2019年以降の各指標の伸び率（生活インフラ）

株式会社 JTB総合研究所

2022年度の滞在人口は、2019年度とほぼ同数であるが、関連するインフラの増加状況を見ると、電力と資源ごみ・危険ごみは増加しているが、その他のごみと水道についてはむしろ減少している。

↓基準年

	令和元年度（2019）	令和2年度（2020）	令和3年度（2021）	令和4年度（2022）	2019年度→2022年度伸び率	計画最終年度（2028）（推計値）	備考
滞在人口（観光客及び居住人口）	61,168	58,365	58,838	61,311	1.00	68,726	居住人口とみなし人口の合計
人口増加数	1,013	-2,803	-2,329	2,946		7,559	2019年度からの増加数
増加率	101.7%	95.4%	96.2%	105.0%		112.4%	2019年度からの増加率
電力（消費量）：KWH	274,441,345	281,581,972	292,142,004	299,334,500	1.09	308,355,213	推定滞在人口に、2019年度の電力消費量÷2019年度の滞在人口を乗じて推計
水道（水量）：㎥	8,097,538	7,486,817	7,479,254	6,945,735	0.86	9,098,184	推定滞在人口に、2019年度の水道使用量÷2019年度の滞在人口を乗じて推計
ごみ（事業系含）の搬入量：トン	21,809	20,670	20,229	20,878	0.96	24,504	推定滞在人口に、2019年度のごみ処理量÷2019年度の滞在人口を乗じて推計
可燃ごみ	17,247	16,226	15,691	16,261	0.94	19,378	推定滞在人口に、2019年度の可燃ごみ処理量÷2019年度の滞在人口を乗じて推計
資源ごみ・危険ごみ	3,126	3,420	3,581	3,656	1.17	3,512	推定滞在人口に、2019年度の資源ごみ・危険ごみ処理量÷2019年度の滞在人口を乗じて推計
粗大・有害ごみ	1,436	1,024	957	961	0.67	1,613	推定滞在人口に、2019年度の粗大ごみ・有害ごみ処理量÷2019年度の滞在人口を乗じて推計

※みなし人口：観光客の人泊数を365で除して、宮古島市の人口と見做した数字

※滞在人口：宮古島市の人口とみなし人口の合計

空路観光客の平均滞在日数は2.90日であるため、観光客一人が生活インフラに与える影響度は0.0079人分と計算できる（2.9÷365）
居住人口１人に該当する観光客数は125.86人であり、現在の宮古島市の人口55,690人に匹敵する観光客数は、700万人規模の空路観光客ということになる。
そのため、観光客向けインフラに比べ、生活インフラは、観光客の増加が及ぼす量的な影響のインパクトは大きくない。

©2024 JTB Tourism Research & Consulting Co. All Rights Reserved. 禁無断転載・複製

直面する課題への対応の検討

株式会社 JTB総合研究所

直近の変化状況	想定される課題の検討
①レンタカーの急増 ○レンタカー台数は6,082台（2023年度） （前年比15.7%増、2019年度比88.5%増） ○レンタカー事業者数は309事業所（2023年度） （前年比39.2%増、2019年度比61.9%増）	・空港到着ロビー、送迎バスの混雑 ・渋滞 ・各観光地における駐車スペースの不足 ・交通事故、レンタカー利用マナーの啓蒙
②航空路線の拡大 ○宮古空港乗降客数1,724千人（2023年度） （前年比26.3%増、2019年度比4.4%減） ○下地島空港乗降客数424千人（2023年度） （前年比15.3%増、2019年度比3.36倍） ※国際線再開（2024年5月ジンエアー就航） ※2024年7月福岡便再開	・韓国人客の増加に伴う対応 ・インバウンド観光振興の可能性検討 ・下地島ー宮古島の二次交通の課題 ・保安検査やグランドハンドリングの人材不足 ・航空燃料の安定供給について
③目標の観光収入は今年度達成見込み ○第２次宮古島市観光振興基本計画の目標である2028年度観光収入949億円は、今年度には達成が見込まれる（2023年度実績911億円）	・新たな目標値設定の必要性 ①空路観光客と海路観光客の予測の見直しも必要 ②消費単価の予測も大きく異なる （計画時）（2022年時点） 空路観光客 75,000円 → 105,830円 海路観光客 17,000円 → 14,535円

©2024 JTB Tourism Research & Consulting Co. All Rights Reserved. 禁無断転載・複製

2．観光アンケートの通年化による観光客の動態把握

©2024 JTB Tourism Research & Consulting Co. All Rights Reserved. 禁無断転載・複製

観光客の利用の実情や課題をより詳しく把握するため、宮古島観光協会に委託している観光アンケートを通年化するとともに設問を調整し、二次交通等の利用実態も把握できるよう取り組む。

【調査の概要】（案）

〇調査方法

二次元バーコード付きの観光アンケートチラシ・ポスターを市内主要観光施設に配架し、観光客がスマホ等で回答する。

〇調査実施期間

2024年度中

〇調査項目

①旅ナカ消費の実情把握（予算額、実際支出、販売機会ロス）※昨年度より継続
②追跡調査による旅アト消費の実情把握（旅アトの消費行動、消費額）
※今年度より実施予定（次ページ）
③二次交通の利用の動態把握　※今年度追加予定
・調査の対象となる交通機関：路線バス、ループバス、レンタカー、タクシー、レンタサイクル
・調査項目
認知について、利用経験、利用人数、利用の感想、満足度、利用意向、

〇とりまとめの方向性

・観光客の属性、ニーズ、消費動向、満足度等の現状・過年度との比較
・販売機会ロスの可視化
・路線バス、ループバス、レンタカー利用車の動向把握から課題の抽出

©2024 JTB Tourism Research & Consulting Co. All Rights Reserved. 禁無断転載・複製

昨年実施した観光客アンケートの回答者に対して、今年度追跡調査を実施する。
これにより、旅行後の旅アト消費などを把握することが可能となる。

目的

〇1年後リピート率、旅アト消費の実態、旅アト消費のニーズ内容の把握
〇上記の実態把握の下に、対応策の検討～実行
〇次のアンケート調査の追加設問の検討

調査対象

観光アンケート回答者のうち、1年後のアンケート送付を承諾した者（149名）

調査方法

調査依頼をメールで送信（BCCで一斉送信）し、webサイトで回答を収集
回答者には抽選で宮古島市の特産品をプレゼント（7,000円×3名程度）

調査日程

調査開始より2年後の2025年3月上旬に実施（毎年継続実施）

主な設問

〇昨年度アンケート回答後の実態把握
・宮古島市再訪経験
・ネットでの特産品購入経験の有無及び消費額（自宅用・贈答用）
・アンテナショップへでの購入経験の有無及び消費額
・百貨店等やイベント会場での購入経験及び消費額
・ふるさと納税経験の有無
・知人等への宮古島旅行推奨経験
・知人等への宮古島の特産品推奨経験

〇特産品に対するニーズの把握
・もう一度食べてみたい宮古島の食
・ネットでの販売を希望する宮古島の特産品
・もう一度行ってみたい宮古島の観光地や観光施設
〇宮古島の特産品やイベントなどの情報提供希望の有無
〇１年後のアンケート回答意向の有無

