基本計画」で掲げられた訪日外国人旅行消費額5兆円の目標額に達しました。さらに、令和6年には8兆1,257億円まで増加し、訪日外国人旅行者数と同様に過去最高を記録しました。



訪日外国人旅行者数の推移（日本政府観光局「訪日外客統計」）



訪日外国人旅行者による消費額の推移（観光庁「インバウンド消費動向調査」）

(3) 国の政策動向

① 観光立国推進基本計画

令和5年3月に閣議決定された「観光立国推進基本計画」においては、観光立国の持続可能な形での復活に向け、観光の質的向上を象徴する「持続可能な観光」「消費額拡大」「地方誘客」の3つをキーワードに、『持続可能な観光地域づくり』『インバウンド回復』『国内交流拡大』の3つの戦略に取り組むこととしています。

● 持続可能な観光地域づくり

コロナ禍によって大打撃を受けた観光地や観光産業の再生・高付加価値化を図るとともに、観光DX³等の推進による「稼げる地域・稼げる産業」の実現を目指す。併せて、自然や文化等の地域資源の保全と観光の両立や、地域住民への配慮等により、「住んでよし、訪れてよし」の持続可能な観光地域づくりを推進

● インバウンド回復

本格的なインバウンドの呼び戻しにあたっては、文化財、アクティビティ、アート、食、国立公園、農泊等を活用し、高付加価値旅行者の地方誘客や消費額拡大に向けた高付加価値なコンテンツの充実等の取組を強化し、さらに、MICE⁴等のビジネス需要や外国人留学生の受入れなど、国際的な人的交流機会の創出への積極的な取組

● 国内交流拡大

全国で人口減少が進行する中、近年の働き方や住まい方のニーズの多様化を踏まえて、ワーケーションや第2のふるさとづくり、高齢者等の旅行需要の喚起につながるユニバーサルツーリズム⁵等を、旅行需要の平準化や地域の関係人口拡大に向けた取組を推進

³ 業務のデジタル化によって、効率化を図るだけではなく、収集されるデータの分析・利活用によるビジネス戦略の再検討や新たなビジネスモデルの創出といった変革を行うもの。

⁴ : 企業等の会議 (Meeting)、企業等の行う報奨・研修旅行 (Incentive Travel)、国際機関・団体、学会等が行う国際会議 (Convention)、展示会・見本市、イベント (Exhibition/Event) の頭文字を使った造語で、これらのビジネスや学術的な催しのために多くの人が集まるイベントの総称。

⁵ 高齢や障がい等の有無にかかわらず、すべての人が安心して楽しめる旅行。

② 脱炭素の推進

2020 年 10 月、日本政府は 2050 年までに温室効果ガスの排出を全体としてゼロにする「カーボンニュートラル⁶」を目指すことを宣言し、産業政策・エネルギー政策の両面から、成長が期待される 14 の重要分野⁷について実行計画を策定し、国としての目標を掲げています。

観光分野では、2021 年に「観光における気候変動対策に関するグラスゴー宣言」が発表され、今後 10 年間で観光部門での二酸化炭素排出量を半減させ、2050 年までに「ネット・ゼロエミッション⁸（ネットゼロ）」を達成するために、脱炭素社会や SDGs に配慮した商品・サービス造成が進められています。

③ 観光 DX の推進

旅行者の利便性向上及び周遊促進、観光産業の生産性向上、観光地経営の高度化、観光デジタル人材の育成・活用等、地域の課題解決を図り、地域活性化・持続可能な経済社会の実現を目指し、観光分野における DX の活用が求められています。

⁶ 化石燃料の燃焼等から生じる温室効果ガスの「排出量」と「吸収量」を均衡させること。

⁷ グリーン成長戦略で産業政策・エネルギー政策の両面から成長が期待される以下の分野。

①「洋上風力・太陽光・地熱」、②「水素・燃料アンモニア」、③「次世代熱エネルギー」、④「原子力」、⑤「自動車・蓄電池」、⑥「半導体・情報通信」、⑦「船舶」、⑧「物流・人流・土木インフラ」、⑨「食料・農林水産業」、⑩「航空機」、⑪「カーボンリサイクル・マテリアル」、⑫「住宅・建築物・次世代電力マネジメント」、⑬「資源循環関連」、⑭「ライフスタイル関連」

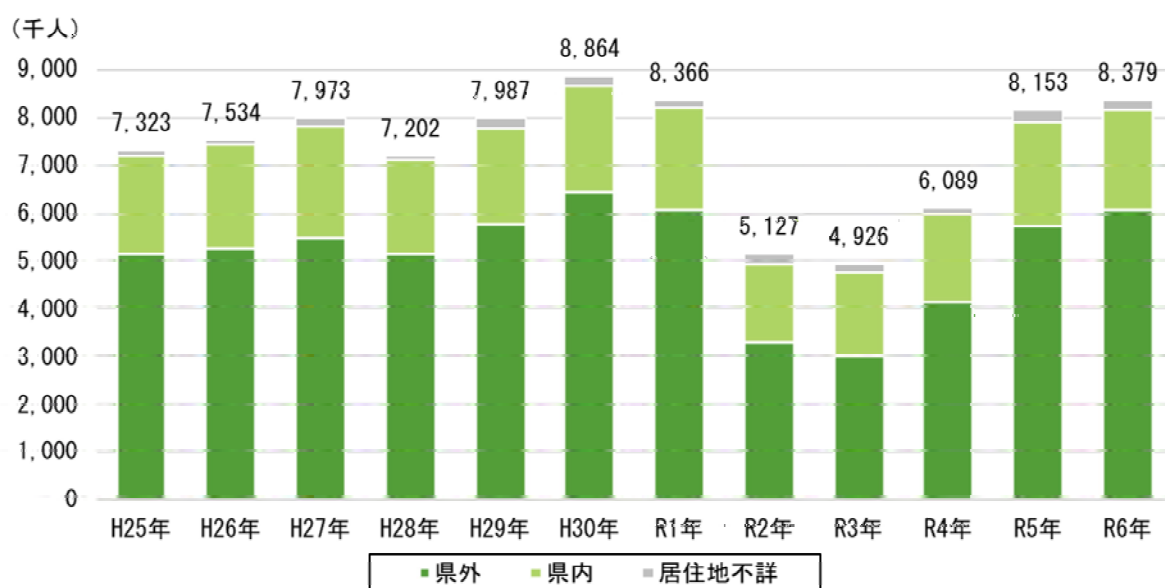
⁸ 化石燃料の燃焼やフロン類等のすべての温室効果ガスの「排出量」と「吸収量」を均衡させて、実質的な（正味の）排出量を実質ゼロにすること。

02 鹿児島県の観光動向

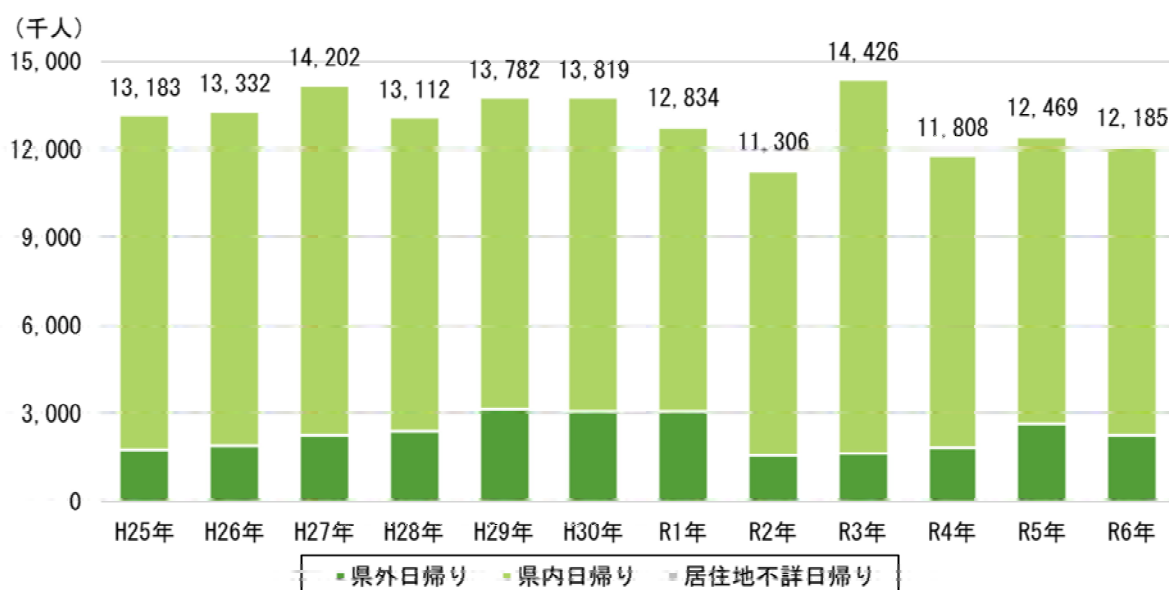
(1) 鹿児島県内の観光の状況

鹿児島県内の延べ宿泊者数は、増減はあるものの平成30年まで増加傾向にありました。その後、コロナ感染症の影響を受け、特に県外からの来訪者が大幅に減少し、令和2年以降落ち込んでいましたが、令和6年は平成30年の約94.5%まで回復しています。

一方、延べ日帰り客数は例年13,000千人前後で推移しており、令和2年にコロナ感染症の影響を受けて減少したものの、令和3年には県民限定かごしま旅クーポンの発売が行われるなど、県内観光移動の活発化により増加し、それ以降は12,000千人前後で推移しています。



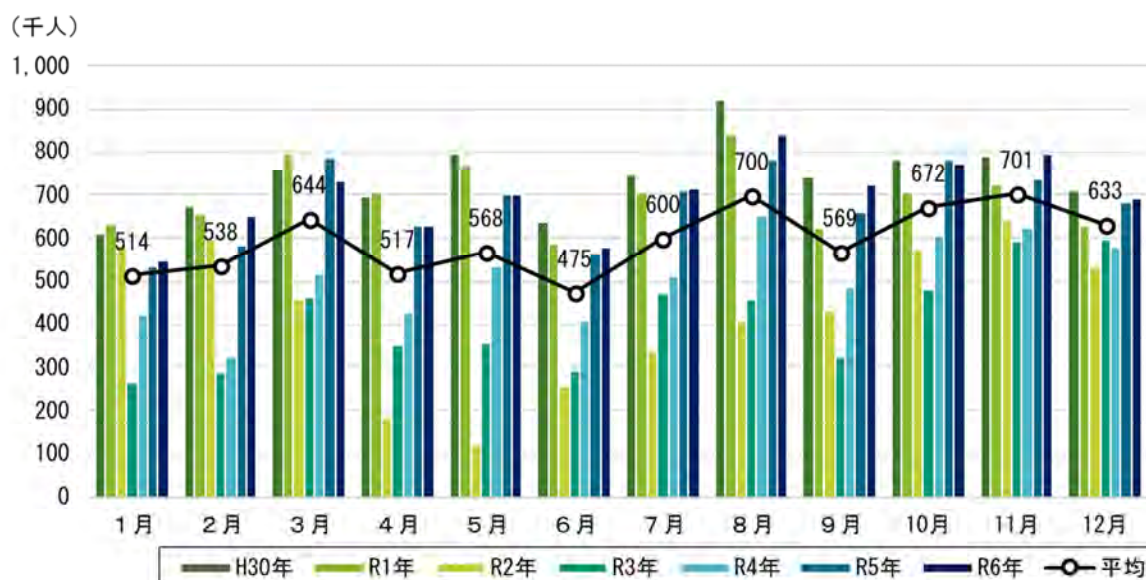
鹿児島県の延べ宿泊者数の推移（鹿児島県の観光動向調査）



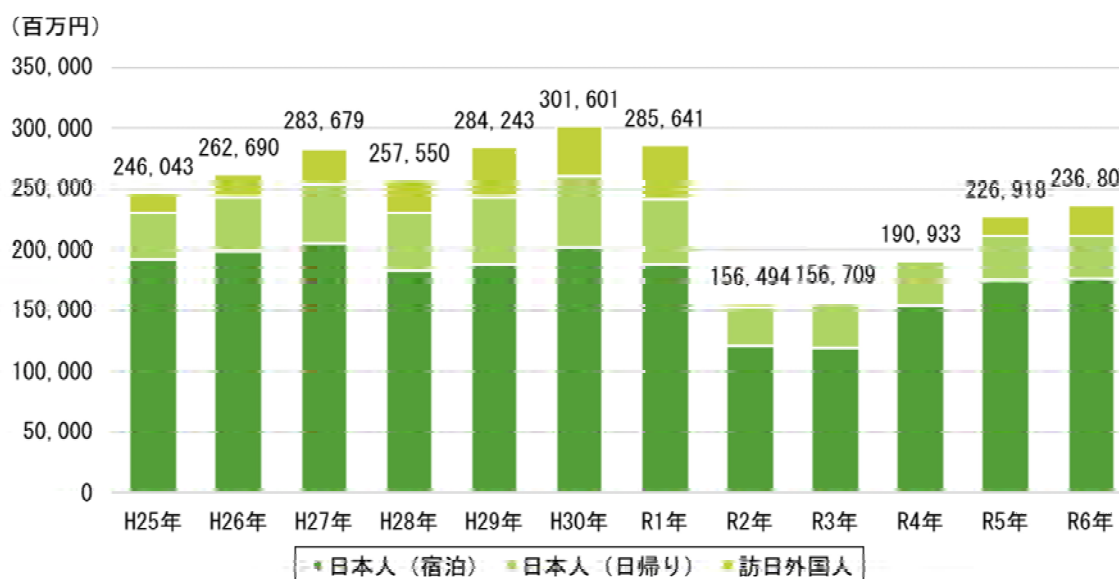
鹿児島県の延べ日帰り客数の推移（鹿児島県の観光動向調査）

月別の延べ宿泊客数は、コロナ感染症拡大による緊急事態宣言やGoToトラベル事業等の政策動向の影響を受け、年によりばらつきがあるものの、直近7年間の平均では8月と11月が多く、上半期が3月と5月を除いて少ない傾向にあります。

観光消費額は、平成30年には301,601百万円まで増加していましたが、コロナ感染症の影響で令和2年と3年は大きく減少し、令和4年から増加傾向にありますがコロナ禍前の水準への回復には至っていません。



鹿児島県の月別延べ宿泊客数の推移（鹿児島県の観光動向調査）

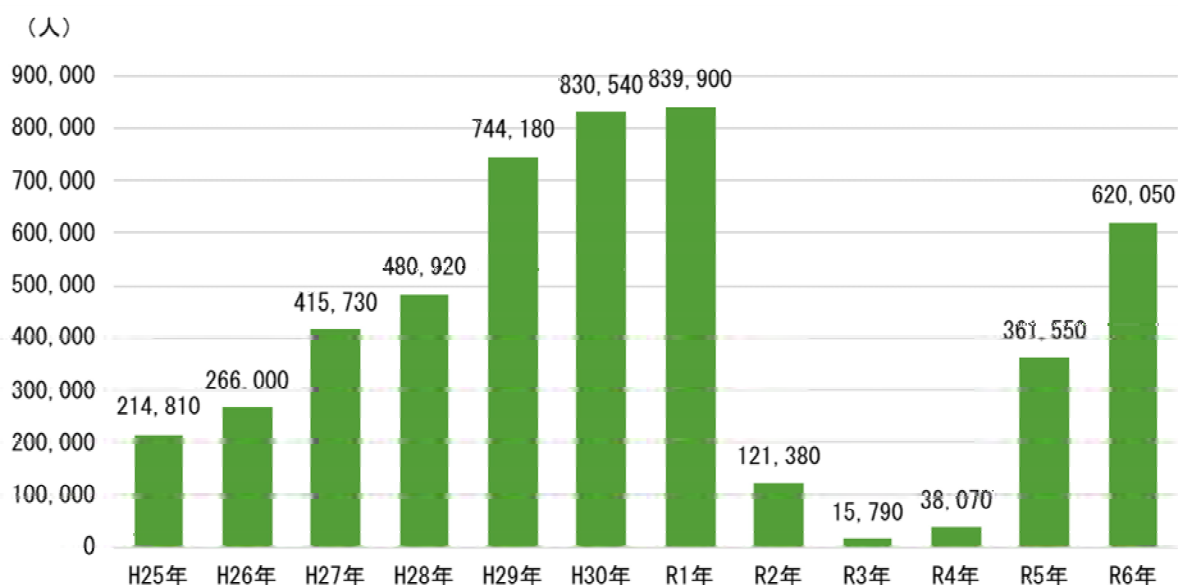


鹿児島県の観光消費額の推移（鹿児島県の観光動向調査）

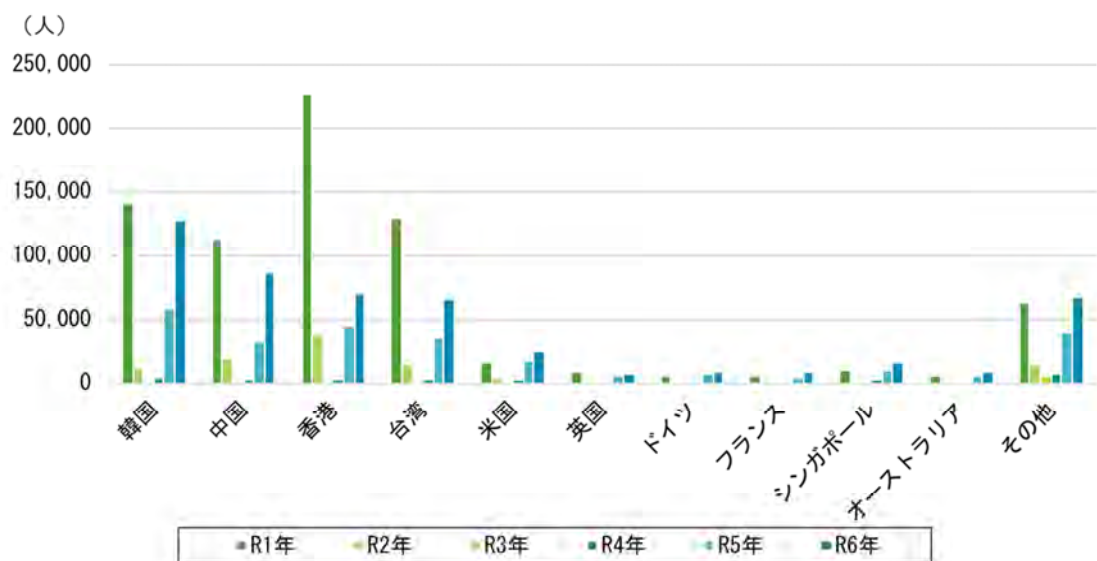
(2) 鹿児島県内の訪日外国人の状況

鹿児島県の外国人延べ宿泊者数は、令和元年まで増加傾向となっていました。コロナ感染症の拡大により令和2年3月に鹿児島空港国際線が全便運休となったことなどが影響して大きく減少しました。その後、水際対策の緩和などにより、令和4年6月と10月に香港便とソウル便が、令和5年5月と7月には台北便と上海便の運航が再開され、令和5年3月には国際クルーズ船の受入れも再開されるなど徐々に回復傾向となっています。

国籍別の外国人延べ宿泊者数は、コロナ禍により激減しましたが、水際対策の終了などにより、鹿児島空港と直行便が運航している香港、韓国、台湾、中国からの来訪の増加が見られています。



外国人延べ宿泊者数（鹿児島県の観光の動向）



国籍別外国人延べ宿泊者数（観光庁/「宿泊旅行統計」）

※従業員数10人以上の宿泊施設の宿泊者数

第2章 屋久島町観光の現況

- 01 屋久島町の観光の近況
- 02 前計画における取組のふりかえり
- 03 その他データから現況

01 屋久島の観光の近況

本町は、世界自然遺産地域に代表される豊かな自然環境、温暖な気候が育む食文化、歴史や暮らしに根ざした里の文化、さらには火山とともにある口永良部島の特色など、多様で魅力的な観光資源を有しています。これらの資源を活かした観光振興に取り組むことで、訪れる人々に感動や学びを提供するとともに、町民が誇りを持てる地域づくりを進めています。

(1) 自然

屋久島を象徴する樹齢数千年と言われる屋久杉の天然林や九州最高峰の宮之浦岳、ラムサール条約登録湿地である永田浜やウミガメを代表とする貴重な動植物など、圧倒的な自然資源を有しています。

屋久島は、1980年にユネスコエコパーク、1993年には世界自然遺産地域にも登録され、環境省、林野庁、鹿児島県、屋久島町及び関係団体等で連携して登山道整備や利用ルールの設定など適正利用の取組を進めています。また、2005年に永田浜はラムサール条約湿地に登録され、地元団体によるウミガメの保護や観察活動が定着しています。



(2) 食

屋久島の温暖な気候を生かしたポンカンやタンカン等の果樹や屋久島茶、日本有数の漁獲量を誇るトビウオ等、豊富な食資源を有しています。ポンカンやタンカン、屋久島茶は、生産者団体によるブランド化と販路拡大が進められ、都市圏などでのPRも行われています。トビウオは「すり身」などの加工品が観光消費に結びついています。町民及び事業者アンケート結果からも食に関する意見が多くあり、町民自身が本町の食に対して愛着や誇りを持っている状況が確認できます。



(3) 里

屋久島町内にある 26（屋久島 24・口永良部島 2）の集落は、長年にわたり自然と共生して育まれてきた独自の歴史や暮らしの営みを今に伝えています。各集落の語り部が案内する「里めぐり」は、ガイドブックに載っていない日常の風景や年中行事、生活文化・伝統技術に直接触れる機会を提供しており、訪れる人に対して地域の深い魅力を伝える重要なコンテンツとなっています。こうした住民主体の取組は、単なる観光体験を越えて観光客と地域住民の交流を促し、地域固有の文化資源の継承や地域の誇りの醸成にも寄与しています。



(4) 口永良部島

口永良部島は、活動時期が異なる複数の火山体で構成されている火山島でありながら、照葉樹林や竹の緑に覆われた景観から「緑の火山島」とも呼ばれており、国の天然記念物であるエラブオオコウモリや鹿児島県指定の天然記念物であるミシマサワガニなどの貴重な野生生物が生息しています。また、島全域が国立公園（2012 年登録）であるとともに、ユネスコエコパーク（2016 年拡張登録）でもある大変珍しい島です。

2015 年の新岳の爆発的な噴火以降、今なお警戒が続いていますが、復興と振興計画のもとで住民生活の充実や産業の活性化などが模索されています。観光面では、温泉や漁業体験、「里めぐり」などを活かした少人数受入型のツアー造成などにより、火山とともに生きる人々の暮らしや良質な温泉など、屋久島とは違った非日常を体感することができます。



02 前計画における取組のふりかえり

(1) 取組の成果に関する（アウトプット）評価

① 施策の推進評価

平成 28 年 3 月に策定した前計画について、庁内において事業ごとに達成度を定性的に評価し、施策別に評価点を算出しました。評価点は“予定を大きく上回り達成できた”を 5 点、“予定以上に達成できた”を 4 点、“予定通りに達成できた”を 3 点、“あまり達成できなかった”を 2 点、“ほとんど(まったく)達成できなかった”を 1 点とし、算出した事業ごとの点数を事業数で除し、施策別の達成度としました。

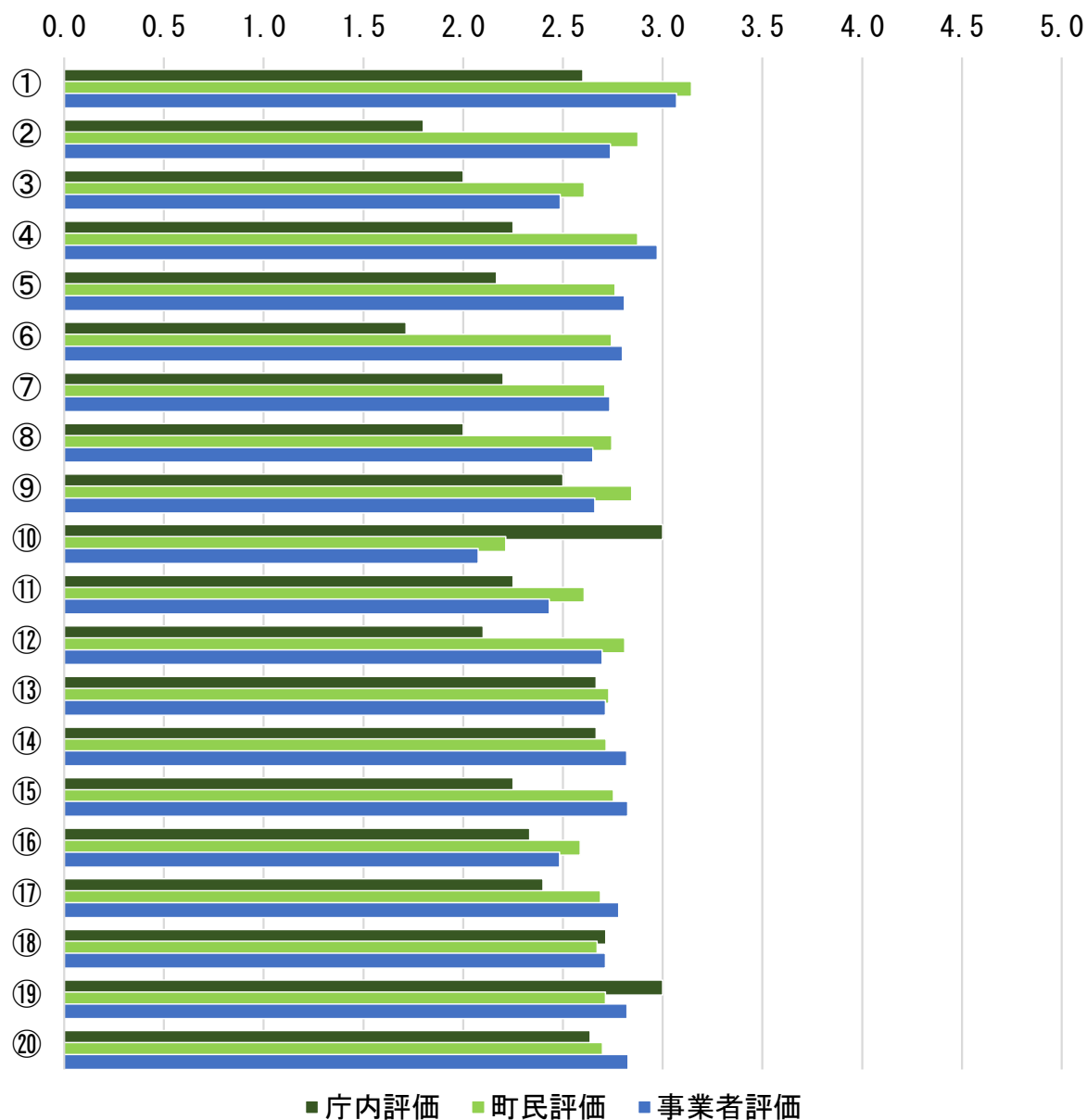
また、町民アンケート及び事業者アンケートにおいて施策ごとに満足度を把握し、“満足”を 5 点、“やや満足”を 4 点、“わからない”を 3 点、“やや不満”を 2 点、“不満”を 1 点とし、算出した施策ごとの点数を回答数で除し、施策別の評価としました。

なお、各施策について、下表の通り番号を割り振り整理しました。

基本方針 / 施策		番号
1. エコツーリズムの島「屋久島」から世界に誇れるワンランク上の観光まちづくり		
(1) 世界自然遺産の魅力を高める山・川・海・里のエコツアーや体験型メニューの充実		①
(2) 次世代リピーター育成に向けたメニューの充実		②
(3) 雨の島「屋久島」を観光資源とした取組の展開		③
(4) 観光客協力・参加型イベントや行事の開催		④
2. 地域資源（ヒト・モノ・カネ）の融合による循環する仕組みづくり		
(1) 屋久島独自の地産地消流通体制の構築と食の充実		⑤
(2) 地場産業と連携した島内消費を促す仕組みづくり		⑥
(3) 観光客と住民の交流機会の創出		⑦
3. 満足度向上につながる受入基盤・環境の整備と情報発信		
(1) 世界自然遺産にふさわしい景観・環境の保存と形成		⑧
(2) CO ₂ フリーの島づくり		⑨
(3) 利便性の高い交通アクセス環境の整備		⑩
(4) インバウンドに対応したハード整備と情報発信		⑪
(5) 利用者の視点に立った観光情報の充実と多様な媒体等を通じた情報発信		⑫
4. 「島いところ」の精神によるおもてなし		
(1) 町民主導のおもてなしの推進		⑬
(2) 屋久島の歴史・文化を学ぶ機会の提供		⑭
(3) 「島いところ」の精神を担う人材の育成と活用		⑮
5. 協働による広域的・横断的ネットワーク体制づくり		
(1) 屋久島町観光推進会議（仮称）の発足とマネジメント力の強化		⑯
(2) 口永良部島との連携強化		⑰
(3) 世界遺産やエコパーク、環境教育等のテーマに応じた広域的な観光の推進		⑱
6. 自然の鼓動を体感する火の島「口永良部島」の活用		
(1) 口永良部島におけるライフラインの早期復旧作業の推進		⑲
(2) 口永良部島の再生と新たな魅力の創出（進化）		⑳

庁内の達成度評価と町民及び事業者の満足度を比較すると、ほとんどの施策で町民及び事業者の満足度が庁内の達成度よりも高くなりました。

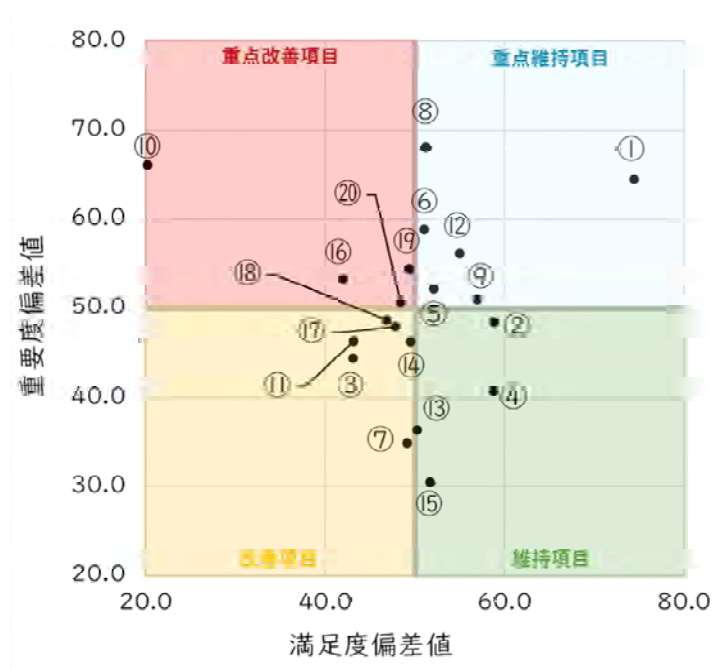
なお、内容を数値でみると庁内の達成度評価の値は全体的に低い傾向にあることから、軽々に施策の達成度以上に町民及び事業者が満足していると判断すべきではなく、今後は関係機関・団体等が連携して観光振興に関連する事業に取り組むことで、庁内の達成度評価並びに町民及び事業者の満足度の底上げに努めていく必要があります。



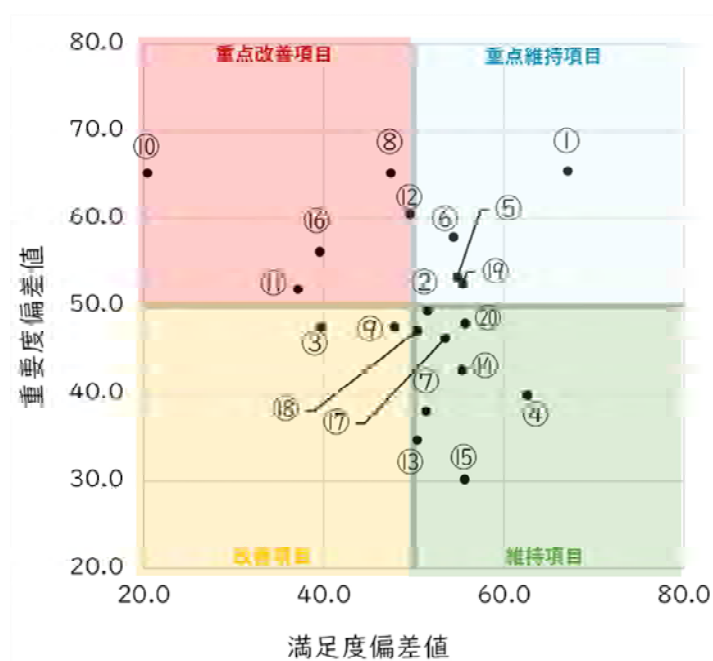
前計画における施策別の庁内達成度評価と町民及び事業者満足度の比較

② 施策の満足度と重要度

町民アンケート及び事業者アンケートから、重点改善項目として、いずれも⑩「利便性の高い交通アクセス環境の整備」が最も高くなっています。重点維持項目では、いずれも①「世界自然遺産の魅力を高める山・川・海・里のエコツアーや体験型メニューの充実」、⑤「屋久島独自の地産地消費流通体制の構築と食の充実」、⑥「地場産業と連携した島内消費を促す仕組みづくり」が共通して挙げられています。また、⑧「世界自然遺産にふさわしい景観・環境の保存と形成」について、町民は重点維持、事業者は重点改善の項目として挙げています。



前計画の施策の満足度と重要度（町民アンケート）

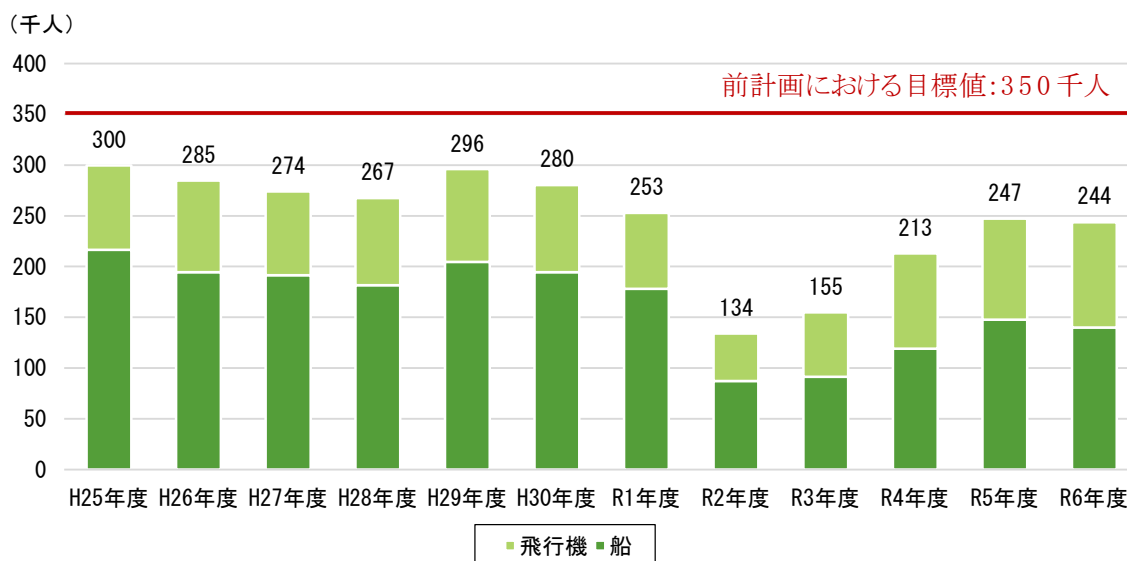


前計画の施策の満足度と重要度（事業者アンケート）

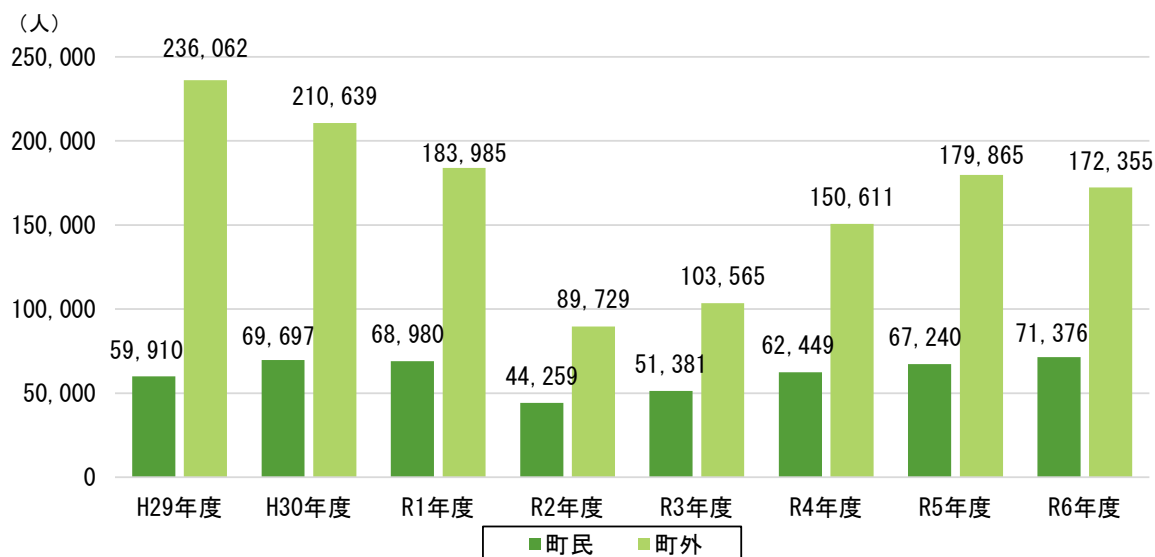
(2) 取組の効果に関する（アウトカム）評価

前計画では、令和2年度に本町への入込者数 350 千人を目指すとして目標値を設定しました。しかし、前計画策定以降も屋久島への入込者数は減少傾向にあり、平成 29 年度に増加したものの、再び減少し、さらに、令和2年度と令和3年度にはコロナ感染症の影響によって大きく減少しました。その後、回復傾向にあるものの、令和6年度は約 244 千人と目標値は非達成となっています。

