

種子島スポーツツーリスト調査報告書



早稲田大学スポーツビジネス・マネジメント研究室

2017年11月1日

目次

調査概要

1. 研究組織.....	4
2. 研究の方法.....	4
3. 調査項目.....	4

結果と考察

1. デモグラフィックス.....	5
2. 行動特性.....	7
3. 種子島旅行で得たもの.....	13
4. サービスクオリティ.....	14
5. 種子島のサービスクオリティ.....	15
6. 種子島旅行の満足度と再訪意図.....	16
7. 学生による調査前 PP スライド.....	16
8. 参加学生によるレポート.....	45

総括.....	55
---------	----

補足資料.....	57
-----------	----

図表索引

表 1 デモグラフィックス.....	6
表 2 行動特性.....	8
表 3 行動特性(続き).....	10
表 4 行動特性(続き).....	12
表 5 種子島旅行で得たもの.....	13
表 6 種子島に関するアクセス.....	14
表 7 種子島での宿泊施設.....	14
表 8 種子島のサービスクオリティ.....	15
表 9 種子島旅行の満足度と再訪意図.....	16

調査概要

1. 研究組織

研究代表者	原田宗彦	(早稲田大学スポーツ科学学術院 教授)
調査協力者	鈴木北斗	(早稲田大学スポーツ科学研究科 修士課程)
	三上舟斗	(早稲田大学スポーツ科学研究科 修士課程)
	小玉凌	(早稲田大学スポーツ科学研究科 修士課程)
	高山凜乃	(早稲田大学スポーツ科学研究科 修士課程)
	西川航太	(早稲田大学スポーツ科学研究部)
	宮原健太	(早稲田大学スポーツ科学研究部)
	山本綾香	(早稲田大学スポーツ科学研究部)

2. 研究の方法

本研究では、質問紙を用いた調査を2017年9月15日から18日の期間で種子島を離れる旅行客を対象として、空港と港の2カ所で行った。しかしながら、台風のため、空路、航路ともに欠航が相次ぎ、十分なサンプルを取ることができなかった。

調査: 種子島ツーリズムに関する研究

調査対象: 種子島を離れる旅行客

調査日: 2017年9月15日から18日

調査場所: 鹿児島県熊毛郡 西之表港、種子島空港

調査方法: 港および空港で質問紙を配布し、その場で回収

回収数: 51部(配布枚数51部、有効回答48部、無効回答3部)

3. 調査項目

調査用紙は、それぞれ主に以下の項目で構成されている。調査で用いた質問紙は本報告書の巻末に添付した。

- ① デモグラフィック属性: 問1 1) 2) 3) 4) 6)
- ② 行動特性: 問1 5) 7) 8) 9) 10) 11) 12) 問2 問3 問4 問5 問11
- ③ 種子島旅行で得たもの: 問6
- ④ サービスクオリティ: 問7(アクセス) 問8(宿泊施設)
- ⑤ 種子島のサービスクオリティ: 問9
- ⑥ 種子島旅行の満足度と再訪意図: 問1

■結果と考察

1. デモグラフィックス

旅行者の人口特性について、以下の表 1 にまとめた。性別は男性が約 7 割、女性は 3 割という結果になった。年代では 20 代が最も多く、次いで 30 代、40 代と続き、平均年齢は 38.1 歳であった。住んでいる都道府県を見ると、一番近い鹿児島県が多く、次いで東京都の 2 都県で 5 割を占める結果となった。その後も大阪府、愛知県が続くなど大都市圏からの旅行者が多いことはわかった。職業では会社員が最も多く、夏休み期間中だったこともあり、学生という回答も見られた。最後にレジャー・趣味に 1 か月で使える金額(自由裁量所得)の平均は 31,860.4 円となった。

表1 デモグラフィックス

		n	%
性別	男	34	72.3
	女	13	27.7
	合計	47	100.0
年代	10代	1	2.1
	20代	14	29.2
	30代	13	27.1
	40代	10	20.8
	50代	6	12.5
	60代以上	4	8.3
	合計	48	100.0
	平均	38.1歳	
住まい 都道府県	鹿児島県	14	29.2
	東京都	13	27.1
	大阪府	4	8.3
	愛知県	4	8.3
	神奈川県	4	8.3
	福岡県	2	4.2
	北海道	2	4.2
	京都府	1	2.1
	千葉県	1	2.1
	埼玉県	1	2.1
	熊本県	1	2.1
	静岡県	1	2.1
	合計	48	100.0
職業	会社員	27	56.3
	公務員・非営利団体職員	6	12.5
	大学生・大学院生・専門学校生	5	10.4
	パート・アルバイト	3	6.3
	自営業	2	4.2
	専業主婦	2	4.2
	経営者・管理職	1	2.1
	自由業	1	2.1
	専門・技術職	1	2.1
	合計	48	100.0
自由裁量所得	平均	31860.4円	

2. 行動特性

旅行者の行動特性について、以下の表 2 から表 4 にまとめた。同伴人数においては、2 人で来たという人が約 4 割を占め、次いで 1 人・3 人が並んだ同伴者については、友人・知人が最も多く、次いで仕事仲間となった。後述するが、活動内容が仕事という方もいたので、こういった結果になったと考えられる。宿泊数では 1～3 泊が 6 割を占め、なかでも 3 泊という方が最も多かった。平均宿泊数も 3.5 泊という結果になった。宿泊地域においては、西之表市と南種子町に宿泊した人が多いことがわかった。また訪問回数では今回が初めての種子島訪問という方が 5 割を占め、また前回の種子島訪問から 5 年以内に今回訪れたという方が 5 割を占める結果となった。

表2 行動特性

		n	%
同伴人数	1人	11	22.9
	2人	20	41.7
	3人	11	22.9
	4人	5	10.4
	5人	1	2.1
	合計	48	100.0
	平均	2.2人	
同伴者 ※複数回答	友人・知人	15	30.6
	仕事仲間	11	22.4
	ひとり	10	20.4
	家族	5	10.2
	夫婦	4	8.2
	恋人	3	6.1
	その他	1	2
	合計	49	100.0
その他記述：上司			
宿泊数	0泊	1	2.1
	1～3泊	29	60.4
	4～6泊	16	33.4
	7～9泊	1	2.1
	10泊以上	1	2.1
	合計	48	100.0
	平均	3.5泊	
宿泊地域 ※複数回答	西之表市	15	37.5
	南種子町	14	35.0
	中種子町	6	15.0
	家族・親戚・恋人の家	4	10.0
	不明	1	2.5
	合計	40	100.0
訪問回数	初めて	23	48.9
	2回目	8	17.0
	3回目	2	4.3
	4回目	3	6.4
	5～9回目	0	0
	10回以上	11	23.4
	合計	47	100.0
前回の訪問	今回が初めて	22	48.9
	5年以内	20	44.4
	10年以内	3	6.7
	合計	45	100.0

(行動特性続き)

次に島内での交通手段では、レンタカーと自家用車で7割近くを占め、交通公共機関よりも車での移動が主流だということがわかった。旅行形態別消費金額から、個人旅行者がほとんどとなっており、飛行機代やフェリー代を含めた往復交通費の平均は39,179円、宿泊費の平均は21,655円だった。鹿児島県内から訪れ、フェリー代のみかかったという方も多くいるので、往復交通費は飛行機代も含まれると考えるとやや安い金額の平均となった。種子島を知ったきっかけには、友人知人からの紹介という方が多数を占め、やや差があり次いでJAXAとなった。また「秒速5cmメートル」がきっかけの方が多いことが予想されたが、今回の調査では1名にとどまった。またその他の記述から、仕事がきっかけである方が6名、調査期間中に行われた種子島宇宙芸術祭がきっかけと答えた方が3名見られた。

表3 行動特性（続き）

	n	%	
島内での交通手段 ※複数回答	レンタカー	34	57.6
	自家用車	7	11.9
	バス	5	8.5
	タクシー	5	8.5
	レンタルバイク・サイクル	1	1.7
	その他	7	11.9
	合計	59	100.0

その他記述：会社用の車3、親戚の車、家族の車、友人

	n	円	
旅行形態別消費額	団体旅行	0	0
	観光付きパッケージ旅行	1	100,000
	フリープラン型パッケージ旅行	1	90,000
	個人旅行	31	39,179
	往復交通費	20	21,655
現地消費額	交通費	20	10,925
	飲食費	31	9,500
	観光・娯楽費	12	7,692
	土産・買い物費	24	4,746
	その他	1	6,500
	その他記述：延泊代		

	n	%	
きっかけ	家族や友人知人の紹介など	17	39.5
	JAXA	4	9.3
	TV	3	7
	自治体や観光協会のウェブサイト・SNS	3	7
	アニメ	1	2.3
	個人ブログ・SNS	1	2.3
	その他	14	32.6
	合計	43	100.0

※無効としたうち3件は複数回答による無効

その他記述：仕事6、宇宙芸術祭3、ひらめき、地元、島巡り

(行動特性続き)

島内での活動を尋ねたところ、観光地巡り、宇宙センター巡り、仕事が上位項目となった。また西日本屈指のサーフィンスポットとしても有名なため、サーフィンと回答した方も1割弱見られた。島内でのスポーツアクティビティへの参加した方は3割程度見られ、前述したサーフィン以外にもゴルフ・ボルダリング・ジェットスキーといったアクティビティに参加したと考えられる。最後に隣の島である屋久島への訪問はこの度の前後にあるか尋ねたところ、はいと回答した方は3割弱となり、そのほとんどがトレッキングや保養、家族との時間など様々な回答を得ることができた。