©2024 JTB Tourism Research & Consulting Co. All Rights Reserved. 禁無断転載・複製

3．大学との連携による観光人材誘致支援

©2024 JTB Tourism Research & Consulting Co. All Rights Reserved. 禁無断転載・複製

観光人材誘致に向け、大学との接点拡大を図るため、以下の取組みを行う。

①　大学（観光学部・観光学科）へのアンケート調査

観光学部や観光学科がある大学に対し、学部（科）長宛てにアンケートを送り、実情や意向について調査を実施。
アンケートの結果から、特に地方都市への学生送出意向の強い大学３校程度を選び、訪問して意見交換を行う。

【実施概要】

〇調査実施期間

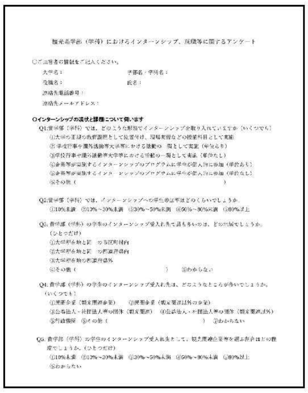
2024年6月20日～7月21日（実施済）

〇対象となる大学

観光系学部・学科のある大学（57校）

〇調査内容

・インターンシップの現状と課題
・就職の現状と課題
・ゼミの現状と課題
・地域との連携の現状と課題
・宮古島市について



観光系学部（学科）におけるインターンシップ、就職等に関するアンケート

〇ご回答者の情報をご記入ください。
大学名：　学部名・学科名：
役職名：　氏名：
連絡先電話番号：
連絡先メールアドレス：

〇インターンシップの現状と課題について伺います

Q1:貴学部（学科）では、どのような形態でインターンシップを取り入れていますか（いくつでも）
①大学の正規の教育課程として位置付け、現場実習などの授業科目として実施
②学校行事や課外活動等大学等における活動の一環として実施（単位あり）
③学校行事や課外活動等大学等における活動の一環として実施（単位なし）
④企業等が実施するインターンシップのプログラムに学生が個人的に参加（単位あり）
⑤企業等が実施するインターンシップのプログラムに学生が個人的に参加（単位なし）
⑥その他（　）

Q2:貴学部（学科）では、インターンシップへの学生参加率はどのくらいでしょうか。
①10%未満　②10%～30%未満　③30%～50%未満　④50%～80%未満　⑤80%以上

Q3.貴学部（学科）の学生のインターンシップ受入れ先で最も多いのは、どの地域でしょうか。（ひとつだけ）
①大学所在地と同一の市区町村内
②大学所在地と同一の都道府県内
③大学所在地の都道府県外
④その他（　）　⑤わからない

Q4.貴学部（学科）の学生のインターンシップ受入れ先は、どのようなところが多いでしょうか。（いくつでも）
①民間企業（観光関連企業）　②民間企業（観光関連以外の企業）
③公益法人・社団法人等の団体（観光関連）　④公益法人・社団法人等の団体（観光関連以外）
⑤行政機関　⑥その他（　）　⑦わからない

Q5.貴学部（学科）の学生のインターンシップ受入れ先として、観光関連企業等を選ぶ割合はどの程度でしょうか。（ひとつだけ）
①10%未満　②10%～30%未満　③30%～50%未満　④50%～80%未満　⑤80%以上
⑥わからない

②　人材誘致に向けた大学とのネットワーク構築

宮古島市への就職者の増加を視野に、大学とのネットワーク構築の取組を行う。
在学中から宮古島市に滞在し、宮古島市をフィールドとしてアルバイトをしながら学ぶことの価値を認識してもらう取組を継続する。

©2024 JTB Tourism Research & Consulting Co. All Rights Reserved. 禁無断転載・複製

４．大学（観光学部・観光学科）への アンケート調査報告書

©2024 JTB Tourism Research & Consulting Co. All Rights Reserved. 禁無断転載・複製

調査概要

調査実施時期：2024年6月21日～7月21日

調査対象：観光系学部、観光系学科がある大学57校

調査方法：観光系学部、観光系学科がある大学の学部（科）長宛てにアンケートを送付し、インターンシップや就職、ゼミ等の実情や意向について調査を行った。

回収方法はwebサイトおよび記入した調査票をメールで回収

回収サンプル数：34ｻﾝﾌﾟﾙ（回収率59.6%）

	送付数	回答数
北海道	2	1
宮城県	1	
茨城県	1	
群馬県	1	
埼玉県	1	1
千葉県	4	3
東京都	12	12
神奈川県	4	2
新潟県	1	1
石川県	1	
長野県	2	
愛知県	1	
京都府	2	1
大阪府	5	4
兵庫県	6	5
和歌山県	1	1
広島県	1	
山口県	1	
香川県	1	1
福岡県	2	
長崎県	1	
熊本県	1	
大分県	1	
沖縄県	4	2
総計	57	34

©2024 JTB Tourism Research & Consulting Co. All Rights Reserved. 禁無断転載・複製

インターンシップの現状と今後の方向性

〇インターンシップの形態と参加率

インターンシップの形態は、「大学の正規の授業科目（現場実習など）としての実施」や、「企業等が実施するインターンシップのプログラムに学生が個人的に参加（単位なし）」の2つがメインで、学生の半数以上が参加している大学が多い。
全体の85.3%の大学では単位のあるインターンシップを行っており、単位のあるインターンシップのない大学は14.7%であった。

〇インターンシップ実施における大学と企業等とのパイプは強い

インターンシップを毎年受け入れる観光関連企業がある大学がほとんど（88.2%）であり、毎年受け入れる行政機関についても64.7%の大学が「ある」と回答している。

〇学生のインターンシップ先として新たな観光関連企業や行政機関の開拓意向は強い

学生のインターンシップ先として新たな観光関連企業や行政機関を開拓する意向については、ほとんど（85.3%）の大学が「ある」と回答した。
開拓する理由（自由回答）では、「学生の選択肢を増やす」「DMC、DMOを就職先として開拓する」「地元だけでなく他府県の開拓が必要」「ホテル・サービス業以外の分野でも幅広く活躍してほしい」などの回答が目立っている。

〇大学（学生）の立場に立ったインターンシップの在り方への転換が求められている

学生のインターンシップに係る観光関連企業や行政機関への要望（自由意見）では、「無償の労働力として扱うのではなく、学生が習得すべきスキルや知識を考慮してほしい」「大学の教育目標にも合致する内容のインターンシップを提案してほしい」などの回答が目立っている。また、「学生の長期休暇に合わせたインターンシップの実施」を求める声や「交通費の補助」を求める声も聞かれる。