入込者数の町民と町外の内訳⁹は、区分が可能となった平成 29 年度が町外者の入込者数が最も多く、コロナ禍による激減を経て回復傾向にあるものの、令和6年度の入込者数は、コロナ禍前の平成 30 年度と比較して、町民は増加し、町外は約 38 千人の減となっています。



屋久島の入込者数の推移 (統計 屋久島町)



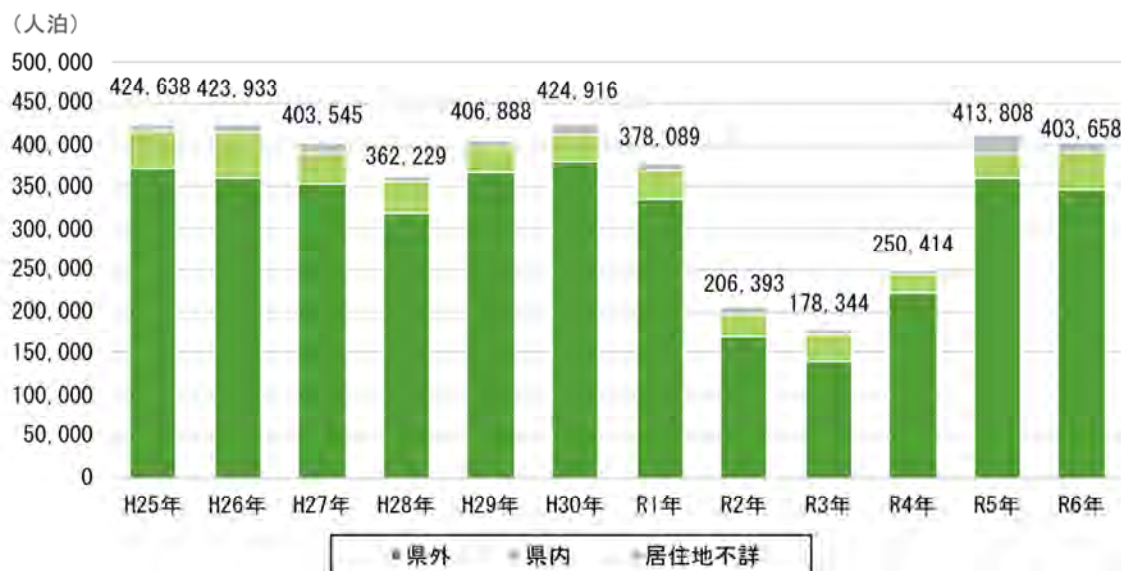
屋久島の入込者数の内訳 (統計 屋久島町)

⁹ 有人国境離島法に基づく航路・航空路運賃低廉化事業の割引適用者（「離島割引カード」使用者）を「町民」とし、割引適用者以外の方を「町外」としています。

03 その他データから見る現況

(1) 延べ宿泊者数

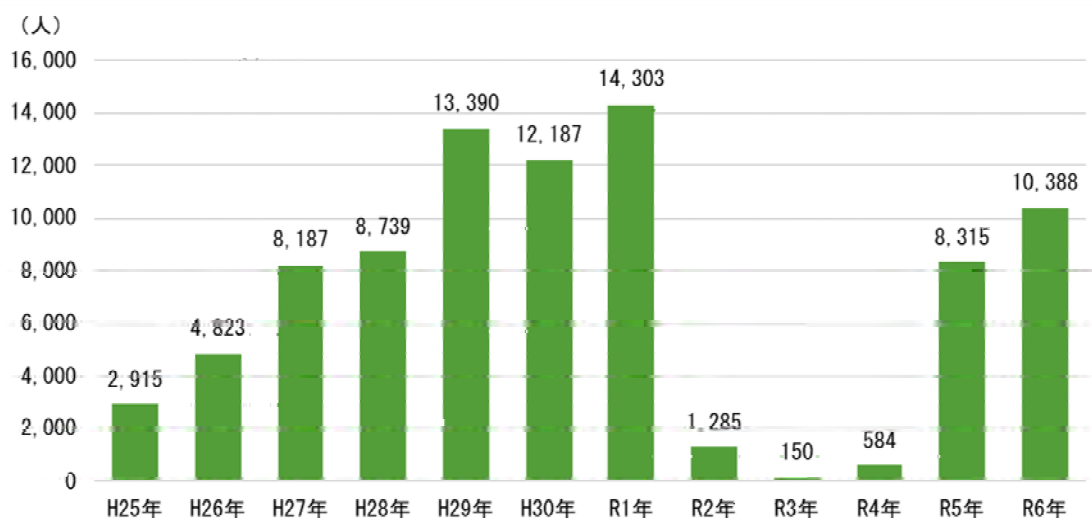
屋久島町の延べ宿泊者数は、コロナ感染症の影響を受けて令和2年以降、県の動向と同様に県外の来訪者が大幅に減少していましたが、令和5年は県外の来訪者が回復したことから41万人泊を超えました。令和6年はやや減少しており、回復傾向にあるものの変動が見られています。



延べ宿泊者数（鹿児島県の観光の動向）

(2) 外国人延べ宿泊者数

屋久島町の外国人延べ宿泊者数は、令和元年まで増加傾向でしたが、コロナ感染症の影響を受けて令和2年以降大きく減少しています。令和4年6月から5年7月にかけての鹿児島空港の国際便の運航再開や令和5年3月の国際クルーズ船の受入再開により、令和6年は令和元年と比較して7割程度まで回復しており、今後さらなる増加が見込まれます。



外国人延べ宿泊者数（鹿児島県の観光の動向）

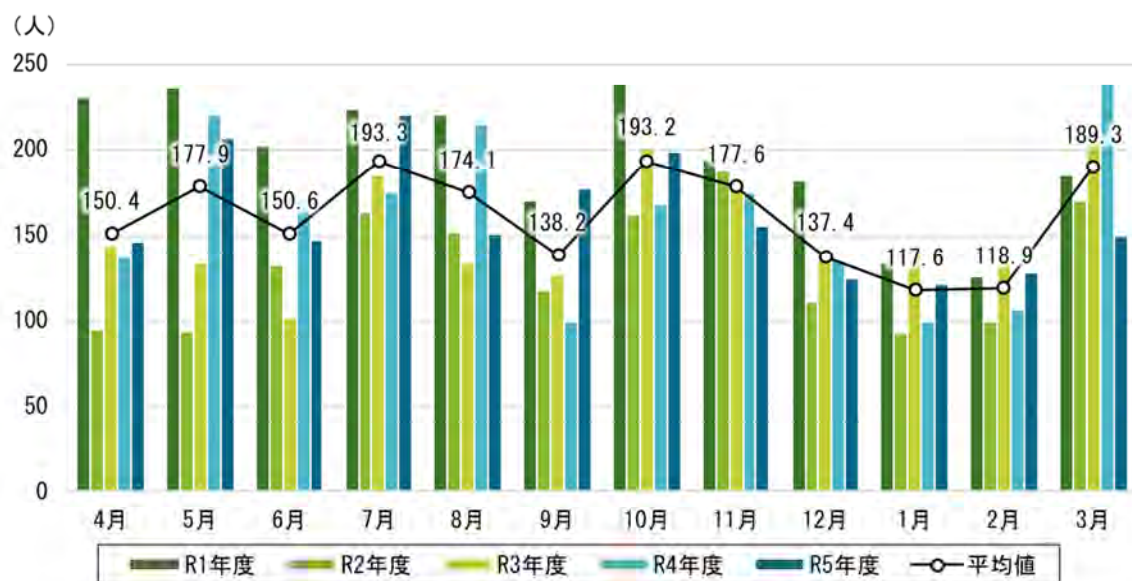
(3) 口永良部島への入込者数

口永良部島への入込者数は、平成27年度は口永良部島新岳の爆発的噴火により少なかったと考えられます。その後、平成29年度をピークに減少傾向となっており、コロナ感染症の影響により令和2年度に大きく減少しました。その後、回復傾向にはあるものの、コロナ禍前の水準には戻っていません。

月別の入込者数は、コロナ感染症拡大による緊急事態宣言やGoToトラベル事業等の政策動向の影響を受け、年によりばらつきはあるものの、直近5年間で平均して7月、10月、3月が多く、12月～2月の冬季期間は厳しい季節風によるフェリー太陽IIの運行への影響などもあって少ない傾向となっています。



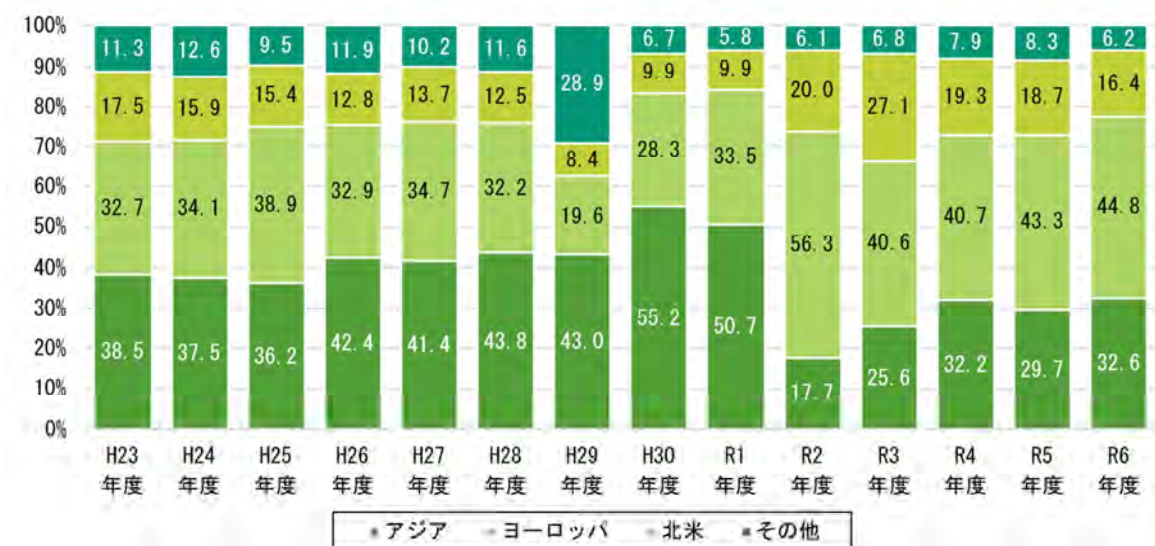
口永良部島の入込者数の推移（屋久島町提供資料）



月別口永良部島の入込者数の推移（屋久島町提供資料）

(4) レクリエーションの森インバウンド入林者の内訳

屋久島レクリエーションの森保護管理協議会は、白谷雲水峡とヤクスギランドで入林者への聞き取り調査を実施しており、それによるインバウンド入林者の地域別の内訳は、令和元年度まではアジア圏からの入林者が最も多く、4～5割程度を占めていました。コロナ禍を経て地域別の構成に変化が生じて、近年ではヨーロッパ（欧州）からの入林者が4～5割と最も多い割合を占めています。



地域別入林者の内訳推移（町提供資料）

(5) 屋久島町観光客の動向

個人旅行では旅行における消費額の37%程度を屋久島までの交通費が占めており、団体・パック旅行では「パック・ツアー代金」が約80%を占めています。また、「体験料」「土産品・買い物」は個人旅行、団体・パック旅行ともに増加傾向となっています。

■個人旅行客の消費額（屋久島町観光に関するアンケート調査※）

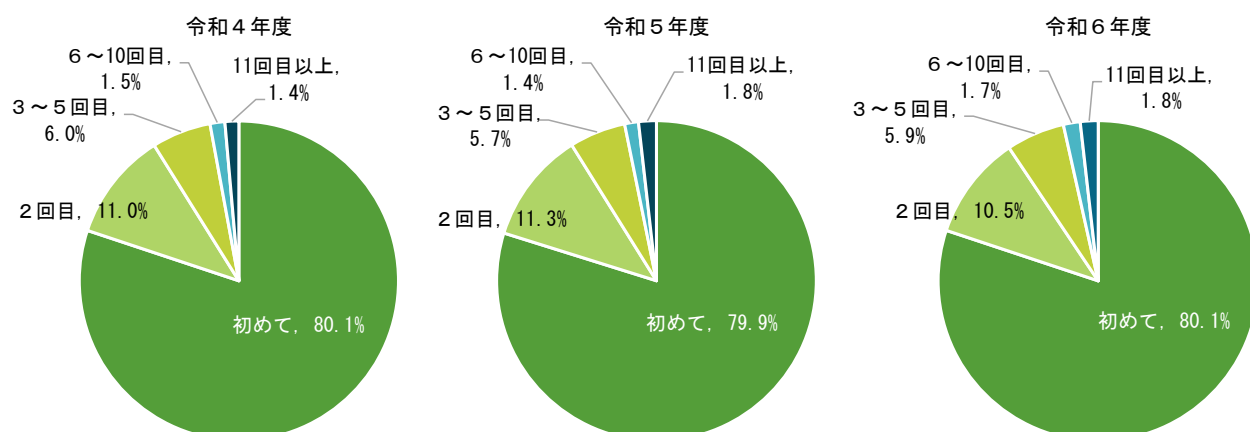
	令和4年度	令和5年度	令和6年度
屋久島までの交通費	—	46,588	42,142
島内での交通費	10,640	10,252	10,268
宿泊費	40,504	32,129	31,118
飲食費	10,686	10,923	10,485
施設入場料	1,323	1,049	906
ガイド料	9,416	8,328	8,183
体験料	1,984	2,344	2,225
土産品・買い物	8,710	9,511	9,181
その他	1,386	1,573	627
合計	84,649	122,697	115,135

■団体・パック旅行客の消費額（屋久島町観光に関するアンケート調査）

	令和4年度	令和5年度	令和6年度
パック・ツアー代金	106,540	116,787	119,416
島内での交通費	5,831	4,602	4,525
飲食費	8,008	7,146	7,766
施設入場料	849	738	925
ガイド料	6,182	7,169	5,713
体験料	1,206	1,260	1,768
土産品・買い物	7,967	9,649	9,759
その他	716	1,200	466
—	—	—	—
合計	137,299	148,551	150,338

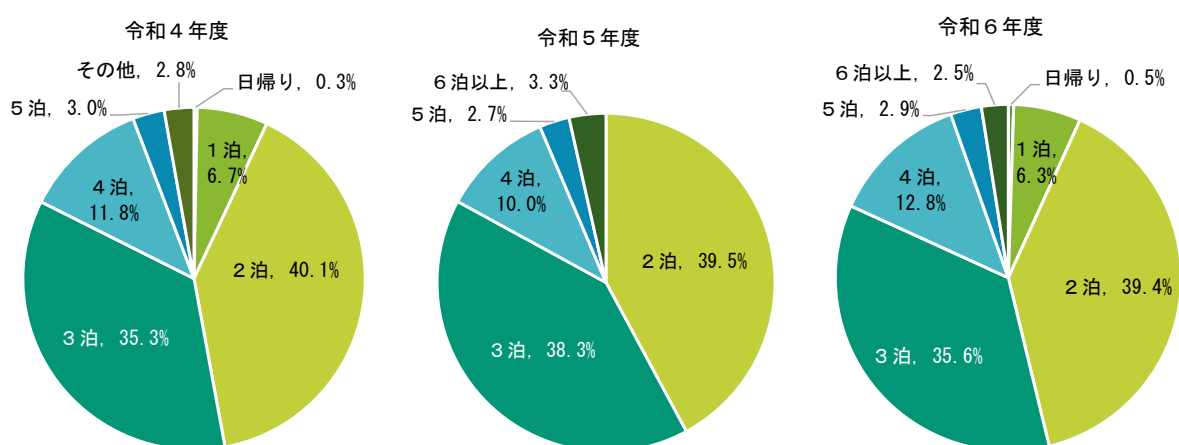
※ 「屋久島町観光に関するアンケート調査」は、例年7月から11月の5か月間、町が委託をした調査員が港や空港において日本人旅行者に対して行っている調査です。（令和4年度から実施）

例年8割程度が初めての訪問、2回目の訪問が1割前後、3回以上の訪問も一定数存在します。



観光客の訪問回数（令和4～6年度屋久島町観光に関するアンケート調査）

宿泊日数は2泊が約4割を占めて最も多く、山岳部を観光のメインとした2泊3日の旅行であると考えられます。次いで3泊、4泊の順となっており、また、5泊や6泊以上の長期滞在者も一定数存在しています。



観光客の宿泊数（令和4～6年度屋久島町観光に関するアンケート調査）

(6) 町民及び事業者意向調査

本計画の策定にあたり、町民及び事業者に対してアンケート調査を実施しました。本項では、主な調査結果を整理します。それぞれの調査概要は以下の通りです。

■町民アンケートの調査概要

調査方法	郵送による配布・回収
調査期間	令和6年9月27日（金）～令和6年10月14日（月）
対象	屋久島町内にお住まいの15歳以上の町民2,000名（無作為抽出）
回答数	536（回収率26.8%）

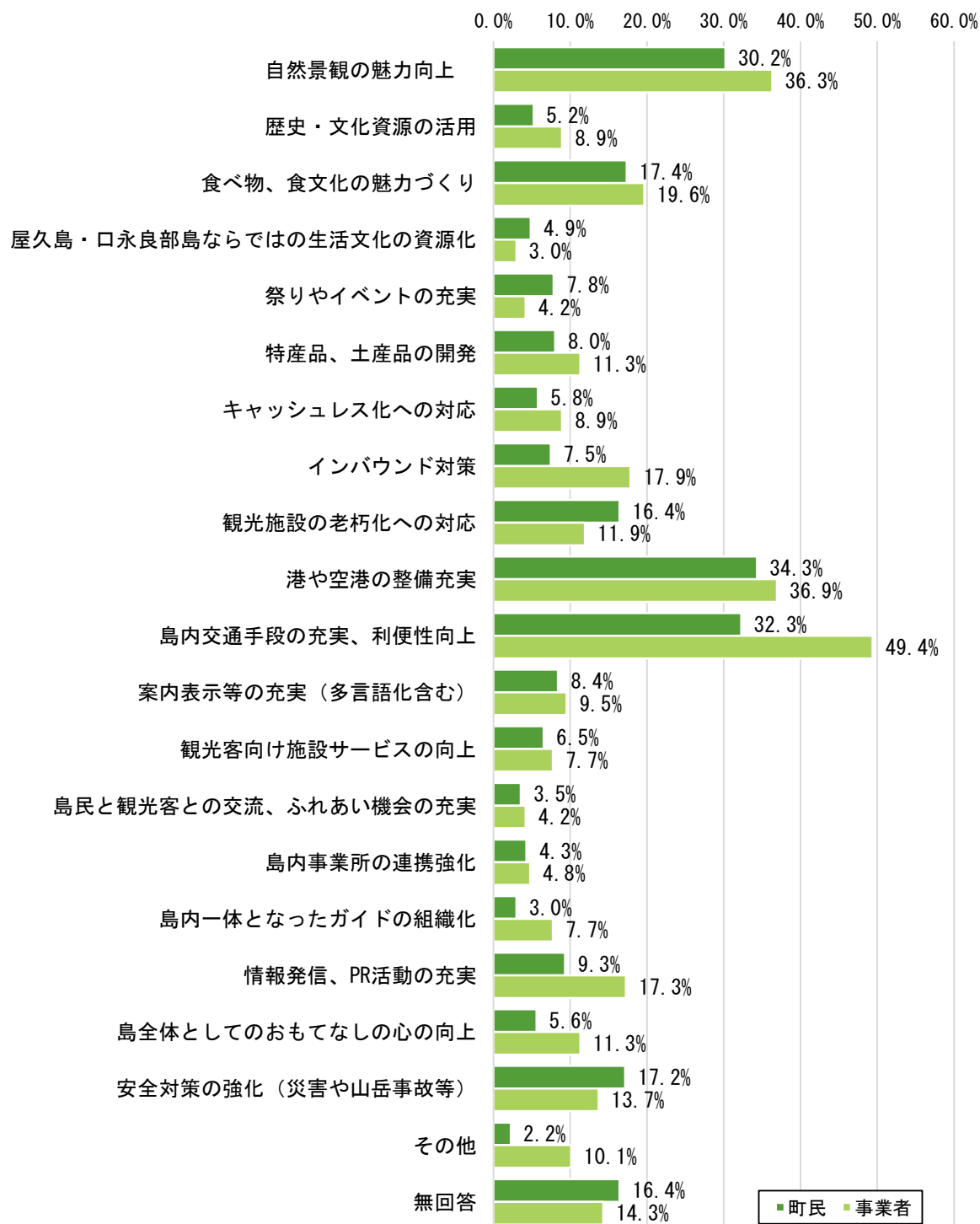
■事業者アンケートの調査概要

調査方法	郵送による配布・回収
調査期間	令和6年10月28日（月）～令和6年11月22日（金）
対象	屋久島町商工会及び屋久島観光協会に属する事業者（666事業者）
回答数	168（回収率25.2%）

主な調査結果を次頁以降に整理します。

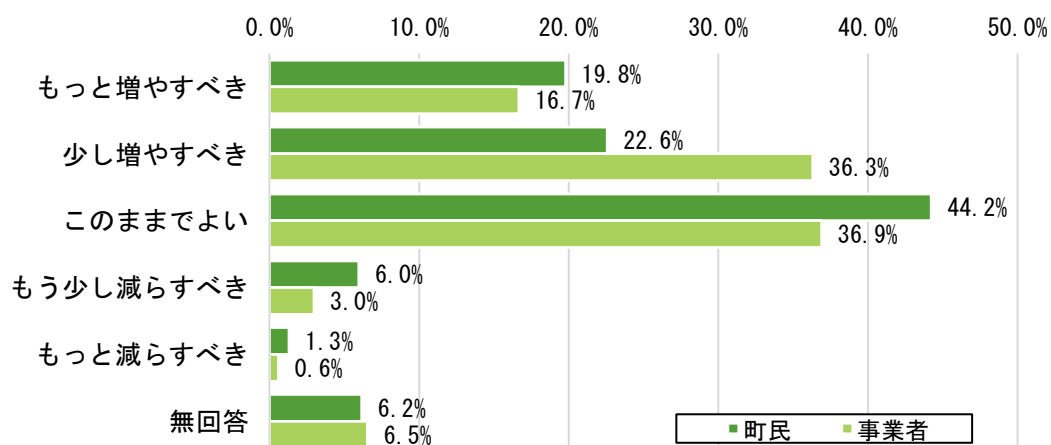
① 今後の観光振興で重要なこと

町民及び事業者のいずれも「自然景観の魅力向上」、「港や空港の整備充実」、「島内交通手段の充実、利便性向上」が、今後の観光振興で重要なこととして挙げられました。



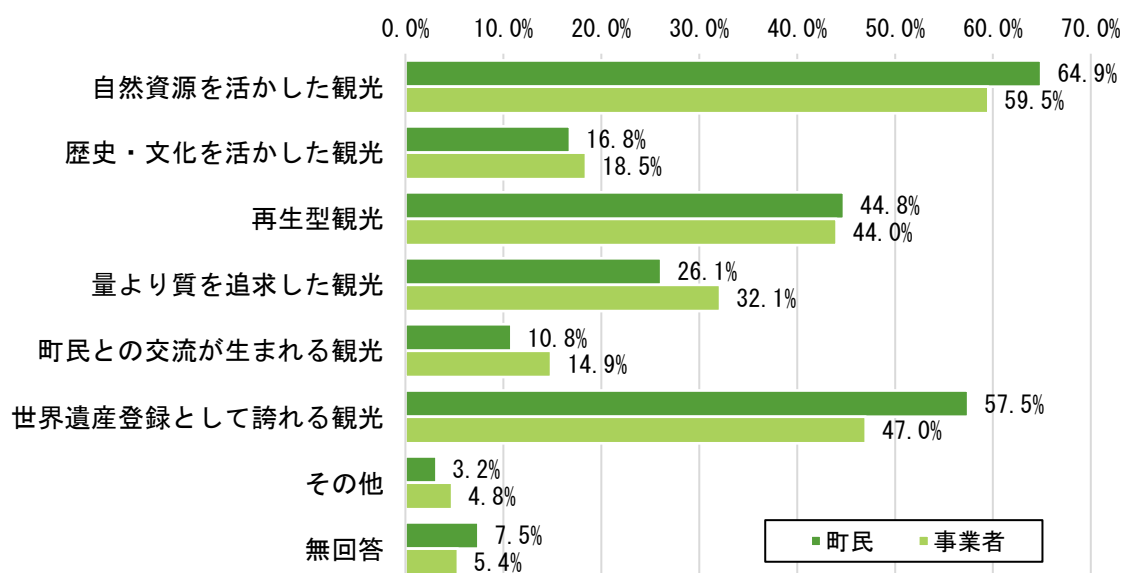
② 観光客数について

町民及び事業者とも「このままでよい」の回答が最も多いものの、「増やすべき（もっと増やすべき＋少し増やすべき）」と回答した町民及び事業者はそれぞれ42%、53%となっています。



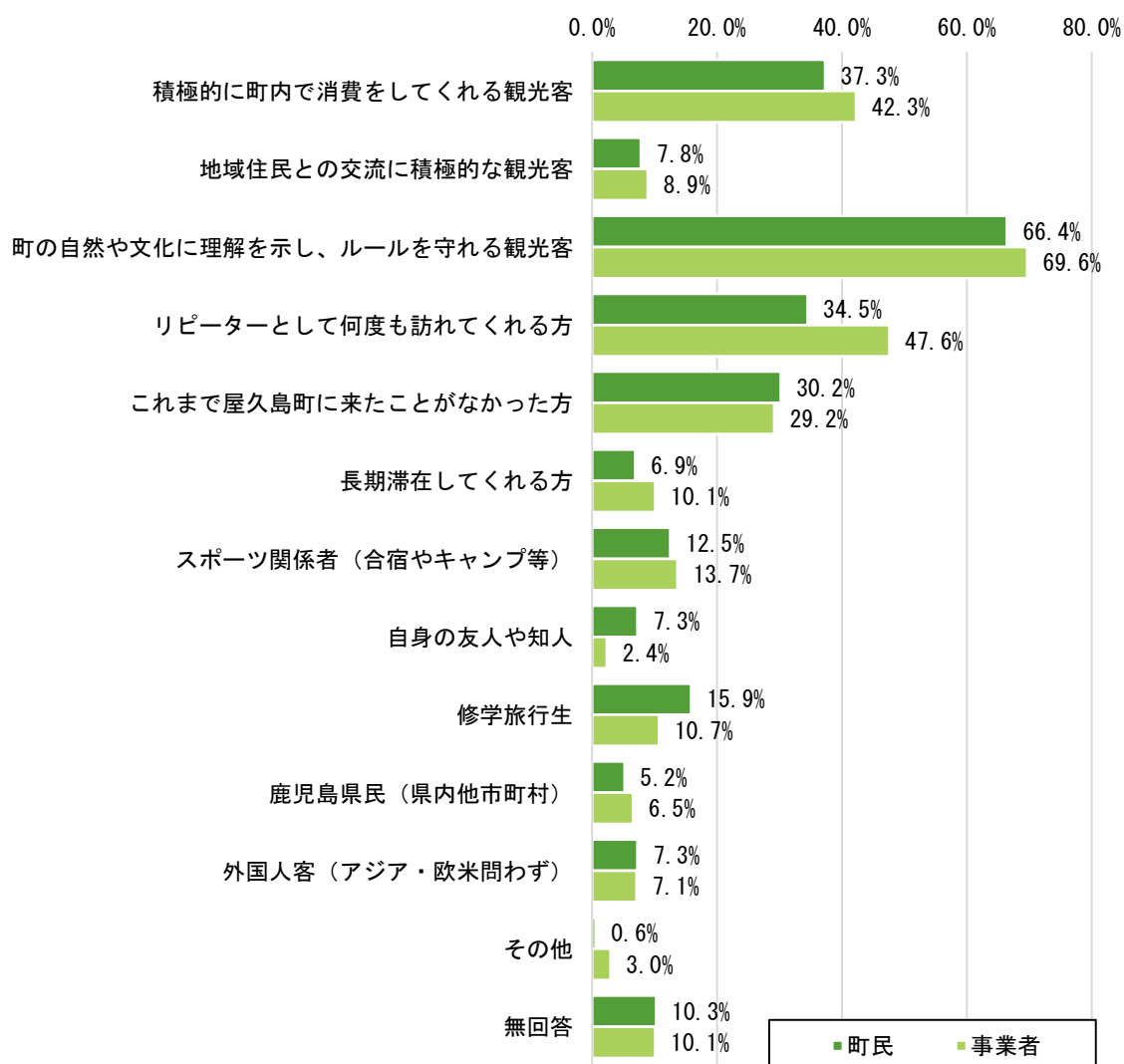
③ 目指すべきキーワード

町民及び事業者のいずれも「自然資源を活かした観光」、「世界遺産登録として誇れる観光」、「再生型観光」が上位3つを占めました。



④ どのような観光客に来訪してほしいか

町民及び事業者のいずれも「町の自然や文化に理解を示し、ルールを守れる観光客」が70%近くを占めました。次いで、「積極的に町内で消費をしてくれる観光客」、「リピーターとして何度も訪れてくれる方」となりました。



04 屋久島町の観光のポイント

（１）自然資源の保全と活用並びに安全性の確保

自然資源の保全に配慮した活用促進のために、町民や事業者の自然に対する意識醸成を図っていく必要があります。さらに、口永良部島の火山活動、年間平均降水量の多さ等もあり、安全面への対応が必要不可欠です。

（２）利便性の高い観光地域づくり

2033年に予定されている屋久島空港の滑走路延長により、観光客の増加やインバウンド等の客層が広がると予想されます。観光客の受入態勢の拡充にあたって、島内交通手段の整備、キャッシュレスや多言語対応、情報の一元化等の利便性の向上が必要です。

（３）観光客数の適正化

町民や事業者だけでなく、屋久島町に関わる全ての人々が屋久島・口永良部島を次代につないでいく責務があります。町民の暮らしや自然環境への影響も鑑みて、多角的な視点から適正な観光客数を定めるとともに、屋久島町の自然や文化を理解する関係人口を増やし、地域への貢献を意識して自発的に関わる方を呼び込むことが必要です。

（４）観光消費額の向上

山岳部がメインとされる２泊３日の行程が最も多くなっていることから、各種アクティビティの多様化とブラッシュアップによる宿泊日数の長期化、他産業との連携を深めた観光振興を図ることで観光消費額の向上による経済効果を地域の各産業へと波及させ、島とともに暮らす人々の生活がより豊かになるような施策が必要です。

（５）島内体制の構築

各関連団体間の役割分担の明確化、連携強化により、地域一体となった観光振興を進める必要があります。さらに、事業者の人材不足や高齢化への対応策を検討し、観光客の受入態勢を整える必要があります。

第3章 将来像と基本方針

- 01 屋久島町観光の基本理念
- 02 将来像
- 03 将来像を実現するための方針
- 04 将来像や基本方針に対応する指標

01 屋久島町観光の基本理念

世界自然遺産登録は、「屋久島の自然」が世界でも類まれな価値を有するものとして、その恒久性や普遍性が世界に認められているということです。そして、人類にとってかけがえのない財産であるからこそ、そこに人々が訪れ、触れ合い、感じ、次の世代へ伝えていく必要があります。そのためには、前計画で掲げられた理念【エコツーリズムによる世界自然遺産『屋久島』の価値創造と観光立町】は今後も揺らぐものではありません。

本町は、ユネスコエコパーク（昭和55年登録）が目的とする自然保護と地域の人々との生活とが両立した持続的な発展や、平成5年に世界自然遺産登録に先駆けて決議した「屋久島憲章」に掲げる理念や目標の実現に向けて観光施策を展開してきました。特に、前計画で推進してきた「エコツーリズム」による取組は、自然と人との共生を体現し、観光を地域の誇りや暮らしと結びつけるうえで、極めて重要な役割を果たしています。このような実績と精神は引き続き本町の観光施策の基盤であり続けるものです。そして、近年では世界的な観光潮流として「サステナブル（持続可能）」、その先を見据えた「リジェネラティブ¹⁰（再生・回復）」という考え方が注目されており、訪れることで地域や自然がより良くなる観光の姿が求められています。本町としてもこれまでのエコツーリズムの取組を礎に据えつつ、多様な手段を取り入れながら、世界を先導して自然と共生する観光のあり方を模索していく必要があります。

そこで、本計画においては、エコツーリズムやユネスコエコパークの理念を継承しながら、新たな視点も加えて屋久島町にふさわしい持続可能、そして再生可能な観光の実現を目指すべく、以下のように基本理念を設定します。

世界自然遺産『屋久島』の価値創造

参考：屋久島憲章（平成19年10月1日屋久島町決議第1号）

【平成5年7月15日屋久島町決議第9号・平成5年7月23日上屋久島町決議第8号】

条文

1. わたくしたちは、島づくりの指標として、いつでもどこでもおいしい水が飲め、人々が感動を得られるような、水環境の保全と創造につとめ、そのことによって屋久島の価値を問いつづけます。
2. わたくしたちは、自然とのかかわりかたを身につけた子供たちが、夢と希望を抱き世界の子供たちにとって憧れであるような豊かな地域社会をつくれます。
3. わたくしたちは、歴史と伝統を大切にし、自然資源と環境の恵みを活かし、その価値を損なうことのない、永続できる島づくりを進めます。
4. わたくしたちは、自然と人間が共生する豊かで個性的な情報を提供し、全世界の人々と交流を深めます。

¹⁰ 単に自然環境や地域資源を保全・維持するだけでなく、地域社会・文化・生態系に対して、より良い状態を再生・回復させていく考え方。

02 将来像

「持続可能」から「再生可能」へ。屋久島町はまさに、再生（リジェネレーション）してきた島であり、それは屋久島憲章にあるように、近世森林の保全と活用で人々が苦しみ葛藤した結果であるといえます。戦前から林業が隆盛し、大伐採により地域資源の「消費」が進むも、町民の努力と自然への敬意から起こった反対運動が実を結び、原生林の伐採は中止され、1993年の世界自然遺産登録へと至りました。これらの歴史から、山や森などの自然環境の保全・再生への高い意識を持つ本町にとって、近年の観光トレンドでもある「リジェネラティブ・ツーリズム」は非常に親和性が高いものと考えられます。

