

地域協働プロジェクト活動報告

～離島のハンディキャップをチャンスに変える！ 専門高校生の観光へのアプローチ～

1 はじめに

(1) 地域の課題

鹿児島県は有人離島の占有率が全国1位である。離島には経済的に非効率な面が多く、様々なハンディキャップがある。一方では、自然や特有の文化・特産品などの魅力が溢れている。本校のある屋久島も特に世界自然遺産に登録後、独特の魅力を求めて、国内はもとより世界各国から観光客が訪れている。しかし、少子高齢化や若者の島離れは加速し、経済状況も決して上向きでない。加えて世界自然遺産に登録されてから急激な増加傾向にあった観光客数も6年程前から頭打ちになっているのが現実である。世界遺産登録から21年目になる今年度、富士山の世界遺産登録などもあり観光客数の益々の減少が予想されており、島の経済の中心にある観光業が危機に面しているのが現実である。また、入山者のマナーの悪化で自然が荒らされている現状もある。

鹿児島県特有の離島経済の課題について、特に観光面から専門高校生がアプローチできることを考え、地域の方々と協働で島おこしにチャレンジする取組を行った。

(2) 事業のねらい

地域と協働で観光を軸にした活性化を行う。単に観光客を増加させるだけの取組ではなく、新たな「屋久島の楽しみ方」について提案する。

2 活動報告

(1) 地域

ア 屋久島「観光連携協定」(8月20日)

屋久島町と屋久島高校で観光連携協定を結ぶ。町長と学校長が協定書に調印し、「広報やくしま」で紹介する。これにより町民の皆様にも目に見える形で活動をスタートさせることができた。(写真1)



写真1 調印式の様子

(中央左 町長 中央右 藤崎前校長)

イ 観光基本計画ワークショップの実施(10・11月 3回実施)

屋久島観光について、地域と協働で企画運営する際の作業部会(ワーキンググループ)を組織した。このように基本計画の具体的な案を検討する場を作ることで、

高校生も地域の方々と共通理解のうえで活動を進めることができ、自分たちで企画しているという意識が強くなり積極的な関わりを持てるようになった。

〔目的〕

- ① 高校生が思い描く10年後の島の姿をワークショップによって具体化し、島の大人たちへのメッセージとして発信する。
- ② ワorkshopによって島の資源、文化、風土について気付きをもたらし、屋久島に対する愛着や誇りを醸成する。

〔内容〕

第1回（10月28日）

テーマ：屋久島のいいところ、嫌いなところ
（写真2）



写真2 活発に意見を出し合う様子

第2回（11月4日）

テーマ：10年後の屋久島を想像してみよう
「暮らし」や「仕事」、「観光」はどんな姿をしているのか。

第3回（11月18日）

テーマ：10年後の屋久島をもっとよくするために実現するために、自分たちでできること、誰かにやってもらいたいことに分けてまとめをする。（写真3）



写真3 発表の様子

講師：JTBコミュニケーションズ

地域活性化室室長 田中 徹 他3名

ウ 指宿・鹿児島研修の実施（食の屋久島PRへの取組）

屋久島の特産品の代表としては、たんかん、首折れサバ、とびうおといったものが挙げられ、全て原材料そのものばかりで、加工品やグルメとして代表になるものがすぐに出てこない。これは屋久島観光の大きな課題である。そこで、屋久島町観光基本計画の一つとして、屋久島町が一体となって食によるおもてなしの研修を行った。生徒2名、教諭1名が参加し指宿、鹿児島市内で視察を行った。食の屋久島への課題解決は今後継続して取り組むべき重要なポイントであると感じる有意義な研修となった。

〔日程〕

1日目 1月31日（土）

高速船で鹿児島～JRで指宿へ

指宿市観光課にて

「特産品を活用した食の提供の取組について」の研修

2日目 2月1日(日)

指宿白水館・薩摩伝承館見学

JR指宿のたまた箱で鹿児島市へ移動

サンロイヤルホテル「食のおもてなし」研修

3日目 2月2日(月)

鹿児島県観光連盟にて「鹿児島県の観光振興の
取組について」の研修(写真4)



写真4 研修の様子

[参加者]