©2024 JTB Tourism Research & Consulting Co. All Rights Reserved. 禁無断転載・複製

インターンシップと就職先

〇インターンシップや就職先は地元（大学所在地）が大半を占める

学生のインターンシップ受入れ先地域では、70.6%が大学所在地の都道府県内を選択しており、就職先地域でも、73.5%が大学所在地の都道府県内を選択している。

〇観光関連企業はインターンシップとして選ばれる割合は多いが、就職先としては非常に少ない

学生のインターンシップ受入れ先では、民間企業（観光関連企業）、民間企業（観光関連以外の企業）の順に多い。一方、就職先では、民間企業（観光関連以外の企業）、民間企業（観光関連企業）の順になる。
学生のインターンシップ先として観光関連企業を選ぶ割合は、「50%～80%未満」が最も多く、次いで「80%以上」「30%～50%未満」（同率）が続いている。50%以上の回答は合計55.9%を占めている。
一方、就職先に観光関連企業を選ぶ割合は、「30%～50%未満」、「10%～30%」未満の順に多く、50%以上の回答は14.7%にとどまっている。

〇観光関連企業等への就職率が伸びない理由

観光関連企業等への就職率が伸びない理由では、「観光関連企業等は勤務時間が不規則」「観光関連企業等は賃金が相対的に低い」「観光関連企業等は休日勤務が多い」「観光関連企業等は労働時間が長い」「観光関連企業等は離職率が高い」等、観光関連企業に内在する理由が多くあげられている。
一方で、「大学と観光関連企業等とのパイプが少ないため」「観光関連企業等の求人情報が入手しにくいため」など、企業と大学の繋がりの弱さに起因する回答も少数ではあるが挙げられている。

©2024 JTB Tourism Research & Consulting Co. All Rights Reserved. 禁無断転載・複製

就職先と観光関連企業

○学生の就職先として新たな観光関連企業や行政機関の開拓意向は強い

学生の就職先として新たな観光関連企業や行政機関を開拓する意向は、82.4%の大学が「ある」と回答した。
また、現状それほど高くない観光関連企業等への就職率について、今後高めたいとの回答は79.4%に上っており観光関連企業への期待は大きい。

○観光関連企業等への要望では、労働条件や労働環境の改善が大きい

学生の就職に係る観光関連企業や行政機関への要望（自由意見）では「労働条件や労働環境の改善」に期待する声が大きく、これは観光関連企業への就職率が伸びない理由についての回答と連動するものである。
また、観光関連企業の特徴であると思われるが、学生が参加しにくい平日昼間の時間帯での採用活動についての改善を求める声もある。

新たな地域開拓の意向

○観光系学部（学科）におけるゼミの研究フィールドとしての地域とのつながりは強い

観光における地域研究を行なうゼミについてはほとんど（91.2%）の大学が行っており、またゼミの研究フィールドとしている地域も同じ割合の大学が有している。

○地域との連携や新たな地域開拓の意向も強い

ゼミの研究フィールドとして地域との連携強化を望む大学は91.1%あり、ゼミの研究フィールドとしての新たな地域開拓については73.5%が「ある」と回答している。
また、ゼミだけでなく学生の観光教育を考える上で、大学と地域（自治体等）とのネットワーク構築の必要性を感じている大学も97.1%にのぼる。

©2024 JTB Tourism Research & Consulting Co. All Rights Reserved. 禁無断転載・複製

宮古島市の可能性

○インターンシップ先や研究フィールドとしての宮古島への関心は強い

インターンシップ受入れ先やゼミの研究フィールドとしての宮古島市に対する興味度は、「非常に興味がある」（29.4%）「やや興味がある」（44.1%）で、合計73.5%の大学が興味を示した。

○宮古島市から大学への企業情報提供が求められている

就職先としての宮古島市の課題では、「学生の出身地からの距離」「地元企業に関する情報提供不足」「都市部での生活に慣れた学生の適合しにさ」「賃金水準」「永住先としての不安感」などが多くあげられており、多くは宮古島市についての情報提供不足からくる不安感とみることができる。

○宮古島市がインターンシップや就職先として選ばれるための条件（環境）整備が必要

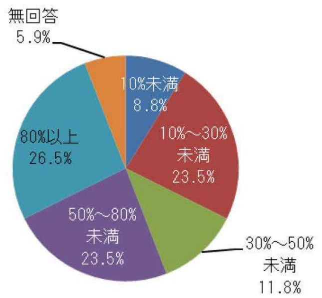
就職先としての宮古島市の課題では、「東京圏からの旅費」「宿泊施設」など、遠距離であることの弱点が挙げられている。一方で、沖縄本島のインターンシップに参加する学生がいることから、インターンシップ先としての宮古島の可能性を指摘する回答もみられる。また、宮古島に興味・関心を持つ回答も多く、今後の情報提供や情報交換を望む声も寄せられている。
宮古島市と地元観光関連企業等が連携して、条件（環境）整備に取組む必要がある。

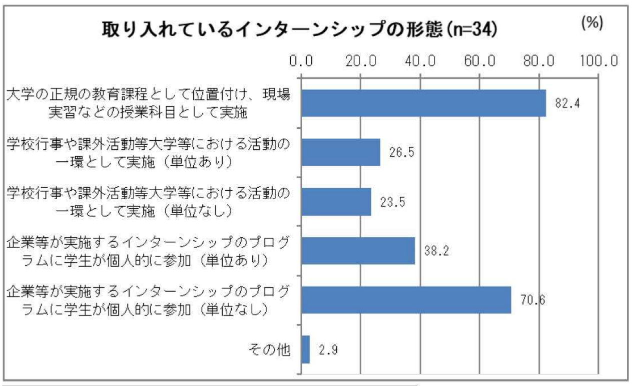
©2024 JTB Tourism Research & Consulting Co. All Rights Reserved. 禁無断転載・複製

インターンシップの現状

観光系学部（学科）の学生のインターンシップ参加率は大学によりばらつきはあるものの、50%以上参加している大学が50.0%、50%未満の大学が44.1%の割合である。
インターンシップの形態は、「大学の正規の教育課程として位置付け、現場実習などの授業科目として実施」（82.4%）や、「企業等が実施するインターンシップのプログラムに学生が個人的に参加（単位なし）」（70.8%）の2つが多い。
全体の85.3%の大学では単位のあるインターンシップを行っており、単位のあるインターンシップのない大学は14.7%であった。

インターンシップ参加率 (n=34)





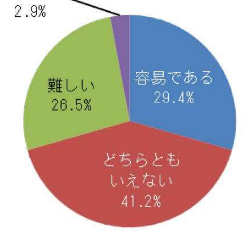
	回答数	比率
単位のあるインターンを実施している	29	85.3
単位のあるインターンを実施していない	5	14.7
総計	34	100.0

©2024 JTB Tourism Research & Consulting Co. All Rights Reserved. 禁無断転載・複製

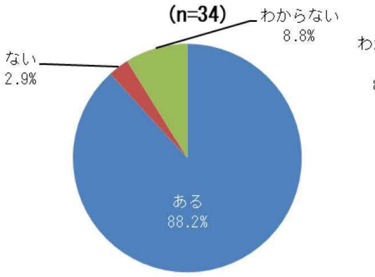
インターンシップ先と観光関連企業等

インターンシップ先の確保については、「容易である」が29.4%。「難しい」が26.5%で、容易との回答がやや上回る。
インターンシップを毎年受け入れる観光関連企業については88.2%が「ある」と回答しており、多くの大学で観光関連企業等との結びつきが形成されているとみられる。
インターンシップ実施における観光関連企業側からのアプローチについては、70.6%が「ある」と回答している。