町民アンケートでは「自然資源を活かした」、「世界遺産登録として誇れる」、「再生型」といったキーワードが多く挙がりました。多くの集落で現在も行われている「岳参り」に象徴されるように、古くから畏れ敬ってきた自然に対する思いを強く感じることができます。このように、本町の地域特性や歴史について町民自身が理解し、誇りを持ち、関わり続けることで、本計画の完了時、さらにはその先も、より魅力的な観光によるまちづくりが実現されるものと期待できます。

本町を観光で訪れる方もまた観光によるまちづくりを共創する大切なパートナーです。町内滞在時あるいは本町への関わりを持つ機会において、本町の自然や文化等を尊重し、責任ある行動を心掛けてもらうことで、より魅力ある観光地形成が可能となります。町民と来訪者の双方が尊重・理解し合い、お互いに幸福を感じられる関係を築くことが本町の将来像の実現に不可欠です。

上述の基本理念も踏まえ、第2次屋久島町観光基本計画の将来像を以下のように設定します。

町に関わる全ての人で作りあげる
世界に誇る再生型観光まちづくりの実現

03 将来像を実現するための方針

基本理念と将来像を受け、自然環境をはじめとした本町の観光資源は、適正な手段・手法で保全されること、そして理解のある観光客が本町を訪れること、この両輪で実現されるものと考えられます。またこれは、国の観光立国推進基本計画や県観光振興基本方針の構成とも合致することから、以下の基本方針を設定します。

基本方針 1：持続可能な観光地域づくり

本町の観光資源が世界中から訪れる観光客によって一方的に消費されることなく、来訪者から得られる「稼ぎ」が地域の各産業へ行き渡るよう、各産業を連携させる存在として“観光産業”の確立を目指します。

本町の自然環境は人類にとってかけがえのない財産であり、それを求める観光客が世界中から訪れています。また、民需使用電力の約 99%を再生可能エネルギーである水力発電で賄っていること、豊かな森林資源が温室効果ガス吸収に寄与していることなど、脱炭素に一番近い島として観光客の注目を浴びています。しかしながら、自然環境は消費による消耗や枯渇の恐れがある資源でもあります。そこで前述の「稼ぎ」を保全・再生へ再投資していく好循環の形成も必要不可欠となります。

世界に誇れる自然環境と自然と共生してきた本町の社会文化を観光客に対して発信し、それに伴う観光客からの評価が一層のシビックプライド¹¹の醸成を促します。このように、互いに作用することで将来においても本町の社会文化がより良い状態で発展し続けられる仕組みを構築します。

経済、環境、社会文化の3要素がそれぞれの観点での持続・再生、また、3要素が互いに作用することによる持続・再生を意識しながら、観光地域づくりを実践します。またこれは、国の観光立国推進基本計画における「持続可能な観光地域づくりの体制整備」という目標、県の観光振興基本方針における「魅力ある癒やしの観光地の形成」や「県民総ぐるみでのおもてなしの推進」という柱、それぞれに対応する方針として、魅力ある観光地形成を進めます。

¹¹ 自身が暮らす地域や関わるまちに対して誇りや愛着を持ち、地域に主体的に関わろうとする意識。

基本方針 2：戦略的な観光誘客

インバウンド市場においては、特に「リジェネラティブな旅」や「レスポンスブルな観光（責任ある観光）」に関心の高い、本質的な価値を求める来訪者や長期滞在者を主な対象とします。そのためには今後一層、デジタルマーケティングを駆使し、屋久島の再生のストーリー、具体的なレスポンスブル・ツーリズム¹²の実践例、そしてそれによって得られる深い満足感を世界へ向けて発信し、共感を呼ぶ誘致活動を展開します。

国内市場においては、都市部住民の多様なニーズに応えながら、「島いところ」のつながりによる「第2のふるさとづくり」を推進します。この「第2のふるさとづくり」を通じて、単なる滞在や余暇活動に留まらず、地域コミュニティとの交流や環境保全活動への自発的な関与を奨励し、関係人口の質的向上と地域への愛着醸成を目指します。また、自然体験を通じた教育旅行、心身の健康増進と内省を促すウェルネスツーリズム¹³、高齢者や体力に不安のある方々も屋久島の自然観や再生への取組に触れられるユニバーサルツーリズムのコンテンツにおいても、この「再生」と「責任」の視点を重視し、新たな旅行需要を喚起します。

基本方針 3：しくみづくり

本町における観光の質を高め、持続的に発展させるためには、来訪者にとっての快適性向上と地域側のマネジメント力強化を両立するしくみが不可欠です。空港・港湾・島内交通の利便性向上や、観光客が容易に必要な情報を取得できる環境整備を進めることで、来訪者の体験価値を高めます。また、観光を担う人材については、観光事業者への育成・研修の機会の場の提供とともに、地域住民や移住者など多様な主体との協働を図りながら、ネットワークを広げることで観光地域づくりを支える人材基盤を強化します。

さらに、観光DXを推進し、デジタル技術の活用によって来訪者の利便性を高めるとともに、人流の把握や資源利用の適正化を通じて受入側のマネジメント能力を高めます。あわせて、世界市場・国内市場に向けた戦略的な情報発信体制を拡充し、屋久島の価値を的確に伝える仕組みを整備します。加えて、自然災害や感染症リスクに備え、観光危機管理体制を強化することで、来訪者と地域双方の安全・安心を確保します。

これらの取組を体系的に進めることで、屋久島観光を支える「しくみ」を確立し、基本方針1・2を実現する基盤を築きます。

¹² 観光による環境・文化・社会への影響を十分に配慮しながら、訪問者・受入側双方にとって持続可能で良好な関係を築こうとする観光の在り方。

¹³ 旅を通じて身体的・精神的・社会的な健康（ウェルビーイング）を高めることを目的とした観光形態。

04 将来像や基本方針に対応する指標

（１）将来像に対応する指標（KGI¹⁴）

将来像の「町に関わる全ての人で作りあげる」を鑑み、町民である皆さんが観光地域づくりの実現によって「自身の生活がより良い状態であると感じているか」を測る指標として、本計画策定時のアンケートで把握した本町観光施策の総合的な満足度を KGI に設定します。

指標名	現状値（2024 年度）
観光施策に関する町民満足度	22.9%

（２）基本方針に対応する指標（KPI¹⁵）

基本方針１：観光地域づくりに対応する指標

より魅力的な観光地域づくりのため、観光客が訪れるだけでなく、町内での消費を促すことで「量から質へ」という大局的な観光政策の潮流も捉えて、町内全体で経済的に潤う仕組みを構築します。

また、観光施策の展開が本町の知名度向上などにつながるよう、魅力的な観光地域づくりの実現とともに、類まれな自然環境を損なうことのないよう持続できる観光地域づくりを目指します。

指標名	現状値（2024 年度）
個人旅行客の町内消費額単価	72,993 円
島の知名度やブランド力が向上したと感じる町民割合	37.1%
自然景観や環境の保全・整備に関する施策の満足度	33.0%

基本方針２：観光誘客に対応する指標

屋久島空港の滑走路延長は、本町へ多くの観光客が訪れる契機となります。効果的な観光誘客施策を行うことで、町内への入込者数の増大、さらには滞在時間の長期化を図ります。

また、町民及び事業者の一体となったおもてなしにより、本町を訪れた旅行者にとっての第２のふるさととして、何度も来訪したくなるような観光地域づくりに取り組みます。

指標名	現状値（2024 年度）
屋久島への町外入込者数	172,355 人
屋久島への訪問回数（２回目以上）	19.9%
屋久島地区延べ宿泊者数	403,658 人 (2024 年暦年)

¹⁴ 計画や事業における最終的な目標の達成度を測るための指標。

¹⁵ 最終目標（KGI）を達成するために設定される成果や進捗状況を測る指標。

第4章 施策と具体的な取組

01 施策体系

02 具体的な取組

01 施策体系

基本理念	将来像	基本方針	基本施策	
世界自然遺産『屋久島』の価値創造	町に関わる全ての人で作りあげる世界に誇る再生型観光まちづくりの実現	基本方針1 持続可能な 観光地域づくり	環境 1	1 誇り高い自然資源の保全・再生
				2 環境に配慮した観光地整備と景観保全の推進
				3 循環と再生の仕組みづくり
				4 里海の保全と海辺資源の持続的活用の推進
				5 自然影響モニタリングとキャパシティ管理
				6 公共交通・移動手段のグリーン化
			社会文化 2	1 文化・歴史資源を活かした観光コンテンツの創出
				2 地域住民と観光客が関わる交流の場の創出
				3 口永良部島の文化・自然資源の活用
		基本方針2 戦略的な 観光誘客	経済 3	1 食の魅力発信
				2 高付加価値商品の開発
				3 地域内経済循環の促進
			国外 4	1 国際的価値のブランド確立
				2 滞在型・体験型プログラムの充実
				3 高付加価値旅行への対応
				4 多言語対応等の拡充
			国内 5	1 関係人口の創出と共創の促進
				2 教育旅行や企業研修旅行、国際会議の受入促進
		基本方針3 しくみづくり	特定 6	1 レスポンシブル・ツーリズムの浸透
			7	1 快適性の向上
				2 観光まちづくり人材の育成・確保・強化
				3 観光 DX の推進
				4 情報発信の強化
				5 観光危機管理の推進

02 具体的な取組

基本方針 1：持続可能な観光地域づくり

基本施策 1 - 1 誇り高い自然資源の保全・再生¹⁶

本町が誇る豊かな自然環境を将来世代に引き継ぐため、地域の誇りとしての自然資源の保全と再生を推進します。

■主な取組

- 環境教育プログラムの提供
- 教育旅行や企業研修旅行等の受入
- 来訪者によるみちなおしの推進
- 屋久島公認ガイド制度の推進

取組事例

自然資源の保全・再生に関する取組

本町では、町民や事業者、ボランティアが協力し、海岸の漂着ごみ回収や啓発活動を行うビーチクリーンが継続的に実施されています。自然環境の保全と観光地としての魅力維持を両立する取り組みとして広がり、来訪者が地域の環境保全に参加する機会にもつながっています。



ビーチクリーンの様子
(提供:NPO 法人
屋久島うみがめ館)

基本施策 1 - 2 環境に配慮した観光地整備と景観保全¹⁷の推進

地域の自然・景観に調和した観光施設・観光地整備を進め、観光と自然の共生を図ります。

■主な取組

- 展望スポットや登山道等の整備
- サインや案内板の統一

¹⁶ 観光振興による地域への悪影響として「自然環境の破壊や汚染が進んだ（ゴミの増加等）」と回答した割合は 44%と、選択肢中で最も高い割合。資料編（p90）参照。

¹⁷ 観光客におすすめするものとして、「世界自然遺産に代表される自然風景」が 80.6%と最も多い。資料編（p92）参照。

基本施策 1 - 3 循環と再生の仕組みづくり¹⁸

地域に根ざした自然資源や文化的資産を活かし、観光によって生まれる環境負荷の最小化と価値の再創出を図るため、循環型かつ再生志向の仕組みを構築します。

■主な取組

- 地域内カーボンクレジット¹⁹（J-クレジット等）の創出と活用促進
- エコツーリズム認証や宿泊施設の環境配慮認定支援
- 島内産材活用の推進

取組事例

宿泊施設における環境配慮の実践

観光地における宿泊施設は、エネルギー消費や廃棄物発生など環境負荷の大きい分野であり、持続可能な観光の推進において重要な役割を担っています。近年は、環境認証制度を活用して運営全体で環境配慮を進める取組が全国に広がっています。

沖縄県那覇市の「ホテル アンテルーム那覇」では、国際的な環境認証「Green Key（グリーンキー）」を県内で初めて取得しました。ペットボトルの廃止や竹製アメニティの導入、節水型設備の導入などを通じて、ごみ削減やCO₂排出の抑制を実現しています。こうした取組は宿泊者にもわかりやすく“見える化”され、滞在を通じて環境意識を高める仕組みづくりにつながっています。

また、東京都の「帝国ホテル」では、グループ4施設でエコマークを取得し、省エネ設備やリサイクル体制の強化を進めています。高品質なサービスと環境配慮を両立しながら、組織全体で継続的な改善に取り組む姿勢が評価されています。



上高地帝国ホテル
(出典:Adobe Stock)

これらの事例は、宿泊施設が環境保全と地域貢献を同時に実現し、来訪者の行動変容を促す重要な役割を果たせることを示しています。屋久島町においても、こうした取組を参考に、地域の自然と調和した宿泊施設運営を進めていくことが期待されます。

¹⁸ 環境負荷の軽減に対する取組として、「廃棄物の削減とリサイクルの促進」が40.5%と最も多い。資料編（p99）参照。

¹⁹ 森林整備や再生可能エネルギーの導入などにより削減・吸収されたCO₂（二酸化炭素）などの温室効果ガスの量を数値化し、「クレジット（排出削減量）」として取引可能にした制度。地域が創出したクレジットは「J-クレジット制度」などを通じて企業や個人に販売することができ、観光分野では、旅行時のCO₂排出量を埋め合わせる「カーボン・オフセットツアー」などにも活用される。

基本施策 1 - 4 里海の保全と海辺資源の持続的活用の推進

海岸域の自然・生態系と漁業・文化が共生する「里海」の保全と、地域資源としての活用を推進します。

■主な取組

- 里海に関する調査・モニタリングの実施
- 農山漁村連携による資源循環型の里海づくり
- 伝統的な漁村文化の記録・発信
- ブルーカーボン活用の検討
- 住民参加型の里海再生活動の実施
- 海業の推進

取組事例

ブルーカーボンによる環境保全と地域づくり

海洋由来の吸収源である「ブルーカーボン」は、藻場やマングローブ林などが二酸化炭素を吸収・固定する仕組みであり、近年、地域レベルでの温暖化対策として注目されています。観光地においても、環境保全と地域経済を結びつける新たな取組として広がっています。

神奈川県三浦市では、アマモ場の再生活動を通じてブルーカーボン量を算定し、クレジット化による環境価値の創出を進めています。活動には漁業者やダイバー、企業、観光客が参加し、地域全体で海の再生と環境教育を両立しています。

また、鹿児島県では「ブルーカーボン・オフセット事業」を推進し、藻場やサンゴ群落を活用した吸収量の可視化を進めています。企業や自治体が寄附や協賛を通じて海洋保全に関われる仕組みづくりが進みつつあります。

豊かな海藻群落やマングローブ林を活かしたブルーカーボンの取組は、カーボンクレジットの創出や環境教育、エコツーリズムとの連携など、多面的な展開が期待されます。

BLUE CARBON



ブルーカーボンのイメージ
(出典:環境省)

基本施策 1 - 5 自然影響モニタリングとキャパシティ管理²⁰

人気の観光ルートや自然エリアにおいて、利用状況や自然への影響を可視化・分散化を検討し、キャパシティ管理を進めます。

■主な取組

- 登山ルート利用者数のデータ取得・分析
- 特定自然観光資源の検討
- 観光×環境のモニタリング体制の確立

基本施策 1 - 6 公共交通・移動手段のグリーン化

移動手段や交通インフラについて、脱炭素化・省エネ化を推進し、観光の利便性との両立を図ります。

■主な取組

- 公用車や観光施設、事業者等でのエコカー（電気自動車など）導入の推進
- 充電インフラの拡充

²⁰ 観光地や地域において自然環境・社会・インフラなどが受入可能な適正な訪問者数や利用状況を把握・調整する考え方。

基本施策 2 - 1 文化・歴史資源を活かした観光コンテンツの創出

本町の歴史・信仰・伝承など地域固有の文化資源を観光に活用します。また、途絶の危機にある地域の技や芸能を、観光を通じて再生・継承します。

■主な取組

- 山岳信仰の継承、ストーリーツアー²¹の造成
- 歴史的遺構の保存・活用
- 伝統芸能の保存・継承

基本施策 2 - 2 地域住民と観光客が関わる交流の場の創出²²

本町の暮らしや文化を共有し、観光客と地域住民が双方向に関わり合う場を創出します。

■主な取組

- 里めぐりの推進
- 各集落の行事やイベントにおける観光客と地域住民の交流促進
- コミュニティビジネス²³の推進

取組事例

地域資源を活用したコミュニティビジネス

長野県上田市では、地域資源を活用したコミュニティビジネスが地域活性化に寄与しています。例えば、地元の農産物を使用した加工品の開発や、地域の文化・自然を体験できるツアーの提供などが行われています。これらの取組は、地域住民の主体的な参加によって支えられており、地域内での雇用創出や、観光客との交流を通じた地域の魅力発信に寄与しています。また、地域の課題解決を目的とした NPO 法人や協同組合の設立も進んでおり、持続可能な地域づくりに向けた取り組みが進展しています。

地域資源を活用したコミュニティビジネスの展開は、地域活性化の重要な手段となり得ます。特産品の販売や体験型ツアーの提供など、地域の特色を生かしたビジネスモデルの構築が期待されます。

²¹ 地域に根ざした物語を体験できる旅行企画。

²² 観光振興に関わりたい（ぜひ関わりたい＋やや関わりたい）と回答した割合は、「地域を訪れた観光客との交流」が 43.3%と最も高い。資料編（p93）参照。

²³ 地域住民が主体となり、地域が抱える課題をビジネスの手法で解決する事業。

基本施策 2 - 3 口永良部島の文化・自然資源の活用

口永良部島の火山・自然・生活文化といった独自の魅力を活かし、屋久島との連携による持続的な交流と観光コンテンツを創出します。

■主な取組

- 自然・防災教育を活かした体験型プログラム造成（屋久島との2島周遊促進含む）
- 観光インフラ（道路・公衆トイレ等）の復旧・拡充と情報発信の充実
- 訪問者のデータ収集とリピーター戦略

取組事例

口永良部島における観光の実践

〜〜

〜〜

口永良部島選出の池添委員に依頼中

基本施策 3 - 1 食の魅力発信

本町の風土や文化を背景とした食資源を観光の魅力として活用し、「食」の価値を地域経済の活性化につなげます。

■主な取組

- 農商工連携²⁴による商品開発
- 地域の食材・料理の魅力を活かした発信と活用

基本施策 3 - 2 高付加価値商品の開発

本町の自然・文化・ライフスタイルの価値を活かし、滞在満足度と地域経済への波及効果の高い観光商品の開発を推進します。

■主な取組

- アドベンチャートラベル²⁵の開発
- ウェルネスツーリズムの推進

基本施策 3 - 3 地域内経済循環の促進²⁶

観光によって生まれる収益が地域内で循環し、次の価値創出につながる仕組みを構築します。

■主な取組

- 観光産業における域内調達率の向上
- 観光収益の再活用による地域課題の解決

²⁴ 農林漁業者と商工業者がお互いの「技術」や「ノウハウ」を持ち寄って、新しい商品やサービスの開発・提供、販路の拡大に取り組むこと。

²⁵ ①自然との関わり、②身体的アクティビティ、③異文化体験のうち、少なくとも2つ以上を含む旅行形態。

²⁶ 事業活動における商品・サービスの原材料について、本町の域内調達率は約4割で、ほぼ同数が町外からの調達となっています。資料編（p97-98）参照。

基本方針 2：戦略的な観光誘客

基本施策 4 - 1 国際的価値のブランド確立

本町の自然・文化・環境への取り組みを国際的な視点で発信し、世界に誇る持続可能な観光地としてのブランドを確立します。

■主な取組

- 国・県並びに国内世界自然遺産登録地等と連携したインバウンドプロモーション
- 自然や環境に関する国際会議の誘致・開催及び参加

取組事例

インバウンドプロモーションの運用と効果測定

効果的なインバウンドプロモーションの実践にあたっては、実施後の効果を定量的に把握し、改善につなげる PDCA 運用が欠かせません。近年はデータ分析やデジタルマーケティングを活用した取組が進んでいます。

大阪観光局では、SNS や公式ウェブサイトのアクセス解析、旅行予約データなどをもとに、訪日客の関心領域や情報発信の反応を可視化しています。分析結果を踏まえてターゲット国ごとの施策を最適化し、翌年度のプロモーション内容に反映する PDCA サイクルを確立しています。

また、北海道では、自治体・DMO が連携して訪日客の動態データを活用し、イベント後の消費行動や滞在傾向を測定しています。これにより、情報発信の効果を検証し、プロモーション経費の重点配分につなげています。

このように、来訪者データや SNS 分析を活用したプロモーション効果の把握、そしてその結果を次の施策へ反映する PDCA 運用を進めることが重要です。

ウェブサイト分析
(出典:大阪観光 DMP)



基本施策 4 - 2 滞在型・体験型プログラムの充実

登山や自然観察といった主要目的に加えて、地域文化や暮らしに触れる多様な体験を提供することで、滞在日数の延長と地域との関係性の深化を図ります。

■主な取組

- 豊富な地域資源を活用した体験型プログラムの提供
- 既存イベントや行事への導線づくり

基本施策 4 - 3 高付加価値旅行への対応

自然・文化・ホスピタリティを融合させた高品質な体験を通じて、本質的な価値を求める訪問者をはじめとする高付加価値旅行者の受入環境を整備します。

■主な取組

- 大型クルーズ船受入れに向けたインフラ整備
- 屋久島公認ガイド付きツアーの提供
- 来訪者によるみちなおしの推進【再掲】

基本施策 4 - 4 多言語対応等の拡充

多様な国・地域から訪れる旅行者が安心・快適に滞在・観光できるよう、案内表示や情報発信の多言語化や、食や祈り等文化面でのユニバーサル化を進めます。

■主な取組

- 多言語対応可能人材の確保・育成体制の構築
- パンフレットや看板、WEB サイト、災害対策情報等の多言語対応

取組事例

観光と防災の情報を一元的に発信する「宮古島観光デジタルマップ」

宮古島市では、観光地情報と防災情報を一元的に提供する「観光デジタルマップ」の運用を開始しました。このWEB ベースの地図サービスは、スマートフォンやタブレットからアクセス可能で、Google マップ機能と連携し、現在地から観光地や避難場所へのルート案内を提供します。さらに、浸水域想定マップを搭載し、土地勘のない観光客でも危険区域の確認が可能です。多言語対応(日本語、英語、韓国語、繁体字、簡体字、スペイン語)により、外国人観光客にも利用しやすい環境が整備されています。

また、360°パノラマ映像や観光動画の掲載により、事前の情報収集や旅行計画の立案を支援しています。これらの取組により、観光客の利便性と安全性が向上し、地域全体の観光資源の有効活用が進められています。

観光と防災情報を一元的に管理・提供するシステムの導入が、観光客と住民の安全・安心を確保し、持続可能な地域づくりに寄与することが期待されます。



観光地とハザードマップの重ね図
(出典:宮古島観光デジタルマップ)

基本施策 5 - 1 関係人口の創出と共創の促進

屋久島と多様な形で継続的に関わる「関係人口」を全国各地に広げるため、交流機会の創出を推進するとともに、単なる交流に留まらず、地域活動の担い手として活躍してもらい、地域と観光客の共創による観光まちづくりを進めます。

■主な取組

- 「島いところ」のつながりによる「第2のふるさとづくり」の推進
- 地域コミュニティとの交流促進

基本施策 5 - 2 教育旅行や企業研修旅行、国際会議の受入促進

本町の豊かな自然環境や学びの資源を活かし、教育・研修・交流の場としての機能を強化し、長期滞在や平準化、地域との関わりを生み出す新たな誘客スタイルの確立を図ります。

■主な取組

- 教育旅行や企業研修旅行等の受入【再掲】
- 自然や環境に関する国際会議の誘致・開催及び参加【再掲】

基本施策 6 - 1 レスポンシブル・ツーリズムの浸透

自然や地域社会への影響に配慮し、来訪者一人ひとりが責任ある行動をとる「レスポンシブル・ツーリズム」の考え方を広く共有します。

■主な取組

- 観光客向けルールやマナー啓発の強化
- アンケート調査等による観光客との双方向のコミュニケーション
- 地域文化を融合させたリトリート²⁷商品の造成²⁸

取組事例

観光客と共同の「みちなおし」

観光は「訪れる」だけでなく、「守る側に加わる」体験へと広がりつつあります。屋久島町では、島内ガイドによる登山道整備に加え、その作業を観光客と共に行うワークショップ「みちなおし」を実施し、レスポンシブル・ツーリズムの実践につなげています。

～～～

観光協会(松田委員)に依頼中

²⁷ 日常の喧騒から離れ、心身をリフレッシュさせるための過ごし方や旅。

²⁸ 本町を訪れる観光客のうち、重視するライフスタイルの価値観として「健康や心身のリフレッシュ」を挙げる回答が 63.5%と最も多い。資料編（p109）参照。

基本方針３：しくみづくり

基本施策 7 - 1 快適性の向上

来訪者が本町で快適に移動・滞在できるよう、交通アクセスや情報取得環境の改善を図ります。

■主な取組

- 交通アクセス環境の強化
- WEB 環境の整備
- デジタル技術を活用したタイムリーな交通案内
- 利便性の高い交通インフラの検討

基本施策 7 - 2 観光まちづくり人材の育成・確保・強化

持続可能で再生型の観光まちづくりを推進するため、地域の担い手となる多様な人材の育成と確保、そして連携強化を図ります。

■主な取組

- 屋久島公認ガイド制度の推進【再掲】
- 多言語対応可能人材の確保・育成体制の構築【再掲】
- ガイドや事業者におけるルール確認
- 観光教育や ESD（持続可能な開発のための教育）の推進
- プラットフォーム²⁹を通じた定例会開催による情報共有

²⁹ あるサービスやシステムが成り立つための基盤となる環境や仕組み、組織。

基本施策 7 - 3 観光 DX の推進

観光分野におけるデジタル技術の活用を通じて、来訪者の利便性向上と地域側の観光マネジメント力の強化を図ります。

■主な取組

- 観光・交通情報の一元化と情報受発信システムの構築
- デジタル技術を活用したタイムリーな交通案内【再掲】
- 観光関連産業における DX・キャッシュレス化の推進

基本施策 7 - 4 情報発信の強化

本町の価値や魅力を的確に伝え、共感を呼ぶブランドイメージを確立するため、適切なデータ分析に基づく戦略的な情報発信体制を構築します。

■主な取組

- 町内情報発信窓口の拡充
- 一貫性ある発信体制の構築

基本施策 7 - 5 観光危機管理³⁰の推進³¹

災害や感染症、社会的混乱などの危機に対し、来訪者と地域双方の安全・安心を確保するため、観光分野における危機管理体制の強化を図ります。

■主な取組

- 観光危機管理に関する基礎啓発
- 観光危機管理計画の策定・運用

取組事例

観光危機管理計画の実践

観光産業に影響を与える台風、地震、津波、感染症をはじめとした観光危機に対応するため、観光危機管理の体制整備を進めている事例があります。

沖縄県では「沖縄県観光危機管理基本計画」を策定し、危機ごとの対応マニュアルを作成するとともに、定期的な訓練や実際の対応を通じて内容を随時見直しています。

石垣市では、「石垣市観光危機管理計画」に基づき、観光危機発生時の対応マニュアルや観光危機管理プラットフォーム、観光危機対策ユニットを設置し、情報共有の迅速化や効率化を図っています。

両自治体とも、観光事業者や地域団体と連携して対応体制を構築し、危機発生後の観光地機能の回復や風評被害対策も計画に盛り込んでいます。これにより、観光客と地域住民の安全・安心を確保しつつ、持続可能な観光地づくりに取り組んでいます。

本町においても、令和6年8月の台風10号で山岳部の道路などが被災した際には、町、県、林野庁、環境省、交通事業者等の関係機関で緊密な情報交換を行い、山岳部の県道、町道、登山道の交通情報を適切に整理して町のホームページにおいて日本語と英語の併記による細やかな情報発信に務めました。また、被災した登山道は、屋久島観光協会のガイド部会が中心となって早期復旧を実現させました。このように、本町を訪れる多くの旅行者の安心と安全に配慮した観光地づくりに取り組んでいます。



図上訓練の様子
(出典：沖縄県石垣市)

³⁰ 自然災害・感染症・事件・風評被害など、観光に影響を及ぼす危機に備え、被害の最小化と早期回復を図るための体制づくりや対応方針。

³¹ 防災に関する取組として、「点検の実施、更新等による設備・商品の安全化」が39.9%と最も多い。資料編（p99）参照。

第5章 実現に向けて

- 01 推進体制
- 02 目標指標
- 03 ロードマップ
- 04 進行管理

01 推進体制

本計画の基本理念や将来像を実現するためには行政だけでなく、事業者や町民、そして観光客とも協働して取組を進める必要があります。そのため、基本施策ごとに以下のように役割を整理しました。

基本施策	行政	事業者	町民	観光客
1-1 誇り高い自然資源の保全・再生	★	●		●
1-2 環境に配慮した観光地整備と景観保全の推進	★			
1-3 循環と再生の仕組みづくり	★	●		
1-4 里海の保全と海辺資源の持続的活用の推進	★	●	●	
1-5 自然影響モニタリングとキャパシティ管理	★	●	●	●
1-6 公共交通・移動手段のグリーン（EV）化	★	★	●	●
2-1 文化・歴史資源を活かした観光コンテンツの創出	●		★	
2-2 地域住民と観光客が関わる交流の場の創出	●		★	★
2-3 口永良部島の文化・自然資源の活用	★	●		
3-1 食の魅力発信	●	★		
3-2 高付加価値商品の開発	●	★		
3-3 地域内経済循環の促進	★	★		
4-1 国際的価値のブランド確立	★	●		
4-2 滞在型・体験型プログラムの充実	●	★	●	
4-3 高付加価値旅行への対応	★	★		
4-4 多言語対応の拡充	★	★		
5-1 関係人口の創出と関わりづくり	★		★	
5-2 教育旅行や企業研修旅行、国際会議の受入促進	★	★		
6-1 レスポンシブル・ツーリズムの浸透	★	●	●	★
7-1 快適性の向上	★	●		
7-2 観光まちづくり人材の育成・確保・強化	★	★	●	
7-3 観光DXの推進	★	●		
7-4 情報発信の強化	★	★	●	●
7-5 観光危機管理の推進	★	★		

★：主体 ●：主体をサポート・連携する関係者

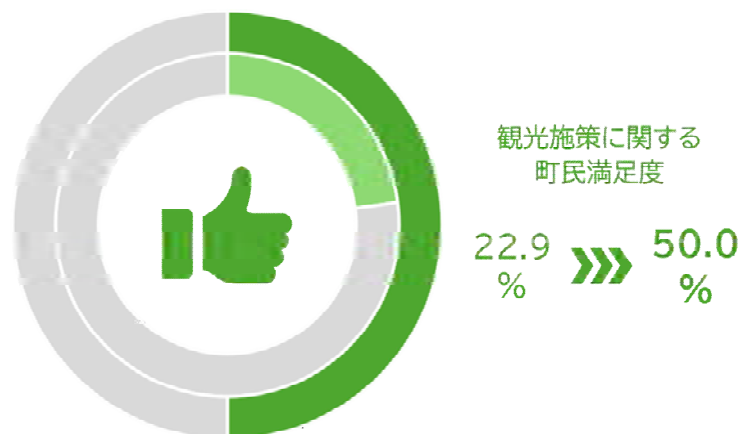
02 目標指標

(1) 将来像に対応する指標 (KGI)

観光を通じて町民の暮らしや地域がより良くなったと実感できるような観光地域づくりを進め、本計画に基づく各種取組への総合的な満足度を向上します。

町民の誰もが満足できる 100%の実現は、観光施策の究極的な理想像として目指すべきものです。しかしながら、地域資源の活用や観光施策の成果がすべての町民に等しく行き渡るには幅広い取組の積み重ねが必要であり、計画期間において直ちに達成することは困難なことから、まず過半数となる 50.0%を達成水準とし、観光施策が町民に広く支持されることを当面の目標とします。

指標名	現状値 (2024 年度)	目標値 (2035 年度)	計測方法
観光施策に関する町民満足度	22.9%	50.0%	「町民アンケート」より 各種取組への満足度



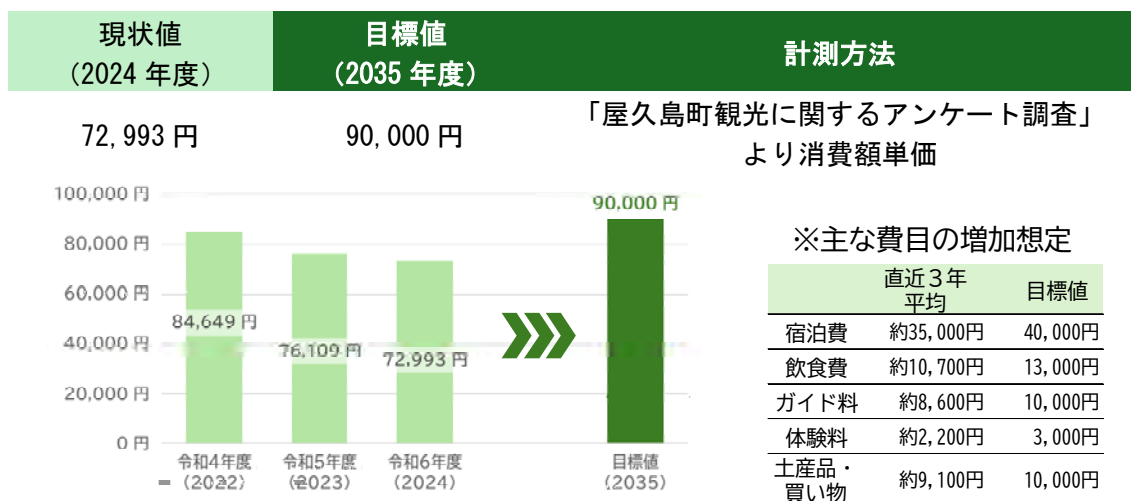
（２）基本方針に対応する指標（KPI）

基本方針１：観光地域づくりに対応する指標

① 個人旅行者の町内消費額単価

地域経済への貢献度を高めるため、個人旅行者の町内消費額単価の増額を目指します。

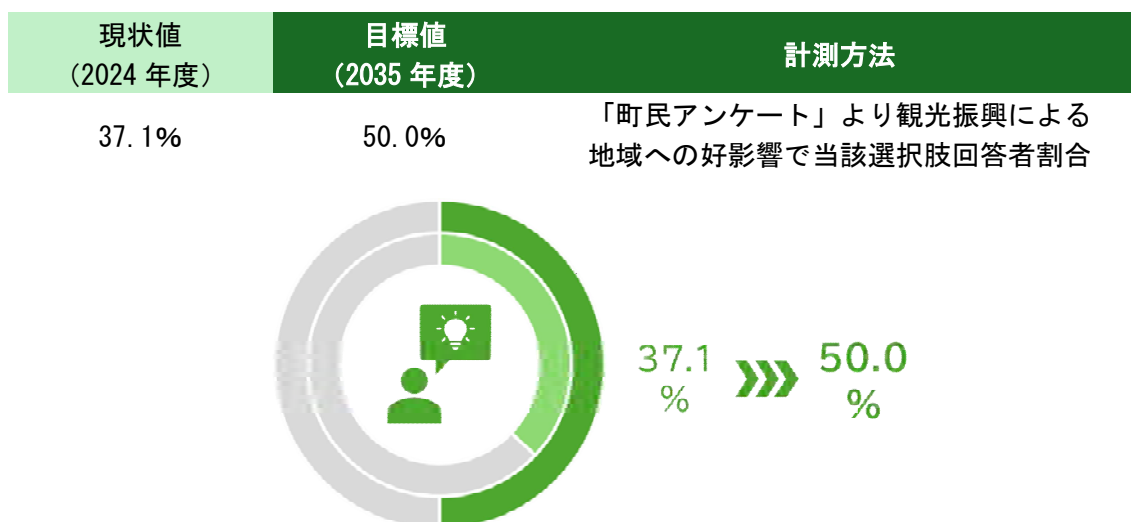
国や県においては、観光消費額の引き上げが重要な政策目標とされていることから、これらの動向を踏まえ、高付加価値型旅行商品の開発や、宿泊日数の延長、町内消費機会の拡充を進め、現在の消費額単価 72,993 円から、90,000 円を目標とします。