屋久島高校生2名, 教諭1名, 屋久島商工観光課2名, 民宿やくすぎ荘

屋久島グリーンホテル, 水明荘, ケーキ&喫茶 Smiley

シーサイドホテル屋久島 計10名

エ サイクリング屋久島実行委員(大会2月15日)

サイクリング屋久島は、オフシーズンに屋久島で開催される一大イベントである。地域(町役場・観光協会・商工会)と共にイベントを盛り上げ、オフシーズンの課題解決について、実践的活動を通して学ぶことができた。

[内容]

- ・参加者がゴールし終わったあと、屋久島茶や特産品をふるまう。
- ・観光についてアンケートの実施
(リピーター, シーズンオフの屋久島について調査)
- ・生徒手作りオリジナルガイドブックの配付(観光PR)
- ・屋久島・種子島2つの島の魅力紹介
(口コミ効果・リピーターの期待)

300名以上の参加者がエントリー。島外からのエントリーがほとんどであり、ゴール後のおもてなし・アンケート実施は効果があり、今後の屋久島観光の課題解決に向け貴重な調査を実施することができた。(写真5)

島外エントリーで完走された方にインタビュー形式のアンケートを行い、種子島・屋久島オリジナルエコバッグを贈呈し、熊毛全体の観光をPRしリピーターの期待を膨らませた。(写真6・7)



写真5 ゴール後のおもてなし 写真6 調査準備の様子 写真7 完成したガイドブックとエコバッグ

オ 大型クルーズ船寄港おもてなしの実施

屋久島は鹿児島本土からの高速船（片道最短110分）が1日6便，鹿児島種子島航路フェリーが1日3便，飛行機が鹿児島・福岡・大阪便合わせて8便運航されている。離島であるため，船や飛行機の座席分以上の来島観光客は見込



写真8 クルーズ船お見送り

めない。そこで，日帰りで寄港する大型観光クルーズ船に着目した。大型クルーズ船は全国各地または世界中からツアーの1つで屋久島に寄港する観光船である。クルーズ船の観光客の方に日帰りの屋久島での最後の思い出に「屋久島紅茶」のふるまいや特産品の販売を行い，出港時に紙テープで盛大なお見送りをする。（写真8）クルーズ船乗船客は富裕層であるため，付加価値のあるおもてなしをする必要性を感じた。（写真9・10・11）



写真9 屋久島紅茶のふるまい



写真10 お見送りセレモニー運営



写真11 観光客へのおもてなし

〔大型クルーズ船の日程〕

朝8時頃に寄港（宮之浦港）→

それぞれのツアープランで観光へ（バスやタクシーなどで移動）→

出港1時間前に港へ戻って来る→

17時頃出港

〔昨年度（平成25年度）大型クルーズ船入港実績〕

| 船名 | 回数 | 船舶規格 | 定員 |
|-------------|----|---------|------|
| にっぽん丸 | 5 | 21,903t | 532名 |
| パシフィックヴィーナス | 8 | 26,518t | 696名 |
| その他 | 6 | | |
| 計 | 19 | | |

※年間寄港数は平成22年をピークに減少してきている。

カ 屋久島観光ガイドブック作成

生徒自らの企画でツアーを考案し、屋久島観光の魅力を様々な視点で提案する。調査・データの収集のための取材も行い、掲載画像も自分たちで撮影する。完成したガイドブックは自分たちで配付し、観光客の方からの声を直に聞くことで改善点をすぐに見つけることができた。

〔内容〕

| 班 | ターゲット | プラン |
|---|----------|------------------------|
| 1 | 退職後の夫婦 | 付加価値の高い、散策・温泉巡り・グルメの紹介 |
| 2 | 年配者、女性 | 絶景屋久島まるごと美術館 |
| 3 | 都会からの観光客 | 里のエコツアー |
| 4 | 外国人（英語圏） | 長期滞在型の外国人向け（英語で作成） |
| 5 | 全ての観光客 | 雨でも楽しめる屋久島 |
| 6 | 全ての観光客 | 冬の屋久島の魅力発信 |
| 7 | 高校修学旅行 | 高校生が高校生へ屋久島を紹介 |

屋久島といえば『登山』というイメージが強すぎるため、オフシーズンや雨天時が屋久島観光の大きな課題である。オフシーズン（1・2月）や天候不良時の屋久島をむしろ楽しめるように心がけて作成した。（写真12）