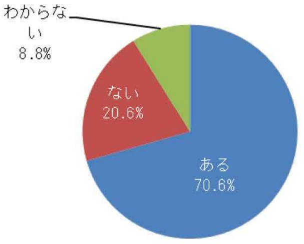
インターンシップ受入れ先の確保 (n=34)



毎年受け入れる観光関連企業の有無 (n=34)



観光関連企業等からのアプローチの有無 (n=34)

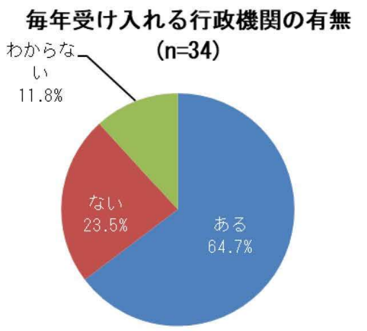


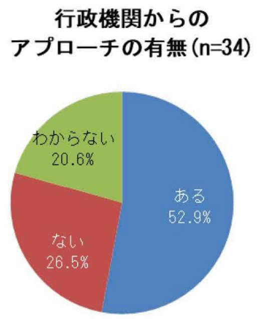
©2024 JTB Tourism Research & Consulting Co. All Rights Reserved. 禁無断転載・複製

インターンシップ先と行政機関

株式会社 JTB総合研究所

インターンシップを毎年受け入れる行政機関については64.7%が「ある」と回答した。
インターンシップについて、行政機関からのアプローチについては、52.9%が「ある」と回答しており、観光関連企業ほどではないが、行政機関との結びつきも形成されている。





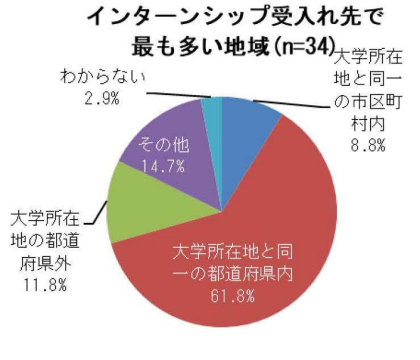
©2024 JTB Tourism Research & Consulting Co. All Rights Reserved. 禁無断転載・複製

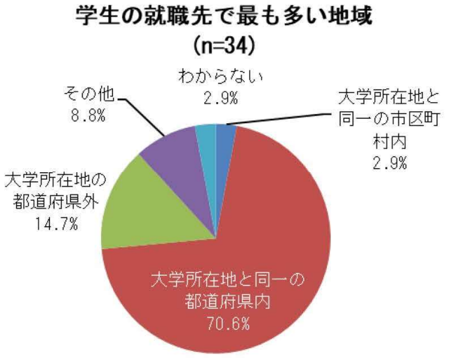
インターンシップ受入れ先及び就職先の地域

株式会社 JTB総合研究所

学生のインターンシップ受入れ先地域では、大学所在地と同一の都道府県内（61.8%）が最も多く、これに大学所在地と同一の市区町村内（8.0%）を加えると70.6%が大学所在地の都道府県内を選択している。

これに連動して就職先地域でも、大学所在地と同一の都道府県内（70.6%）が最も多く、これに大学所在地と同一の市区町村内（2.9%）を加えると73.5%が大学所在地の都道府県内に就職している。



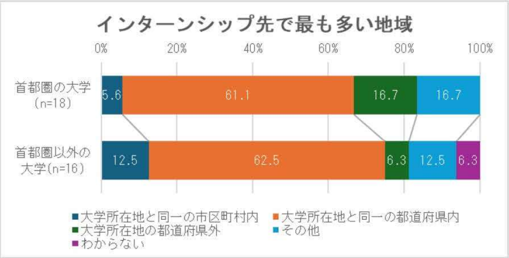


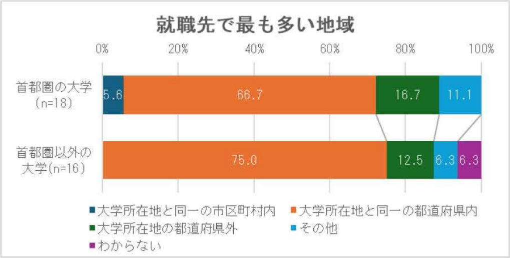
©2024 JTB Tourism Research & Consulting Co. All Rights Reserved. 禁無断転載・複製

インターンシップ受入れ先及び就職先の地域（つづき）

学生のインターンシップ受入れ先地域と就職先の地域について、首都圏の大学と首都圏以外の大学を比較してみる。

首都圏の大学は、インターンシップ先の地域として大学所在地以外の都道府県を選択する割合が首都圏以外の大学に比べて多くなっているが、就職先では大学所在地の都県を選択する割合が多くなっている。
首都圏以外の大学では、インターンシップ先と就職先で大学所在地の都道府県を選択する割合は同程度である。



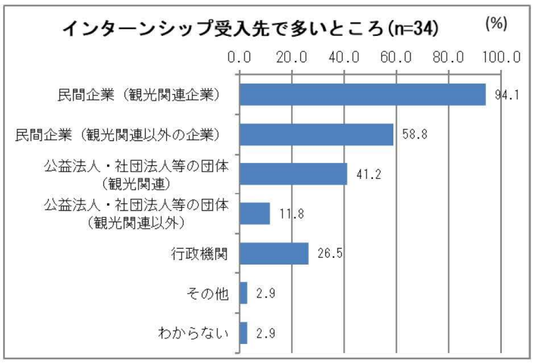


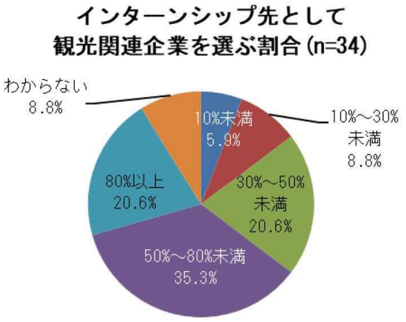
©2024 JTB Tourism Research & Consulting Co. All Rights Reserved. 禁無断転載・複製

インターンシップで観光関連企業を選ぶ割合

学生のインターンシップ受入れ先では、民間企業（観光関連企業）、民間企業（観光関連以外の企業）の順に多く、公益法人・社団法人等の団体（観光関連）が続いている。

学生のインターンシップ先として観光関連企業を選ぶ割合は、「50%～80%未満」（35.3%）が最も多く、「80%以上」「30%～50%未満」（いずれも20.6%）がこれに続いている。
50%以上の回答は合計55.9%を占めており、インターンシップ先に観光関連企業を選ぶ割合は多い。

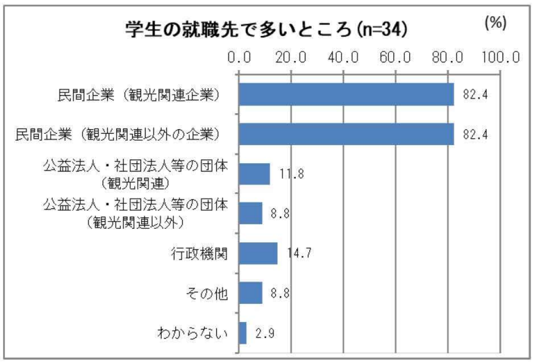




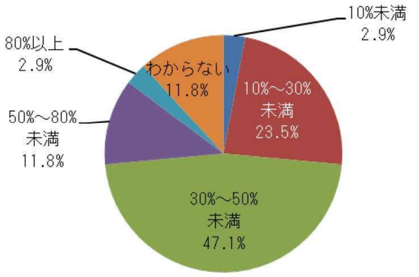
©2024 JTB Tourism Research & Consulting Co. All Rights Reserved. 禁無断転載・複製