② 島の知名度やブランド力が向上したと感じる町民割合

観光まちづくりの推進で、島の知名度やブランド力向上を実感する町民の割合増加を目指します。

将来像に対する指標と同様、町民の実感として 100%を目指すことが理想ですが、まずは過半数にあたる 50.0%を達成水準として設定します。



③ 自然景観や環境の保全・整備に関する施策の満足度

環境配慮や保全意識の浸透を促し、自然環境への配慮がなされていると感じる町民の割合増加を目指します。

将来像や②に対する指標と同様、町民の実感として100%を目指すことが理想ですが、まずは過半数にあたる50.0%を達成水準として設定します。

現状値 (2024 年度)	目標値 (2035 年度)	計測方法
33.0%	50.0%	「町民アンケート」より該当施策への満足度



基本方針 2：観光誘客に対応する指標

① 屋久島への町外入込者数

来町機会の増大とプロモーションの強化により、町外入込者数の増大を目指します。

空港滑走路延長による航空路線の安定化・拡充が見込まれるほか、効果的な観光プロモーションや誘客施策を併せて実施することで安定的な来訪者の増大を目指すこととし、現状の町外入込者数 172,355 人を有人国境離島法³²が施行されたことによる航路・航空路運賃の低廉化実施によって統計開始初年度（平成 29 年度）となる 230,000 人を目標とします。

なお、屋久島への町民及び町外者を合算した総入込者数については、町民入込者が現状（令和 6 年度）と同程度（70,000 人/年）で推移すると予測して 300,000 人と見込んでいます。

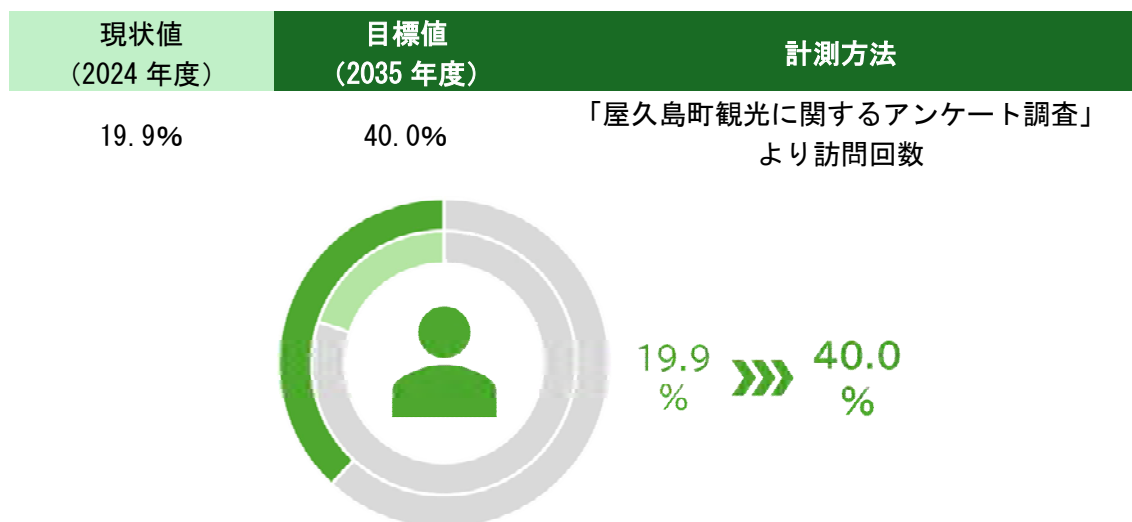


³²有人国境離島地域の保全及び特定有人国境離島地域に係る地域社会の維持に関する特別措置法

② 屋久島への訪問回数（２回目以上）

「もう一度来たい」と思える体験価値の創出を通じ、屋久島への訪問回数２回目以上の来訪者割合増加を目指します。

本町をフェリーが往来する鹿児島市調査で初回訪問者の約４０％が再訪意向を示しており、この値を参考に２０２４年度の本調査結果を踏まえ、４０．０％を目標とします。



③ 屋久島地区延べ宿泊者数

入込者数の増大と併せて、宿泊日数の延長を促すことで、延べ宿泊者数の増加を目指します。

鹿児島県観光振興基本方針においても宿泊者数の拡大を重要目標とし、年平均約４％程度の伸びを掲げています。県の動向を踏まえ、また現在の平均２．６泊を１人あたり３泊まで延ばすことで、延べ宿泊者数４０３，６５８人泊を、６９０，０００人泊へと引き上げることを目標とします。



03 ロードマップ

(1) 基本方針1：持続可能な観光地域づくり

施策 No	取組	前期 (R8~10)
1-1 誇り高い 自然資源 の保全・ 再生	環境教育プログラムの提供	● 既存プログラムの整理・教材作成
	教育旅行や企業研修旅行等の受入	● 実証事業等を活用したモニターツアーの実施
	来訪者によるみちなおしの推進	● 登山者への基礎資料やガイドラインの作成
	屋久島公認ガイド制度の推進	● リーフレットや町公式 LINE 等を活用し、住民への周知を毎年実施 ● 町や観光協会の HP 又は本町の玄関口において観光客への周知を実施 ● ガイド活動の評価基準策定
1-2 環境に配慮した観光地整備と景観保全の推進	展望スポットや登山道等の整備	● 現状調査の実施 ● 優先整備箇所の抽出
	サインや案内板の統一	● 既存案内板の実態把握と課題整理
1-3 循環と再生の仕組みづくり	地域内カーボンクレジット（J-クレジット等）の創出と活用促進	● 森林資源の実態把握とクレジット創出の可能性調査を実施 ● クレジット販売開始 ● 関係機関と連携した里山観光等のモデル事業を実施
	エコツーリズム認証や宿泊施設の環境配慮認定支援	● グリーンキー認証など、既存制度の把握・整理 ● 対象施設への周知
	島内産材活用の推進	● 島内産材の供給体制や利用可能施設の整理 ● 木材利活用モデルの整備

中期 (R11~13)	後期 (R14~17)
● 町内の小中学校で教材を活用した授業の実施 ● 地域人材と協力し、町外からの環境教育プログラム受講希望者の受入	● 町内小中学校での授業継続実施 ● 町外からの受講希望者の受入継続
● モニターツアーの結果にもとづき、関係機関と連携し、教育旅行用及び企業研修旅行用、それぞれ1コース以上の策定	● 企業研修旅行を町内で年間10件以上の受入 ● 企業研修旅行参加者への満足度調査実施 ● 教育旅行の受入を継続実施
● 登山前動画やWebアプリ等を活用したセルフ啓発手段の開発	● 年間を通じた登山者向けの啓発キャンペーン展開(多言語化含む)
● 周知の継続実施 ● ガイド活動へのフィードバック運用	● 登録ガイドによるツアー参加者の満足度向上(満足度の基準値は、評価基準策定以降に把握)
● 地域との合意形成のうえ、優先整備対象の3か所で着手	● 優先整備対象を段階的に着手 ● 整備箇所の年次点検を実施
● 統一デザインの策定と試行設置	● 町内全域への順次導入
● 里山観光メニュー等の創出によるクレジット活用の本格展開	● クレジット活用による里山観光等の発展及び定着による持続可能な森林経営と環境保全の両立
● 認証取得に向けた支援を1件以上実施	● 持続的な認証取得支援の実施
● 町内事業者との連携体制を構築 ● 島内産材を活用した食事・宿泊・木工体験ツアー等の創出	● 建築・観光分野での活用促進 ● 公共及び民間施設等における島内産材活用展開

施策 No	取組	前期 (R8~10)
1-4 里海の保全と海辺資源の持続的活用の推進	里海に関する調査・モニタリングの実施	● 海域の環境・生物多様性調査を実施
	農山漁村連携による資源循環型の里海づくり	● 農林漁業の現場を調査し、資源循環の現状と課題を整理
	伝統的な漁村文化の記録・発信	● 漁村の暮らしや景観、文化の聞き取り、映像記録等の実施
	ブルーカーボン活用の検討	● 基礎調査の実施 ● 活用可能性調査の実施
	住民参加型の里海再生活動の実施	● 住民意向調査の実施
	海業の推進	● 地域資源及び技術を活かした海業候補事例の調査実施
1-5 自然影響モニタリングとキャパシティ管理	登山ルート利用者数のデータ取得・分析	● 登山者カウンター等による実測調査と基礎分析の実施
	特定自然観光資源の検討	● 他自治体の事例収集と屋久島町の現状との比較検討
	観光×環境のモニタリング体制の確立	● 関係機関や地域と連携した観測体制の構築及び指標案の設計
1-6 公共交通・移動手段のグリーン化	公用車や観光施設、事業者等でのエコカー(電気自動車など)導入の推進	● 町有車両や観光事業者の車両台帳調査とエコカー(EVなど)導入可能性調査の実施
	充電インフラの拡充	● 公共施設・観光拠点への充電設備整備計画の策定

中期 (R11~13)	後期 (R14~17)
● モニタリング体制の構築 ● 継続的な観測データの蓄積	● 調査成果を活かした保全活動を実施 ● モニタリングを通じた施策立案
● 学校や観光客向けの体験・学習プログラムとしての提供可能性を検証	● 里海と農林漁業の循環をテーマにした体験型ツアー・教育プログラムを提供
● 映像・展示・教育活用コンテンツとしての整備と公開	● 継続的な発信と観光振興との連携
● 試行的なブルーカーボン創出活動の実践と効果検証	● ブルーカーボンの認証・クレジット化の検討
● モデル活動地域の選定・支援	● 活動団体への伴走支援実施 ● 町内外との連携拡大
● 海業モデルの実証事業を町内で1件以上実施	● 持続可能な海業の展開 ● 地域経済への貢献拡大
● 継続的なデータ取得 ● 登山者行動傾向の可視化	● 分析結果に基づく管理・誘導方策の検討実施
● 試行的な入山調整手法の実証	● 制度化に向けたルール整備及び合意形成の推進
● 観光事業者や住民等との協働による観測の実施	● モニタリング情報の公開
● 町・観光施設等へのエコカー（EVなど）導入支援制度の活用と段階的な導入	● エコカー（EVなど）普及促進に伴う観光モビリティのグリーン化の定着・評価の実施
● 民間施設や宿泊事業者との連携により、充電設備を段階的に整備	● 持続的な運用・維持管理体制の構築

施策 No	取組	前期 (R8～10)
2-1 文化・歴史資源を活かした観光コンテンツの創出	山岳信仰の継承、ストーリーツアーの造成	● 地域住民や有識者からの聞き取り調査と信仰・伝承資源の整理
	歴史的遺構の保存・活用	● 現存する遺構の分布調査・保存状況の把握 ● 利活用の方向性検討
	伝統芸能の保存・継承	● 地域芸能の実態調査や担い手の発掘
2-2 地域住民と観光客が関わる交流の場の創出	里めぐりの推進	● 屋久島里めぐり推進協議会との連携強化と継続支援の実施
	各集落の行事やイベントにおける観光客と地域住民の交流促進	● 伝統行事・イベントの整理と受入体制整備に向けた意向確認
	コミュニティビジネスの推進	● 地域資源と課題を踏まえた小規模ビジネスモデルの可能性検討
2-3 口永良部島の文化・自然資源の活用	自然・防災教育を活かした体験型プログラム造成(屋久島との2島周遊促進含む)	● 火山・防災・自然を活用した教育的体験コンテンツの設計 ● 周遊ツアーの障壁整理 ● 交通・宿泊条件の基礎調査実施
	観光インフラ(道路・公衆トイレ等)整備及び情報発信の充実	● 島内観光インフラの現状確認及び整備計画の検討 ● 町や観光協会と連携して情報発信内容の整理
	訪問者のデータ収集とリピーター戦略	● 来島者アンケート等による属性分析および来訪におけるニーズ・傾向把握

中期 (R11～13)	後期 (R14～17)
● 山岳信仰の語り部育成やツアーガイドとの連携による体験化	● ストーリーツアーの観光資源化とブランド形成
● 重要遺構の修繕・活用計画の具体化と文化財指定の検討	● 保存・活用された遺構の案内体制整備
● 地域イベント・教育現場での伝統芸能の活用継承支援の実施	● 伝統芸能団体の自立支援と外部発信
● 新たなテーマや季節に応じたコースの拡充 ● 域外へのプロモーション展開	● 地域主体の体制確立 ● リピーター向けプログラムの高度化
● 観光客と住民の接点づくり	● 担い手育成につながる持続的な交流事業の体制整備と観光施策との統合
● 地域住民主体の取組モデルを1件以上支援	● 事業の継続・自立支援を3件以上に拡大
● 学校・団体・旅行業と連携し、プログラムを試行 ● 公認ガイド制度と連携した島内人材の育成 ● 事業者と連携したパッケージ造成の試行的実施	● 島内人材による地域に根差した教育観光コンテンツの展開と発信 ● 2島観光のモデル化と観光ルートとしての確立
● 島内観光インフラの整備計画の事業化 ● 情報発信の継続実施	● 島内観光インフラの整備実施 ● 情報発信の継続実施
● 収集データの分析と再来訪促進施策の立案	● 定期的なフィードバックによる継続的改善の実施

施策 No	取組	前期 (R8～10)
3-1 食の魅力 発信	農商工連携による商品開発	● 地元食材の調査 ● 農林漁業者と商工事業者間のマッチングを1件以上支援
	地域の食材・料理の魅力を活かした発信と活用	● 郷土料理レシピの収集・整理 ● 地域イベントでの地元食材・料理出店の支援・創出
3-2 高付加価値 商品の 開発	アドベンチャートラベルの開発	● 既存資源を活かした体験コンテンツの収集と可能性調査の実施
	ウェルネスツーリズムの推進	● 地域資源や文化と健康・癒しの視点を組み合わせた商品構想の策定 ● 関係事業者との協議によるルールづくりや推進体制の検討
3-3 地域内経 済循環の 促進	観光産業における域内調達率の向上	● 飲食・宿泊施設等における地元調達品目の把握と課題整理
	観光収益の再活用による地域課題の解決	● 観光財源の確保に向けた検討並びに用途整理と優先課題の抽出

中期 (R11~13)	後期 (R14~17)
● 特産品・観光素材との連携による新商品・ブランド造成	● 農商工連携による高付加価値商品の定着 ● 製造・販売量の拡大
● 飲食事業者や宿泊施設と連携した地元食材・料理提供の定着化 ● 地元住民と連携した定期的な食イベントの開催	● 地元食材・料理を軸とした食文化の発信と誘客資源化 ● 町内外への食イベントの発信・ブランド化
● 受入環境の整備 ● 旅行会社等との連携による商品造成・販売	● アドベンチャートラベルによる国際誘客の展開
● 体験事業者や宿泊施設によるモデルプログラムの実証	● ウェルネス資源の体系化と体験ルートの整備・発信 ● 地域文化と融合した唯一無二の体験地としてのブランド化施策の立案
● 域内調達率増加に向けた施策立案	● 観光産業における域内調達率 50%以上を達成
● 観光による収益を人材育成・自然保全へ再投資する仕組みの試行実施	● 再投資の成果指標の設定と循環モデルとしての発信

(2) 基本方針2：戦略的な観光誘客

施策 No	取組	前期 (R8～10)
4-1 国際的価値のブランド確立	国・県並びに国内世界自然遺産登録地等と連携したインバウンドプロモーション	● 国・県・観光連盟等との連携強化 ● 共通プロモーション資材の作成
	自然や環境に関する国際会議の誘致・開催及び参加	● 国際会議誘致に向けたテーマと会場の選定
4-2 滞在型・体験型プログラムの充実	豊富な地域資源を活用した体験型プログラムの提供	● アンケートなどによるニーズの把握 ● 周辺プログラムの設計
	既存イベントや行事への導線づくり	● 既存イベントの調査 ● 観光客受入体制の整備又は意向調査の実施
4-3 高付加価値旅行への対応	大型クルーズ船受入れに向けたインフラ整備	● 県と連携し、寄港地対応のインフラ・交通動線の現状把握と基本構想策定
	屋久島公認ガイド付きツアーの提供	● 町や観光協会の HP 又は本町の玄関口において観光客への周知を実施 ● 多言語対応可能人材との連携によるモデルツアーの検討
	来訪者によるみちなおしの推進【再掲】	● 登山者への基礎資料やガイドラインの作成
4-4 多言語対応等の拡充	多言語対応可能人材の確保・育成体制の構築	● 観光コンシェルジュの導入に係る研修プログラムの構築 ● 地域通訳案内士制度概要の整理と研修プログラムの構築
	パンフレットや看板、WEB サイト、災害対策情報等の多言語対応	● 主要観光拠点の多言語整備範囲の把握と優先順位設定

中期 (R11~13)	後期 (R14~17)
● インバウンドプロモーションの PDCA 運用と効果測定の実施	● 持続的な誘客スキームとしての国・県との連携体制の確立
● 分野別国際会議の試行開催	● 屋久島町ならではの国際会議の開催・継続誘致及び継続的な参加
● 体験プログラムの試行とフィードバックによる改善	● 体験型プログラム参加者の満足度 50%以上を達成
● イベント主催者と連携した開催周知による観光客導線の確保	● 観光資源としてのイベント活用実績年間1件以上
● クルーズ船対応拠点の整備と試行的受入の実施	● 国際水準の受入体制を定着させ、大型クルーズ船の寄港回数年2回以上
● 多言語対応可能人材との連携によるモデルツアーの実証	● 多言語対応可能人材との連携により、インバウンド来訪者のツアー参加者数年間 100 人
● 登山前動画やWebアプリ等を活用したセルフ啓発手段の開発	● 年間を通じた登山者向けの啓発キャンペーン展開(多言語化含む)
● モデル人材の育成支援 ● 育成人材の実践投入 ● フォローアップ研修の実施	● 町内の観光コンシェルジュを3人以上配置 ● 町内の地域通訳案内士を7人以上登録
● 多言語対応の実装 ● 観光・災害情報等の運用訓練の実施	● 多言語対応の継続的アップデートを実践

施策 No	取組	前期 (R8～10)
5-1 関係人口 の創出と 共創の促 進	「島いところ」のつながりによる 「第2のふるさとづくり」の推進	● 観光で複数回訪れている方や多拠点居住等のニーズ調査を実施
	地域コミュニティとの交流促進	● 里めぐりや公認ガイドをはじめとする住民と触れ合い、地域行事や暮らしの体験機会を通じた関係人口創出のモデルづくり
5-2 教育旅行 や企業研 修旅行、 国際会議 の受入促 進	教育旅行や企業研修旅行等の 受入【再掲】	● 実証事業等を活用したモニターツアーの実施
	自然や環境に関する国際会議 の誘致・開催及び参加【再掲】	● 国際会議誘致に向けたテーマと会場の選定
6-1 レスポ ンシブル・ツ ーリズム の浸透	観光客向けルールやマナー啓 発の強化	● 受入ルールの再確認 ● 啓発素材(パンフレット・サイン等)の多言語整備
	アンケート調査等による観光客 との双方向のコミュニケーション	● 観光客の意識把握を目的とした満足度・行動実態調査の継続実施
	地域文化を融合させたリトリート 商品の造成	● 地域文化資源の発掘とリトリートとの接続可能性の調査

中期 (R11～13)	後期 (R14～17)
● 受入体制の整備 ● 移住希望者支援問合せ年間 10 件以上対応	● 定期的な滞在やリポート参加を促す関係維持の仕組みに関する施策の立案
● 集落単位での受入企画の立案を支援 ● 参加者層に応じた交流プログラムの設計	● 地域内外の人のつながりが広がる関係人口プラットフォームを形成
● モニターツアーの結果にもとづき、関係機関と連携し、教育旅行用及び企業研修旅行用、それぞれ1コース以上の策定	● 企業研修旅行を町内で年間 10 件以上の受入 ● 企業研修旅行参加者への満足度調査実施 ● 教育旅行の受入を継続実施
● 分野別国際会議の試行開催	● 屋久島町ならではの国際会議の開催・継続誘致及び継続的な参加
● 宿泊・交通・観光施設での啓発素材の活用促進と運用体制の構築	● マナー遵守が根づく観光地としての評価獲得 ● 本基本施策への住民満足度 50%以上
● 調査結果を踏まえた観光施策への反映と来訪者との対話型施策の立案	● 来訪者意識を踏まえた持続的なコミュニケーション体制の構築
● 郷土芸能等の地域文化を取り入れた商品の造成及びモニターツアー等の実証事業を実施	● 地域文化と融合した持続可能な観光地としての施策の展開

(3) 基本方針3：しくみづくり

施策 No	取組	前期 (R8~10)
7-1 快適性の 向上	交通アクセス環境の強化	● 屋久島町地域公共交通計画に基づく課題抽出と航路・バス・空港連携の強化検討
	WEB 環境の整備	● 町内の Wi-Fi 整備状況調査と整備計画の策定
	デジタル技術を活用したタイムリーな交通案内	● 時刻表・運行情報のデジタル化と情報提供媒体の整理
	利便性の高い交通インフラの検討	● 主要施設・港湾等におけるユニバーサルデザインや快適性改善の方向性検討
7-2 観光まち づくり人材 の育成・ 確保・強 化	屋久島公認ガイド制度の推進【再掲】	● リーフレットや町公式 LINE 等を活用し、住民への周知を毎年実施 ● 町や観光協会の HP 又は本町の玄関口において観光客への周知を実施 ● ガイド活動の評価基準策定
	多言語対応可能人材の確保・育成体制の構築【再掲】	● 観光コンシェルジュの導入に係る研修プログラムの構築 ● 地域通訳案内士制度概要の整理と研修プログラムの構築
	ガイドや事業者におけるルール確認	● 屋久島公認ガイドや観光事業者を対象とした持続可能性やマナーに関する研修設計
	観光教育や ESD (持続可能な開発のための教育) の推進	● 学校や地域活動における観光教育・ESD の事例収集と教材づくりの準備
	プラットフォームを通じた定例会開催による情報共有	● 観光協会等を通じたプラットフォーム立ち上げ準備と運営体制の整備

中期 (R11~13)	後期 (R14~17)
● 複数交通網をつなぐ乗継改善や交通利用促進のための実証実験	● 交通アクセス改善の定着と住民・観光客双方の満足度向上
● 観光エリア全体での無料 Wi-Fi 提供と災害時利用も想定したシステム構築	● ICT 基盤としての WEB 環境整備の定着 ● 時点潮流に応じたシステム導入の検討
● リアルタイム交通案内の試行導入と利用状況分析を実施	● 交通・防災・観光情報を統合した多言語対応の情報提供体制の確立
● エコカー導入やターミナル整備を含む中長期的な交通インフラ整備案の策定	● 持続可能性・快適性を両立した観光拠点の整備完了
● 周知の継続実施 ● ガイド活動へのフィードバック運用	● 登録ガイドによるツアー参加者の満足度向上(満足度の基準値は、評価基準策定以降に把握)
● モデル人材の育成支援 ● 育成人材の実践投入 ● フォローアップ研修の実施	● 町内の観光コンシェルジュを3人以上配置 ● 町内の地域通訳案内士を7人以上登録
● ルールのガイドライン化と受入事業者への展開・評価体制構築	● 事業者主体の持続的なルール運用とマナー向上の定着
● 地域資源と連動した体験型学習プログラムの展開 ● 町内出身学生へUターン喚起策(観光業におけるインターンシップ等)の実施	● 観光教育の地域内浸透と継続的な人材育成体制の確立
● 定例会開催による横断的課題共有と共同プロジェクトの試行	● 観光まちづくりの中核としてのプラットフォームの制度化

施策 No	取組	前期 (R8～10)
7-3 観光DX の推進	観光・交通情報の一元化と情報受発信システムの構築	● 観光・交通データの連携調査と情報発信媒体の現状把握
	デジタル技術を活用したタイムリーな交通案内【再掲】	● 時刻表・運行情報のデジタル化と情報提供媒体の整理
	観光関連産業における DX・キャッシュレス化の推進	● 町内観光関連事業者におけるキャッシュレス決済・予約管理・顧客管理等の導入状況調査 ● 小規模事業者を中心とした課題把握
7-4 情報発信 の強化	町内情報発信窓口の拡充	● 観光協会や関係機関と連携した情報発信拠点の再整理
	一貫性ある発信体制の構築	● 町内関係者との合意形成を踏まえた発信ガイドラインの検討
7-5 観光危機 管理の推 進	観光危機管理に関する基礎啓発	● 町内事業者の観光危機管理の意識向上のため、勉強会等開催
	観光危機管理計画の策定・運用	● 上記基礎啓発の促進と並行し、観光危機管理計画の策定

中期 (R11～13)	後期 (R14～17)
● 観光・交通情報を統合した発信サイトやアプリの構築と運用	● 防災・混雑情報等を含む多言語・多チャネル対応の情報基盤整備
● リアルタイム交通案内の試行導入と利用状況分析を実施	● 交通・防災・観光情報を統合した多言語対応の情報提供体制の確立
● 国・県における補助制度や支援策を通じたキャッシュレス決済等導入支援の実施	● 観光消費データの活用によるマーケティング・商品造成・混雑分散への応用
● 効率的かつ効果的な窓口設置や相談機能強化など多様な発信体制の整備	● 情報発信窓口の持続運用と評価に基づく柔軟な見直し
● 町・観光協会・民間事業者と一緒に了一貫発信の実行体制の構築	● 継続的PDCAによる町全体での発信方針運営
● 事業者向けに観光危機管理に関する訓練や研修を年間1回以上実施 ● 町内の避難所や事業所等において、地域防災計画に即した備蓄を促進	● 官民連携による危機対応ネットワークの構築
● 宿泊事業者の50%以上において、観光危機管理マニュアル作成を促進	● 年間1回以上の定期的な観光危機管理に関する訓練の実施及び計画の適宜見直し

04 進行管理

本計画の確実な実行に向けては、目標指標として掲げる目標値について、それぞれの取組がどのように寄与しているのかを定期的な調査等を通じて確認します。そのため、年に1回程度、屋久島町観光推進会議を開催し、関係課や推進委員からの意見を聴取することで、施策の進捗状況の確認・評価を行うほか、コロナ感染症のような産業を揺るがす外因の発生等に応じて計画の見直しを柔軟に行う等、PDCA サイクルを構築していくこととします。

なお、計画の進捗をより具体的なものとするために、前述の KGI・KPI のみならず、取組ごとの評価についても観光まちづくり課が中心となり、関係各課と調整のうえ、SMART³³法則を意識した活動指標の設定・計測により、管理するものとします。

特に、定期的な統計データ、調査データの把握は、目標値の達成状況を把握するために不可欠であることから、計画的に実施します。



³³ Specific（具体的な）Measurable（測定可能な）Achievable（達成可能な）Relevant（関連性のある）Time-bound（期限を定めた）の頭文字をとった目標設定手法の考え方。

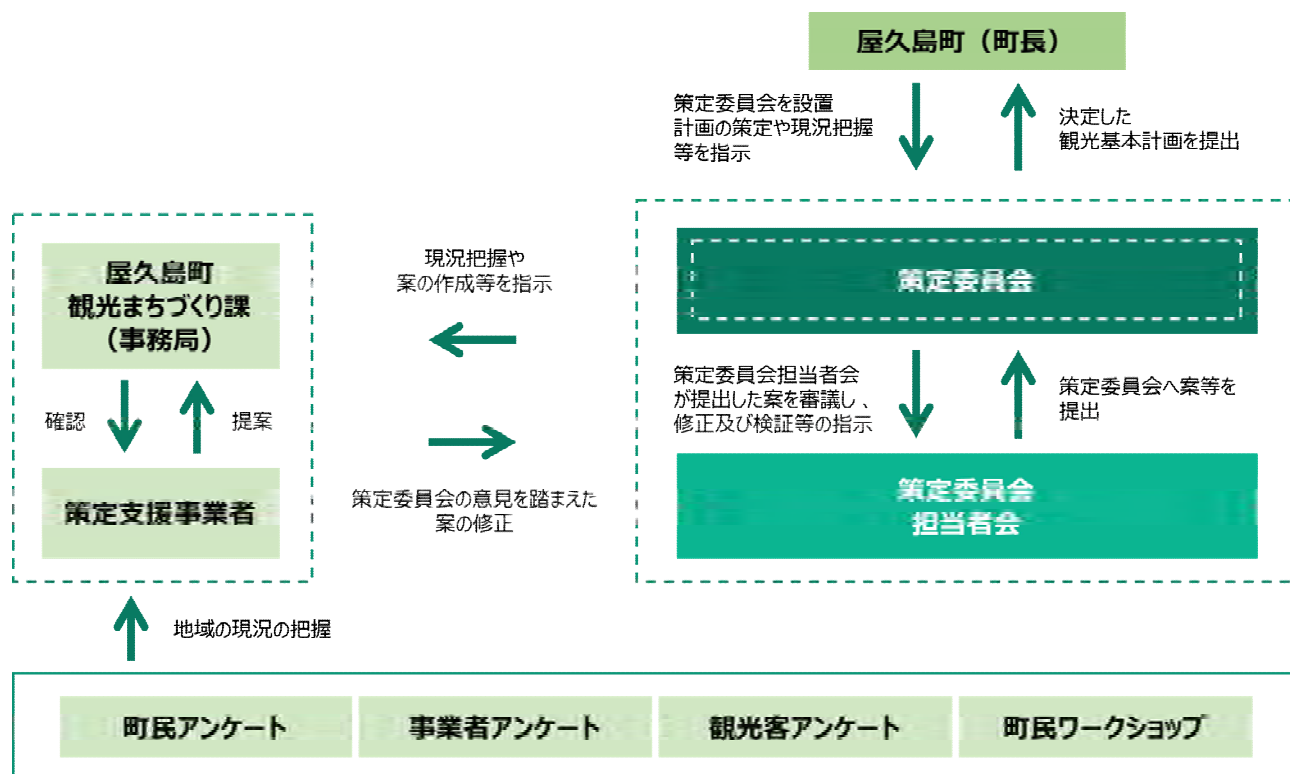
資料編

- 01 計画策定の経過
- 02 各種調査結果
- 03 町民ワークショップ

01 計画策定の経過

（１）策定の進め方

本計画は、以下の進め方で策定しました。



(2) 策定の経過

屋久島町観光基本計画策定委員会及び担当者会

以降、屋久島町観光基本計画策定委員会を「策定委員会」、屋久島町観光基本計画策定委員会担当者会を「担当者会」という。

会議	回	年月日	協議内容
策定委員会	第1回	令和6年 11月19日	・計画策定の進め方について ・各種調査概要等について ・観光の動向について ・その他
担当者会	第1回	令和6年 11月27日	
担当者会	第2回	令和7年 2月6日	・屋久島町観光の現状及び課題等について ・屋久島町観光基本計画（第2次）目次案について ・町民ワークショップについて ・その他
策定委員会	第2回	令和7年 2月27日	・町民・事業者アンケート調査結果について ・屋久島町観光の現状について ・次期観光基本計画におけるポイントについて ・屋久島町観光基本計画（現計画）の評価について ・町民ワークショップについて ・その他
担当者会	第3回	令和7年 6月4日	・第2次屋久島町観光基本計画骨子案について ・その他
策定委員会	第3回	令和7年 6月26日	
担当者会	第4回	令和7年 7月18日	・第2次屋久島町観光基本計画骨子案（第2稿）について ・その他
担当者会	第5回	令和7年 8月8日	・第2次屋久島町観光基本計画骨子案（第3稿）について ・その他
策定委員会	第4回	令和7年 9月3日	・第2次屋久島町観光基本計画素案について ・その他
担当者会	第6回	令和7年 10月30日	・第2次屋久島町観光基本計画素案（第2稿）について ・概要版（レイアウト案（第1稿））について ・その他
策定委員会	第5回	令和7年 11月21日	・第2次屋久島町観光基本計画素案（第3稿）について ・概要版（レイアウト案（第2稿））について ・その他
担当者会	第7回	令和8年 1月14日	・第2次屋久島町観光基本計画（案）について ・概要版（案）について
策定委員会	第6回	令和8年 1月28日	・第2次屋久島町観光基本計画（案）について ・概要版（案）について

(3) 策定メンバー

策定委員会

令和6年度

委員	所属・役職	備考
岩川 茂隆	屋久島町 副町長	委員長
石田尾 茂樹	屋久島町議会 議長	
後藤 慎	屋久島観光協会 会長	副委員長
松本 和則	屋久島町商工会 会長	
尾田 賢志	屋久島町区長連絡協議会 会長	
山崎 奈美子	屋久島町地域女性団体連絡協議会 会長	
岩川 原造	種子屋久農業協同組合 屋久島統括理事	
鮫島 典治	熊毛支庁屋久島事務所 所長	
池田 洋一	公益財団法人 屋久島環境文化財団 事務局長	
中田 隆昭	町民委員（公募）	
小松 純哉	町民委員（公募）	

令和7年度

委員	所属・役職	備考
岩川 茂隆	屋久島町 副町長	委員長
石田尾 茂樹	屋久島町議会 議長	
荒木 政孝	屋久島観光協会 会長	副委員長
松本 和則	屋久島町商工会 会長	
尾田 賢志	屋久島町区長連絡協議会 会長	
山崎 奈美子	屋久島町地域女性団体連絡協議会 会長	
岩川 原造	種子屋久農業協同組合 屋久島統括理事	
鶴田 晃紀	熊毛支庁屋久島事務所 所長	
蒲地 祥吾	公益財団法人 屋久島環境文化財団 事務局長	
中田 隆昭	町民委員（公募）	
小松 純哉	町民委員（公募）	

担当者会

令和6年度

委員	所属・役職	備考
榎 光徳	屋久島町議会 総務文教常任委員長	
緒方 健太	屋久島町議会 産業厚生常任委員長	
満園 茂	屋久島観光協会 総務委員長	
荒木 政孝	屋久島観光協会 物販部会長	
橘 誠也	屋久島町商工会 事務局長	
鮫島 健	屋久島町商工会 青年部長	
清岡 哲也	種子島久農業協同組合 屋久島支所組合員課次長	
鮫島 洋一	屋久島漁業協同組合 参事	
寺田 久志	屋久島森林組合 総務課長	
池添 慧	口永良部島 地区選出委員	
中村 美穂	熊毛支庁屋久島事務所 総務企画課参事付	
濱崎 寿仁	公益財団法人 屋久島環境文化財団 事業課長	
川崎 勝也	屋久島町 産業振興課 統括係長	
日高 成	屋久島町 産業振興課 統括係長（農政担当）	
羽生 尚博	屋久島町 政策推進課 統括係長	

令和7年度

委員	所属・役職	備考
榎 光徳	屋久島町議会 議員	
渡邊 博之	屋久島町議会 議員	
満園 茂	屋久島観光協会 総務委員長	
松田 浩和	屋久島観光協会 理事	
橘 誠也	屋久島町商工会 事務局長	
藤山 征宣	屋久島町商工会 青年部副部長	
清岡 哲也	種子島久農業協同組合 屋久島支所組合員課次長	
鮫島 洋一	屋久島漁業協同組合 参事	
寺田 久志	屋久島森林組合 理事	
池添 慧	口永良部島 地区選出委員	
中村 美穂	熊毛支庁屋久島事務所 総務企画課参事付	
濱崎 寿仁	公益財団法人 屋久島環境文化財団 事業課長	
川崎 勝也	屋久島町 産業振興課 統括係長	
日高 成	屋久島町 産業振興課 統括係長（農政担当）	
羽生 尚博	屋久島町 政策推進課 統括係長	