写真12 屋久杉クラフト（「雨でも楽しめる屋久島」）

観光客1人あたりの消費額増加への取組も行う。退職後の夫婦旅行を対象とした、屋久島散策・温泉巡り・海山の幸グルメなど付加価値の高いプランの作成では、屋久島の素材を活かしたランチ特集で工夫した。

屋久島の貴重な自然や建造物等めぐりを主とする「絶景屋久島まるごと美術

館」のプランでは、格別な島散策を提供し、屋久島という場所が今まで以上に神秘的な場所となるように工夫した。(写真13・14・15)



写真13 女性向けランチの取材

写真14 大川の滝取材

写真15 フルーツ園

(付加価値の高いグルメの提案)

(絶景屋久島まるごと美術館の提案)

(里のエコツアー取材)

グループでターゲットとプランを設定し取材を行う。掲載する宿泊施設や飲食店に承諾を取るのも全て自分たちで行うため、接遇マナーも身に付けておかなければならない。広告専用のソフトを使って全てパソコンで作成した。(写真16・17)



写真16 ガイドブック作成

写真17 ガイドブック完成 (一部紹介)



プラン：冬の屋久島の魅力発見



プラン：長期滞在型の外国人向け（英語圏）

キ 大型クルーズ船寄港による経済波及効果調査

現在屋久島にある港（宮之浦港）は規模が小さく限られた船舶規格のクルーズ船しか寄港できない。港の拡大港湾工事を行えばさらに大型のクルーズ船が寄港でき、工事による雇用も促進できる。しかし現段階で、クルーズ船観光が屋久島経済にもたらす経済波及効果を示すことができなければ、港湾拡大工事も実現はしない。そこで熊毛市庁屋久島事務所建設課と協働で、大型観光クルーズ船寄港による経済波及効果の研究を行うことにした。

〔アンケート作成・実施〕

観光客が屋久島に求めているものを自分たちでヒアリングすることに挑戦する。アンケートの収集・分析をすることで、経済波及効果を数字で算出できる内容に工夫する。アンケート項目は今後の資料として活用できるようなものに工夫して作成した。（写真18）

〔船長へヒアリング〕（写真19）

宮之浦港の改善点、要望などを直接船長から聞く。

ヒアリング項目

- ・宮之浦入出港時における操船上の注意点
- ・船舶給水の取水量及び補給品（食品等）
- ・船内の物産品販売について など



写真18 アンケートの収集



写真19 「にっぽん丸」船長へヒアリング

〔経済波及効果の報告〕

さらに大型のクルーズ船が寄港できるように、宮之浦港拡大港湾工事を行った際の費用対効果の可能性を報告する。

・経済波及効果の報告方法

- ①アンケートを項目ごとに集計する。(写真20)
- ② Excel で集計表の作成を行う。
- ③直接消費である観光消費を集計する。
- ④産業連関表を使い効果を推定する。
- ⑤港拡大工事の費用対効果の可能性を予測し報告する。



写真20 アンケート分析

ク おもてなし岸壁画作成

大型クルーズ船で来島される観光客の皆さまに、目に見える形でおもてなしをするために、岸壁にメッセージを作成することにした。リピーターの増加や口コミ効果を期待する活動とする。また、新たな観光スポットを地元高校生自らで作り上げる気持ちで、地域の方々と協働で観光活性化に取り組む積極的な活動とする。この活動は、本校普通科環境コースとの協働で行う。(写真21)

〔内容〕おもてなしメッセージ岸壁画作成

(横20m×縦5m程度)

〔場所〕屋久島町宮之浦火之神山埠頭

(クルーズ船寄港岸壁)