表4 行動特性 (続き)

	n	%	
観光地巡り	17	19.5	
宇宙センター巡り	14	16.1	
仕事	11	12.6	
保養・休養	9	10.3	
サーフィン	8	9.2	
種子島料理	6	6.9	
釣り	3	3.4	
海水浴	2	2.3	
種子島での活動 ※複数回答	アニメなどのロケ地巡り	2	2.3
	ゴルフ	1	1.1
	伝統工芸・伝統芸能	1	1.1
	お祭り・伝統行事	1	1.1
	その他	12	13.8
	合計	87	100.0
<p>その他記述：宇宙芸術祭4、ボルダリング2、ジェットスキー、 写真撮影、移住地探し、友人と遊ぶ、 孫の行事、家族と過ごす</p>			
スポーツ実施の有無	はい	16	34.8
	いいえ	30	65.2
	合計	46	100.0
屋久島訪問の有無	はい	12	27.3
	いいえ	32	72.7
	合計	44	100.0
<p>主目的：観光3、トレッキング2、里帰り、移住地探し、 白谷雲水溪、孫の行事、もののけの森、のんびりする、 近くにあるから</p>			

3. 種子島旅行で得たもの

次に今回の種子島旅行で得られたものについての質問項目を設定し、以下のよう
にまとめた。平均が高くでた項目は「楽しむことができた」「新しい場所の知識を増や
すことができた」「自然を身近に感じることができた」の 3 項目で、「良い天気を楽しむ
ことができた」「他の旅行者と交流することができた」「スポーツに参加することができ
た」が平均の低い 3 項目となった。「良い天気を楽しむことができた」に関しては、調査
期間中に台風が上陸したことが大きな要因だと考えられる。また「自然を身近に感じ
ることができた」一方、「スポーツに参加することができた」に関しては、台風の影響も
大きいと考えられるが、自然資源を活かしたスポーツツーリズムの発展の余地を感じ
る結果となった。

表5 種子島旅行で得たもの

	n	平均	標準偏差
新しい場所の知識を増やすことができた	42	5.52	1.452
歴史的・文化的場所を訪れることができた	41	4.07	2.371
地元の人々と出会うことができた	43	5.07	1.920
楽しむことができた	40	5.73	1.377
他の旅行者と交流することができた	42	2.88	2.098
冒険を得ることができた	40	3.88	2.323
日常から離れることができた	43	5.44	1.919
リラックスすることができた	41	5.49	1.859
心身ともにリフレッシュすることができた	42	5.45	1.837
良い天気を楽しむことができた	43	2.77	1.900
大切な人と時間を過ごすことができた	43	4.93	2.463
スポーツに参加することができた	39	2.97	2.455
活動的になることができた	40	3.98	2.247
自然を身近に感じることができた	41	5.51	1.690

4. サービスクオリティ

●アクセス

種子島に関する交通アクセスについて、以下のようにまとめた。「種子島は公共交通機関が整備されていた」が他の平均に比べて低いことから、公共交通機関が整備されていないがゆえに、前述したようにレンタカーなどの車移動が主流であることが考えられる。

表6 種子島に関するアクセス

	n	平均	標準偏差
種子島までのアクセスは簡単だった	47	4.60	1.884
種子島は公共交通機関が整備されていた	46	3.28	1.544
港または空港から宿泊施設までのアクセスは便利だった	47	4.30	1.921
宿泊施設は便利な場所にあった	47	4.70	1.731

●宿泊施設

種子島での宿泊施設のサービスクオリティは以下ようになった。概ね高い平均値を示しており、中でも「宿泊施設の従業員は親切に対応してくれた」が最も高い項目となり、島民のホスピタリティの高さが窺い知れる。「宿泊施設の食事がおいしかった」の平均がやや低いものの、質問紙内に宿泊施設では食事をしていないといった記述が複数も見られたことからこのような結果になったと予測される。

表7 種子島での宿泊施設

	n	平均	標準偏差
宿泊施設の従業員は親切に対応してくれた	42	6.1	1.055
宿泊施設の部屋が清潔で快適であった	42	5.79	1.353
宿泊施設の食事はおいしかった	36	5.25	1.556
宿泊施設には利用できる便利な駐車場があった	42	5.79	1.26
宿泊施設はサービスに見合った価格だった	42	5.93	1.257

5. 種子島のサービスクオリティ

種子島のサービスクオリティは以下のようになった。群を抜いて、「快適な気候だった」の平均値が低い。前述したように調査期間中の台風上陸が大きく関係していると予想される。「美しい景観がたくさんあった」「静かで安らげる雰囲気があった」は両者ともに非常に高い平均値を示していることから、種子島のセールスポイントはこのあたりになってくると考えられる。「現地の人たちが親切だった」が高い平均値を示していることで、前項でも述べたように島民のホスピタリティの高さがここでも数字となって表れた。

表8 種子島のサービスクオリティ

	n	平均	標準偏差
美しい景観がたくさんあった	43	6.00	1.175
静かで安らげる雰囲気があった	43	6.00	1.195
ビーチがきれいだった	42	5.88	1.452
快適な気候だった	45	3.91	2.141
美しい自然に触れることができた	41	5.54	1.451
多くの新しい体験をすることができた	43	4.81	1.803
食事がおいしかった	44	5.30	1.636
現地の人たちが親切だった	46	5.85	1.247
観光でかかった費用はリーズナブルだった	45	5.18	1.336
観光体験は支払ったコストより価値のあるものだった	43	5.00	1.291

6. 種子島旅行の満足度と再訪意図

最後に種子島旅行の満足度と再訪意図について以下のような結果を示した。それぞれ高い平均をしめしているものの、「種子島での体験を SNS (Instagram, Facebook など) でシェアするだろう」の項目の平均値がやや低い結果となった。仕事がメインで来た方もなかにはいること、SNS が活発である学生の訪れている数もやや少ないことからこのような結果になったと考えられる。

表 9 種子島旅行の満足度と再訪意図

	n	平均	標準偏差
総じて、今回の旅行を種子島に決めたことに満足している	44	5.64	1.183
今回の旅行を種子島に決めたことは正しい選択だったと思う	43	5.60	1.330
将来再び種子島を訪れるだろう	45	5.69	1.520
種子島での体験を SNS (Instagram, Facebook など) でシェアするだろう	43	4.37	2.215
種子島の訪問を他の人に勧めるだろう	45	5.62	1.527

7. 学生による調査前 PP スライド

以下は、調査前にゼミの中で複数グループによる種子島の現状調査を行った時の発表 PP スライドである。事前調査は、以下の 4 つのテーマに分けて実施した。

- ・社会問題
- ・自然・産業
- ・レジャー・スポーツ
- ・歴史・文化

種子島の社会問題

永井隆太
尾藤貴裕山本綾香

高齢化率の推移

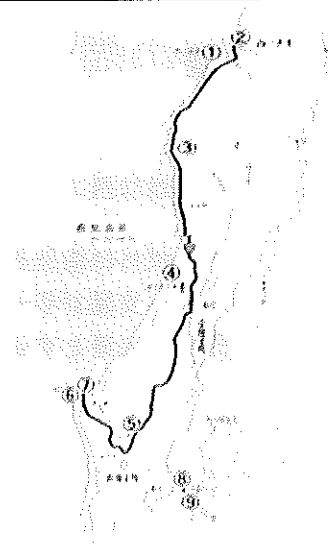
区分	※ 国勢調査 (単位:%)					
	昭和60年	平成2年	平成7年	平成12年	平成17年	平成22年
種子島地域	14.3	17.3	21.8	26.1	29.7	31.8
鹿児島県	14.2	16.6	19.7	22.6	24.8	28.5
全国	10.3	12.0	14.5	17.3	20.1	23.0

高齢化の解決案

- ・ 短大、専門大学の設立(種子島に特化した知識等を学ぶ)
- ・ 外から企業を入れる

交通の問題点

- ・ 国道58号以外の道路が整備されていない
- ・ 市町道の整備がされていない
- ・ バスは本数が少ない。運賃も高め
- ・ 首都圏からのアクセスが良くない
- ・ フェリーが高い



交通に関する解決案

- ・ 公共施設等にアクセスできるための道路を整備する
- ・ レンタカー、タクシーなどのサービスを向上(高齢者には割引等のサービス)
- ・ 格安航空での直行便

医療の問題点

- ・ 病院数は西之表市が3つ、中種子町が0、南種子町が1つと不足している
- ・ 本地域外の救急患者の対応に時間がかかる(自衛隊等のヘリコプター等)
- ・ 妊婦へ支援が不十分
- ・ 介護を必要とする高齢者への施設不足

医療問題の解決案

- ・ 不足している眼科・耳鼻咽喉科・皮膚科の専門医師をはじめとする医師の確保する
- ・ 救急搬送のための整備充実、ドクターヘリ等の整備
- ・ 不妊治療患者には経済的支援をする
- ・ 看護師やホームヘルパー等の資格を取るための専門学校の設立

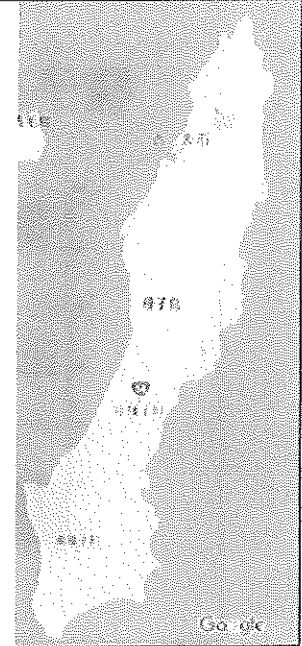
参考文献

https://www.pref.kagoshima.jp/ac07/documents/33648_20131113164059-1.pdf#search=%27%E7%A8%AE%E5%AD%90%E5%B3%B6+%E7%A4%BE%E4%BC%9A%E5%95%8F%E9%A1%8C%27