02 各種調査結果³⁴

(1) 町民アンケート調査

① 調査概要

調査方法：郵送による配布・回収

調査期間：令和6年9月27日（金）～令和6年10月14日（月）

調査対象：屋久島町内にお住まいの15歳以上の町民2,000名（無作為抽出）

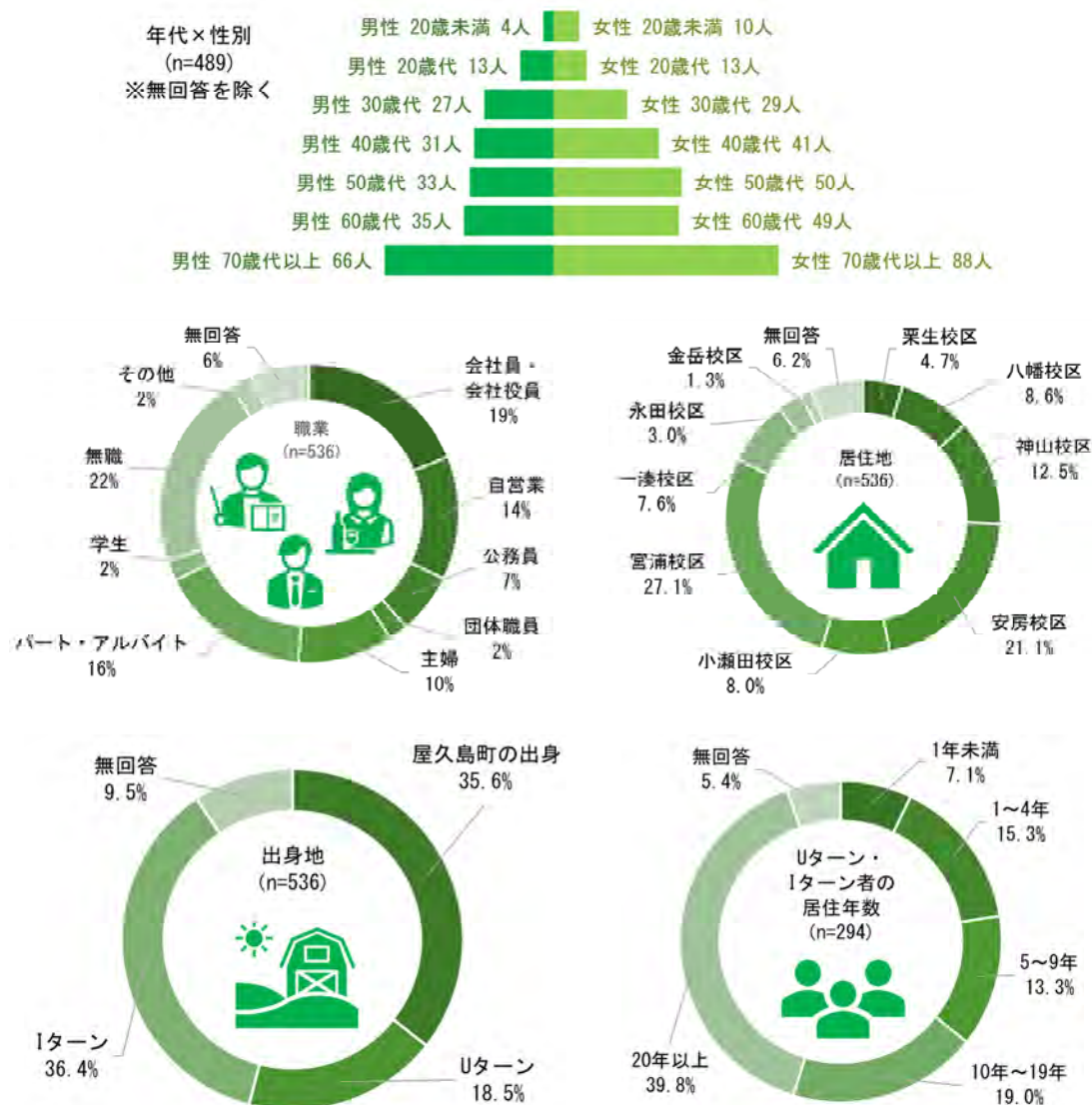
回答数：536（回収率26.8%）

② 結果概要

年代及び性別は、全体的に女性からの回答が多い結果となっています。

職業は「会社員・会社役員」が、居住地は「宮浦校区」が、それぞれ最も多くなっています。

出身地別では「Iターン」が36.4%と最も多く、また移住者（Uターン・Iターン）の居住年数は「20年以上」が39.8%と最も多くなっています。



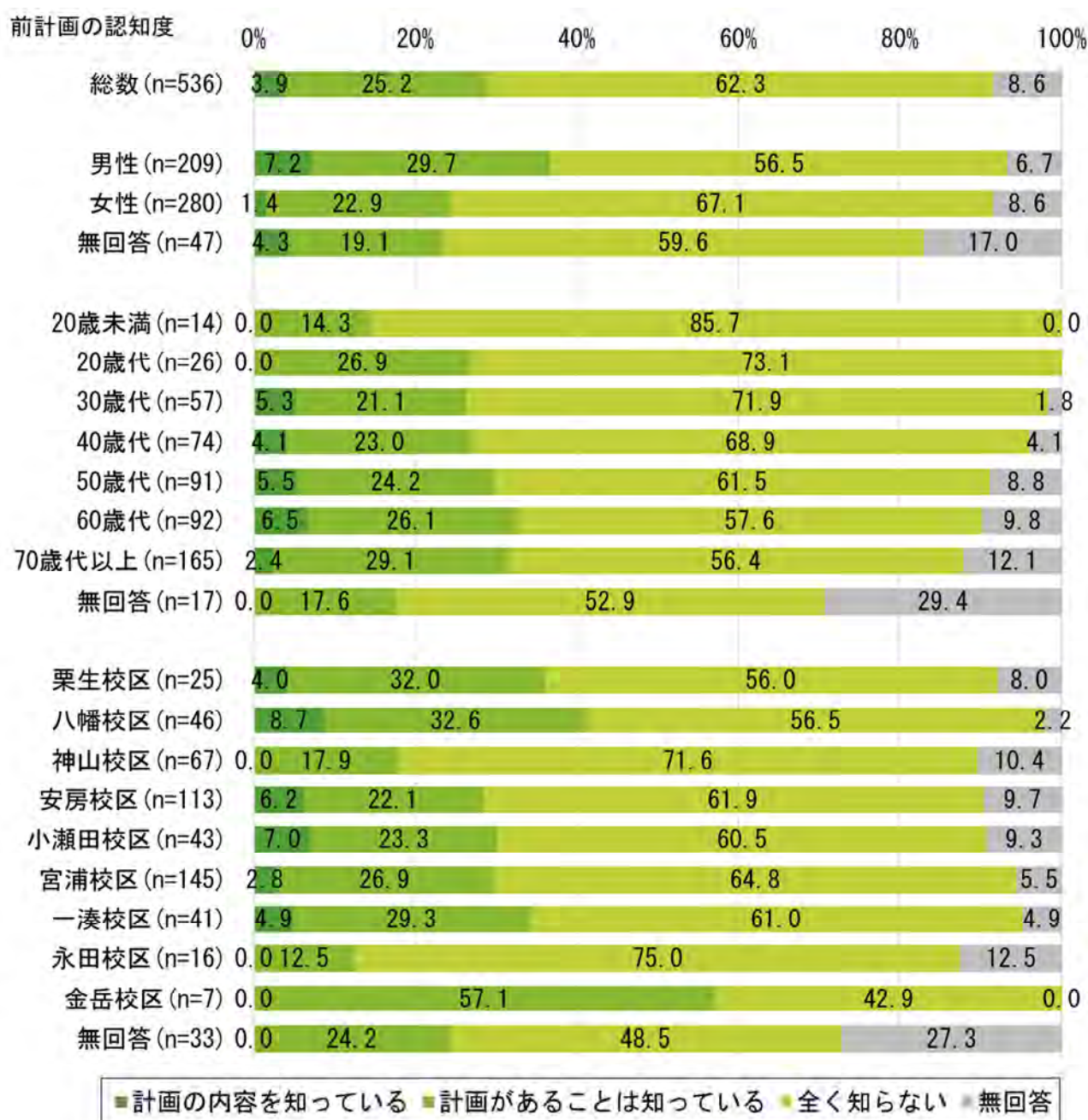
³⁴ 資料編においては、計画書内に記載した設問項目以外を記載しています。

前計画の認知度について、全体では「全く知らない」が62.3%、「計画があることは知っている」が25.2%、「計画の内容を知っている」が3.9%となっています。

男女差を比較すると、男性が「計画の内容を知っている」「計画があることを知っている」と回答した割合が高くなっています。

年齢別では、若い世代になるほど「全く知らない」と回答した割合が高くなっています。

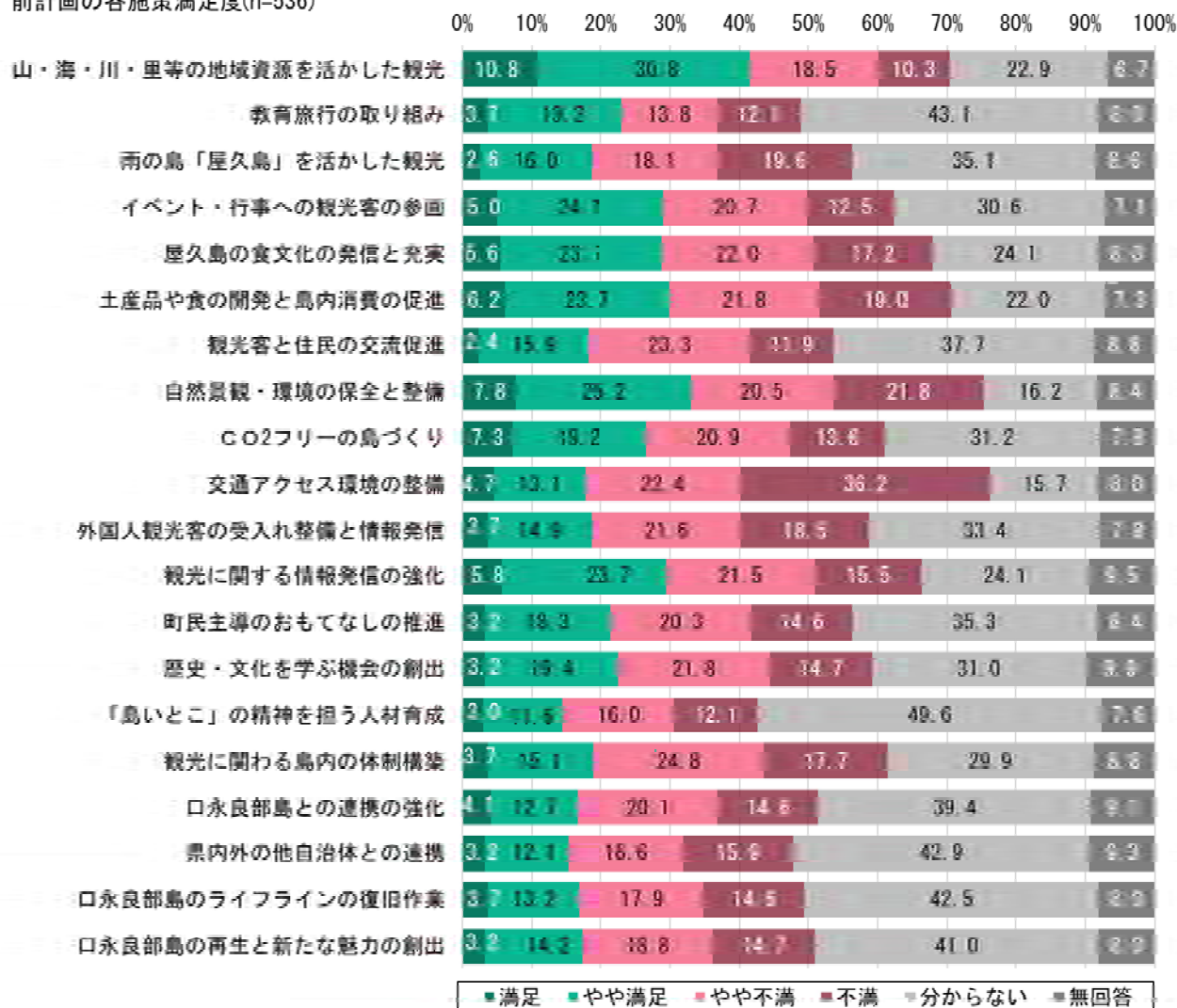
校区別では、神山校区と永田校区での認知度が低く、7割以上が「全く知らない」と回答しています。



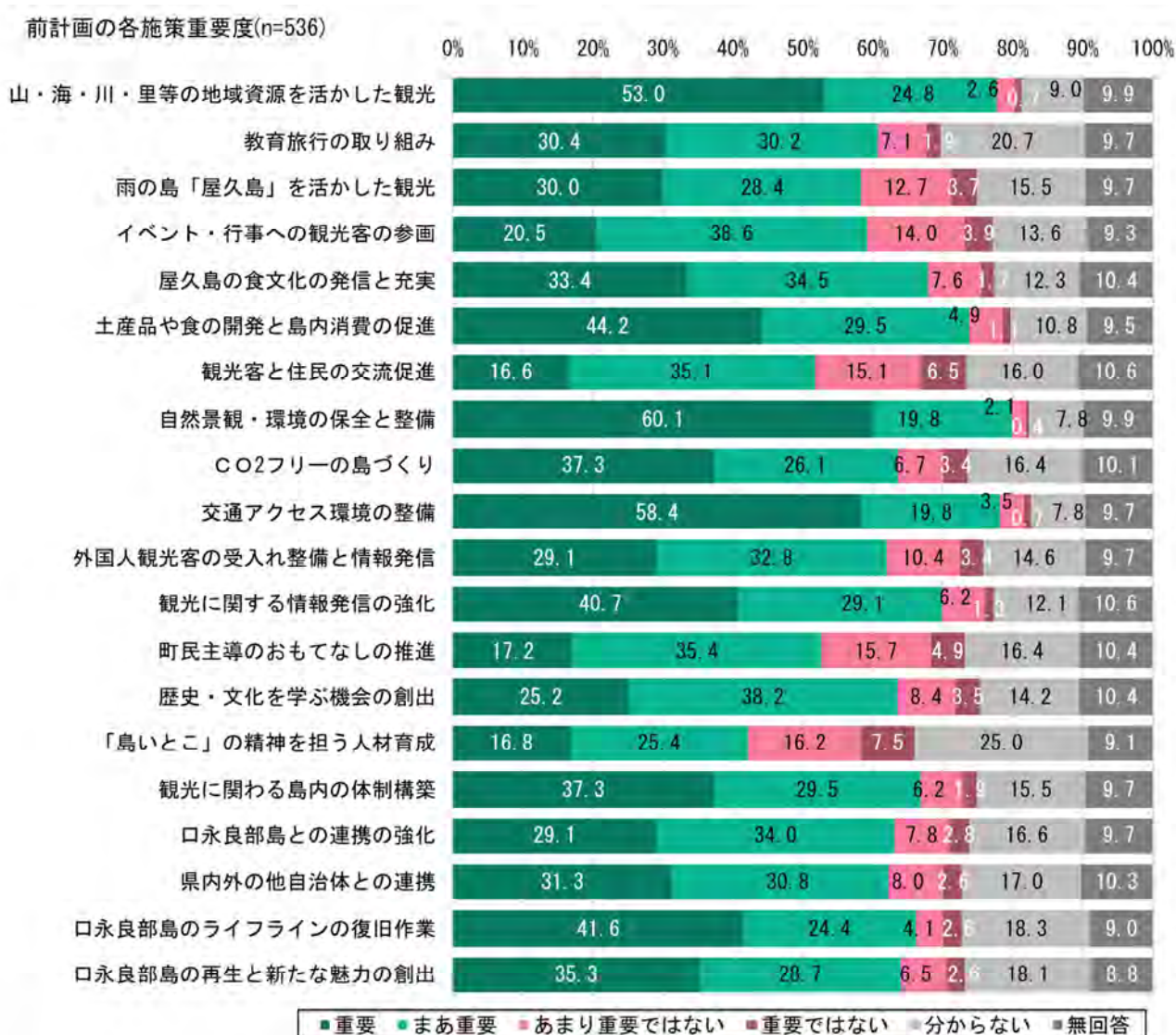
前計画で位置付けた 20 の施策について、満足度（満足＋やや満足）は、「山・海・川・里等の地域資源を活かした観光」が 41.6%と最も高く、次いで「自然景観・環境の保全と整備」が 33.0%、「土産品や食の開発と島内消費の促進」が 29.9%となっています。

なお、各施策の満足度を合計し、施策数で除して全体の満足度を算出したところ、前計画に対する満足度は 22.9%となっています。

前計画の各施策満足度(n=536)



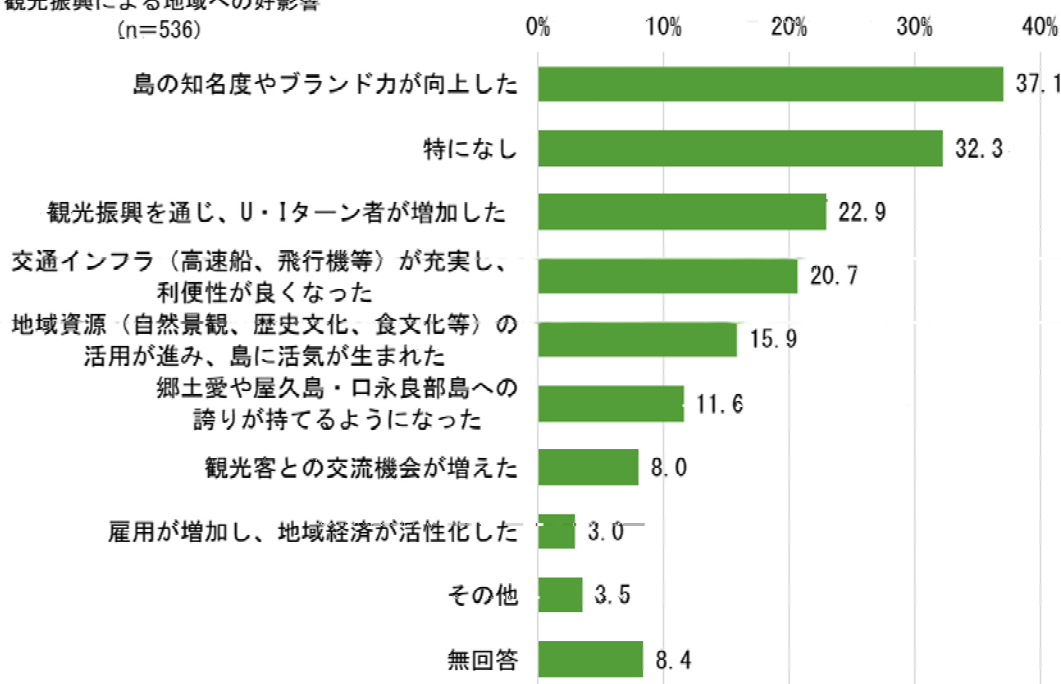
前計画で位置付けた 20 の施策について、重要度（重要+まあ重要）は、「島いところ」の精神を担う人材育成」以外の項目で5割を超えています。特に、満足度が高い「自然景観・環境の保全と整備」は 79.9%と最も高くなっています。



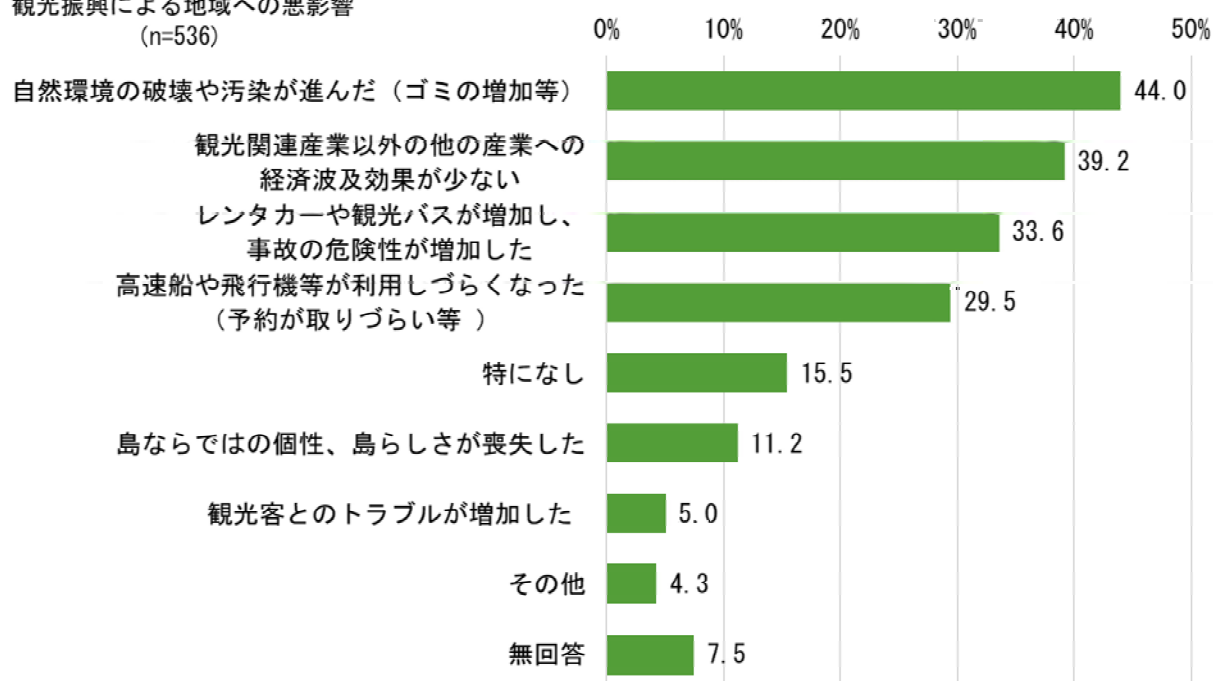
観光振興による地域への影響について、好影響としては「島の知名度やブランド力が向上した」が37.1%と最も多く、次いで「特になし」が32.3%、「観光振興を通じ、U・Iターン者が増加した」が22.9%となっています。

また、悪影響としては、「自然環境の破壊や汚染が進んだ（ゴミの増加等）」が44.0%（H26:69.3%）と最も多く、次いで「観光関連産業以外の他の産業への経済波及効果が少ない」が39.2%（H26:62.7%）、「レンタカーや観光バスが増加し、事故の危険性が増加した」が33.6%（H26:48.4%）となっています。平成26年の町民アンケートと同様の項目が上位に挙げられていますが、割合は下がっています。

観光振興による地域への好影響
(n=536)



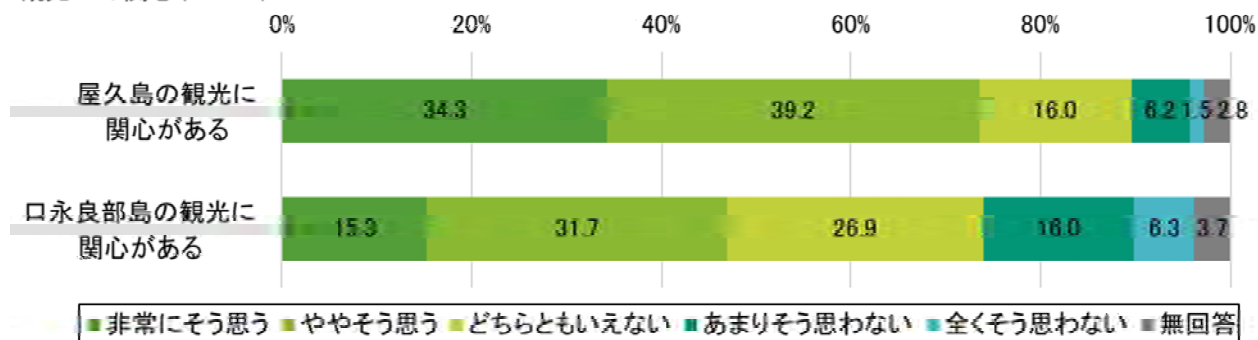
観光振興による地域への悪影響
(n=536)



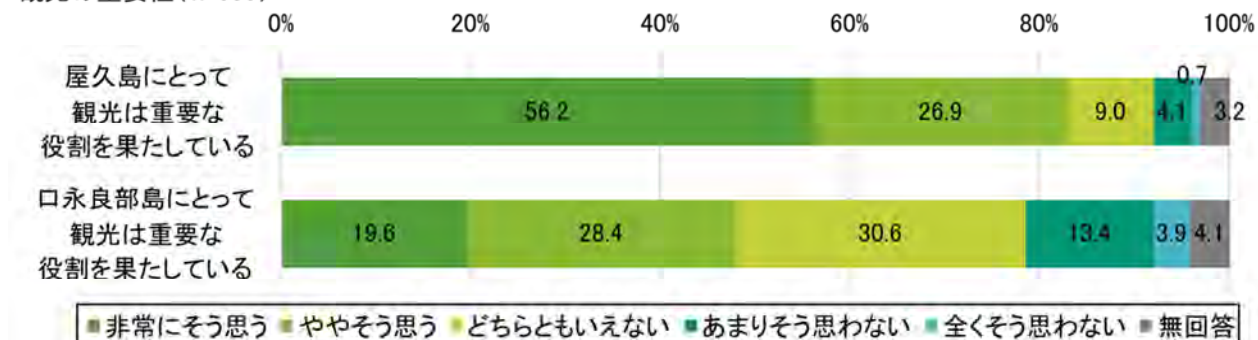
屋久島・口永良部島観光への関心度については、回答者の居住地のほとんどが屋久島であることから口永良部島の観光への関心の割合は屋久島と比較すると低い結果となっています。しかし、それでも約半数の方から口永良部島の観光に関心があるとの回答がありました。

平成26年の町民アンケートと比較すると、「観光への関心」は屋久島73.5%（H26:80.4%）、口永良部島47.0%（H26:59.1%）、「観光の重要性」は屋久島83.1%（H26:89.3%）、口永良部島48.0%（H26:53.8%）、「観光への関わり」は屋久島37.0%（H26:45.8%）、口永良部島22.9%（H26:28.0%）と全ての項目で下がっています。

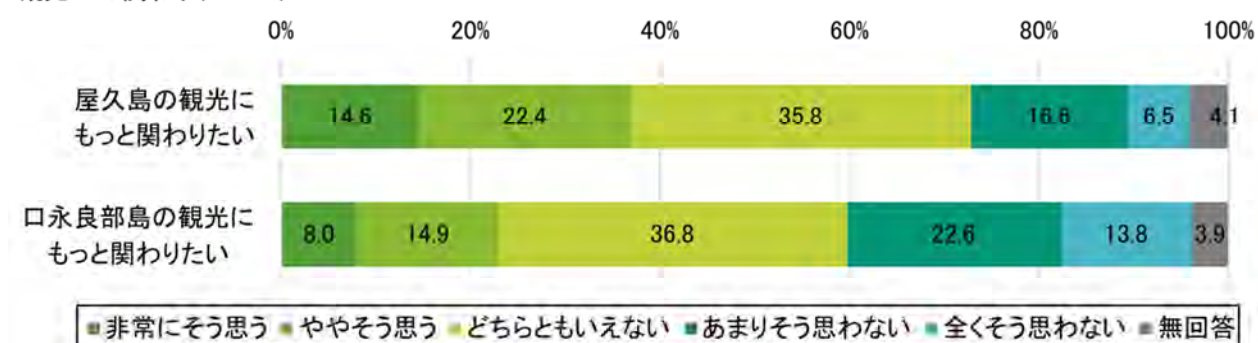
観光への関心（n=536）



観光の重要性（n=536）



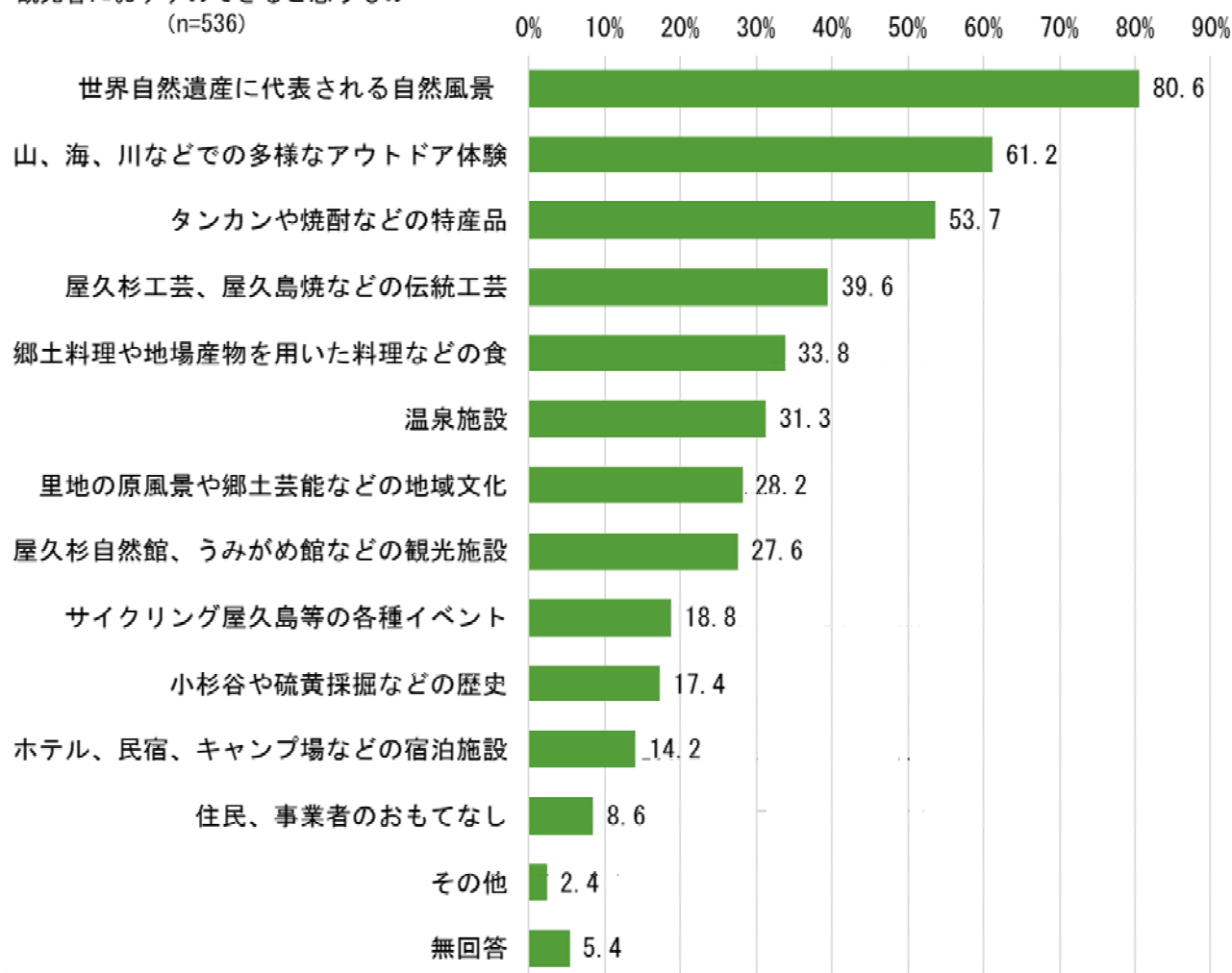
観光への関わり（n=536）



観光客におすすめするものとして、「世界自然遺産に代表される自然風景」が80.6%（H26:91.6%）と最も多く、次いで「山、海、川などでの多様なアウトドア体験」が61.2%（H26:43.1%）、「タンカンや焼酎などの特産品」が53.7%（H26:63.6%）となっています。

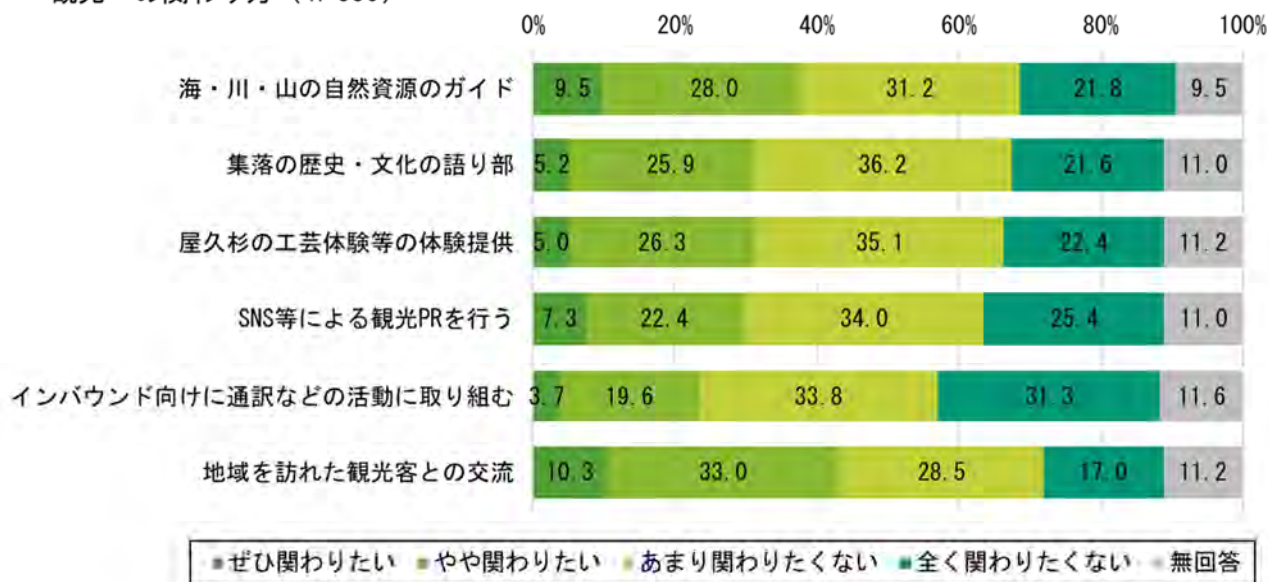
平成26年の町民アンケートと同様の項目が上位になっていますが、「自然風景」「特産品」は約10ポイント下がっています。一方、アウトドア体験については43.1%から61.2%と18.1ポイント上がっています。

観光客におすすめできると思うもの
(n=536)



関わりたい（ぜひ関わりたい＋やや関わりたい）と回答した割合は、「地域を訪れた観光客との交流」が43.3%と最も高く、次いで「海・川・山の自然資源のガイド」が37.5%、「屋久杉の工芸体験等の体験提供」が31.3%、「集落の歴史・文化の語り部」が31.1%となっています。

観光への関わり方（n=536）



(2) 事業者アンケート調査

① 調査概要

調査方法：郵送による配布・回収

調査期間：令和6年10月28日（月）～令和6年11月22日（金）

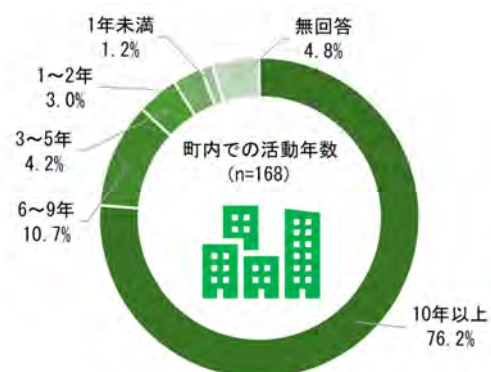
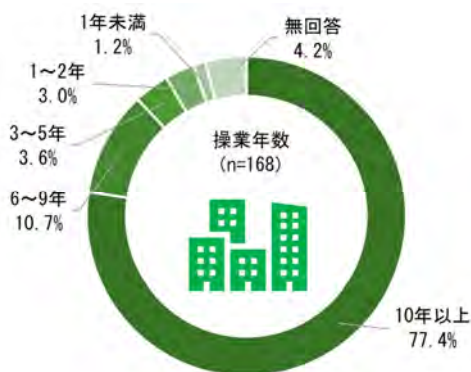
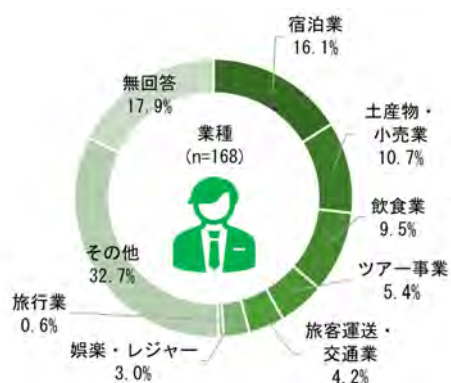
調査対象：屋久島町商工会及び屋久島観光協会に属する事業者（666 事業者）

回答数：168（回収率 25.2%）

② 結果概要

業種は「宿泊業」が最も多く、また、事業所立地地域は「安房校区」と「宮浦校区」が28.6%と最も多くなっています。

操業年数は「10年以上」が77.4%、「6～9年」が10.7%、「3～5年」が3.6%の順となっています。うち、町内での活動は「10年以上」が76.2%、「6～9年」が10.7%、「3～5年」が4.2%となっています。