〔テーマ〕

「大自然とエコの島，屋久島へようこそ！」

〔デザイン〕



写真21 普通科環境コースと原案作り

テーマをイメージした文字と絵を生徒たちでデザインする。

自然はもちろん、環境保全も同時にPRできる内容にする。

※おもてなし歓迎の部分の原案は→情報ビジネス科が担当

自然，環境保全の部分の原案は→普通科環境コースが担当

最終的にそれぞれの原案をコラボさせて仕上げていく。

ケ 特産品PR

屋久島の特産品の中でふるまいのできる「屋久島紅茶」のPRを行った。屋久島紅茶は全て有機農法で栽培されている。タンカン，シナモン等と種類も豊富である。



写真22 大好評の特産品販売

また、その他特産品の販売も行い、売り上げの全額を特産品協会にお渡しし

た。大型クルーズ船寄港での3回の販売の合計は177,229円にもなり、屋久島経済に貢献することができた。

コ 接遇マナー研修（2月5日）

おもてなしや販売活動において、接遇マナーを身に付ける必要性を感じた。そこで、外部講師による接遇マナー教室を実施し、基本的な挨拶や応対を学び、その後実際にホテルまで行き実習を行った。実習先はサンカラホテルである。サンカラホテルは屋久島の中でも最高級ランクのサービスを提供している宿泊施設である。付加価値のある最高級のおもてなしについて学ぶことができた。また、サンカラグループは、日本国内の他にニューヨークにもあり、視野を広げてグローバルな視点で観光について支配人より講演していただいた。（写真24・25）



写真24 接遇マナー教室



写真25 サンカラホテル実習

〔外部講師〕

- ・ 鹿児島情報ビジネス専門学校KBC C 講師2名
- ・ サンカラホテル 支配人他10名

(2) 学校

ア 種子島高校生物生産科（生産物加工品販売）

大型クルーズ船寄港の際の特産品販売では、最初屋久島の特産品のみを販売していた。種子島高校生物生産科ではパッションフルーツやとびうお等屋久島の特産品を活かした加工品が生産されている。そこで、屋久島の特産品と一緒に種子島高校で生産加工品も販売した。POP広告を作成し、種子島高校で大切に生産されているものを屋久島高校の生徒たちで販売する。熊毛地区の専門学科それぞれの特色を活かした連携であり、観光客のみなさまにも大変好評であった。

イ 種子島中央高校情報処理科（観光PR）

種子島と屋久島は高速船で1時間以内で行けるとしても近い島である。種子島はロケット発射場があり、宇宙を身近に感じることができる。また、近年ではアニメ映画の舞台としても注目されており屋久島と



写真26 種子島中央高校とのテレビ会議

は違う魅力を味わうことができる。種子島は宇宙とアニメの舞台，屋久島は世界遺産と神秘の森，熊毛（種子・屋久）まとめて良さをPRできるガイドブックの作成をそれぞれの学校で行った。（写真26）

離島同士で行き来できないハンディは，テレビ会議システムを活用して，屋久島高校からはそれぞれの班のプランを提案し，種子島中央高校からはアニメの舞台特集の提案を行い，同じ規格で作成することで，1つのガイドブックとなるような打ち合わせを行った。

ウ 種子島・屋久島共通ロゴの考案

熊毛に共通したお土産品の開発のため，種子島の宇宙と，屋久島の森をイメージし，ロゴを製作することにした。そこに「われわれの島へようこそ！」というメッセージを入れ，より一体感を出した。環境保全を意識し，エコバッグにプリントし販売をスタートさせた。売り上げ金の一部は「屋久島山岳部保全募金」に寄付される。（写真27）



写真27 イメージロゴの完成

3 成果と課題

(1) 成果

ア 地域

日帰り大型クルーズ船寄港に焦点を当て，付加価値の高いおもてなしでリピーターの確保や口コミの拡大を目的とした活動は効果的であった。大きな成果としては次の2点が挙げられる。

- ① 高校生の調査集計により経済波及効果の算出を実現した。
- ② 高校生と地域が一体となったおもてなしの定着

イ 学校

熊毛地区の高校との交流は，島内1校しかない本校にとっては大変新鮮なものであった。同じ専門学科として今後も同じ熊毛地区の高校生という意識を強くし，連携を深めるきっかけとなった。海を越えてのテレビ会議は，旅行日程を気にせずに来るので，今後も大いに活用したい。