種子島

- 西之表市、熊毛郡中種子町、熊毛郡南種子町
- 大きさは横浜市と等しい
- ほぼ平らな島(最高点282m)
- 気候は東京より暖かいが、沖縄程ではない



気候

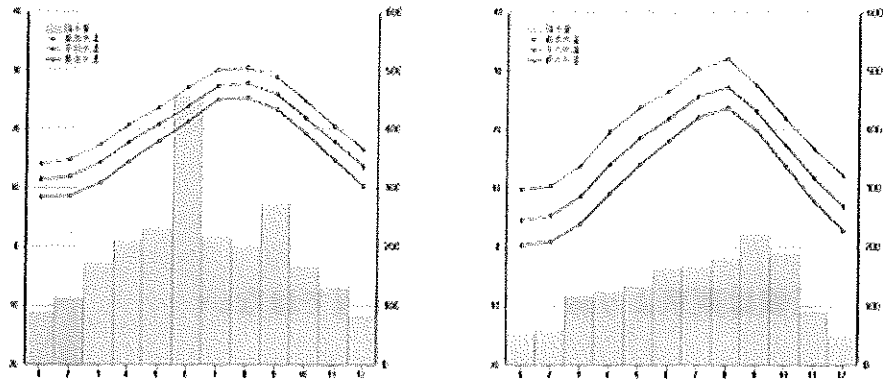
- 南北で気候が異なる
(屋久島の影響)
- 7~9月は台風の危険
(月に1~2回ほど)
沖縄よりは多くない

- 雨が多い

種子島気象観測所 (種子島) 月ごとの気象、雨量(単位: mm)

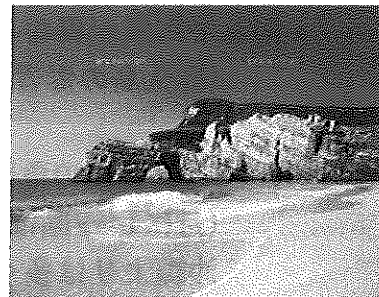
項目	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	年間
種子島	62.0	100.0	186.0	204.0	289.0	433.0	242.0	89.0	169.0	203.0	178.0	109.0	2617.0
屋久島	72.0	132.0	197.0	190.0	112.0	55.0	212.0	412.0	269.0	143.0	134.0	113.0	1658.0
中津島	71.0	140.0	73.0	147.0	55.0	209.0	123.0	230.0	90.0	116.0	214.0	134.0	2298.0
石島	175.0	141.0	91.0	237.0	277.0	125.0	113.0	213.0	132.0	51.0	167.0	91.0	2115.0
中津島	51.0	104.0	105.0	157.0	159.0	139.0	67.0	171.0	230.0	202.0	137.0	95.0	1654.0

種子島と東京の気候



美しい自然

- 長く美しい自然海岸
ウミガメが産卵にやって来る
- 流れの緩やかな川
- 隣の屋久島とは全く違う自然植物
マングローブが広がっている



南種子町の例(他の2つの市町もほぼ同様)

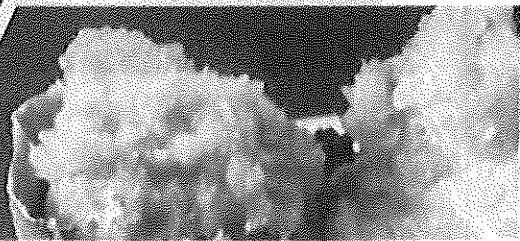
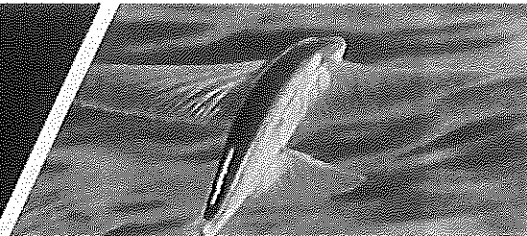
第1次産業(農業・林業・漁業)が年々減少
→第3次産業が増加
→主産業=卸・小売業、サービス業

農業

→水稲・さとうきび・甘しょ・畜産を中心
野菜・花卉・果樹等の複合経営がメイン

漁業

→トッピー=飛魚



産業就業者数

第1次：31.0%、第2次：12.4%、第3次55.9%

分類別

サービス業：35.9%、農業：29.3%、卸・小売業：9.1%

課題

種子島島内の有効求人倍率(H24年3月)=0.64倍

→仕事を探す人100人に対して64人分の仕事しかない状態
=つまり、仕事不足ということ

その他産業

→ロケット業が盛ん。
(あたりまえだけど！)

交通インフラの整備

＝港→フェリー、高速船、資材搬入船
→産業振興に貢献



産業の動向(南種子町)

・商業

大部分が個人経営の小規模店、品数が少ない
→消費者が向外的大型店へ流出している。
※付加価値の高品質開発が外溢している→農林水産物を活用した特産品の開発が期待される現状

・農産物加工

ととうきびを原料とする黒糖やきつまいも・糸栗等の地域特産物を利用した菓子等の製造

・水産業

沿岸漁場を中心とした水産業振興が図られてきた
しかし→沿岸海域の汚染による資源の減少・漁業従事者の高齢化・輸入水産物の増大等厳しい状況

・観光業

ロケットの目上り関係のスタッフが長期滞在する時期もある
一方で、打ち上げが無い時期
→物見遊山の観光客が多いため、宿泊客の入込数も年々減少傾向にあるため、経営拡大への事業投資も困難な面もある

おまけ

目指すべき産業構造



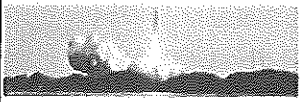
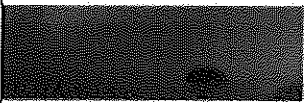
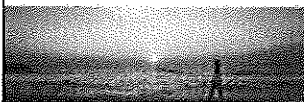
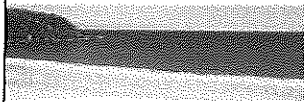
スマートエコアイランド種子島の
中核的経済活動としての
種子島型サトウキビ産業

https://www.stc.go.jp/joho-e/jobe97_0011591.html

種子島 レジャー・スポーツ

永廣 めぐみ 1K15C289-6
菰原 大喜 1K15C167-4
西川 航太 1K15C303-3

種子島の観光



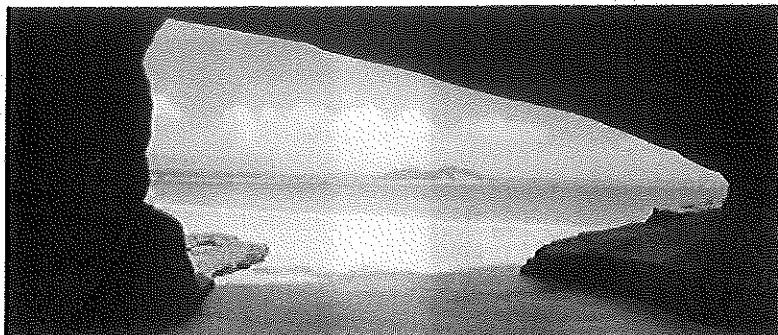
- ・美しく、豊かな自然（美しい空、青い海、緑豊かな島）
- ・自然と触れ合うスポーツ（マリンスポーツ、釣り、ハイキング）
- ・歴史の体感（城跡、博物館）
- ・宇宙（ロケット）との対面（宇宙センター、打ち上げ）
- ・精神的安息（地元の人の出会い、のびやかな雰囲気）

・美しく、豊かな自然

[干座の岩屋]

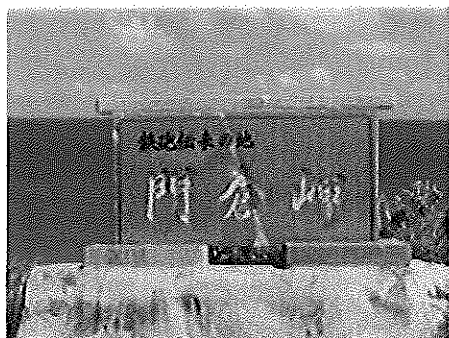
周りは海水浴場として活用

※干人座れるといわれる洞窟の中に入れるのは干潮時のみ



[門倉岬]

- ・種子島南端の岬。
- ・天気が良いと360°見渡せる
- ・鉄砲伝来の石碑やモニュメントがある
- ・2009年には門倉岬で皆既日食を観測するツアーが組まれた



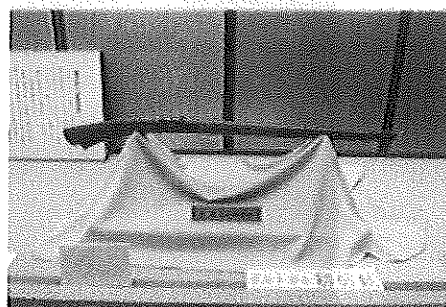
・歴史の体感

【鉄砲館】

種子島の歴史、民俗、自然を紹介する施設

西之表市が管理運営

伝国産第一号銃などが展示

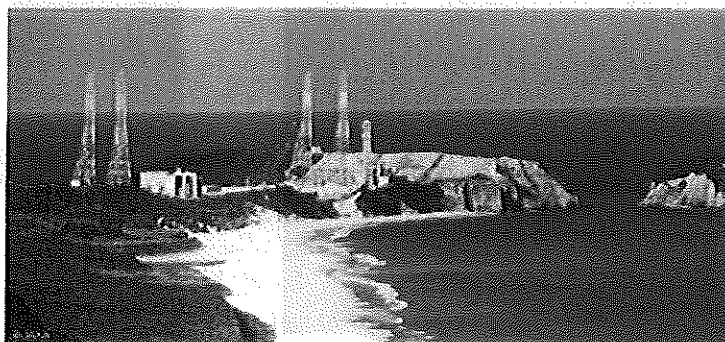


・宇宙（ロケット）との対面

【種子島宇宙センター】

日本最大のロケット発射場→無料の施設案内ツアー有

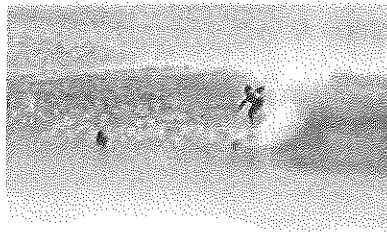
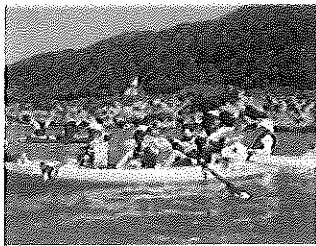
敷地内には宇宙科学技術館があり、ロケットの歴史や模型等の展示がある