就職で観光関連企業を選ぶ割合

就職先は、民間企業（観光関連企業）と民間企業（観光関連以外の企業）が同じ割合である。観光関連企業と観光関連以外の企業への就職率は大きな差がないように見えるが、これは、この質問に対する回答が複数回答であるためである。
就職先に観光関連企業を選ぶ割合の回答では、「30%～50%未満」（47.1%）、「10%～30%未満」（23.5%）、「50%～80%未満」（11.8%）の順に多くなっている。
50%以上の回答は14.7%にとどまっていることから、観光関連企業への就職は非常に少なく、インターンシップ先では観光関連企業の割合が多い反面、実際の就職では観光関連以外の企業の割合が非常に多くなるということがわかる。



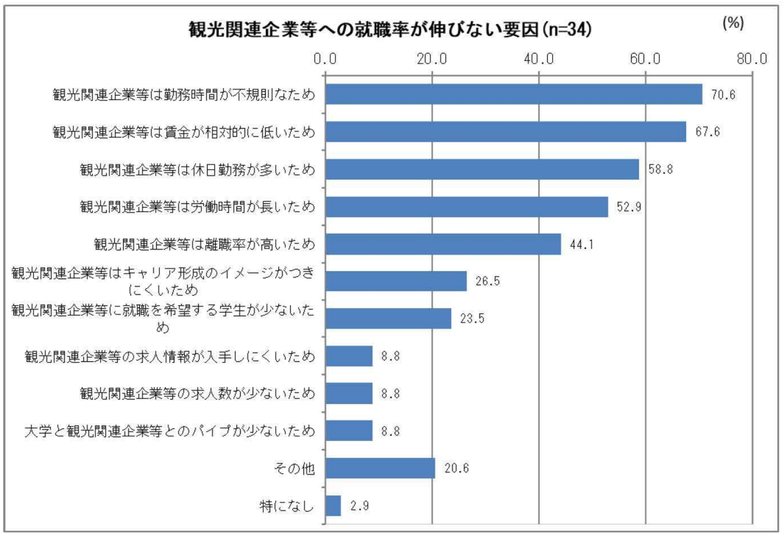
就職先に観光関連企業等を選ぶ割合 (n=34)



©2024 JTB Tourism Research & Consulting Co. All Rights Reserved. 禁無断転載・複製

観光関連企業等への就職率が伸びない理由

観光関連企業等への就職率が伸びない理由では、「観光関連企業等は勤務時間が不規則なため」「観光関連企業等は賃金が相対的に低いため」「観光関連企業等は休日勤務が多いため」「観光関連企業等は労働時間が長いため」「観光関連企業等は離職率が高いため」等、観光関連企業に内在する理由が多くあげられているが、一方で、「大学と観光関連企業等とのパイプが少ないため」「観光関連企業等の求人情報が入手しにくいため」など、企業と大学の繋がりの弱さに起因する回答も少数ではあるが回答されている。

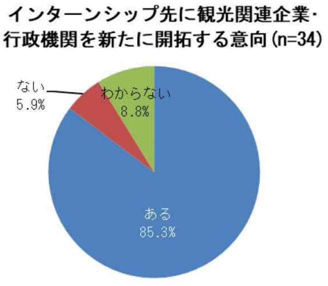


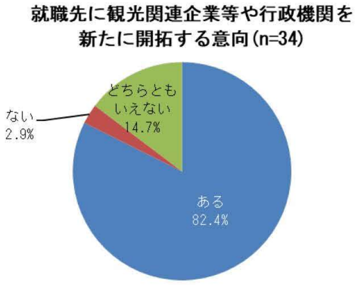
【その他の回答】
・全国的に転勤がある
・学生生活を送る中で他の産業にも関心を持つため
・学生の情報収集不足
・幹部は早慶、現業は専門学校
・業界として夢や魅力の打ち出しが弱い
・コロナの影響が残っている
・観光産業や、地域創生に携わりたい学生は当学部は比較的多いので、その他とさせていただきます。

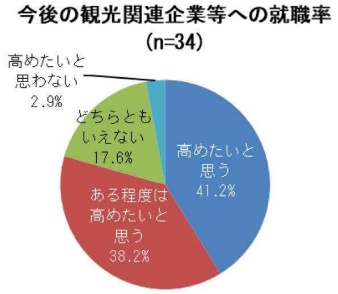
©2024 JTB Tourism Research & Consulting Co. All Rights Reserved. 禁無断転載・複製

新たな観光関連企業・行政機関開拓の意向

学生のインターンシップ先として新たな観光関連企業や行政機関を開拓する意向について聞いたところ、85.3%の大学が「ある」と回答した。
一方、就職先に新たな観光関連企業や行政機関を開拓する意向については、82.4%の大学が「ある」と回答した。
現状それほど高くない観光関連企業等への就職率の今後について、「高めたいと思う」（41.2%）、「ある程度高めたいと思う」（38.2%）で、合計79.4%の大学が前向きの意向を示した。



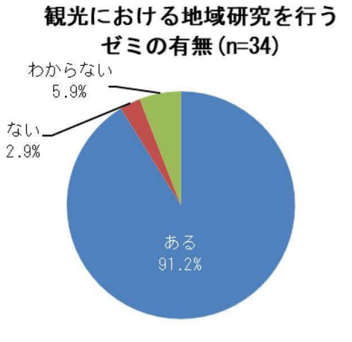


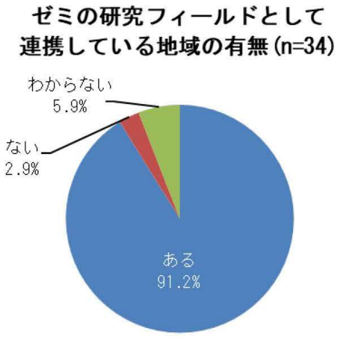


©2024 JTB Tourism Research & Consulting Co. All Rights Reserved. 禁無断転載・複製

ゼミの研究フィールドとしての連係地域

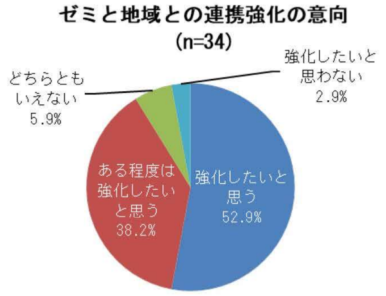
91.2%の大学が観光における地域研究を行なうゼミを実施しており、また、91.2%の大学がゼミの研究フィールドとして連携する地域を有している。