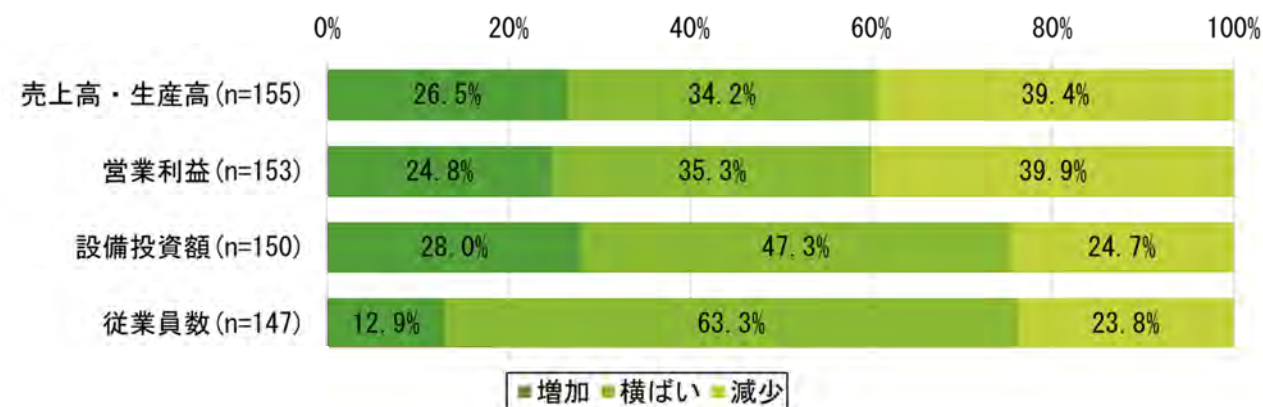


組織の売上高・生産高、営業利益、設備投資額、従業員について、「直近3年間の推移」において売上高・生産高や営業利益は減少傾向にある事業者がやや多いものの、従業員数などはある程度維持できています。

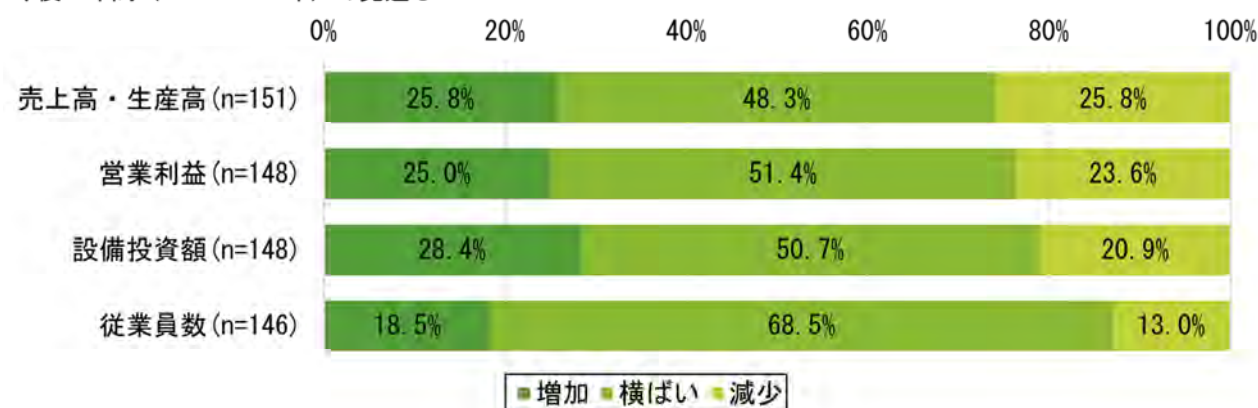
「直近3年間の推移」と「コロナ禍と現在の比較」では、概ね同様の構成比ですが、設備投資額は直近3年間のほうが増加傾向にあった割合がやや高くなっており、事業再構築補助金等の国が実施した支援を活用したコロナ禍を乗り切るための業容転換等による投資が背景と考えられます。

今後の3年間の見通しでは、全ての項目において約半数の事業者が横ばいを予想しています。

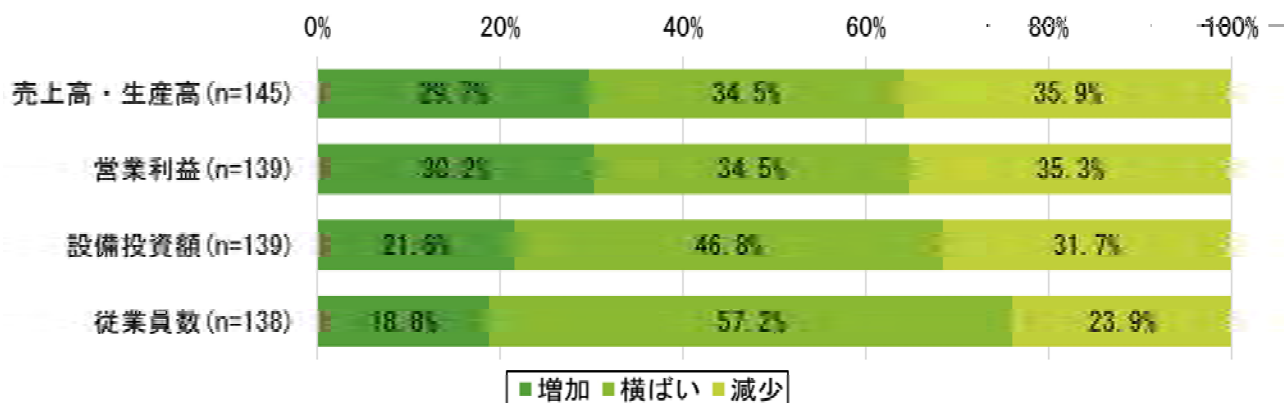
直近3年間（2021～2023年）の推移



今後3年間（2025～2027年）の見通し



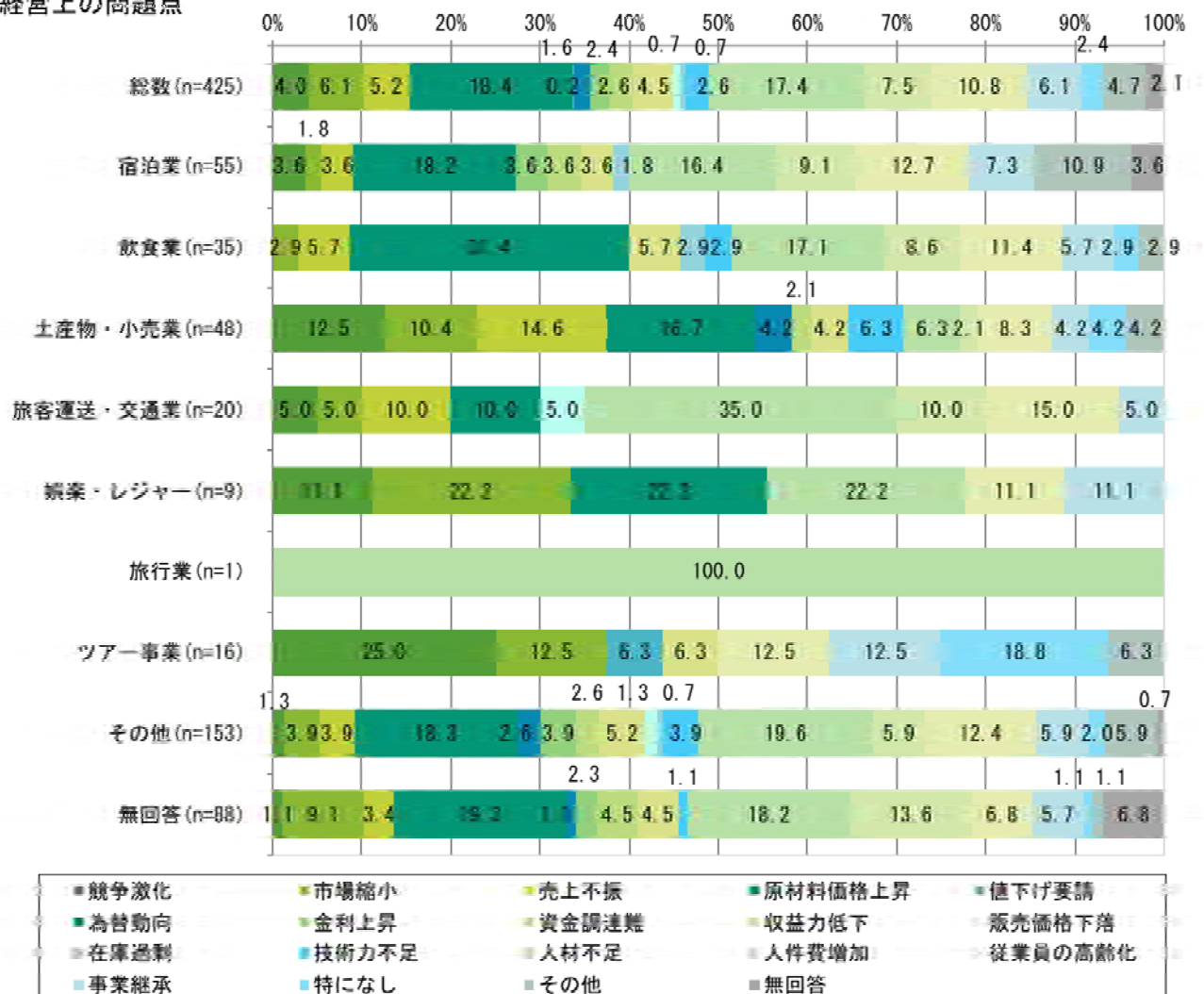
コロナ禍（2019年）比



経営上の問題点について、「原材料価格上昇」が18.4%と最も高く、次いで「人材不足」が17.4%、「従業員の高齢化」が10.8%となっています。

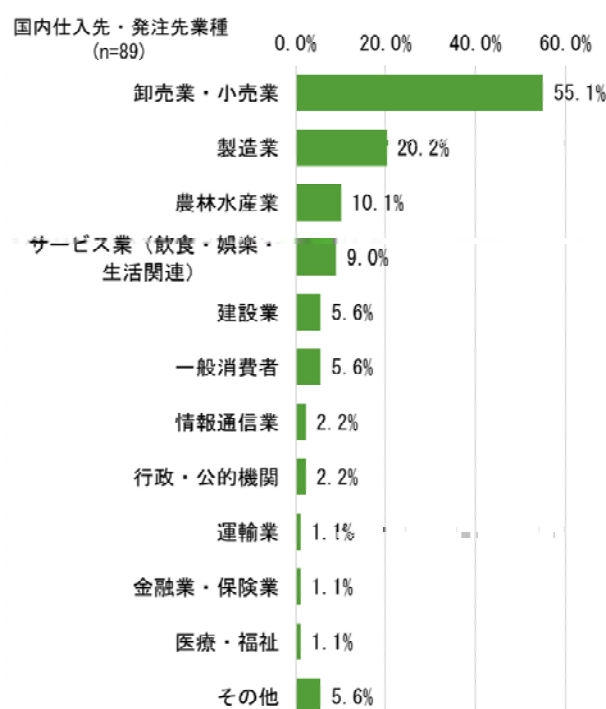
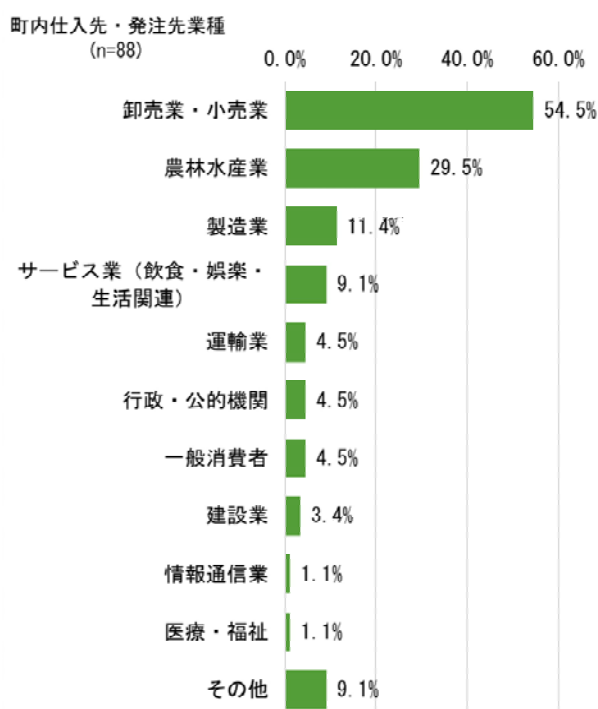
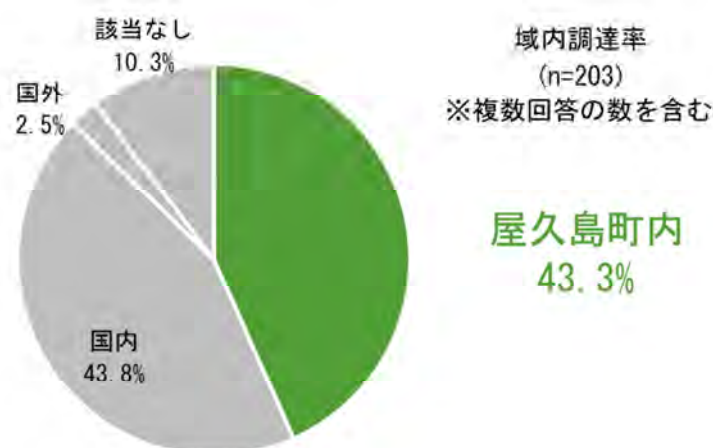
業種別では、飲食業や土産物・小売業では「原材料価格上昇」、旅客運送・交通業は「人材不足」、ツアー事業は「競争激化」等が特に割合が高くなっています。

経営上の問題点



事業活動における商品・サービスの原材料について、本町の域内調達率は約4割で、ほぼ同数が町外からの調達となっています。

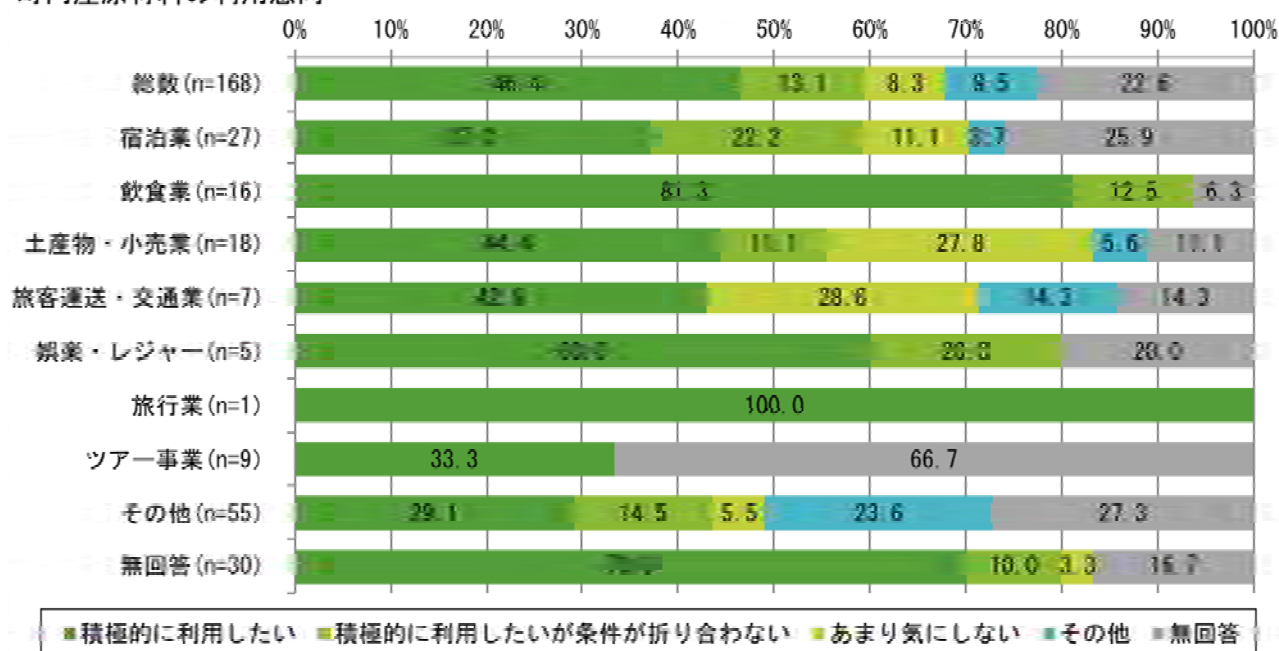
本町の観光産業振興により、町内の卸売業・小売業や農林水産業に特に影響を与えることができます。他方、卸売業・小売業は同程度町外からの調達しており、また、製造業などは町内よりも町外調達率が高いことから、町内に十分な企業がなく品目によっては町内では対応できずに町外に依存していることが窺えます。



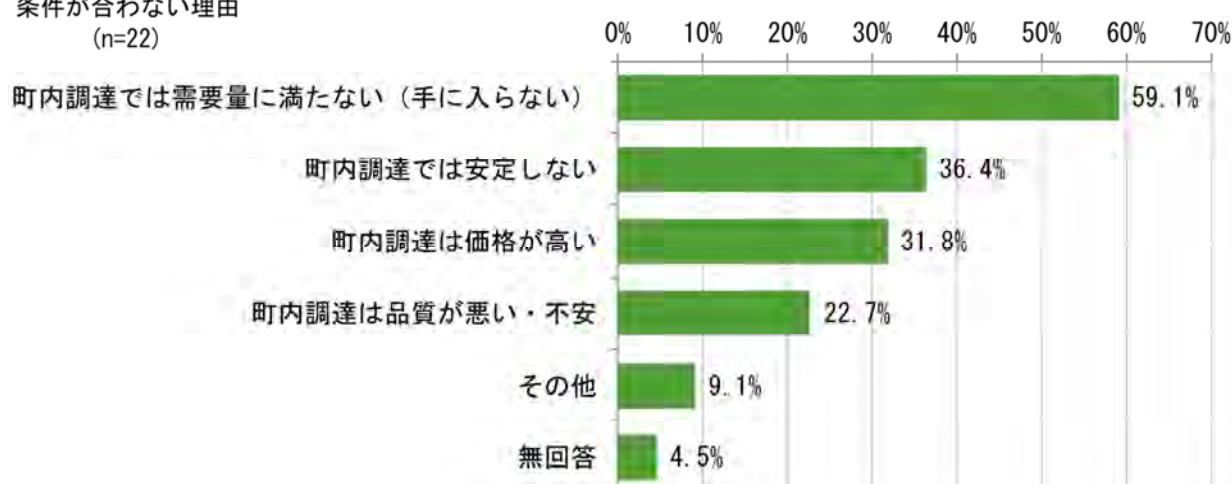
町内産原材料の利用意向について、全体としては、「積極的に利用したい」が46.4%と半数近く、次いで「積極的に利用したいが条件が折り合わない」が13.1%となっています。業種別では、「宿泊業」と「娯楽・レジャー」が他の業種と比較して「積極的に利用したいが条件が折り合わない」の割合が高く、また、「土産物・小売業」と「旅客運送・交通業」は「あまり気にしない」が3割程度となっています。

条件が合わない理由として、「町内調達では需要量に満たない（手に入らない）」が59.1%と最も多く、次いで「町内調達では安定しない」が36.4%、「町内調達は価格が高い」が31.8%となっています。

町内産原材料の利用意向



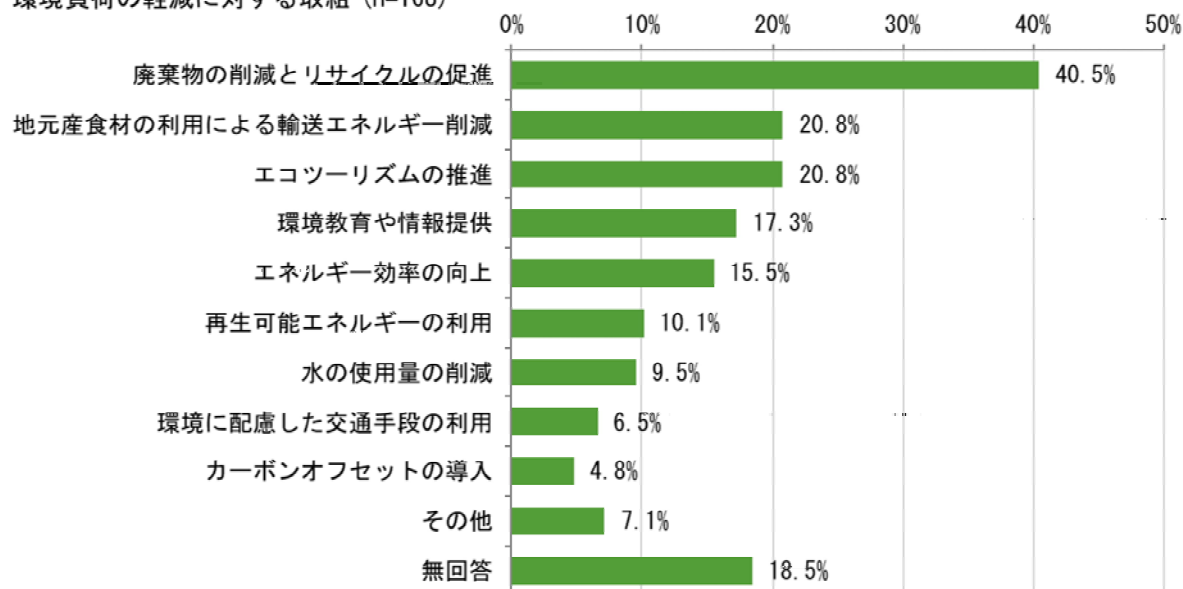
条件が合わない理由
(n=22)



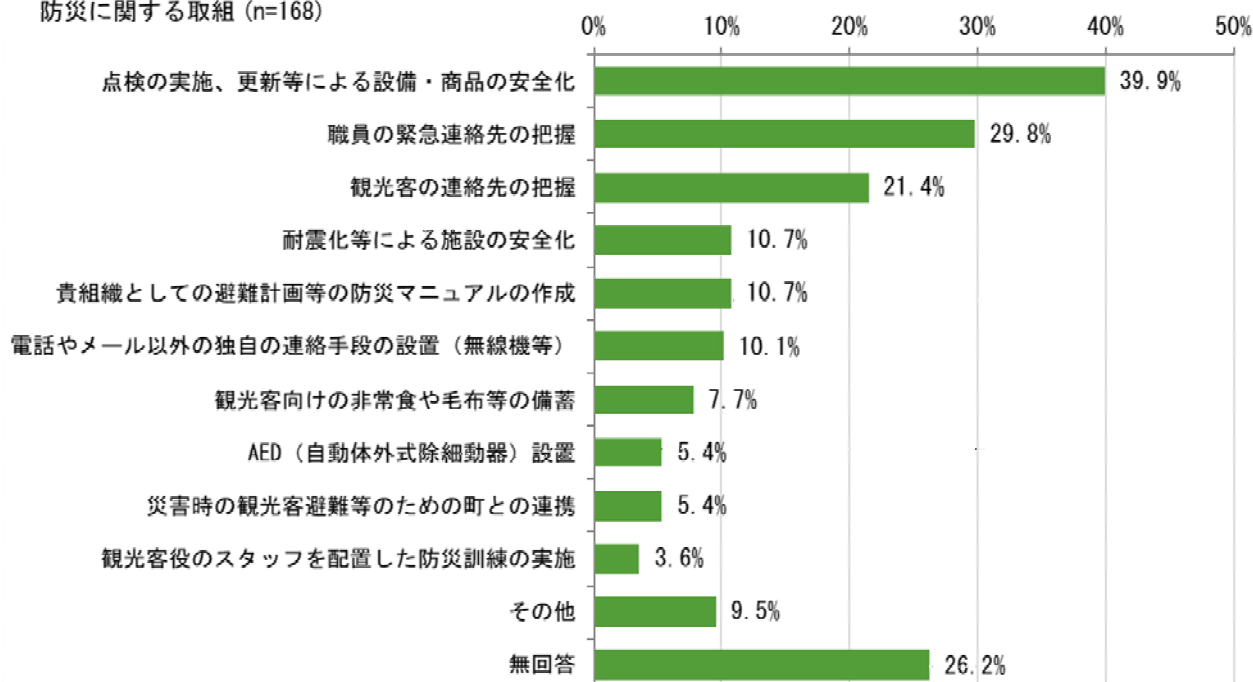
環境負荷の軽減に対する取組として、「廃棄物の削減とリサイクルの促進」が40.5%と最も多く、次いで「地元産食材の利用による輸送エネルギー削減」と「エコツーリズムの推進」が20.8%となっています。

防災に関する取組として、「点検の実施、更新等による設備・商品の安全化」が39.9%と最も多く、次いで「職員の緊急連絡先の把握」が29.8%、「観光客の連絡先の把握」が21.4%となっています。

環境負荷の軽減に対する取組 (n=168)



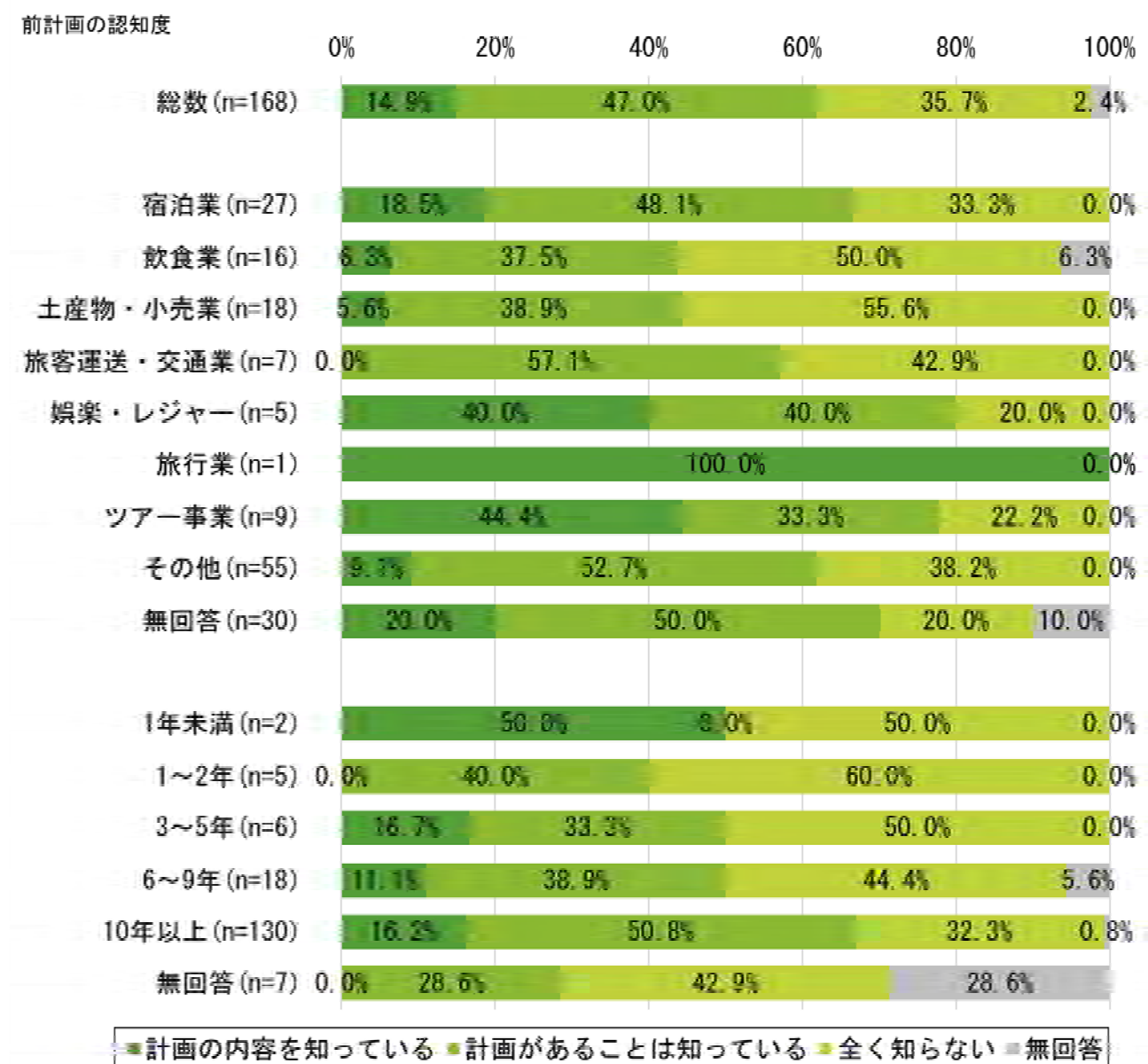
防災に関する取組 (n=168)



前計画の認知度について、全体では「計画の内容を知っている」が14.9%、「計画があることは知っている」が47.0%、「全く知らない」が35.7%となっています。

業種別では、「娯楽・レジャー」「旅行業」「ツアー事業」等の知っている割合が高い傾向にあり、「飲食業」「土産物・小売業」は半数程度が「全く知らない」と回答しています。

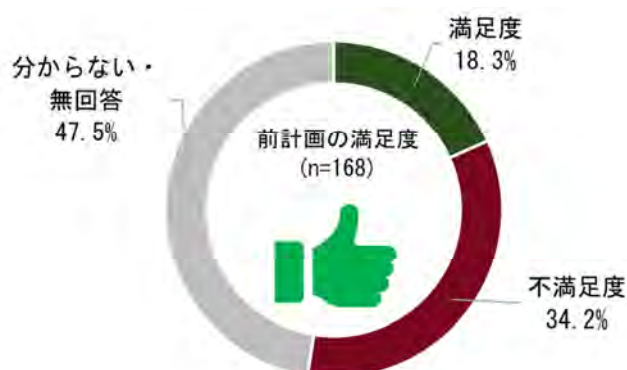
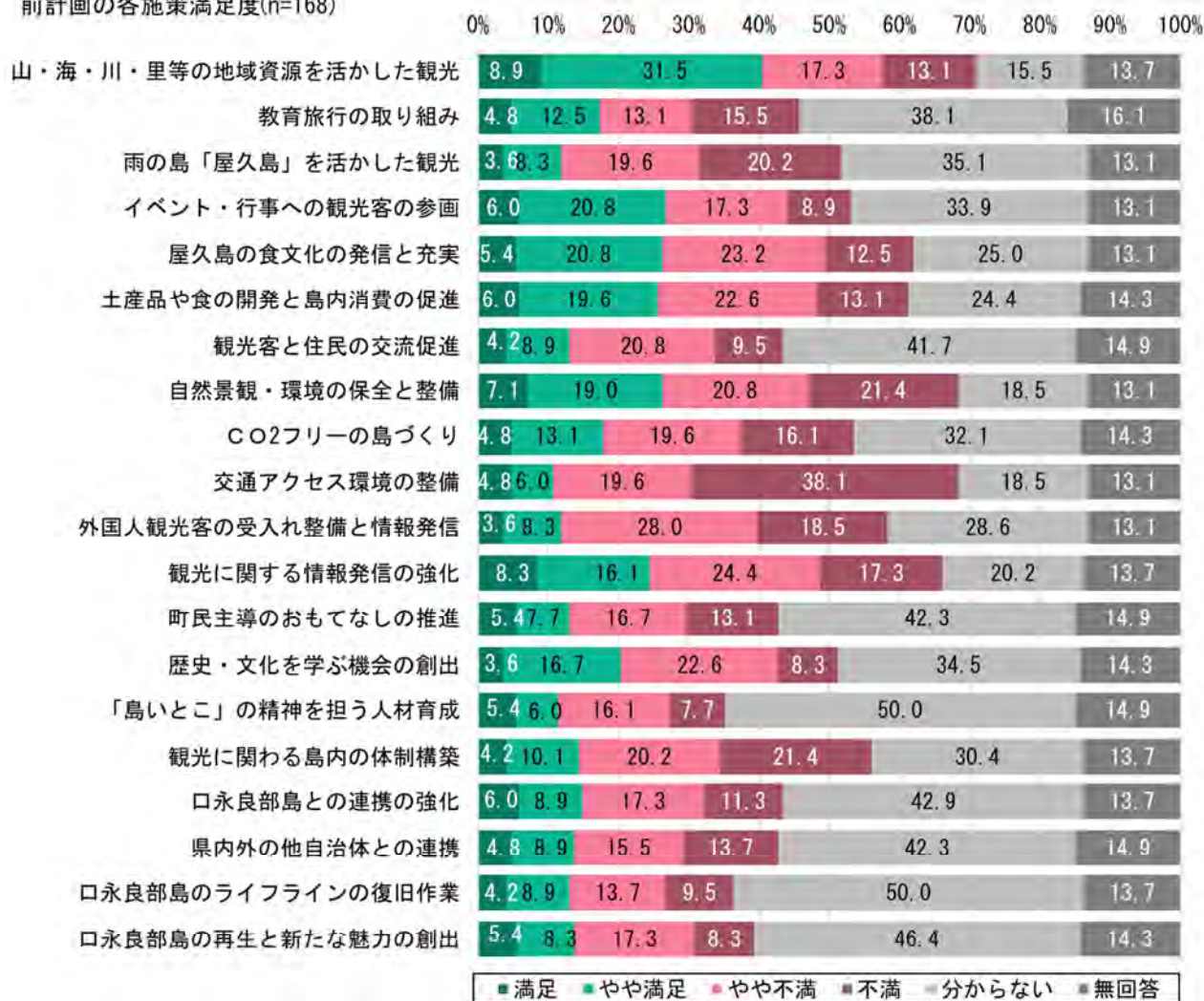
操業年数別では、10年以上は67%が知っていると回答しており、10年未満では「全く知らない」との回答がそれぞれ半数程度となっています。



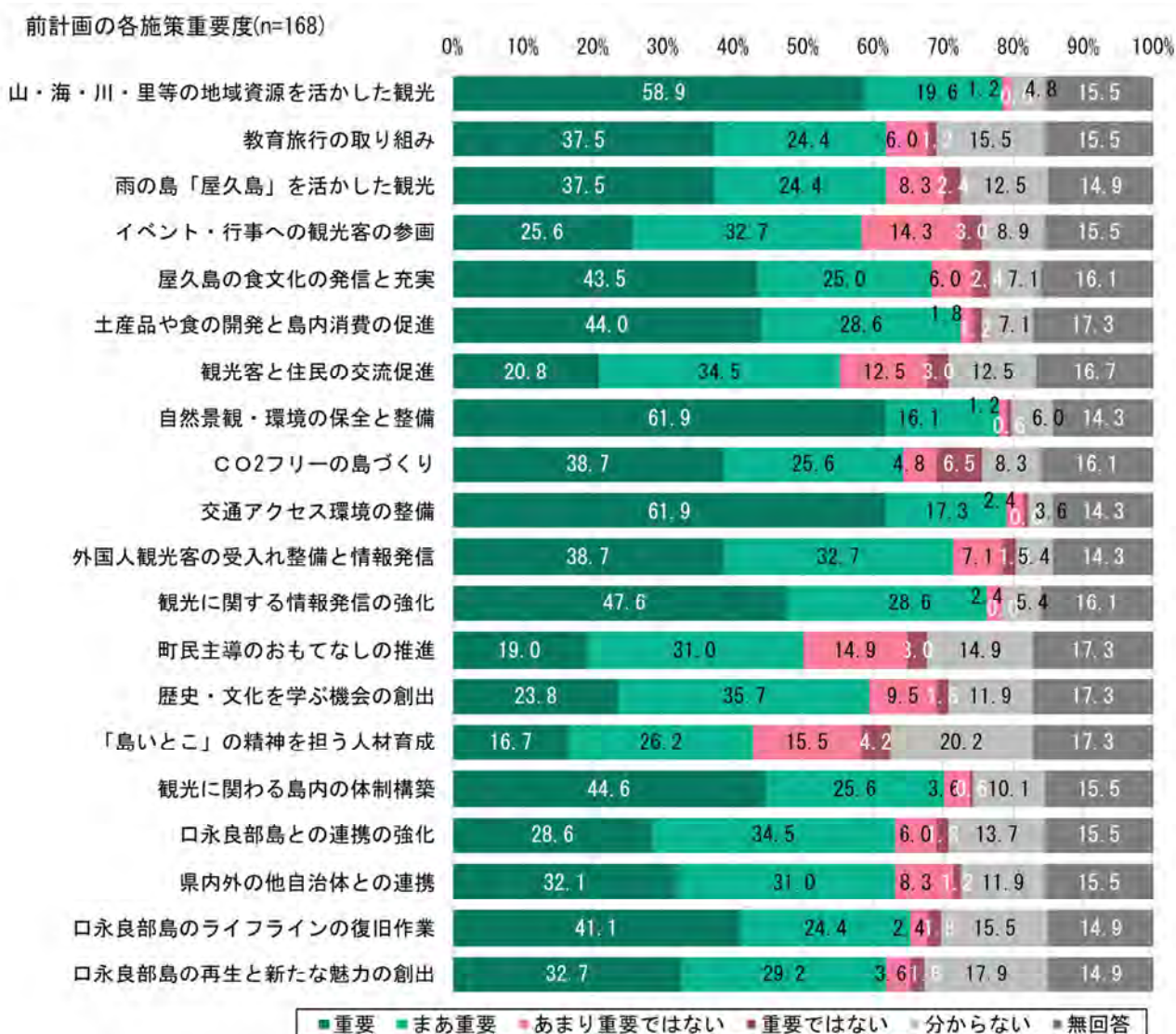
前計画で位置付けた 20 の施策について、満足度（満足＋やや満足）は、「山・海・川・里等の地域資源を活かした観光」が 40.4%と最も高く、次いで「イベント・行事への観光客の参画」が 26.8%、以下「屋久島の食文化の発信と充実」「自然景観・環境の保全と整備」となっています。