スポーツ・レジャー

現在

海に囲まれ、自然豊かな環境を活かしたマリンスポーツ

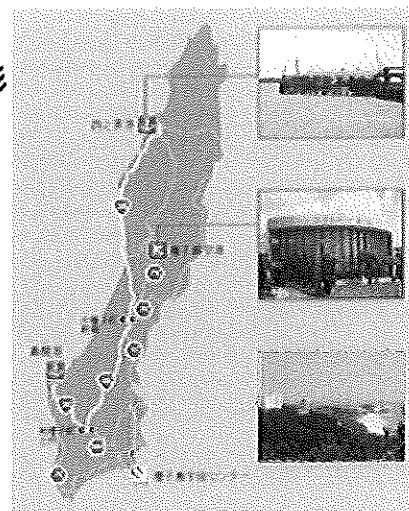


種子島サイクリング

標高は最高でも282mという平らな地形

南北58km

豊かな自然の景色



参考文献

<http://tane.kan.jp/about/>

<https://ja.wikipedia.org/wiki/%E6%9C%80%E5%B4%B1>

http://www.tanegashima-ginga.jp/introduction_detail.php?seq_no=20

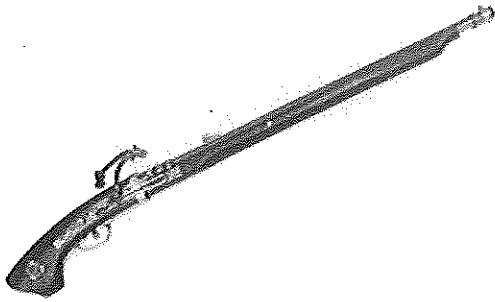
<http://www.city.nishinoonote.lg.jp/admin/eoshiki/kyoukulinaka/shakaikyoukuka/bunkagakan/center/index.html>

<http://fanfun.jaxa.jp/visit/tanegashima/>



種子島の歴史

鉄砲伝来



1543年 8月25日
南蛮人（ポルトガル人）
種子島に漂着

1544年
再び南蛮人種子島来航

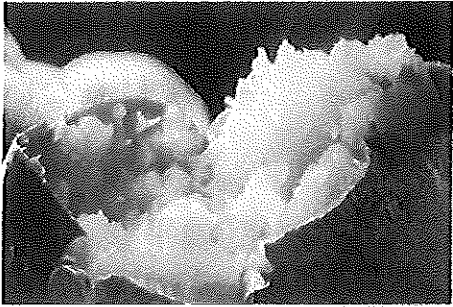
ザビエル来航



1549年
鹿児島上陸。
島津貴久の許可を得て
キリスト教普及活動開始

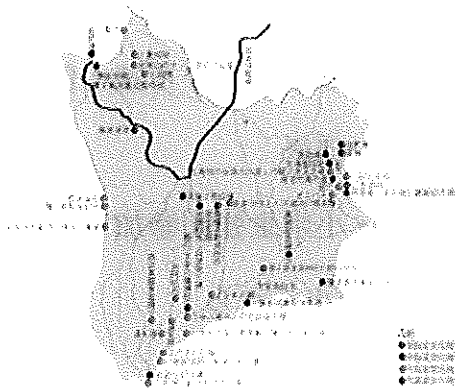


甘藷の栽培



西之表市下石寺の大瀬休左衛門が
日本ではじめて甘藷の栽培に成功

文化財...



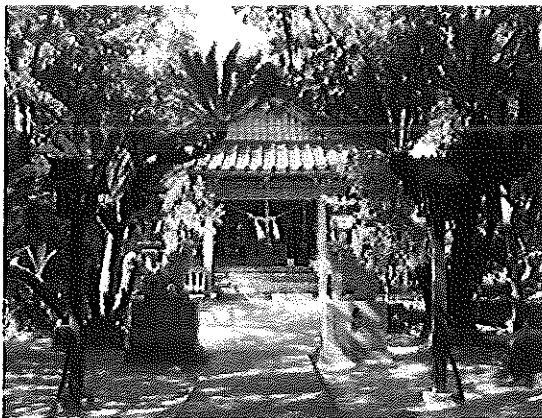
- 広田遺跡
- 宝満神社の御田植祭
- 旧上妻家住宅

広田遺跡



- 古墳時代
→古墳じゃない
- 抜歯
- 扁平頭（絶壁）

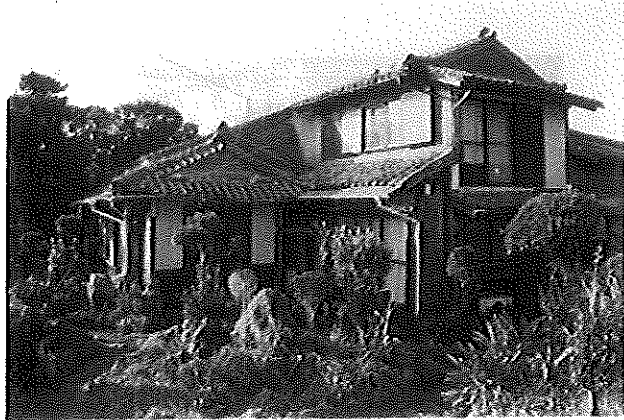
宝満神社の御田植祭



- 681年から続く伝統祭
- 赤米
- 小学生強制参加
→小4から

旧上妻家住宅

- 江戸末期の家
- 磨き丸太の門
- 南国の武家屋敷

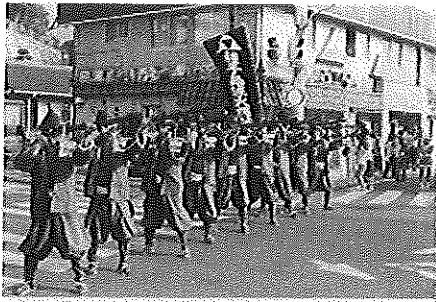


工芸品...

- 種子島焼
 - 種子包丁
 - 種子鋏 ✂
- 種子島銃へとつながる



鉄砲祭り



・鉄砲伝来記念

・火縄銃の試射

→ 大阪府堺市

滋賀県長浜市と共に

食文化

・ポルトガルにルーツを持つ食べ物
⇒カステラ、金平糖、丸ボーロ

・昔から食べられていたもの
⇒赤米；雑穀ご飯、日本酒

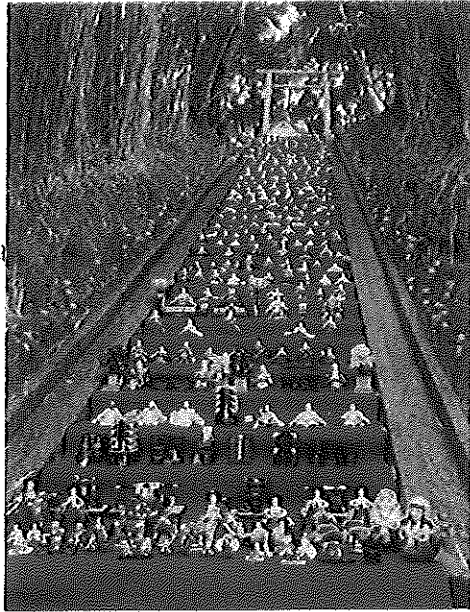
…日本一収穫の早い米どころ



ひな人形

種子島の伝統的な飾り物

桃の節句には中種子町の今姫神



七草祝い

- ・1月7日に教えて七歳になった子供の成長を祝う行事。
健康に育つよう、まず神社で七草祝いの祈願
その後、7軒の親戚やご近所を回って七草粥をもらう
- ・大人数での宴会が開かれる



種子島大踊り

起源

…兵士たちの士気をあげるために踊り始めた
種子島を代表する踊り

```
<div style="position:relative,height:0;padding-bottom:56.25%;<br>iframe src="http://www.kagoshima-kankou.com/teppou/5-6-2/teppou.html" width="640" height="360" frameborder="0" style="position:absolute;bottom:0;right:0;float:right;allowfullscreen"></div>
```

- <http://www.kagoshima-kankou.com>
- <http://www.pt.emb-japan.go.jp>
- <http://www.furusato-tanegashima.net>
- <http://www.furusato-tanegashima.net/teppou/denraiki.html>
- <http://www12.plala.or.jp/rekisi/kirisuto-teppou.html>
- <http://www.furusato-tanegashima.net/kansyo/kansyo-saibai.html>

8. 参加学生によるレポート：種子島のスポーツツーリズムに対する提案

① 種子島の可能性

宮原 健太

初日・2日目と種子島を回り、種子島の実態を肌で感じる事ができた。その中で私は、大自然に囲まれていること、美しく壮大な景観などの良さを発見した。一方で少しもったいないと感じることもあったので、少し紹介したい。