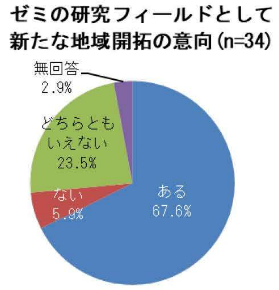


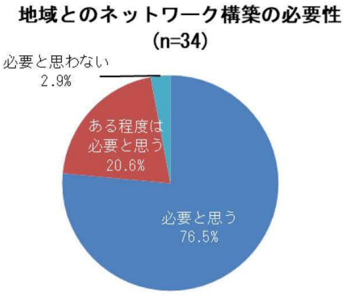


©2024 JTB Tourism Research & Consulting Co. All Rights Reserved. 禁無断転載・複製

ほとんどの大学が観光における地域研究を行なうゼミを持っているが、ゼミの研究フィールドとして地域との連携強化や新たな地域開拓の意向をもつ大学は多い。
また、ゼミだけでなく学生の観光教育を考える上で、大学と地域（自治体等）とのネットワーク構築の必要性を感じている大学も非常に多い。

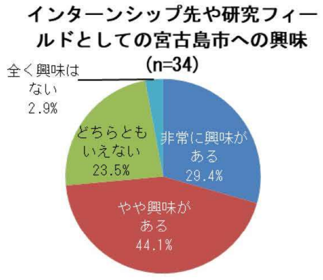


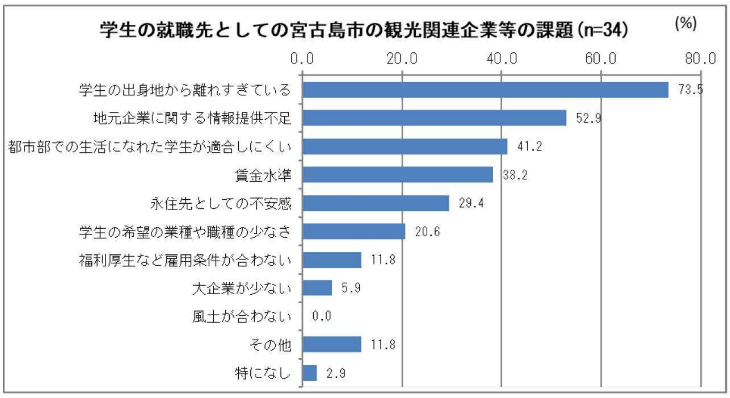




©2024 JTB Tourism Research & Consulting Co. All Rights Reserved. 禁無断転載・複製

インターンシップ受入れ先やゼミの研究フィールドとしての宮古島市に対する興味度は、「非常に興味がある」（29.4%）「やや興味がある」（44.1%）で、合計73.5%の大学が興味を示した。
就職先としての宮古島市の課題では、「学生の出身地から離れすぎている」「地元企業に関する情報提供不足」「都市部での生活になれた学生が適合しにくい」「賃金水準」「永住先としての不安感」などの順に多くあげられており、出身地からの距離を別にすると、多くは情報提供不足からくる不安感とみることができる。





その他の回答
情報が少ない
将来の見通し。数字だけならあり。
生活費の高さ
毎年、学部卒で2～3名は宮古島で就労しているはず。
具体的な指摘は難しいです

©2024 JTB Tourism Research & Consulting Co. All Rights Reserved. 禁無断転載・複製

インターンシップ先に観光関連企業・行政機関を新たに開拓する理由

【多様な選択肢の提示】
・学生に多様な選択肢を提供するため。
・学生に学ぶ場の選択肢を多く提供するため。
・学生の選択肢を増やしたいと考えているので。
・インターンシップ先を増やし、学生の選択肢を増やしたい。
・選択肢の一つとして検討する可能性があるため。
・学生に多角的な観点が必要。
・学生の中には興味を示している学生もいるし、インターンシップ先の多様性を確保するため。
・観光関連の企業、サービス業以外にも広く活動して欲しいから。
・インターンシップ先を複数業態にすることで、多様な職業感が芽生え、満足度を高め、高い就職率を実現させたいため。
・様々な体験を通じてキャリアを考えてもらいたい
・多様な機関で研修をおこなう機会を設けることが重要であると考えます。

【観光・まちづくり・ホスピタリティへの関心・就職強化】
・ホテル、行政に片寄っており広く観光関連で行わせたい。例えばブライダル系など。
・ホスピタリティに関連した企業だから。
・観光政策の立場から、或いはDMOの立場から、どのような仕事がなされているかを理解することも、大変重要である。
・「観光まちづくり」が重要であると考えているため。
・将来的に、DMC、DMOを学生の就職先として開拓したいから。
・地域DMOによる観光経営に関心がある学生がいる為。
・観光関連企業等（公益法人・一般社団法人を含む）や行政機関を希望就職先として考えている学生が多いため。

【より充実した学びの実現】
・教育上、より適切な実習先になるならば。実習後、現実のより良い就職先となりうるならば。
・インターンシップの定義の変更に伴い、その基準を満たす高度なプログラムの実施可能なインターンシップ先の開拓が必要。
・魅力的なカリキュラム構築による学生募集および学生満足度の向上また各ポリシーにそった教育を提供するため。
・観光経営を学ぶ学生にとって、現場の実状を深く体感できる好機といえるから。
・観光人材の育成は、観光学部として重要な存在意義だと思っています。

【学生のニーズへの対応】
・社会的ニーズがあり、学生側からのニーズもあるから。
・学生の出身地が、地元だけではなく他府県も多いため。
・学生にとって、より魅力的なインターンシッププログラムを準備するため。

【その他】
・しっかりとしたプログラムや機会を与えていただける組織体であれば、企業・行政機関の違いはないと考えます。
・本学部の学びを将来に活かすことができる。
・毎年開拓に力を入れているから。

©2024 JTB Tourism Research & Consulting Co. All Rights Reserved. 禁無断転載・複製

インターンシップの受入れについての観光関連企業等や行政機関に対するご要望

【学びにつながるプログラム】
・受入れ先としてホテル旅館が多く、有償のインターンシップになっています。学生を送り出す本学側にも大いに問題があるのですが、行った学生からは２度と行きたく無いと報告を受けます。受入れ側も有償ですので労働力としかみていないようです。双方での改善対策が必要と感じています。
・現場の補完労働力(バイト代がいらない労働力)としてだけでなく、業務の企画・マネジメント・意志決定の場に立ち会わせて欲しい。
・観光関連企業における人材不足と将来の財産である若い人材確保は分けてインターンシップを実施できるよう、産官学が協力する必要があると考えます。
・当学部は海外インターンシップが中心のため現時点では特にございませんが、単なる労働力にならないよう、学生が修得するスキルや知識などのゴールを決めて進めていただくと良いかと思います。
・受入れ先はなるべく長期を希望するが、学生は逆に長期を避ける傾向にある。また、単なる無償労働ではなく、本来の目的である教育的意義への理解や教育プログラムの充実などに努めていただきたい。
・受け入れて頂ける以上、今まで以上の要望は言えませんが、学生の学びの希望に沿って実習内容を多少アレンジしていただけるとよりよい相互メリットが出ると思います。
・大学講義で設定する教育目標にも合致する内容を提案して欲しい（質が高くないものが目立つ）。
・受入れにあたって具体的にプログラム化していただきたい。目的、目標、求める成果を明示していただきたい。