なお、各施策の満足度を合計し、施策数で除して全体の満足度を算出したところ、前計画に対する満足度は 18.3%となっています。

前計画の各施策満足度(n=168)

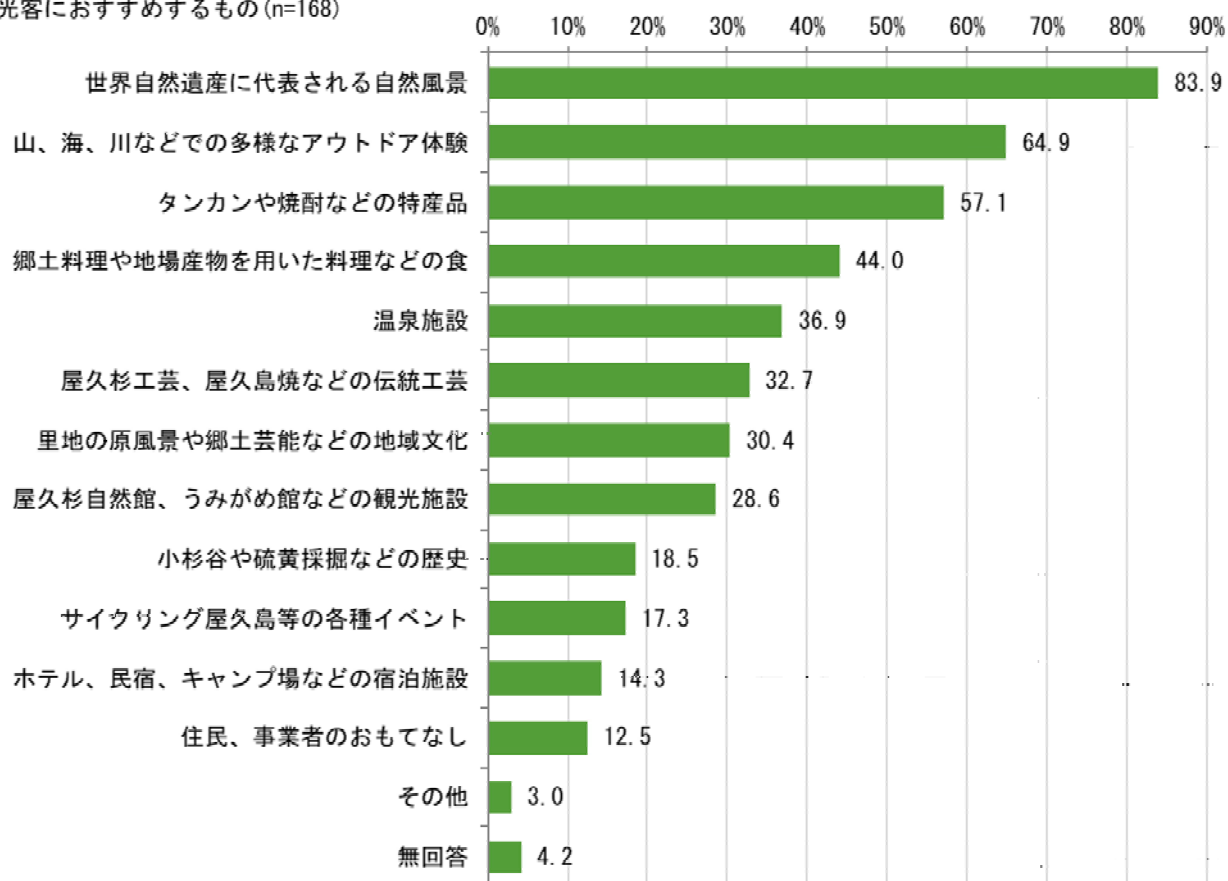


前計画で位置付けた 20 の施策について、重要度（重要＋まあ重要）は、「交通アクセス環境の整備」が 79.2%と最も高く、次いで「山・海・川・里等の地域資源を活かした観光」が 78.5%、「自然景観・環境の保全と整備」が 78.0%となっています。



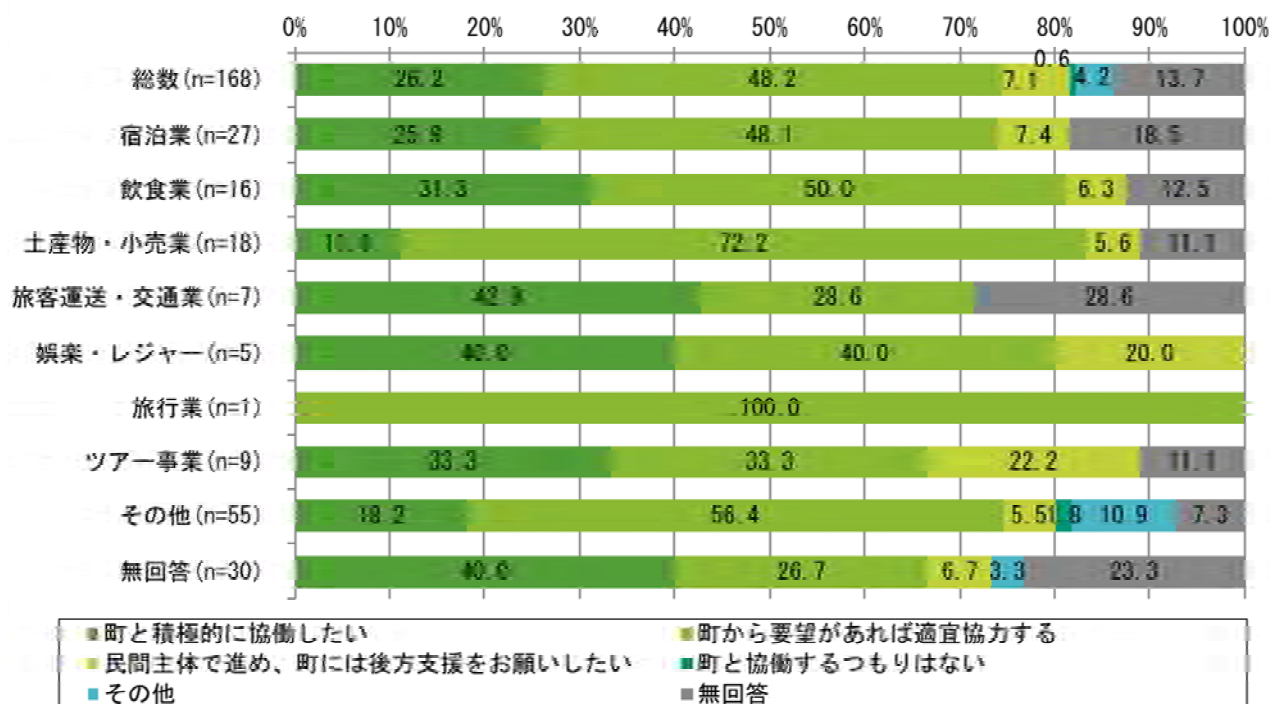
観光客におすすめするものとして、「世界自然遺産に代表される自然風景」が83.9%と最も多く、次いで「山、海、川などでの多様なアウトドア体験」が64.9%、「タンカンや焼酎などの特産品」が57.1%となっています。

観光客におすすめするもの (n=168)



観光振興への協働意向について、全体では「町から要望があれば適宜協力する」が48.2%と最も多く、次いで「町と積極的に協働したい」が26.2%、「町には後方支援をお願いしたい」が7.1%となっています。業種別では、「旅客運送・交通業」「娯楽・レジャー」等が比較的協働意向が高くなっています。

観光振興への協働意向



(3) 来訪経験者アンケート

① 調査概要

調査方法：ネットリサーチ

調査期間：令和7年5月13日（火）～令和7年5月15日（木）

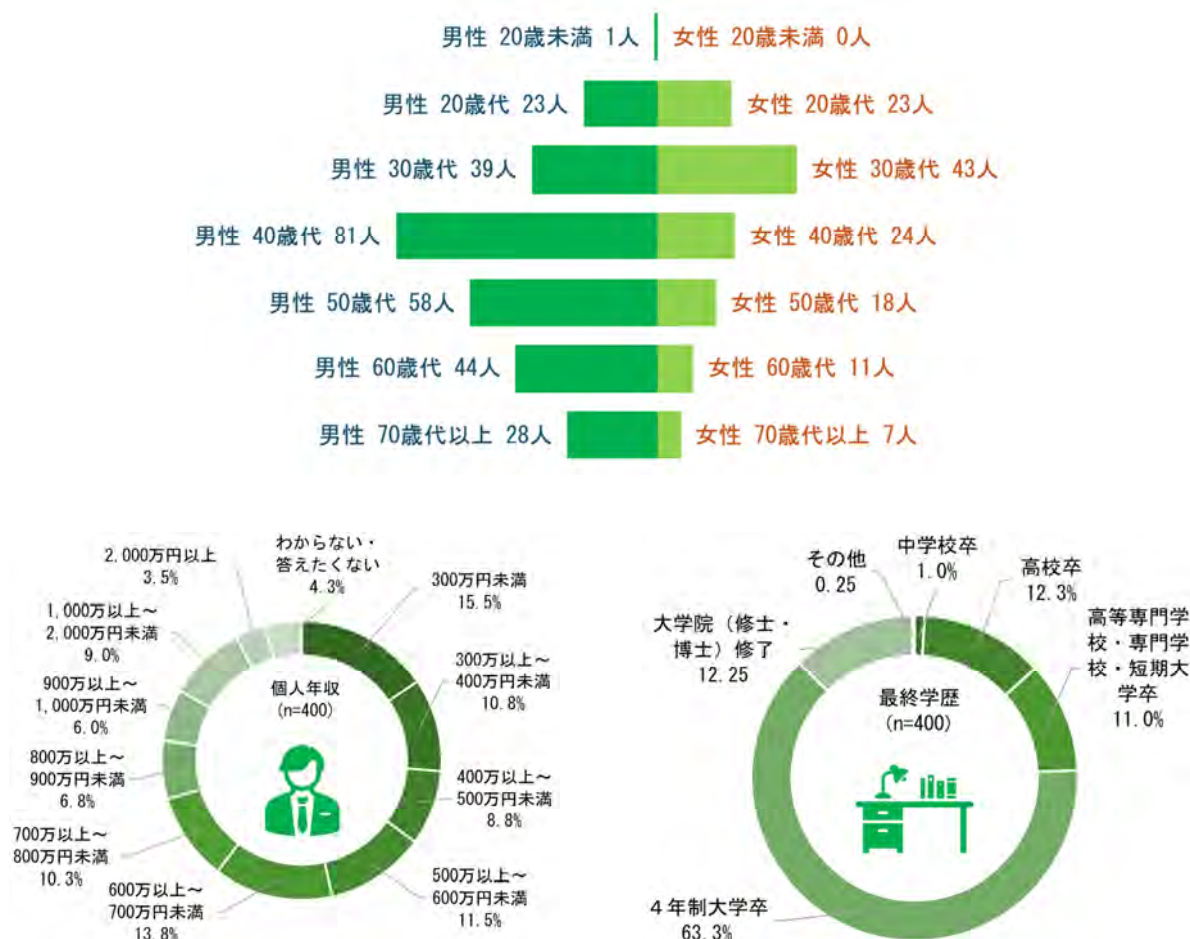
調査対象：直近3年以内に屋久島町（屋久島・口永良部島）を訪れたことがあるWEBモニター

回答数：400件

② 結果概要

年代及び性別は、20歳代及び30歳代を除き男性へ偏りが見られる結果となっています。

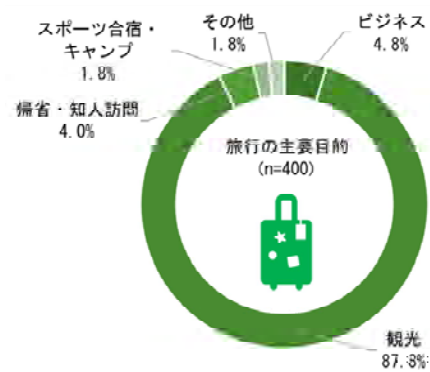
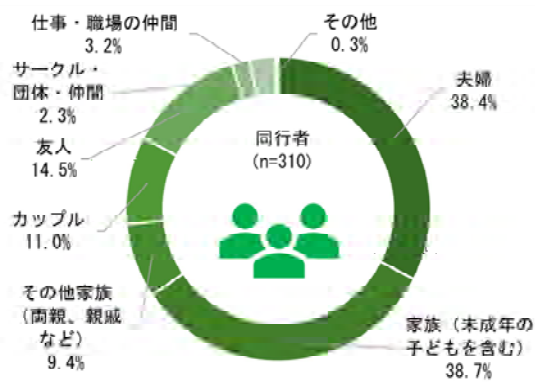
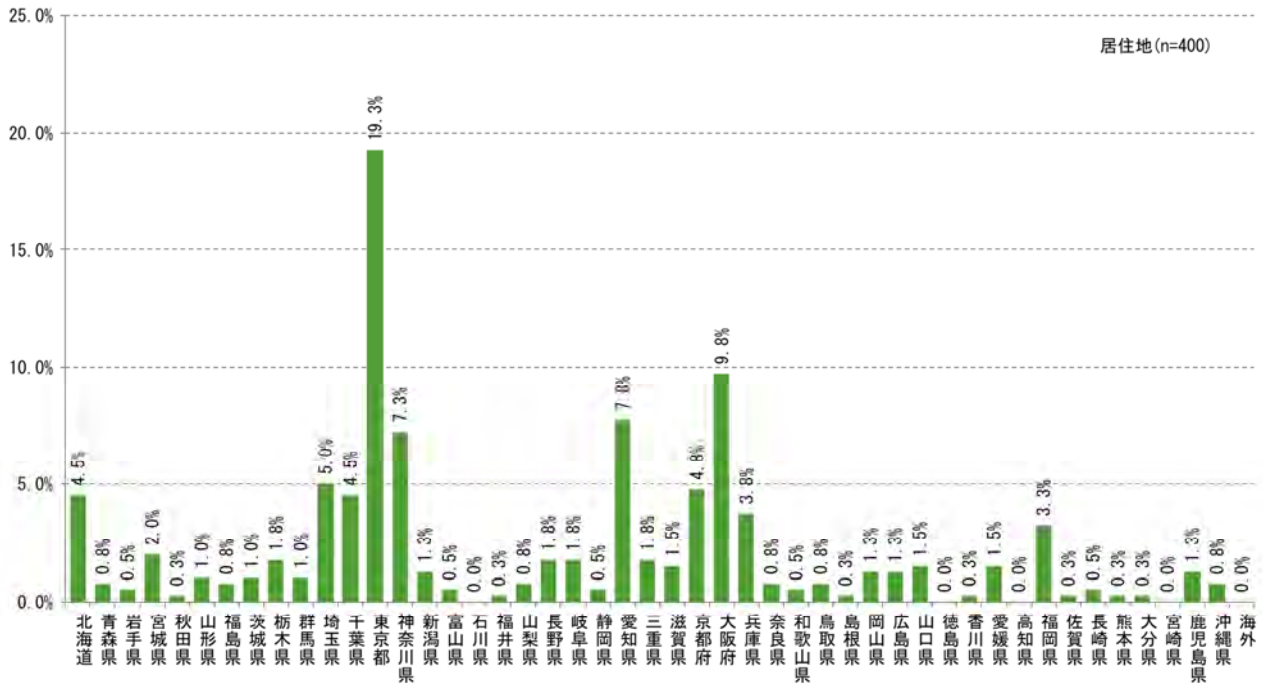
個人年収は「300万円未満」が15.5%と最も多く、最終学歴は「4年制大学卒」が63.3%と最も多くなっています。



居住地別では「東京都」が19.3%と最も多くなっています。

同行者は「家族（未成年の子どもを含む）」が38.7%と最も多く、次いで「夫婦」が38.4%となっています。

旅行の主要目的は「観光」が87.9%と最も多くなっています。

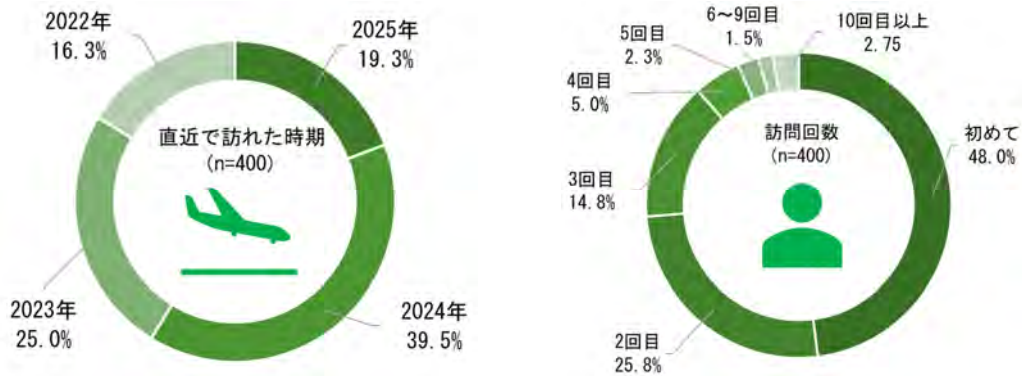


直近で訪れた時期は「2024 年」が 39.5%と最も多くなっています。

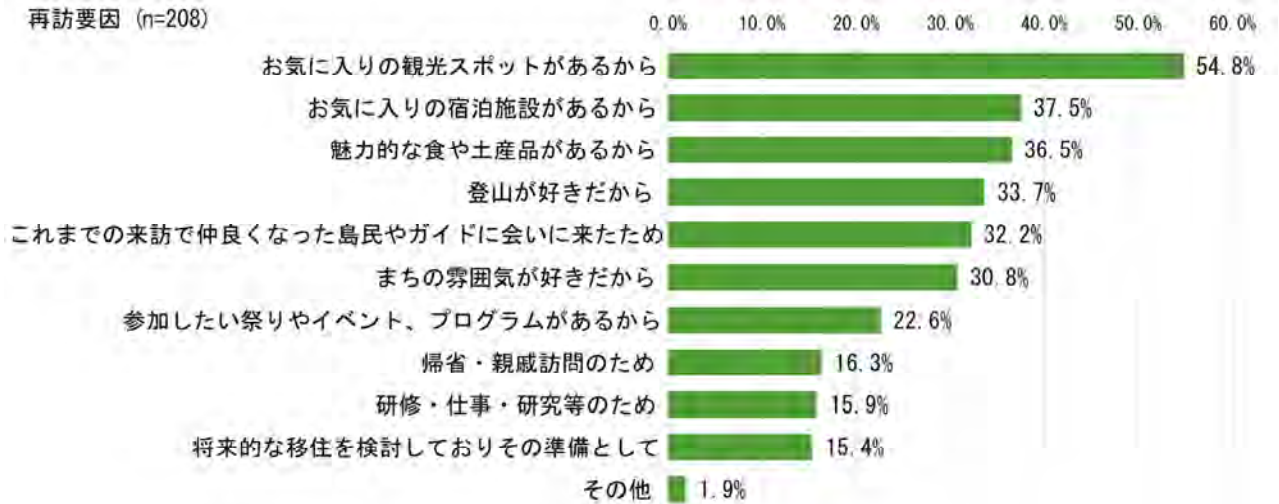
屋久島町への訪問回数は「初めて」が 48.0%と最も多く、次いで「2 回目」が 25.8%、「3 回目」が 14.8%となっています。

再訪（リピート）の要因としては、「お気に入りの観光スポットがあるから」が 54.8%と最も多くなっています。

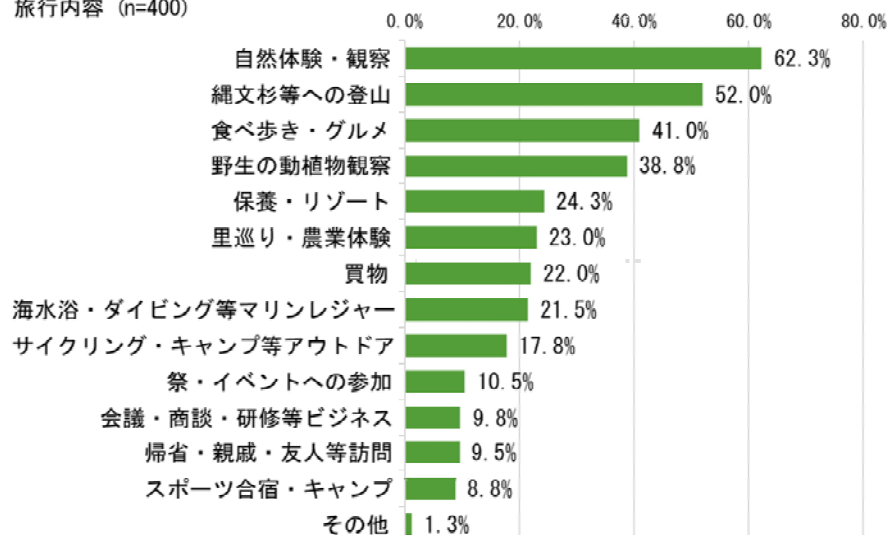
旅行内容としては、「自然体験・観察」が 62.3%と最も多くなっています。



再訪要因 (n=208)



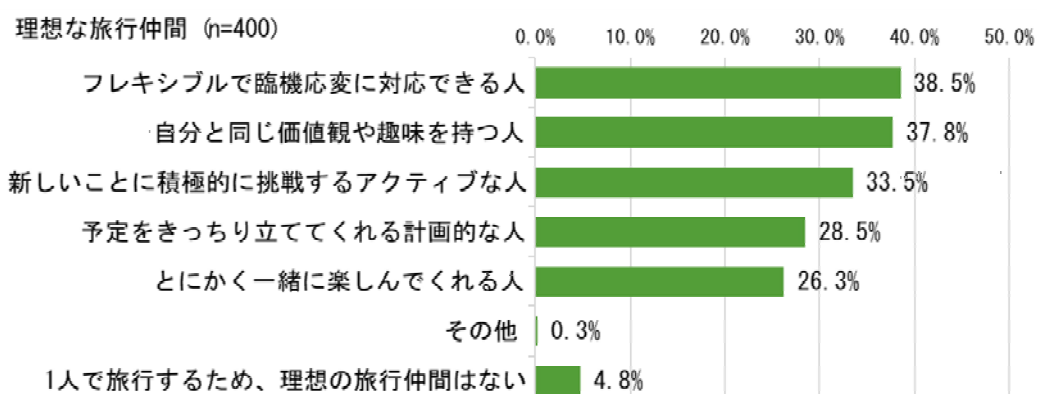
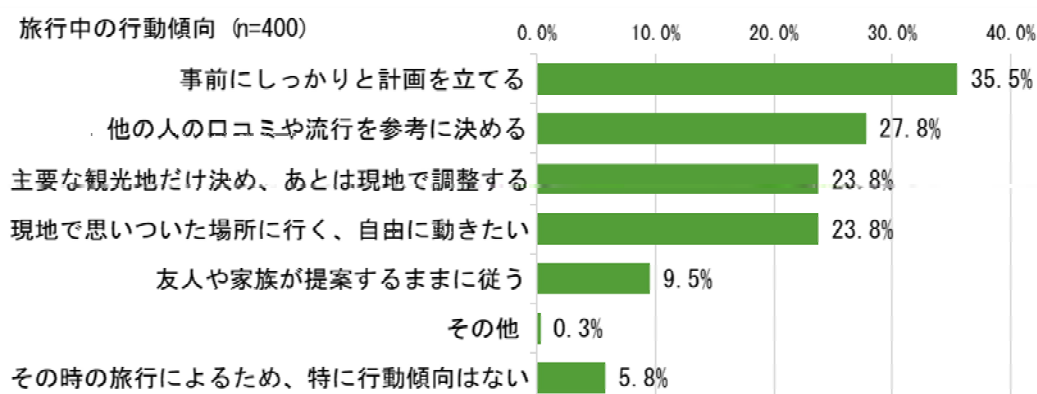
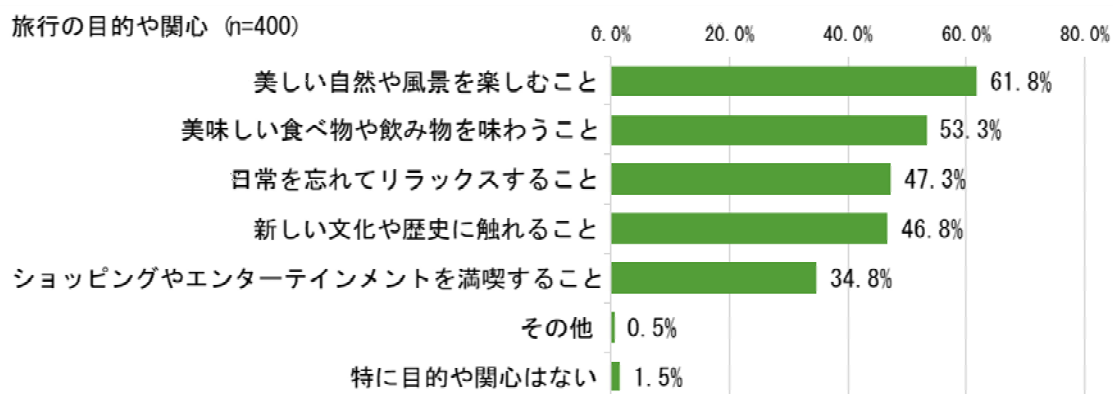
旅行内容 (n=400)



旅行行動全般について、旅行の目的や関心では「美しい自然や風景を楽しむこと」が61.8%と最も多くなっています。

旅行中の行動傾向では「事前にしっかりと計画を立てる」が35.5%と最も多くなっています。

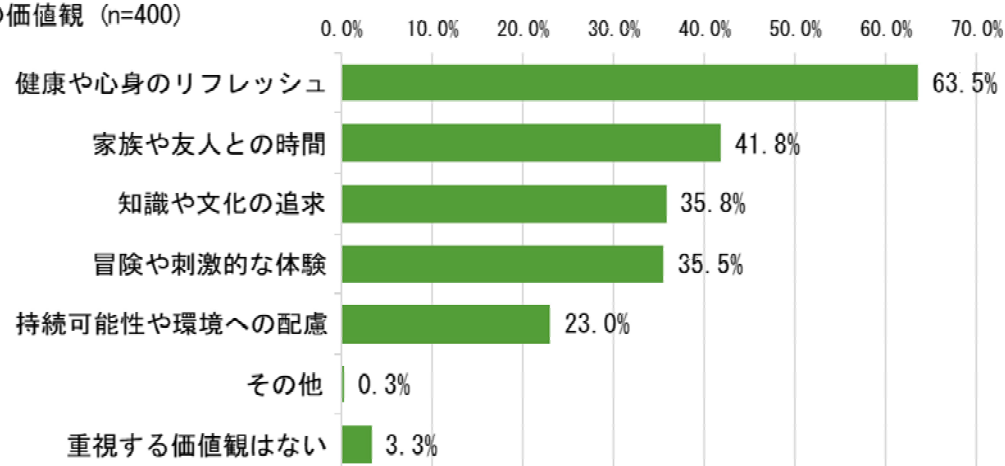
理想の旅行仲間としては「フレキシブルで臨機応変に対応できる人」が38.5%と最も多くなっています。



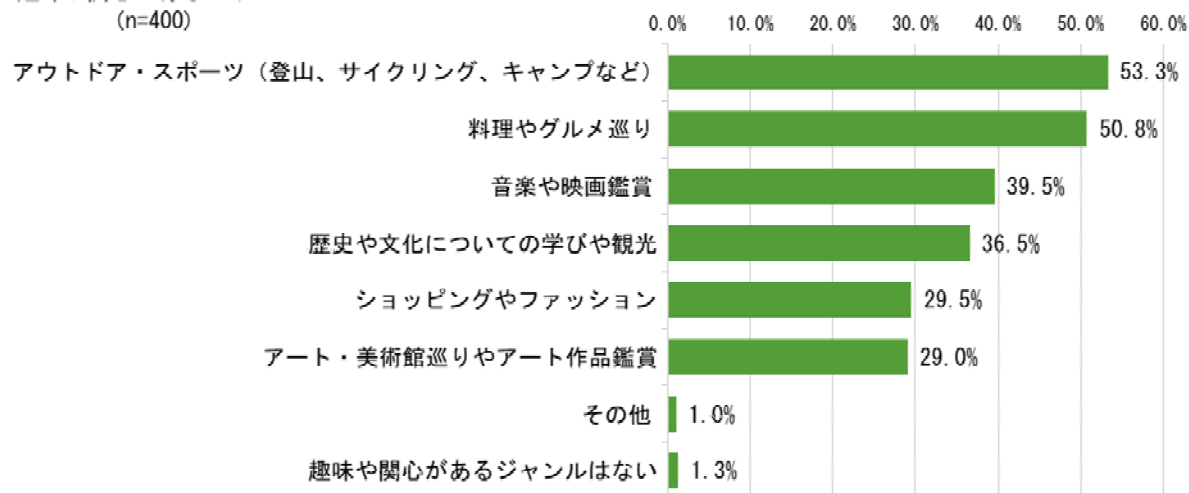
日常生活における考えについて、重視するライフスタイルの価値観は「健康や心身のリフレッシュ」が63.5%と最も多くなっています。

趣味や関心があるジャンルは「アウトドア・スポーツ（登山、サイクリング、キャンプなど）」が53.3%と最も多くなっています。

重視するライフスタイル
の価値観 (n=400)



趣味や関心があるジャンル
(n=400)



本アンケートの結果をもとに、本編 35 頁に掲げる基本方針 2 の「戦略的な観光誘客」の実践に向けてどのように検討すべきかを整理してみました。

＜コラム：ペルソナ設定＞

インバウンドや国内旅行需要の戦略的な誘客促進のために、マーケティング分野においては「ペルソナ」という、より細かく具体的に個々の消費者の姿を浮き彫りにして施策を展開する手法があります。

ターゲット設定では、性別や年代などの「人口動態変数」や、居住地などの「地理的変数」が変数として用いられます。今回、計画策定にあたって実施した来訪経験者アンケートから、ライフスタイルや趣味などの「心理的変数」や、旅行行動や活用媒体などの「行動変数」まで細かく把握し、本町のペルソナイメージの具体化・詳細化を試みました。

本町には、山や海の自然環境やそこで生きる動植物たちを守るためのマナー等が多くあります。それらの認知度や実践度が高い層を「屋久島町にとって好ましい旅行者」と仮定して、属性の深掘りをしてみました。

なお、ここで例として示すペルソナ像は、誘客対象として絞り込む意図のものではありません。今後の観光施策を進めるうえで「どのような旅行者に、どのような体験価値を提供していくことが望ましいか」などを検討するための具体的な消費者像を設定する場合の一例として示しているものです。

ペルソナ例：マナーの良い登山客（令和 7 年 5 月実施の来訪経験者アンケートより）



- ・個人年収が比較的高い高齢者男性とそのパートナー。（人口動態変数）
- ・本町へは登山を目的によく来訪している。（心理的変数）
- ・5 回目以上の来訪経験を有するリピーターで、おもてなしサービスの行き届いた宿へ宿泊することが多い。（行動変数）
- ・旅行では、文化や自然の要素を大事にしており、いつも事前にしっかりと計画を立てる性格で、本町への来訪時も町 HP を確認している。普段は知的好奇心が高く、アートも嗜む。（心理的変数）

※ 上記はあくまで調査結果を元にした分析やターゲット設定の考え方の例です。本町として上記の特定属性の方だけの誘客を目指すものではありません。また、“ペルソナ”とは「現在最も多く来ている属性」ではありません。ある任意の設定条件（今回は島内マナーの認知度＝島へのリスペクト）を満たす人に「どのような属性の方が多いのか」を示すものです。

03 町民ワークショップ

(1) 実施概要

開催目的	第2次屋久島町観光基本計画の策定にあたって、町内の皆様が「観光」についてどのようにお考えかをワークショップを実施し、集落に残る活用可能な資源の発掘や町内における観光推進を図る。
参加対象	観光によるまちづくりに興味や関心のある町民の方（公募により決定）
開催日時 及び場所	全2回開催 第1回：5/17（土） 【午前の部】 時 間：10:00～12:00 場 所：屋久島町役場 安房出張所（安房） 出席者：11名（申込者：17名） 【午後の部】 時 間：14:00～16:00 場 所：屋久島離島開発総合センター（宮之浦） 出席者：15名（申込者：18名） 第2回：6/21（土） 【午前の部】 時 間：10:00～12:00 場 所：屋久島町役場 安房出張所（安房） 出席者：8名（申込者：15名） 【午後の部】 時 間：14:00～16:00 場 所：屋久島離島開発総合センター（宮之浦） 出席者：15名（申込者：20名）

(2) 意見交換内容

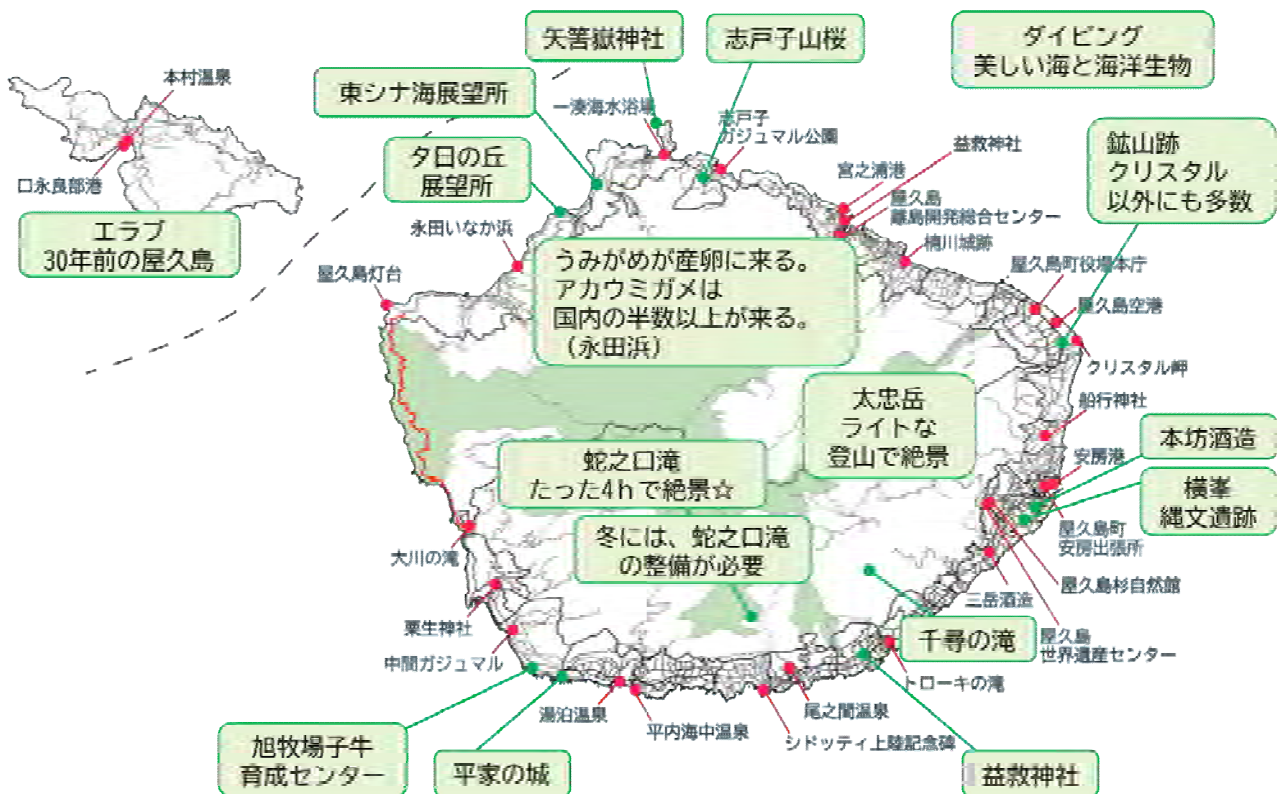
第1回	● 屋久島町の売り（魅力）・観光資源について考える ● グループで話し合った売り（魅力）・観光資源のうち、残すため・守るために工夫が必要なものについて、「現在の姿」と「将来どのようなようになってほしいか」を整理する
第2回	● 屋久島町の観光の「将来像」を考える ● 将来像の実現に寄与する「観光客像」を考える