まず、大自然や景観といった良い点について、私の視点で述べたいと思う。この島には本州・九州らと同じ植物が生息し、島のほとんどを覆っている。しかしそれは、南国の離島でしか見ることのない強烈な生命力と美しさ、独特の雰囲気醸し出す。島を車で回ってみたが、自然を体感するツーリズムがもっと発展してもおかしくないのではないと思う。海はいい一例だ。この島には多くのサーファーが訪れ、ロケットと並びツーリズムの中心を担っている。海という自然を、壮大で美しいことを強みにして売りにしているが、私が感じた「植物」に関してはそうではない。隣の屋久島にすべてを奪われ、ハイキングなどの自然植物を体感するコンテンツ力はない。事前調査で分かったことだが、種子島の特徴である島全体の高低差がなく最高点が低いことから、自然を体感するフィールドを生かしたスポーツなどのツーリズムが発展しても良いのではないと思う。屋久島では高低差を生かしたトレッキング、種子島では平坦な地形を生かしたトレッキング。30分で行ける島を、対照的なコトで結ぶこともできなくはないのではないと思う。

また、新たな別荘地として栄えることもできるのではないか。大阪～種子島の飛行機がシーズン限定であることを考えると、大自然の海がきれいなリゾートとして大きく路線を変更できるのではないかと考えた。「宇宙に一番近い島」というロマンあふれるフレーズにもその価値はあると思う。日本の別荘地に関して、私は少し知識不足だが、種子島が新興地になるポテンシャルはあるのではないと思う。

一方で、現代社会を代表する「アニメ・漫画」というコンテンツを生かし切れていないのも種子島の現状である。人気アニメ映画の聖地であるにもかかわらず、それを利用してやろうという動きはあるものの、ほかの場所に比べると明らかに弱いと感じた。アニメツーリズムを売りにする場所は、ほとんどの場合を除いて、既存の観光資源やアピールポイントをアニメに変更している。中には重要文化財をアニメとコラボさせるなど、斬新な観光資源を開発している。種子島では、まだ撮影に使われた場所に訪れるだけに収まっており、アニメとロケットのコラボなどはない。アニメをツーリズムとして生かしていくのであれば、批判覚悟でそのくらいの政策を進めていかなければいけないと思う。

簡単ではあるが、種子島の強みや特徴を生かすには？ということを考えながら今回のレポートを作成した。ちょっとやりすぎくらいアピールをすることが重要なのかなと思った。

② 「宿泊を伴うスポーツの場」・「観光×スポーツ」による活性化

西川航太

種子島を活性化させる手段として、「部活の合宿や大会をはじめとする宿泊を伴うスポーツの場」と「観光とスポーツ」というコンセプトで種子島を発信することが最も適しているように感じた。今回私達が滞在したホテルサンヴィレッジに付帯している施設にはテニスコートや柔道場、フットサルコートなど多様なスポーツ施設があり、かつ多くが観客席付きという立派な施設であった。これらは都内でもあまり見かけないほどの高位な施設であるだろう。またそれらの屋外施設や島内を周遊している際に芝生が非常にきれいに生えていると感じ、芝生の育成が相当しっかり施されている印象を受けた。よって天然芝のコートを整備することで他所にはない良質なコートでスポーツを行える可能性は十二分にある。他にも、既に種子島にはサーフィンに向けた波が多く出現するためサーファーが多く集い、同時にカヤックやシュノーケリングもできるなどマリンスポーツも非常に盛んである。多種多様なスポーツができることは種子島の大きな特徴であるだろう。スポーツ合宿の代表例として茨城県の波崎があり私が所属しているフットサルサークルも毎年合宿で利用している。波崎には多数のサッカーグラウンド・フットサルコートがあり、高校サッカーにおいても全国の強豪校が招待されるイギョラ杯という大会なども開催される。長期休暇になると小さい子供から大学生までたくさんの人々がサッカーを中心としたスポーツをしに波崎に集まってくるのである。この例を踏まえると種子島も波崎のような場所になる潜在的な可能性を持っているのではなかろうか。くわえて種子島には施設面だけではなく、観光地としての側面ももっている。地形的に種子島のどの場所からも海に簡単に行くことができ、景観も非常に良い。また鉄砲館といった歴史を感じることでできるような文化的施設や最先端の科学と未来を感じることでできる宇宙センターもある。さらには種子島固有の食材が豊富でありいずれも非常に美味しい。これらは種子島の特徴であり、非常に良い側面である。部活の合宿や大会期間のオフに活用したり、サークルの合宿の一部としての手段にこれらの観光がなりうるだろう。またスポーツ体験と観光を組み合わせたツアーも多いに誘客を見込めるだろう。種子島の豊かで圧倒的な文化を楽しみつつ優れた施設で多様なスポーツを体験できることは非常に魅力のあるおもしろいものであり、高い経験価値を供与してくれるに違いない。種子島において知名度そのものはかなりあるため、「学生のスポーツ合宿地」・「スポーツ×観光の地」という位置づけがなされるほどの実績が加わればいずれプロチームのキャンプ地になることもありうる。そうすると新たな経済効果も見込める。繰り返しになるが、「部活の合宿や大会をはじめとする宿泊を伴うスポーツの場」と「観光とスポーツ」を軸として種子島の活性化を図ることを提案する。

③ 種子島の観光客を増やすために

山本綾香

近年、日本人の国内旅行者数は増えてきている。同時に国内旅行消費額も増えてきているため観光地にもたらず経済効果も期待される。しかし、国内旅行者数のうち増えているのは日帰り旅行で、宿泊旅行はむしろ減ってきている。理由として1つ考えられるのは高速道路、新幹線や飛行機、バスの発展によって短時間で観光地まで移動できるようになっていることだ。宿泊をしなければ、その分宿泊費をかけずに楽しむことができる。特に最近若者には格安航空や、夜行バスが人気で、国内の大半の場所には往復1万円以内で行ける。この傾向は種子島への観光客を増やすという目標にはネックである。種子島は離島であり、大都市からの直通便もない。つまり安く移動して楽しむという最近の観光客のトレンドには当てはめることは難しい。

そこで種子島にどうやって観光客を増やすのかと考えたときに、交通費をかけてまで行きたいと思えるようなイベントを打ち出すことが良いのではないか。ここで大事なのは種子島でしかできない体験であるということだ。種子島以外でもできることであれば、移動費の安い方に観光客の目は向いてしまう。今までそこまで積極的に行われてこなかった SNS による宣伝などで種子島でのイベントを知ってもらい、観光客を増やすことが求められる。

1つ具体的に提案するのはサイクリングイベントを開催することである。サイクルツーリズムはその土地を知ってもらうのにはとても良い手段で、自転車で移動をするということは歩くことより早く移動でき、車ではできないような音や香り、人とのふれあいを直接体験することができる。種子島の良さを知ってもらうには良い機会だ。環境への配慮が高く意識される中で、自転車での移動は環境にも優しい。自転車は気軽に寄り道できる場所も良いところである。ここで観光客の心を掴むポイントは、自転車でしか行けない観光スポットがあるということを打ち出すことだ。これによって地元のファンを増やすこと繋がる。サイクルツーリズムを進めていく上で必要なことは、観光客にわかりやすいサイクルロードのマップの作成や、道路の整備、貸出自転車の充実などがある。また、観光客の満足度を上げる要因の1つとして大事な現地人とのふれあいを持たせるために休憩スポットのためにカフェの設置をすることや、高いレベルで現地の観光資源を解説できるインストラクターなどの人材育成が求められる。サイクルイベントで種子島の観光客を増やすことが可能になるのではないだろうか。

④種子島でのサイクルイベント開催にむけて

小玉 凌

近年離島でのサイクルイベントの開催が佐渡ロングライドをきっかけに増加しています。そこで私は種子島でのサイクルイベント開催を提案します。種子島でサイクルイベントを開催するとなると、他の離島が行うサイクルイベントに習ったイベントを開催するのが適しているように感じました。

島のもつ自転車で快適に走ることができる特性(信号が少ない、交通量が少ない、景観が美しいなど)を生かし、種子島でツーリングを行いたいと思わせること、ものが必要であります。おそらく、種子島ならではの強みとしてまず『食』であると今回の合宿初日に感じました。グルメライドといった言葉があるように、サイクリストと食は強く結びつくことがあり、サイクリングコース中に設置されるエイドステーション(食べ物の補給ができるポイント)で種子島の特産品を提供することで、十分 PR できるように思います。

次に種子島でサイクルイベントを開催する上での注意したいポイントは以下の通りです。

●路面の整備

台風の影響ではあるかもしれませんが、路上の葉が多いということです。イベントまえに林の中を進む道などではブローワーなどを用いて葉をはけることが必要に感じました。さらに苔の群生が見られたので、これも危険個所では焼くことが必要になるかと思われます。景観に気を取られて足元を滑らせてしまう方は少なくないはずです。また所々道幅が狭くなる箇所がいくつか見られたので、注意喚起を促す看板や地域住民の協力を要請し、監視を行うなど予防が必要であるように感じます。

●お手洗い、エイドステーションの数

お手洗いはスポーツイベントを開催するうえで特に重要だと思います。コンビニがない分、エイドステーション、お手洗いは多めに設けることが必要であるように思います。一般的なロングライドイベントでは 15kmに一か所ほど設置されています。

●メカニカルサービス

訪れる方はみなさん輪行か配送をしてくれます。輪行、配送では部品を一度外すため、トラブルが起こることがあります。よって到着してから、そしてライド中にメカニカルトラブルが発生した際に対応できるスタッフの配置が求められます。調べたところ、島にはロードバイク専門店はないので、開催する際には必ず呼び込む必要があります。