(2) 課題解決の状況

ア オフ期・荒天時の過ごし方【○】

→ ガイドブックを作成してプランを提案

イ 食のPR（新たな屋久島の楽しみ方の提案）【△】

- 研修，新食材探しの実施のみ。今後は新グルメの開発に挑戦
- ウ 日帰り寄港する，大型クルーズ船への対策【◎】
- 経済波及効果の算出，おもてなしの定着

4 おわりに

この1年間の活動を通して，地域からの期待に応えることはできたように思う。今後も継続させていくことが大切であり，さらに積極的に関与する意識を持って取り組んでいき，離島のハンディをチャンスに変えられるようにアプローチし続けていきたい。活動を通して，将来の地域産業を担う人材として意識が向上した。地域をフィールドとして活動することで，コミュニケーション能力の向上，実践的な企画力，プレゼンテーション能力が身に付きその効果は大変大きい。

5 新聞記事等

平成26年8月21日（木）
南日本新聞

屋久島高 屋久島町 観光連携協定に調印

屋久島町と屋久島高校は20日、観光連携に関する協定書に調印した。港や空港での観光客もてなしや商品開発を通して、屋久島を担う人材の育成と島全体の活性化を図る。

調印式では情報ビジネス科の生徒が、屋久杉から作ったルアーやサシガキを料理したカレーなど、独自に考案したオリジナル商品を発表。3年の岩川翔真君

（17）が「屋久島の観光に新たな風を吹かせるよう頑張る」と宣言した。

町と高校は連携事業として、観光客向けに温茶の提供や特産品を販売するほか、観光パンフレットを作成する。冬場や雨天時というオフシーズンでの観光プログラムを策定し、観光に関するアンケートや市場調査も実施する。

（堀伸一郎）

観光連携協定に調印した荒木耕治町長と屋久島高校生

平成26年11月13日（木）
南日本新聞

高校生目線で島紹介 屋久島高 ガイドブック制作へ

屋久島の観光地のお勧めの観光スポットをまとめたガイドブック制作を進めている。同校が取り組んでいる地域協働プロジェクトの一環。種子島中央高校と連携し、熊毛地区の観光ガイドブックを作る。英語版も作り、空港や港で観光客に配布する予定。

ガイドブックに掲載する情報を集めるため、3年生が10月下旬に南北2コースに分かれて島内の観光地13カ所を回った。冬の雨季や雨の日を登山以外の屋久島の楽しみ方を紹介しようと、安

房の屋久杉自然館、中間のフルーツガーデンなどを訪問。地元高校生のお薦めポイントと合わせて、水田町の至せの美しい貝殻や塚崎海岸の早砂探しを提案した羽生楓文君（18）は「同時に観光客にも楽しんでもらえるのでは」。

斎藤美咲さん（18）は「屋久島を見つけて友達と遊びながら「屋久島に行きたい」と思ってもらえるガイドブックを作りたい」と張り切っていた。

（堀伸一郎）

平成26年11月25日(火)

南日本新聞

平成27年2月11日(水)

南日本新聞

島の観光 生徒が提案



観光について話し合う屋久島高校の生徒ら
＝屋久島町宮之浦

屋久島高校、町政策に反映
屋久島の屋久島高校、校情報ビジネス科2、3年生計80人が、ワーケーションを通じた島の観光をめぐり現状について考えた。生徒の声を集約され、町が策定を進めている観光基本計画へ生かされる。10月末から11月18日

まで3回にわたって、お蔭めの風景や食べ物などを巡りに話し合った。島の好きなところとして「星空や、道から見える海と水平線がきれい」、観光客に伝えたいことでは「自分に合ったルートで登山に臨んでほしい」といった意見が出た。

3年の松田颯司君(18)は「島民自身が島の観光スポットを体験し、観光客に伝えることが大切と感じた」。講師を務めたトボコムニケーション九州の田中徹・地域振興部長(54)は「観光客に人気がある世界遺産の島で育ったことを誇りに、卒業後も屋久島をPRしてほしい」と話した。(堀伸一郎)



◆屋久島高校生がホテルで研修 情報ビジネス科の2年生32人が5日、屋久島町宮之浦の同校で接遇マナーの研修を受けた後、妻生(18)は「島民自身が島の観光スポットを体験し、観光客に伝えることが大切と感じた」と話した。(堀伸一郎)

◆屋久島高校生がホテルで研修 情報ビジネス科の2年生32人が5日、屋久島町宮之浦の同校で接遇マナーの研修を受けた後、妻生(18)は「島民自身が島の観光スポットを体験し、観光客に伝えることが大切と感じた」と話した。(堀伸一郎)