(3) 結果概要

① 第1回ワークショップ

【屋久島町の売り（魅力）・観光資源】

参加者の考える屋久島町の売り・観光資源について、理由と合わせて書き出していました。



観光の概念

観光って何だろう？

質の高い体験を
求めて来る観光客

再生

リジェネラティブ

文化・歴史

神社めぐり
各集落の神社をめぐる

里巡りツアーがある！

歴史・
史跡

集落の営み体験、
まつり、行事

里めぐり
歴史・文化を知る

カミの
存在

その他

子育て

台湾との
友好関係樹立

観光客のイメージ

数が増える → ×
もう一泊、
もう一万円消費 → ○

魅力ある資源は十分!!
✓交通案内のわかりづらさ
✓WEBサイトのみづらさ
✓SNSの活用不足 がキニナル！

【「現在の姿」と「将来どのようになってほしいか」】

屋久島町の売り（魅力）・観光資源のうち、残すため・守るために工夫が必要なものについて、「現在の姿・状況」と「将来どのようになってほしいか」、またそれを達成するうえでの「課題」を書き出していただきました。

売り・観光資源	現在の姿・状況	将来どのようになってほしいか	課題
集落	・高齢化・人口減少 ・担い手不足衰退	・多くの歴史・文化がある。集落が盛り上がり、自然と人が来る ・数が増えるよりも質を上げていく。 ・集落が盛り上がる→自然に人がよってくる、価値になる ・Uターン・Iターンが増えてほしい ・もう1泊泊まる／もう1万円買う、とか ・集落への滞在＝半移住 ・郷土料理というよりは、素材を同じもので集落で違う料理を作る ・人を求める →リピート率は高いのか？ →出会うタイミングが少ない	・Uターン、Iターンの人への歴史・文化の継承 ・島いとこの復活 ・郷土料理を感じにくい（島としてはあるけど）
白谷雲水峡	・登山道の植生がダメージを受けている ・少しずつ登山道を直している	・人と自然が共存する登山道 ・400年続く道 ・再生	・資産・認知度 ・マンパワー
永田浜 うみがめの産卵日本一	・年々砂浜が減っている（うみがめの産卵場所が減少している） ・自然のまま、何も対策がなされていない	・再生と保護。適宜養浜を行いながら、産卵し続けられる砂浜を維持する。 ・うみがめが絶滅危惧種から外れる	・権力を持っている国、県や町に危機感がない。動かない。
口永良部島	・人口96人 ・ツーリストはほぼ来ない	・ツーリストに行ってほしい（希望） ・島民目線では、どうしたいのか？	・知ってもらう
子育て	・こども減少 ・学校・保育園の閉校・園	・人口の1%の出生数 ・屋久島で子育てをしたいと思う人が増えて、人口増加。移住。地域活性化 ・世界中から子育て世帯が来島。※屋久島憲章2条	
鹿肉	・量・質ともに不足している	・どのお店でも提供したい	・鮮度
ジブリ美術館の誘致	・ない	・屋久島まるごとジブリ	・政治力
水（川）遊び・飲む	・ブランド力がない	・水は全ての源であると感じられる体験	・汚染しない方法
茶畑 風景・茶摘み	・観光の対象ではない	・川の水でTeaセレモニーをする	・業界の連携

売り・観光資源	現在の姿・状況	将来どのようになってほしいか	課題
自然休養林の活用	・ 認知されていない	・ 森林浴。森に溶け込むようなあづまやを作り、おしゃれ感を出す	・ 有効活用
小杉谷	・ いずれ桜の森はなくなり、原生林になる	・ 吉野の森へ、桜の管理	・ 政治力、行政の理解
カフェ	・ カフェが少ない、知名度も低く、休みが不定期	・ 冬場の観光対策に特産品の有効活用を。 ・ ぽんかんを食べる、たんかん収穫の体験	・ いつ営業しているか？
居酒屋 飲食店	・ 飲んでも歩いて帰れる距離にない ・ 夜の移動手段（タクシー・バス）がない	・ 気軽に飲みに行ける町	・ 人が必要（労働力）
カフェ	・ おちついた雰囲気 ・ キャパは小規模	・ 維持して欲しい	・ オーバーツーリズム ・ 客のモラル ・ グローバルコミュニケーション
西部林道	・ ゴミのポイ捨て ・ サルの餌やり ・ ミラーが少ない	・ 交通ルールの周知（片道通行） ・ 観光マナー、自然への配慮 ・ 海外の人にも伝わるように	・ 観光客がルールを守る ・ ヤクシママナーの作成
自然観光資源が豊富	・ 海・山・川すべてそろっている	・ 経済活動が活性化してほしい ・ 高校生のパッケージツアー →雇用の創出 →勤労意欲の向上 ・ 環境保全も維持	・ 様々なリスクがある
ストーリーが作りやすい	・ ストーリーが作りやすい	・ アニメとかドラマ、映画の舞台で、聖地巡礼のインバウンド	・ オーバーツーリズム
北部の観光（志戸子～永田） 横河溪谷 展望所からの眺め 永田岳 集落流れる川 多くの特産品	・ 横河溪谷・夕日・いなか浜、それぞれ目的の観光あり ・ 飲食がない（豆腐は食べられる） ・ 宮之浦の店で食べられる ・ お土産になっている	・ 観光地ある ・ お金を落とす今の場所（永田のとうふ、ウミガメ、ダイビング、ガジュマル公園、ガジュマルキッチン、民宿数軒（永田2～4、一湊3）、一軒貸し） ・ お土産品 ・ 飲食店 ・ 地元で作ったものを売る場	・ お金がおちる場所が少ない ・ 実際にやる人 ・ コーディネートする人
自然環境⇒バツグンに良い 観光資源⇒ふんだんにある	・ 縄文杉と白谷雲水峡に観光客が集中 ・ それ以外の魅力もたくさんある	・ 観光の一番の窓口となる島民が島のことをよく理解する ⇒生涯学習、教育の充実、情報の提供 ・ 登山ばかりで疲弊しない観光 ⇒リピーターにつながる	・ 生涯学習、教育で伝える仕組みづくり

売り・観光資源	現在の姿・状況	将来どのようになってほしいか	課題
蛇之口の滝 オフシーズンの観光	- 認知度が低い - オフシーズンの観光客の減少	冬も行ける屋久島としてはやってほしい。通年で楽しめる屋久島。	冬の旅行費低廉化、事業PR
観光客が来ることにより環境保全で使える資金をまわせるシステム〈サステナブル〉	環境保全協力金があるが、赤字で一般会計から補填	観光客が来ることにより環境保全で使える資金をまわせるシステム〈サステナブル、宿、病院〉	検討部会の設置
口永良部島の活用	当たり前の観光客を受け入れる体制はない	- サテライトキャンパスとワーケーションの誘致〔光回線OK〕 - 経済面・地域の支援の面でもよいのでは	そーゆー人が働ける家
「水」「山」「海」「川」 屋久島憲章、どれをとっても国内1級。しかも全てがある。	空港の延伸	自然環境を変えない観光	
環境文化村構想～環境と共生～ 子どもの自然経験値が高い		自然環境あつての暮らし（Living as Nature）	
屋久島町の売り、観光資源・豊かな自然		- 屋久島のサイドストーリーを観光コンテンツに - 自然環境を変えない観光	
屋久島電工水力発電の歴史			
星（公害がゼロ）と多様な野鳥			
人の魅力 屋久島探検や収穫体験	- 地元の人との触れ合い。人情豊か。 - 第1次産業から第6次産業へ	自然環境を変えない観光	
自然保護、ネイチャーポジティブな旅の実現。	強みをアピールできていない	自然環境を変えない観光	島外資本が観光市場に与える影響

売り・観光資源	現在の姿・状況	将来どのようになってほしいか	課題
永田いなか浜			
公認ガイド制度	・ 公認ガイド制度があり、ガイド文化が国内 No.1。強み（自然）を活かす『施策』を。 ・ 強みをアピールできていない	・ 3～11月のシーズンでムラなく観光業をのばす。 ・ オフシーズンの活性化よりも、オンシーズンの稼働を上げる	・ 観光協会の強化（DMO） ・ 町が観光の舵を持つ覚悟（MVV）
『屋久島』というパワーワード	・ 日本の世界遺産の代名詞ともいえる	・ オーバーツーリズム・ゴミ問題は、観光客ではなく、受け入れサイド（屋久島）の問題	・ インバウンドの整備 ・ 観光の整備

② 第2回ワークショップ

【屋久島町の観光の「将来像」を考える】

屋久島町第二次振興計画で示された基本理念の実現に向け、観光がどのように貢献できるか、何を大切にすべきか、それぞれ書き出していただきました。

振興計画の基本理念	観光がどのように貢献できるか	行政、住民、事業者、観光客は観光において何を大切にすべきか
自然と共に生き、あらゆるものが循環する暮らしと営みを守り、持続させ、育んでいきます。	・ 若い世代や移住した人が自然・文化の継続 ・ 観光業が他産業をどうフォローしていくか、他産業の為に貢献できる観光業となっている ・ 屋久島の自然を島の宝として日本の共有遺産として世界の遺産として捉える感覚を失う ・ ゴミが少ない状態（お宿にいとゴミの多さが目につきます） ・ 今は注目されていない観光場所にスポットが当たり、観光全体の活動を強化 ・ 環境保全／再生させることが屋久島観光の常識になる ・ 観光客が屋久島をゴミで汚さない ・ 観光客が水・森を汚さない／壊さないしくみ ・ <u>排気ガス削減</u>し、農業を完全持続可能体制を整える	・ 誰もが屋久島全体までとはいかずとも自分たちの住んでいる地域の歴史や文化を伝えるような体制を作る ・ 生かされていることを実感すること ・ マイボトルやマイ歯ブラシが当たり前であること ・ 水うまいからマイボトル持ってくるキャンペーン →水をもっとアピールする（行政ガイド） ・ 自然環境保全を住民、事業者、観光客みんなで進められる体制を整える ・ 自然も人と同じように扱う。 ・ ゴミ、排水について条例で規定する。新規参入の施設への説明 ・ 飲食店でも水への負担が少ない洗剤を使ってもらう ・ ゴミステーションを増加 ・ 全てのホテルで水を守る洗剤を使う ・ ツアー中に必ずゴミを拾う ・ ゴミ拾いの大会、町内一斉。ご褒美もらえる ・ 町民にもその知識を理解し、知ってもらう

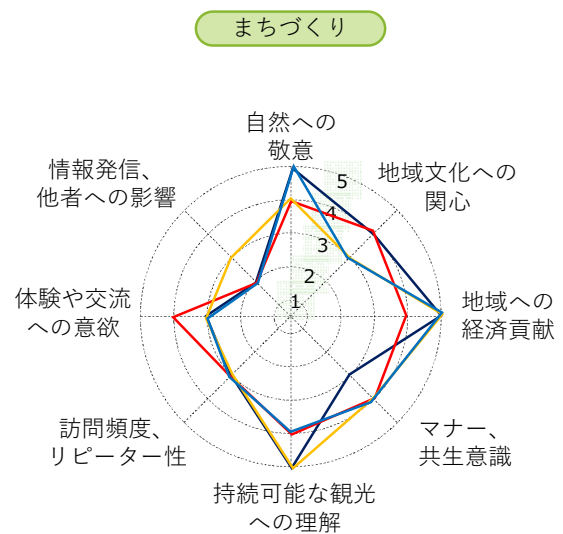
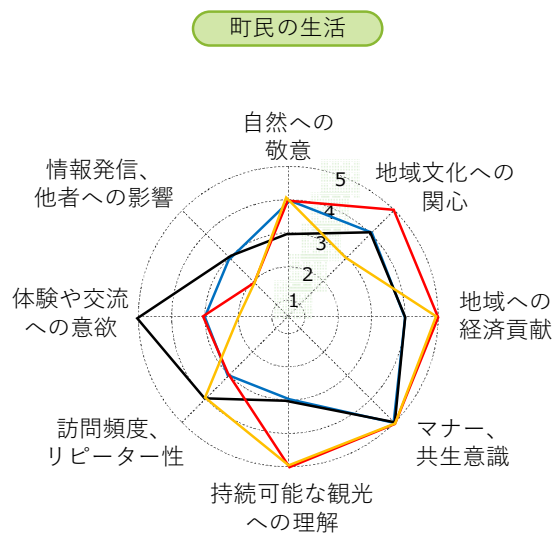
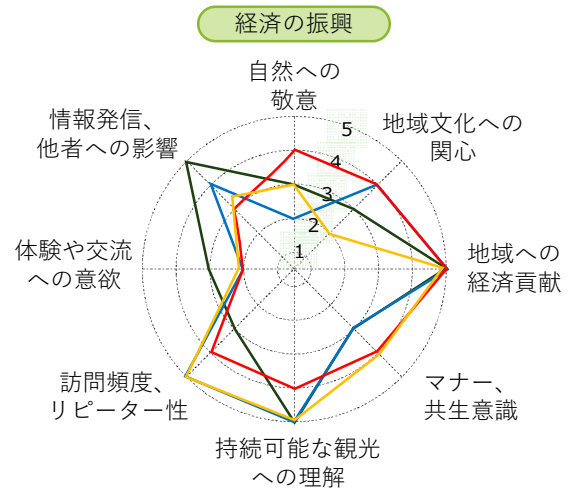
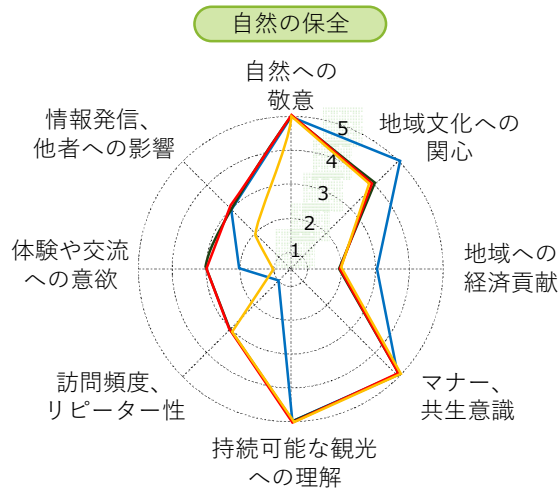
振興計画の 基本理念	観光がどのように貢献できるか	行政、住民、事業者、観光客は 観光において何を大切にすべきか
多様な暮らし、多様な集落の文化を持続していきます。	・ 多様性は多コミュニケーションベタな情報発信機会としての観光 ・ 屋久島に住んでいる人たちがみんなが自ら観光や地域ごとの文化をだれにでも伝えられるような場所を作る ・ 集落の歴史・文化を誰にでも伝えられる場所を作る ・ 集落の総産業を体験 ・ (さばぶし、トビウオ漁、屋久島工芸品、塩づくり、黒糖) →以上、担い手確保のきっかけに ・ 屋久島の関係人口を増やし地域の担い手を増やしていく ・ 地元の人(シニア層?)が観光、外の交流を楽しいと感じられる ・ 定年後の新しいキャリアとして位置付ける(町が体制を作る?) ・ 準住民(ずっと住んでいないけど、地域にかかわる人)が増える ・ 集落の文化や仕事に参加するきっかけづくり ・ 住民(島民)と多様な観光のかかわり方が広がっている ・ 長期滞在の人が増え、地域の問題を自分ごととして捉える ・ 観光客に屋久島の住民生活を体験してもらう	・ “文化”や“歴史”“暮らしの営み”にも価値があることを理解する ・ 伝統と歴史を理解することは大切な視点 ・ 住んでいる集落のことを住んでいる人たちが学ぶ ⇒来る人たちに伝え繋いでいく ・ 手っ取り早さでなく、じっくり味わう観光づくり(ツアー) ・ 里めぐりツアーのインバウンド対応 ・ 地域おこし協力隊で言語通訳できる内なる外の人材の募集 ・ 行政) 副業など発信、受け入れる体制 ・ 事業者) 上記活用をする意識 ・ 目先の利益ばかりを重視しない(新しい可能性を育み続ける) ・ 文化に対する新たな視点 ・ 町民が屋久島の課題を知る。自分の住んでいる地域だけでなく、屋久島全体の。

振興計画の 基本理念	観光がどのように貢献できるか	行政、住民、事業者、観光客は 観光において何を大切にすべきか
あらゆる人が 輝き、住民自 らの手でつく る屋久島スタ イルのまちづ くりを進めて いきます。	・ 観光があって良かったと住民が思える位置づけ（観光ではない） ・ 子どもの頃から屋久島のことを知れる。どんなことをしているのかを上の人たちから伝える ・ 島で生きることが価値となる地域社会作り ・ 地域幸福度の向上 ・ 住民の方と観光客が屋久島にこれからずっと一緒に教える？ ・ 農林水産業、地域の仕事を手伝う（ボランティア or バイト）スタイルの滞在が増える ・ イベントを増やし、地域住民の活動の場を広げる ・ 観光客と地元の住民が直接関わる事のできるイベント	・ 屋久島スタイル＝屋久島らしさ ・ 足るを知る文化として詰め込みすぎない、在るだけを楽しむ ・ 島内で循環するお金の仕組み ・ 子どもたちに向けた自然観を醸成する。島内外をつなぐプログラム作り ・ 有名所をみる意識→（観光客）友達を作って帰る感覚。帰る場所をつくる感覚 ・ 行政が屋久島関わる研究者が集える拠点をつくる。 ・ 多様な人（インバウンド・ライフスタイル）への理解を深める →交流の機会 ・ 住んでいない人でもできる、 ・ ボランティアやバイトの情報を発行する

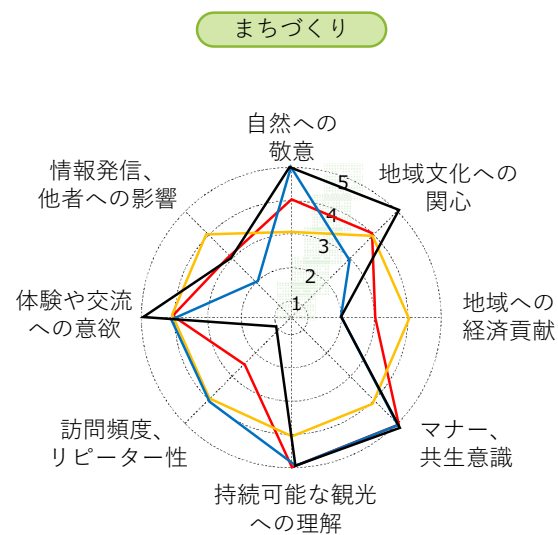
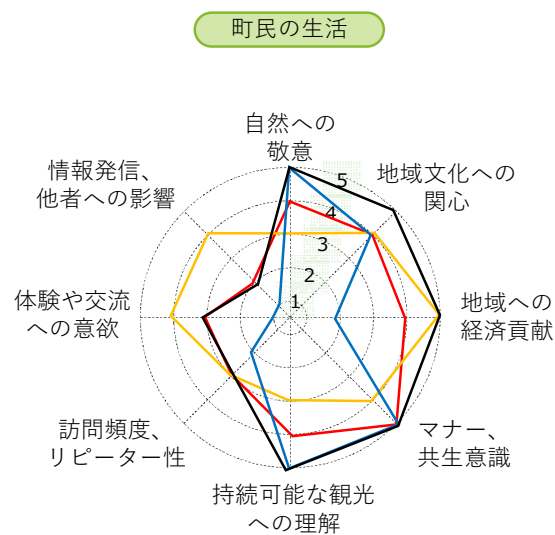
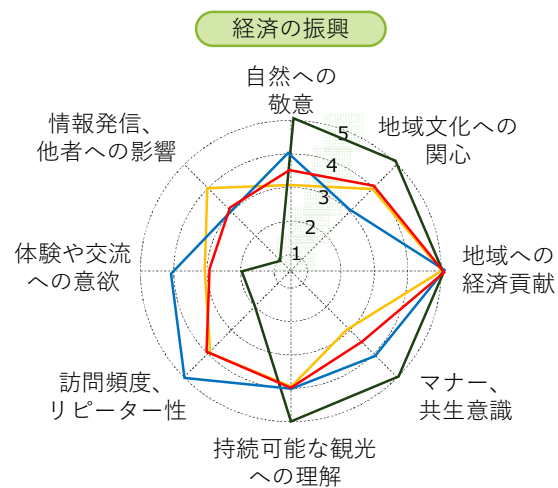
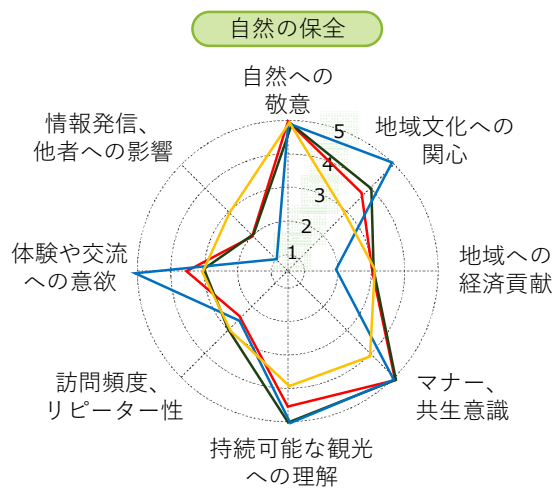
【将来像の実現に寄与する「観光客像」を考える】

将来像の実現に寄与する「観光客像」について、4つのテーマ「自然の保全」「経済の振興」「町民の生活」「町のまちづくり」にとって“良い人”を8つの項目ごとに5点満点で点数を付けていただきました。なお、1つのテーマにおける点数は最大30点としました。

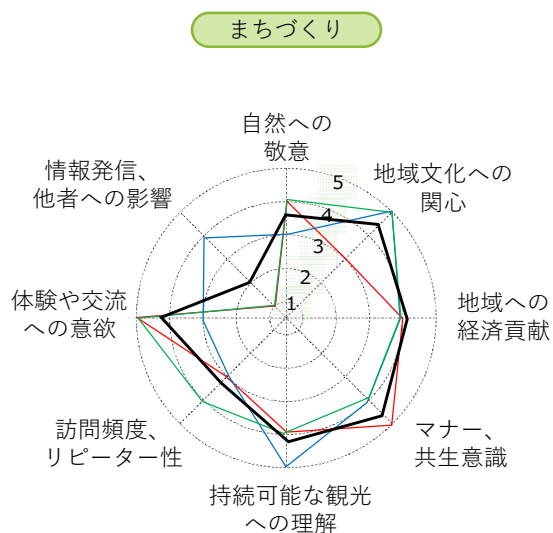
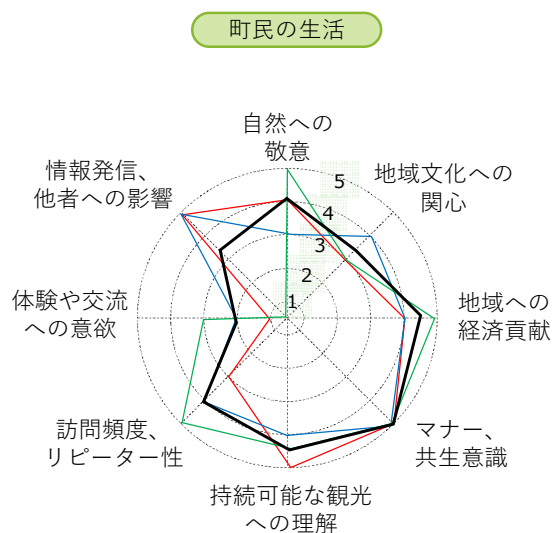
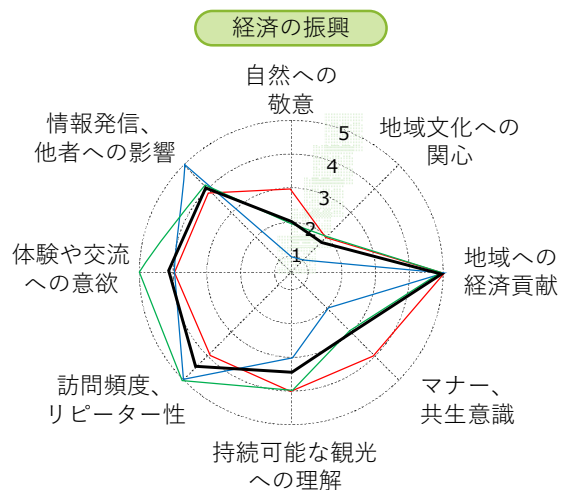
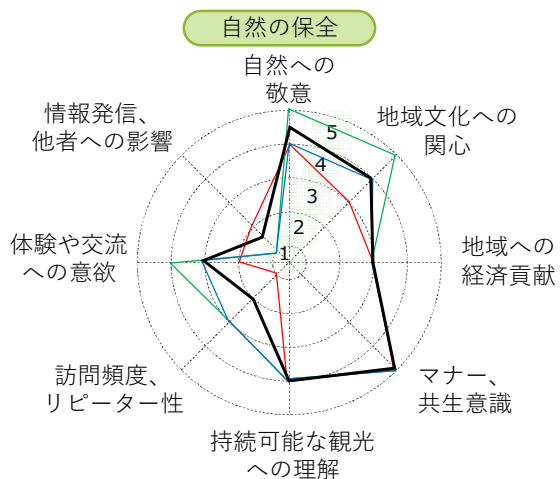
○安房出張所（A班）



○安房出張所（B班）

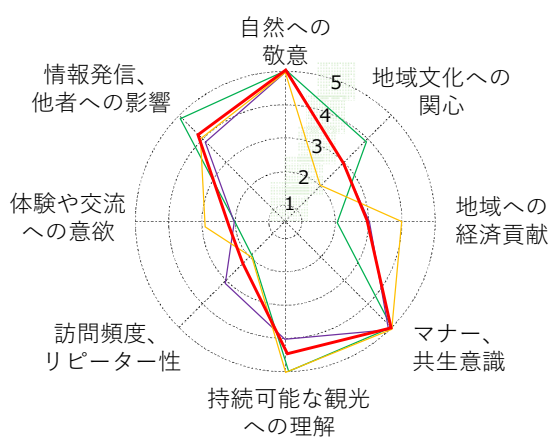


○屋久島町離島開発総合センター（A班）

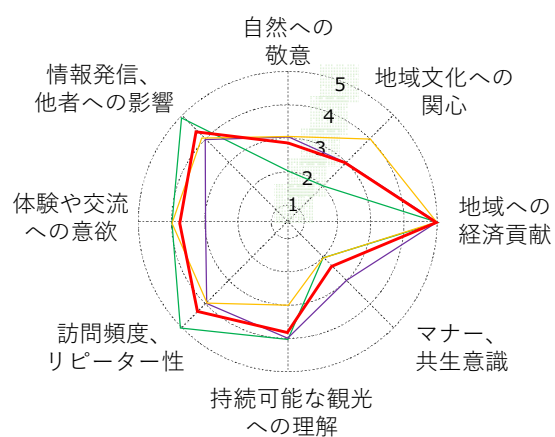


○屋久島町離島開発総合センター（B班）

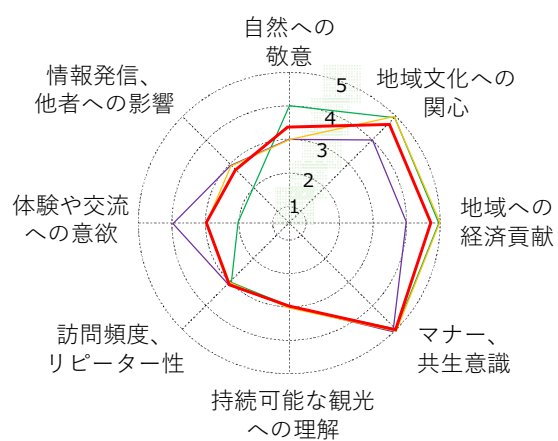
自然の保全



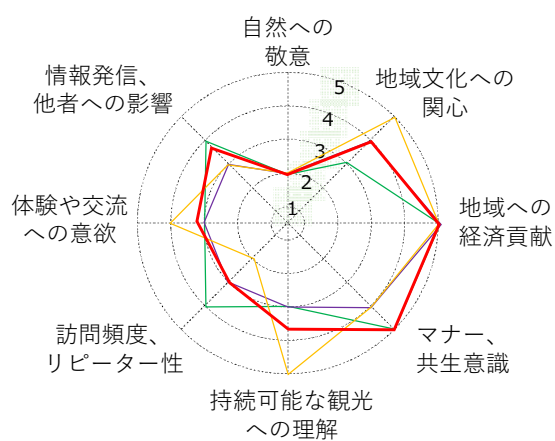
経済の振興



町民の生活

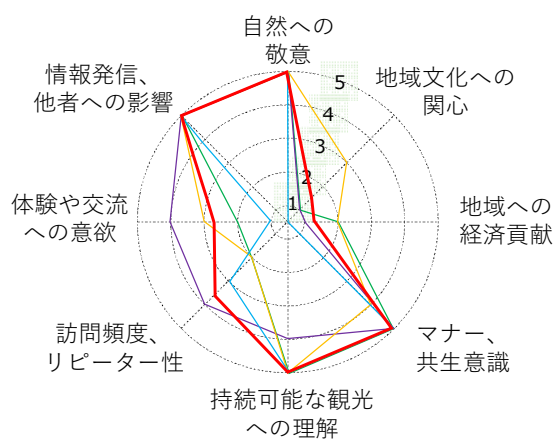


まちづくり

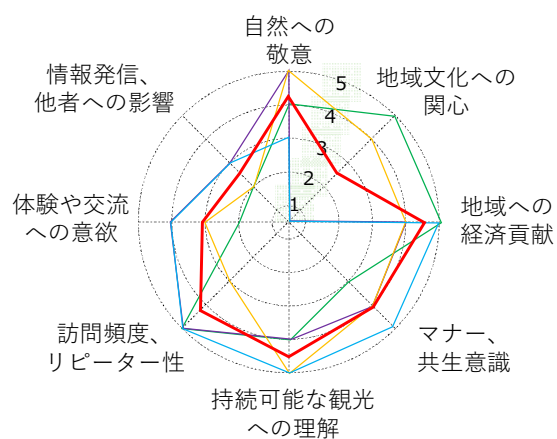


○屋久島町離島開発総合センター（C班）

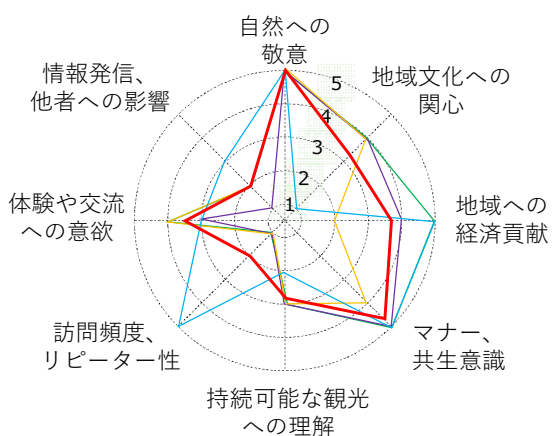
自然の保全



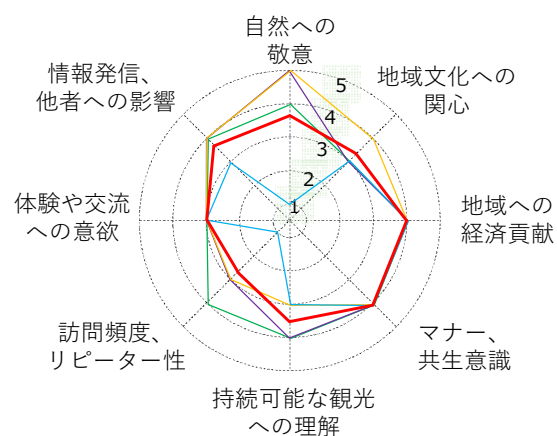
経済の振興



町民の生活

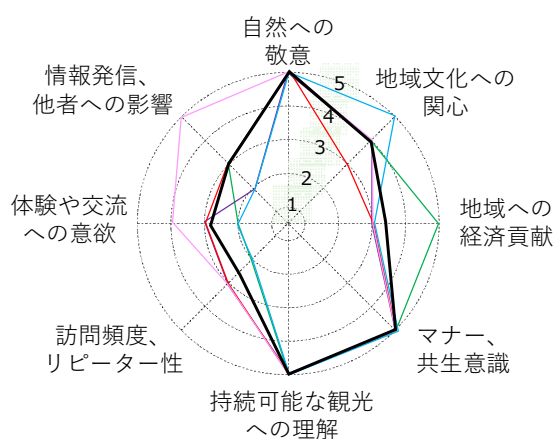


まちづくり

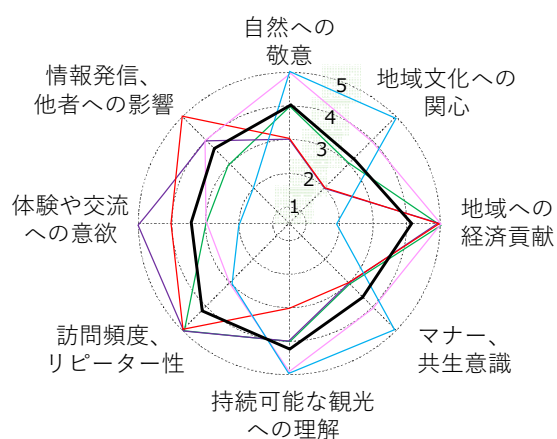


○屋久島町離島開発総合センター（D班）

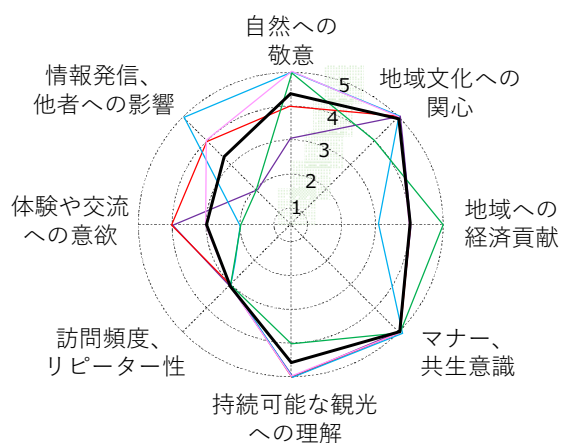
自然の保全



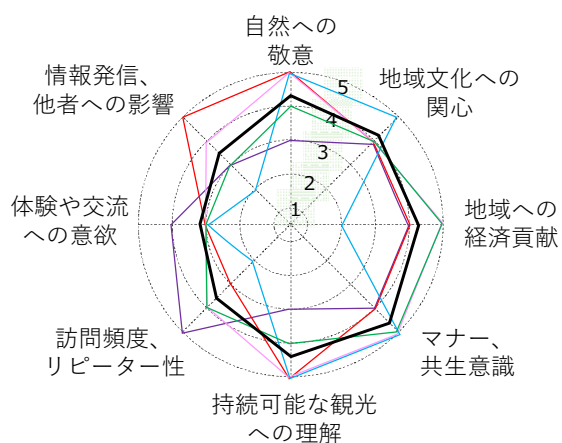
経済の振興



町民の生活



まちづくり



第2次屋久島町観光基本計画

令和8年3月

編集・発行 鹿児島県屋久島町 観光まちづくり課

〒891-4292

鹿児島県熊毛郡屋久島町小瀬田 849 番地 20

TEL 0997-43-5900 / FAX 0997-43-5905