(屋久島で行われているサイクルイベントでは、パーツメーカーの協力を得ているので、そこからメカニカルスタッフを用意しているようです)

最後に

種子島一周(種一)の距離は、サイクルイベントに適しています。獲得標高自体も高過ぎず、わかりやすいコースレイアウトをとれるので、食や景観にゆとりをもって楽しんでもらえるはずです。環境自体はサイクリングに非常に適していると身をもって感じたので、訪れた参加者にいかにストレスなくサイクリングを楽しんでもらえる過程を作り出せるかが重要と考えます。

④種子島ツーリズムの可能性

高山 凜乃

種子島にはスポーツツーリズムの資源は豊富にあると感じた。海でのシュノーケリングやサーフィン、シーカヤックを始めとしたマリンスポーツ、陸はのどかな風景で平坦な道からカーブの多い緑に囲まれた道の中での違う景色・レベルでのサイクリングを楽しむのではないだろうか。またこうした自然の資源を利用したスポーツの大会(サイクリングやトライアスロン)などの可能性も感じた。

しかし残念なことに、これらの魅力に気付いていない観光客が多く、またそれらを発信できていないのが現状のように感じた。資源は存在しているので、まずサイクルイベントやトライアスロンなどの大会を開いてみるのがよいのではないかと感じた。そうすることによって、地元住民では気付かない、競技を楽しむもの側からの発見が得られるのではないか。イベントや大会を通して良さを発見し、また練習場所やたしなむ場として戻ってきてくれる可能性は非常に多い。また参加者が SNS を通して発信することで、愛好者がさらに訪れるようになったり、さらには競技者ではないような一般の観光客も自然に魅了され訪れる可能性を秘めているのではないか。

またそういった一過性のイベントで人が押し寄せても、宿泊施設が足りないといったお話があったが、Airbnb のような間貸しや空き家を利用したシェアリングエコノミーを行えばよいのではないかと考えた。実際に種子島を訪れて、島民の方の温かさやホスピタリティを感じた。なかなか島の人と触れ合う機会も普通ではできないので、間貸しなどを行うことによって、人々の交流が生まれるように思う。長期的に行うことが難しくとも、イベントの際だけなら協力できるという方もいるのではないか。イベントきっかけに宿泊者受け入れの良さを発見し、それ以降民泊を始めるような方も出てくるのではないか。

種子島には非常に多くの資源が眠っていて、まだそれが活性化できていないような印象を全体的に受けた。一方種子島を活性化させたいという思いをもった人々は多くいることも今回の合宿を通して感じた。このようにくすぶった思いをもった地域が全国各地に点在しているんだろうなと思い、スポーツツーリズムはこうした地域の一助となれると思い、この分野の可能性の広さを改めて感じた。

⑤種子島への観光客誘致における Instagram アクティベーションの必要性

鈴木北斗

現代の若者は検索エンジンと SNS を器用に使い分けている

今や Facebook や Twitter、Instagram といったソーシャル・ネットワーキング・サービス(以下、SNS)は、人々の Web 上でのコミュニケーションを促進するだけで無く、これまで Google や Yahoo!が担って来た検索エンジンの役割を取って変わろうとしている。LIDDELL 株式会社が 2016 年 2 月に若者 100 人を対象に行った調査によれば、最近よく使っている検索は、1 位「Google」(33%)、2 位「Twitter」(31%)、3 位「Instagram」(24%)、4 位「Yahoo!」(12%)という結果が出ており、Twitter や Instagram といった SNS が検索エンジンと並んで利用されている。

また、ECzine 編集部(2016)によれば、それらの若者は自分の知りたい情報のジャンルによって検索の方法を使い分けているという。Google や Yahoo!は何かの解決方法や正しい情報を得る際に利用し、Twitter はニュース速報、ライブ情報、ゴシップ・トレンドなどの最新情報を知りたい時に活用することが多い。

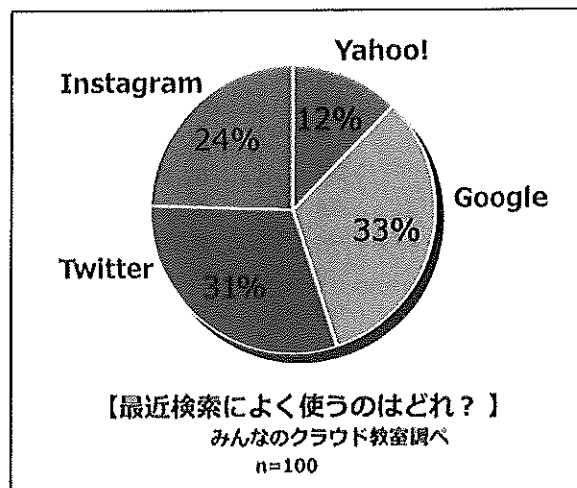
Instagram を使う際はその SNS の特性上画像をもとにした情報を探す時で、髪型や洋服、ネイル、メイク、「可愛い」などの直感的な検索がほとんどである。

飲食店のメニューを見ずに、Instagram で「#〇〇カフェ #おすすめ」

といった検索をして画像を見て注文を決め、観光地などで景色などを見に行く場合、まず#(ハッシュタグ)で検索してから訪問する人もいる。

また、信頼する、関係性が深い、もしくは憧れの人(インフルエンサーなど)が掲載している画像は、人々をより行動に移す影響力が強いとの意見が見られた。Twitter 検索の利用用途としてニュース速報、ライブ情報、ゴシップ・トレンドなどであり、Instagram 検索の利用用途として

髪型や洋服、ネイル、メイク、飲食店、観光地などが挙げられている。主にキーワードに#(ハッシュタグ)を付けて検索し、他ユーザーのハッシュタグから簡単に検索結果へジャンプすることが出来る為、スムーズなネットサーフィン、情報収集が可能になっている。この様に SNS 検索を使いこなす現代の若者はデジタルネイティブ世代と呼ばれ、これまで Google や Yahoo!を主に利用してきた情報に敏感なビジネスパーソンより情報収集の効率や技術が高いのではないかと考えられる。種子島に観光客を誘



致するにあたり、飲食店や観光地といった情報を収集される際に使われる Instagram を種子島のプロモーションに最大限に利用していくことが必要であると考えた。

現に筆者も東京から種子島へ向かう際、台風 18 号の情報は全て Twitter を用いて収集し、種子島のグルメ・観光地などの情報は Instagram で検索するという具合に、自然と SNS を使い分けて情報収集を行っていた。

Twitter、Instagram を多く利用する 10 代 20 代の女性がターゲット

株式会社ジャストシステムが 2016 年 5 月に行ったスマートフォンでの検索に関する調査によれば、「レジャーに関する情報を検索する場合」という項目において、「世界遺産などの絶景ポイント」と「今話題のレジャースポット」という質問に対し、10 代 20 代の女性は Twitter と Instagram 利用が他の世代に比べ多いのが目立つ。

			Q6 世界遺産などの絶景ポイント						Q6 今話題のレジャースポット						
			n	GoogleC 探すことが 多い	Faceboo kで探すこ とが多い	TwitterC 探すことが 多い	Instagra mで探すこ とが多い	その他の サービスで 探すことが 多い	この情報は 探さない	GoogleC 探すことが 多い	Faceboo kで探すこ とが多い	TwitterC 探すことが 多い	Instagra mで探すこ とが多い	その他の サービスで 探すことが 多い	この情報は 探さない
		全体	409	46.2%	8.3%	7.3%	4.9%	13.0%	20.3%	44.7%	6.8%	12.2%	5.6%	14.2%	16.4%
性別	男性	10代	34	55.9%	11.8%	8.8%	2.9%	8.8%	11.8%	50.0%	0.0%	17.6%	11.8%	2.9%	17.6%
		20代	70	48.6%	17.1%	8.6%	1.4%	10.0%	14.3%	44.3%	12.9%	15.7%	2.9%	8.6%	15.7%
		30代	42	57.1%	7.1%	11.9%	4.8%	7.1%	11.9%	40.5%	7.1%	16.7%	7.1%	14.3%	14.3%
		40代	29	41.4%	3.4%	3.4%	0.0%	13.8%	37.9%	44.8%	3.4%	6.9%	3.4%	10.3%	31.0%
		50代	37	54.1%	2.7%	0.0%	2.7%	21.6%	18.9%	54.1%	5.4%	0.0%	0.0%	27.0%	13.5%
	女性	10代	47	34.0%	2.1%	17.0%	14.9%	10.6%	21.3%	31.9%	2.1%	31.9%	10.6%	8.5%	14.9%
		20代	72	38.9%	12.5%	6.9%	8.3%	13.9%	19.4%	41.7%	9.7%	8.3%	9.7%	15.3%	15.3%
		30代	35	51.4%	5.7%	2.9%	2.9%	14.3%	22.9%	57.1%	8.6%	5.7%	2.9%	17.1%	8.6%
		40代	27	44.4%	0.0%	3.7%	3.7%	11.1%	37.0%	48.1%	0.0%	3.7%	0.0%	29.6%	18.5%
		50代	16	37.5%	6.3%	0.0%	0.0%	31.3%	25.0%	43.8%	12.5%	0.0%	0.0%	18.8%	25.0%