【仕事を深く理解できるプログラム】
・特に農業（グリーンツーリズムインターンシップ）系など農作業の現実を体験させてほしい。体験学生は結果楽しかったで終わることが多い（他大学の感想も含めて）。その後地域おこし協力隊などに行くと実際は違ったという話を聞く。すべてのインターンシップにおいて良くも悪くも現実をしっかりと体験させてほしい。
・仕事に求められるスキルが何なのかを実感させるようなプログラムを期待する。

【マッチング・学生の希望】
・合同でマッチングできるような機会があると嬉しい。
・受入れ先においては必ずしも観光との関連が強い部署に配置されないケースもありますので、学生の希望をある程度考慮頂けると有難いです。

©2024 JTB Tourism Research & Consulting Co. All Rights Reserved. 禁無断転載・複製

インターンシップの受入れについての観光関連企業等や行政機関に対するご要望（つづき）

株式会社 JTB総合研究所

【時期・日数】
・夏季と冬季の長期休暇中に開催いただきたい。夏季休暇の場合は、本学は例年9月2週目から授業が再開するため、早めの受入れを希望いたします。また、求められる語学スキル等を明確に提示いただきたい。
・基本5日間の短期が多いが、欧米のような有償で長期のインターンシップが必要。
・大学によって違うので難しいかもしれないが、授業期間と重ならないように期間を設定して欲しい。
・学生の夏休み計画の前倒しが進んでいるので、５月～６月上旬にはプログラムを公表して頂きたい。
・インターンシップ先があれば、ぜひ参加させたいと思っています。日程の調整で断念する学生が一定数いるため、柔軟な対応をしていただけると助かります。

【参加対象者】
・行政関係はハードルが高いと考え、入口から敬遠してしまう学生が多いと感じるので、1年生から参加できるインターンシップなどを開設していただき、公務員になろうという意欲を喚起してもらいたいと思います。
・1年生など下の学年から受け入れてもらいたい。できれば交通費補助などがあると有難い。

【その他】
・遠方の場合、交通費負担が学生にとって大きい。
・インターンシップ等における内容と評価だと考えます。
・観光分野に対する日本人の認識が低いですので、その認識を高める社会的雰囲気が必要。
・情報が少ない。
・持続的な関係構築が望まれる。

©2024 JTB Tourism Research & Consulting Co. All Rights Reserved. 禁無断転載・複製

就職受入れについての観光関連企業等や行政機関に対するご要望

株式会社 JTB総合研究所

【待遇の改善】
・待遇・労働条件の改善
・宿泊単価も上がっており、経営者の皆さんには労働環境改善や社員育成にリソースを注いで欲しい、またそのように指導して欲しいです。

【魅力の発信／情報公開】
・労働環境について、いわゆるブラックではないことを積極的にアピールして欲しい。
・人材を見極め、採用に繋がるのが理想で、学生が憧れるような存在になってほしい。
・ミスマッチが無いように、企業側の情報公開が必要と考えます。例えば学生はアルバイトなどで観光関連企業のネガティブな面だけを見てしまい、就職先から排除するケースも多く見られます。このような悪循環を断ち切る為、行政からもご指導をいただく必要があると考えます。
・就職後のキャリアプランを描けるような情報提示があることが望ましい
・情報が少ない。観光関連企業とは、例えばどんな会社？
・採用プロセスを明確に示していただけると、挑戦する学生が増えるように思います。挑戦したい気持ちはあるものの、自分に自信のない学生は躊躇しがちだからです。
・観光関連企業の就職相談会があると良い（やっているのかもしれませんが）。

【成長機会の提供】
・せっかく観光を学んでも、それが生かせる採用、ジョブローテーションになっていない。
・「観光関連企業等への就職率が伸びない理由」で選択した事項の改善。
・配置転換や異動が定期的にあると思いますが、観光のノウハウを持った人が長くその事業に携われるよう配慮いただければと思います。
・遠方の地域に対する不安を払拭できる説明や福利厚生面の支援。
・企画・マネジメント・意志決定の場に実習生を参加させて欲しい。
・行政機関では概ね3～5年毎に異動があり、観光部門だけでキャリア形成される訳ではないと思います。例えば観光行政のエキスパートになれるキャリアプランなどがあれば、学生にとっても関心が高まる可能性はないでしょうか？

【採用条件の緩和・採用フローの見直し】
・留学生の受入れを検討いただきたい。その際に、必要な日本語レベルを明確に提示いただきたい。
・募集が不定期の為、希望があっても採用しない年もあり、勧めるのが難しい。
・3年次学生はまだまだ講義や演習が多いため、平日昼間時間に集中した採用活動は学業に支障をきたします。
・公務員試験に合格しなければならないというハードルがある。
・行政機関…採用試験を別枠にしなければ法学部が合格して、（他の学部の学生は）落ちるだけ。採用試験が学習内容と無関係。

©2024 JTB Tourism Research & Consulting Co. All Rights Reserved. 禁無断転載・複製

【旅費等の支援】
・旅費の負担。
・東京圏の大学であるため、旅費が大きな問題となる。
・長期休みを利用したインターンシップやアルバイトには興味があるようです。その場合に課題になるのはアシとマクラです。本校は新宿にありますが、上記問題をクリアーするため群馬などのホテルへのインターンを毎年出しています。最終的に実現できませんでしたが、ニセコのインバウンド向けホテルでのインターンを調整したこともありました。
・例えば研修などを行なう場合、交通費や宿泊費の負担をいかに軽減できるかが気になります。オンラインによる研修や交流があるといいかなと思います。
・沖縄本島までは研修に行っておりますが予算が厳しいです。経済的支援を頂ければ離島も見せてやりたいです。

【魅力の発信・情報提供】
・沖縄本島のインターンシップに参加する学生がいるので、情報提供頂けば興味を持つ学生はいると思われる。
・沖縄本土のインターンシップに参加する学生が毎年何人かおります。プログラムに満足し、多くはありませんが、沖縄で就職する学生もおります。宮古島の魅力が分かれば、学生も興味を持つのではないかと思います。
・宮古島市で働きたくなるような魅力を提示して欲しい（特に留学生向け）。
・今回はご連絡くださり感謝申し上げます。宮古島市のインターンシップ等の情報をもっといただければ、大変嬉しく思います。
・沖縄出身の学生も一定数いるので、インターンシップなどの情報があればいただきたい。
・インターンシップやフィールドワーク受入れなどの情報を提供してもらいたい。

【大学との連携強化・研究活動との連携など】
・私自身、宮古島の調査などを行なって、観光における宮古島の成功を感じています。新しい価値共創を本学の学生にも機会を頂ければ幸いと存じます。
・現在、科学研究費助成事業により宮古島市および石垣島市の観光業における雇用に関して研究しています。ぜひ、今後情報交換などしていただけたら幸いです。
・大学と観光企業の双方が恩恵を受けられる、よりよい仕組みや制度を常に考えています。宮古との接点は今のところ少ないですが、今後の可能性はあると思っています。
・魅力ある地域なのは確かで、卒業生で宮古へ行く者も多い。それが定住に繋がるかが課題か。
・エコツーリズム関連のビジネスを活性化して欲しい。
・本学は沖縄県の他自治体と包括連携協定を結んでおり、島嶼地域の観光振興についても取り組んでいます。宮古島は本学の連携先よりも人気が高い島なので、比較しながら島嶼地域を考えさせるのも良いのかな、と感じています。機会がありましたらよろしくお願いいたします。