出典：「スマートフォンでの検索に関する調査」株式会社ジャストシステム

直感的な検索には、直感的な人々が応える

種子島の観光についての Twitter の公式アカウントは筆者が調べた限りでは見当たらず、こちらも開設の必要性があると考えるが、今回は Instagram のアカウントについて言及したいと思う。種子島の Instagram アカウントを調べると、「種子島観光協会」 (@tanegashima.travel) とある。アカウントには「遊びを学ぶ、南の島「種子島」の公式インスタグラムです。ハッシュタグ「#種子島」を付けて投稿しよう！」と記載されているが、2017 年 9 月 17 日の時点で 14 ポスト、132 フォロワー、0 フォローのアカウントで、種子島観光協会の公式ホームページ (tanekan.jp/) へのリンクが添付されている。2017 年 5 月 3 日以降の約 4 ヶ月半の間、投稿がされておらず、また一般のユーザーが投稿に対して質問をしているが、その返答もされていない状況である。このアカウントをより活性化させ、10 代 20 代の女性をターゲットに種子島の魅力を発信していく

必要があると考える。

方法としては、種子島にある中学校・高校に公式アカウントの紹介を行い、自身の投稿が公式アカウントで起用される可能性があることを伝える。ハッシュタグ「#種子島」を付けて投稿して頂き、運営主体が投稿を採用し、リポスト(再投稿)する方法が容易で効率的では無いかと考える。これは、先述した様に直感的な検索が多いとされる Instagram の特性を考慮し、正確な情報よりも 10 代 20 代の女性に視覚的に(つまり感覚的に)魅力的な投稿をする為には、ターゲットと同世代の、最も近い感覚を持つユーザー達の投稿を起用することが効果的と考えたからである。また、種子島関連の SNS アカウントでは、筆者の調べた限りでは



は Twitter アカウントの「種子島宇宙センター宇宙科学技術館」(@tnsc_JAXA)が最も多くのフォロワー数を持つアカウント(2017年9月17日現在で約18,700人)であり、これらのアカウントともコラボレーションし、種子島全体としてプロモーションを行うことが重要である。

ローカルが一体となって発信する

筆者は今回の研究合宿で、スポーツツーリズムの視点から、種子島はサーファーにとって非常に魅力的であることが伺えた。サーフアイランドと言われる様に多くの旅行者がサーフトリップで種子島を訪れると伺った。また、ローカルサーファーだけが知るサーフスポットも多くあると伺った。ローカルの人には自分しか知らないサーフスポットなどを他の人に知られたくないという理由で、快く情報を提供して頂けるか難しいが、Web上には無い地元民だけが知る情報をまとめたプラットフォームは島の外の人々にとって非常に価値あるものになり得るので、そういった情報をまとめた SNS アカウントや Web サイトの開設をすることも良いかもしれない。

種子島観光協会だけではなく、地域おこしをしようとする個人のアカウントは見られた。例えば、「種子島プロジェクト」(@tanegashimaproject)、「種子島 南種子町 地域おこし協力隊」(@minamitane_local_vitalization)、「種子島 西之表市 地域おこし協力隊」(@nishinoomote.kyouryokutai)などがあるが、種子島全体としての一つのアクティブなプラットフォームが無いと感じられた。

⑥シェアリングエコノミーの提案

三上 舟斗

この種子島ゼミ合宿で感じたことは、海、ロケット関連施設、鉄砲伝来の地など観光資源の豊富さを感じる、一方、情報入手や交通などの島での不便さだ。今回、私たちが観光地を巡る際、地元の方々の案内と送迎があったためスムーズにいくつかのスポットを回ることができたが、ゼミ旅行出発前にGoogleで“種子島 観光”や“種子島 オススメスポット”など、初めて種子島訪れるなら多くの人が使うと考えられるワードで検索をかけてみた。

オススメスポットがわかりやすくまとめてあるサイトがいくつかでてくるが、実際にその観光地にどのように向かうのかなど交通の手段に関する情報を入手しにくかったことに問題を感じた。おそらく、バスの本数の少なさや電車がないことを考えると観光客は空港でレンタカーを借り移動するのではないかと考えられるが、選択肢に困惑する観光客は多いだろう。そこで私が提案したいのは、近年、SNSの大流行と同時に多く登場している、シェアリングエコノミーアプリの活用である。

SNSの活用にての情報に伴い、旅行プランをパッケージ化するために島での移動手段を多様化する必要があると考える。東京ではすでに自動車や自転車などをシェアするということが多く行われ、私もよく、NTTが行っているシェアサイクルを活用している。NTTのサービスは23区内に100カ所を超える駐輪所があり、自転車を乗り始めても場所と違う場所でもどこに乗り捨てても良いというシステムだ。

これを種子島で活用すれば距離が近いスポットは自転車で移動し少し遠い場所はバスを使うなど、移動に選択肢が増えスムーズな観光ができるように感じた。その他にも車や原付バイクなど多様な旅行者のニーズに応えるアプリは既に存在している。次に宿泊施設のシェアリングエコノミーでは既にかなり普及が進んでいる民泊ビジネスでもあるairbnbを使うべきだと考えます。現在種子島で検索をかけるとほとんどヒットしないが外国人を始めとする観光客の多くは安価で宿泊が寝泊まりする場所さえ確保できれば良いというairbnbなどの民泊スタイルを好む傾向にある。

このようにいくつかのシェアエコノミーのメリットとしては何一つ新しいものを作らなくて良いという点にある。すでに普及したアプリに登録すれば良いだけだからだ。しかし、問題点として考えられるのは周りにやっている人がいないなど、知識が乏しいことと、情報不足から安全性などに不安があることであらと考えられる。

そのため、役場などの率先し講座や相談を受ける体制を整え街にまず知識や安全性を広めることが大切だと感じました。知名度、観光資源の豊富さを考えれば大規模イベントなどを行うことも必要かもしれないが、現在あるものをうまくシェアという形で広げローコストで発展することも大切だと考えます。

総括

原田宗彦(早稲田大学教授・学部ゼミ・大学院演習指導教員)

今回、8月6～9日に予定していた、原田ゼミの調査合宿は、台風に始まり、台風が終わった天候との戦いとなったゼミ所属の学生30名は、8月の種子島合宿に向けて5月の連休明けから調査の準備に取り掛かった。中種子町役場とのやり取りの中で、日程を決め、航空券を予約し、調査の段取りを決めていった。6月には、グループで種子島に関する勉強会をスタートさせ、社会問題、自然、文化、産業、歴史など、学生の興味に応じてテーマを決め、グループでPPTスライドにまとめるなど、直前まで準備は滞りなく進んだ。

しかしながら、結局台風のためにすべての日程がキャンセルとなり、調査合宿は9月に順延することになった。しかし延期した9月15～18日は、試合や他の用事もあり、参加学生が減った上に、再度台風の襲来があり、結局参加できたのは、学部生が3名、大学院生が4名という小所帯となった。さらに台風の影響で、種子島を訪れる観光客も少なく、そのため、満足のいく調査サンプルが取れなかったことは残念の極みである。準備していた調査は中途半端に終わったが、参加した学生は、台風で観光客が少ない種子島を隅々まで堪能し、研究の視点からレポートをまとめた。

以下は本調査から得られた提案である。

●種子島の地域ブランディングについて

ブランドとは約束の実行と信頼の確立である。よってブランド品の良さは、それを使った人が実際に体感し、評判に間違いがないことが確認され、口コミで広がっていく。すなわち、商品は購入されない限り、ブランドとして認知されない。地域ブランドも同様に、実際にその地域を訪れ、経験し、五感で感じる人が増えないと、内部でブランドづくりにいそしんでも一向に地域ブランドは生まれない。

そこで重要となるのが、人を地域に集めることができるダイナミック(動的)かつ強力な「磁場」を一時的に発生させることができる「スポーツイベント」である。その意味で、中止が決まったロケットマラソンの代わりに必要とされる。人が集まり、種子島を経験することが、地域ブランドの確立に向けた大きな一歩になると思われる。

●サイクリングイベントの可能性

スポーツイベントが地域にもたらす効果は、経済的効果、社会・文化的効果、そして環境効果であるが、種子島の場合は、500人から1000人程度の中規模かつ持続的

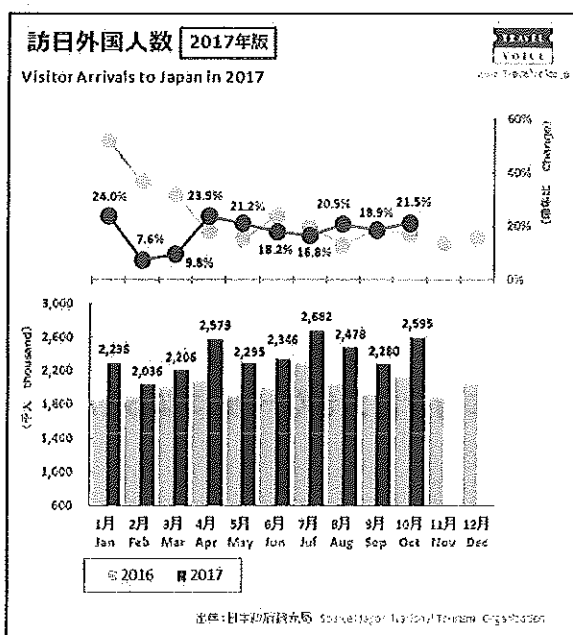
なサイクリングイベント(例えばロングライド)が現実的であるように思われる。ただし、自転車の輸送やホテルのような物流インフラの整備や、初心者を対象とした「ポタリング」のようなものも含む幅の広いメニューが必要である。サイクリングイベントを戦略的に定着させることによって、レンタサイクルやサイクルガイドのような新しい仕事が生まれる可能性がある。

さらにスポーツイベントの情報は、FB、インスタグラム、ツイッター、そして口コミによって瞬く間に拡散し、リピーターの確保に結びつく。将来、サイクリングイベントの参加者をDB化することにより、四季の自然や他のイベント情報の提供を行い、年間を通した種子島のコアファンづくりを進めることが重要である。

●種子島は、琉球王国の色彩が濃く残る沖縄と違い、鹿児島県に属する本州文化圏にある。よって文化的な独自性はないが、手つかずの自然に取り囲まれている。例えば旧種子島空港跡地のように、都市部に隣接した場所に、広大な平地が手つかずのまま残されており、将来的なスポーツ施設への転用や合宿施設の建設など、大きな可能性を秘めた場所がある。さらにサーフィンやシーカヤックなど、海をテーマにしたスポーツの可能性も高い。宇宙やロケットという文化と、スポーツを掛け合わせたブランド拡張戦略を、もっと前に進めてもよいだろう。

●今回のゼミ旅行は、8月と9月に台風に見舞われるという不運であったが、次回、もしチャンスがあれば、種子島を訪れるスポーツツーリストの調査を再度試みたい。

●最後に種子島におけるインバウンド観光の可能性であるが、図に示すように2017年10月も対前年比21.5%と好調であり、この勢いが続くと2017年は2800万人と史上最高になる可能性が高い。ただ、種子島に来る外国人ツーリストに関しても、詳細なデータがないため、マーケティング戦略を立てることもできない。今後は、マリンスポーツやアウトドアスポーツなど、インバウンドのスポーツツーリストをターゲットにしたマーケティングが必要となる。そのためには、スポーツツーリズムの司令塔として、スポーツで人を動かす仕組みをつくる「種子島スポーツコミッション」が必要となる。



補足資料

アンケート用紙

アンケート調査へのご協力をお願い

本アンケートは中種子町と早稲田大学スポーツビジネスマネジメント研究室が共同で実施する学術的な調査です。種子島のスポーツ・ツーリズムの発展に関する基礎的データを集め、今後の種子島観光の発展・普及に役立てたいと考えています。以上のことをご理解頂き、率直なご回答とご意見をお願い致します。

問1. 次の事項をご記入ください。

1)性別	1 男性 2 女性	2) 年齢	() 歳
3) お住まい	() 都・道・府・県 () 市・区・町・村		
4) 職業	1 会社員 2 経営者・管理職 3 自営業 4 自由業 5 専門・技術職 6 公務員・非営利団体職員 7 パート・アルバイト 8 大学生・大学院生・専門学校生 9 中学生・高校生 10 専業主婦 11 無職 12 その他 ()		
5) 島内での交通手段 ※当てはまる番号すべてお答えください	1 バス 2 タクシー 3 レンタカー 4 レンタルバイク・サイクル 5 自家用車 6 その他 ()		
6) レジャー趣味に1ヶ月で使える金額	月 () 円		
7) 種子島はどのようなきっかけで知りましたか ※当てはまる番号ひとつだけお答えください	1 家族や友人知人の紹介等 2 TV 3 アニメ 4 JAXA 5 旅行会社のパンフレット 6 旅行会社のウェブサイト 7 旅行関連雑誌 8 旅行関連雑誌以外の情報誌 9 ガイドブック 10 自治体や観光協会のウェブサイト・SNS 11 個人ブログ・SNS 12 その他 ()		
8) 種子島には合計何人で来ましたか ※あなたも含めてお答えください	() 名		
9) 種子島にはどなたと来ましたか ※当てはまる番号すべてお答えください	1 ひとり 2 夫婦 3 家族 4 友人・知人 5 恋人 6 仕事仲間 7 その他 ()		
10) 滞在日数 ※日帰りの方は0泊1日とお書きください ※宿泊施設のお名前をお書きください	() 泊 () 日 宿泊先 ()		
11) 種子島への訪問は今回で何回目ですか	1 初めて 2 2回目 3 3回目 4 4回目 5 5～9回目 6 10回目以上		
12) 前回種子島を訪れたのはいつですか	1 今回が初めて 2 5年以内 3 10年以内 4 10年より前		

問2. あなたは滞在中にスポーツや運動を実施しましたか。当てはまる番号ひとつに○をつけてください。

1. はい 2. いいえ

問3. 種子島で行った活動はどのようなものでしたか。当てはまる番号すべてに○をつけてください。

1 観光地巡り	2 保養・休養	3 海水浴	4 シーカヤック	5 サーフィン	6 ダイビング	7 ゴルフ
8 釣り	9 エコツアー	10 伝統工芸・伝統芸能	11 お祭り・伝統行事			
12 種子島料理	13 宇宙センター巡り	14 スポーツ合宿	15 仕事			
16 アニメ等の口ケ地巡り	17 その他 ()					

問4. どのような形態で旅行されましたか。以下から一つ選び、1人あたりの費用をご記入ください。

【団体旅行で訪れた方】		【個人旅行で訪れた方】	
	旅行パックの合計金額		合計金額
団体旅行（地域や職場・学校など）	円	往復交通費 ※ご自宅から種子島までの交通費	円
観光付きパッケージ旅行	円	宿泊費	円
フリープラン型のパッケージ旅行	円		

問5. 上記の費用とは別に今回の種子島内でお支払いになった1人あたりの金額をそれぞれご記入ください。

	合計金額
交通費	円
飲食費	円
観光・娯楽費	円
土産・買い物費	円
その他（ ）	円

問6. 種子島への訪問に関する下記の項目について、当てはまる番号ひとつに○をつけてください。

	全く当てはまらない	どちらでもない	非常に当てはまる
1. 新しい場所の知識を増やすことができた	...	1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7	
2. 歴史的・文化的場所を訪れることができた	...	1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7	
3. 地元の人々と出会うことができた	...	1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7	
4. 楽しむことができた	...	1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7	
5. 他の旅行者と交流することができた	...	1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7	
6. 冒険を得ることができた	...	1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7	
7. 日常から離れることができた	...	1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7	
8. リラックスすることができた	...	1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7	
9. 心身ともにリフレッシュすることができた	...	1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7	
10. 良い天気を楽しむことができた	...	1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7	
11. 大切な人と時間を過ごすことができた	...	1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7	
12. スポーツに参加することができた	...	1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7	
13. 活動的になることができた	...	1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7	
14. 自然を身近に感じる事ができた	...	1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7	

問7. 種子島に関するアクセスについて、以下の項目の当てはまる番号ひとつに○をつけてください。

	全く当てはまらない	どちらでもない	非常に当てはまる
1. 目的地（種子島）までのアクセスは簡単だった	...	1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7	
2. 種子島は公共交通機関が整備されていた	...	1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7	
3. 港または空港から宿泊施設までのアクセスは便利だった	...	1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7	
4. 宿泊施設は便利な場所にあった	...	1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7	

問8. 種子島での宿泊施設に関して、以下の項目それぞれについて、当てはまる番号ひとつに○をつけてください。

		全く当てはまらない	どちらでもない	どちらにも当てはまる				
1. 宿泊施設の従業員は親切に対応してくれた	・・・	1	2	3	4	5	6	7
2. 宿泊施設の部屋が清潔で快適であった	・・・	1	2	3	4	5	6	7
3. 宿泊施設の食事はおいしかった	・・・	1	2	3	4	5	6	7
4. 宿泊施設には利用できる便利な駐車場があった	・・・	1	2	3	4	5	6	7
5. 宿泊施設はサービスに見合った価格だった	・・・	1	2	3	4	5	6	7

問9. 種子島に関して、以下の項目それぞれについて、当てはまる番号ひとつに○をつけてください。

		全く当てはまらない	どちらでもない	どちらにも当てはまる				
1. 美しい景観がたくさんあった	・・・	1	2	3	4	5	6	7
2. 静かで安らげる雰囲気があった	・・・	1	2	3	4	5	6	7
3. ビーチがきれいだった	・・・	1	2	3	4	5	6	7
4. 快適な気候だった	・・・	1	2	3	4	5	6	7
5. 美しい自然に癒れることができた	・・・	1	2	3	4	5	6	7
6. 多くの新しい体験をすることができた	・・・	1	2	3	4	5	6	7
7. 食事がおいしかった	・・・	1	2	3	4	5	6	7
8. 現地の人たちが親切だった	・・・	1	2	3	4	5	6	7
9. 観光でかかった費用はリーズナブルだった	・・・	1	2	3	4	5	6	7
10. 観光体験は支払ったコストより価値のあるものだった	・・・	1	2	3	4	5	6	7

問10. 種子島に関して、以下の項目それぞれについて、当てはまる番号ひとつに○をつけてください。

		全く当てはまらない	どちらでもない	どちらにも当てはまる				
1. 総じて、今回の旅行を種子島に決めたことに満足している	・・・	1	2	3	4	5	6	7
2. 今回の旅行を種子島に決めたことは正しい選択だったと思う	・・・	1	2	3	4	5	6	7
3. 将来再び種子島を訪れるだろう	・・・	1	2	3	4	5	6	7
4. 種子島での体験をSNS (Instagram, Facebook等) でシェアするだろう	・・・	1	2	3	4	5	6	7
5. 種子島の訪問を他の人に勧めるだろう	・・・	1	2	3	4	5	6	7

問11. 今回の種子島滞在前後に屋久島を訪れますか、または屋久島を訪れましたか。当てはまる番号ひとつに○をつけてください。

「1. はい」とお答えした方は屋久島を訪れる主目的をお書きください。

1. はい → (主目的:)
2. いいえ

以上です。ご協力ありがとうございました。

種子島スポーツツーリスト調査報告書

発行：平成 29 年 11 月

編集・発行：早稲田大学スポーツビジネス・マネジメント研究室

協力：鹿児島県中種子町役場

鹿児島県熊毛支庁

鹿児島県西之表港

種子屋久高速船株式会社

種子島空港

なかたねまちおこし・ふれあい協議会

種子島・中種子を考える会（東京都）

プラットフォームサービス株式会社（東京都）