©2024 JTB Tourism Research & Consulting Co. All Rights Reserved. 禁無断転載・複製

5．宮古島モデルの構築（案）

©2024 JTB Tourism Research & Consulting Co. All Rights Reserved. 禁無断転載・複製

宮古島モデルの構築（案）

株式会社 JTB総合研究所

宮古島市は、この10年間の入域観光客数及び観光消費額の増加、オーバーツーリズムのリスク発生など、持続可能な観光の視点から見た場合、観光系学部（学科）の学生及び教員にとって、最適な研究フィールドであるといえる。

宮古島市は、「インターンシップ」、「ゼミ研究」、「学術研究」を通じて、観光系学部（学科）の学生を高度観光人材として育成することに寄与するとともに、これらの人材が宮古島市の企業に就職する流れを構築する。
それらを実現するため、宮古島市観光推進協議会受入環境検討作業部会の中に「大学観光人材受入チーム（仮称）」を創設し、宮古島市と宮古島観光協会が中心となって、日本の観光産業界全体にとっても有益な観光人材育成誘致モデル（宮古島モデル）を推進していく。

インターンシップ・ゼミ研究・学術研究のフィールド提供から大学生の就職に至るまで、総合的に取組む宮古島モデル

①インターンシップの受入れ

【大学観光人材受入れチームが取り組むべきこと】
- 単なる労働力補完ではなく、学びになる教育プログラムを提供
- インターンシップの目的、到達目標、求めるスキルの明確化
- 受入れ企業のインターンシッププログラムのクオリティ確保
- インターンシップレポートを年4回発行
- インターンシッププログラム公表時期の前倒し（4月）
- 応募のあった大学（学部）との接点維持・継続

②ゼミ研究の受入れ

【大学観光人材受入れチームがが取り組むべきこと】
- ゼミ研究受入れにあたり、企業紹介等の実施
- 宮古島市の研究素材や調査対象に関する情報提供
- 宮古島市の観光に関する統計データ等の提供
- ゼミ研究の成果の取りまとめと公表（年1回）

③学術研究の受入れ

【大学観光人材受入れチームがが取り組むべきこと】
- 学術研究受入れにあたり、企業紹介等の実施
- 宮古島市の観光に関する統計データ等の提供
- 研究テーマに即した地域人材の紹介・マッチング
- 研究成果を関係者間で共有、ホームページに掲載

その他（共通）

【大学観光人材受入れチームが取り組むべきこと】
- 大学観光人材受入れサイト内に宮古島市への問い合わせフォームを配置　（対象：大学生及び教員）
- 関係者及び企業による大学観光人材受入れ会議の実施
- 大学観光人材受入れセミナーの開催（内部向け・外部向け）
- 宿泊施設（民泊含む）の開拓

運営体制

推進主体	宮古島市観光推進協議会受入環境検討作業部会の中に創設する「大学観光人材受入チーム（仮称）」による推進
交通費負担	①インターンシップ：受入れ企業による ②ゼミ研究：研究レポート提出や年間受入れ枠などの条件による ③学術研究：補助なし
滞在費負担	①インターンシップ：学生と企業が各々半額負担（安価な滞在施設を使用） ②ゼミ研究：補助なし ③学術研究：補助なし
その他運営費	交通費、滞在費以外の運営費用についてはふるさと納税により確保
情報発信	宮古島観光協会のホームページに「大学観光人材受入れ」を創設

©2024 JTB Tourism Research & Consulting Co. All Rights Reserved. 禁無断転載・複製

他地域におけるインターンシップ・ゼミ等の受入れ状況（ヒアリング結果）

株式会社 JTB総合研究所

インターンシップ

○交通費・謝金なし、宿泊費1泊3,500円のうち1,500円を補助　（北海道ニセコ町）
- 個人参加が多い。初日にまちづくりについてのガイダンス、町内施設巡り、歓迎会を行っている。あとは自主活動。

○県内の大学と企業のマッチングを商工会議所が実施している（北九州市）

ゼミ研究

○申込制（大学から地域課題の研究フィールドとして相談が来るケースが多い）（鳥取県智頭町）
- 地元中学生のワークショップに参加してもらうなど、地域交流が中心
- 交通費・宿泊費の補助なし（鳥取県の支援制度あり）

○申込制（県内大学対象）（秋田県大仙市）
- 市内への就職誘致というよりも、関係人口創出が狙い。
- 旅費・宿泊費（１泊）負担（上限２万円）

○公募により選別、県からゼミに委託という形で支援（福島県）
- 学生は圏内の集落に入って研究を行なう。宿泊は民泊もある。
- 委託金額は距離や人数により異なる、県内集落とのマッチングをコーディネート。それ以外は特に何もしない。

学術研究

○公募・委託事業・町との共同研究（長野県小布施町）
- 町の活性化のために大学と町との共同研究して取り組んでいる。
- 委託料支払い、現地運営、地元事業者コーディネート、同行することもある、毎週大学とのオンライン打合せ

©2024 JTB Tourism Research & Consulting Co. All Rights Reserved. 禁無断転載・複製

回答日　令和　　年　月　　日（　　）　　　　　　　　　　　　　　　　　Ｎｏ.＿＿＿＿＿

宮古島市観光客アンケート

　このアンケート調査は、宮古島市へ観光で来訪された皆様を対象に実施しております。宮古島市が、これから更に魅力的な観光地として皆様をお迎えしていくため、ご意見をお聞かせください。
　なお、本調査の結果は統計的に処理しますので、事業者及び個人が特定されることはありません。以下の各質問のあてはまるものに〇印や記入をお願い致します。

0.あなたご自身についておたずねします。

0-1　居住地・性別・年齢をお答えください。

(1)居住地　（＿＿＿＿＿＿）都・道・府・県（＿＿＿＿＿＿＿）市・区・町・村

(2)性別　①男　　②女

(3)年齢　①10 代　②20 代　③30 代　④40 代　⑤50 代　⑥60 代　⑦70 代以上

(4)同行者　①一人旅　②夫婦　③ファミリー　④友人･知人　⑤恋人　⑥仕事仲間　⑦地域などの団体　⑧その他

0-2　宮古島市への旅行は今回で何回目ですか？

①初めて　②2 回目　③3 回目　④4 回目　⑤5～9 回目　⑥10～19 回目　⑦20 回以上

0-3　前回、宮古島市に旅行をされたのはいつでしたか？

①1 年未満　②1~2 年未満　③2~3 年未満　④5 年以内　⑤10 年以内　⑥10 年よりも前
⑦今回が初めて

0-4　今回、旅行先に宮古島を選ばれた理由として、「海」以外にあれば教えて下さい。

0-5　今回のご旅行にあたり、宮古島以外に検討された行先はありますか？また、宮古島にした決め手を教えてください。

1　宮古島市の観光地・観光施設についておたずねします。

1-1　今回の旅行で訪れた観光地・観光施設をすべてお答えください。(複数回答可、いくつでも)

①池間島

1 池間灯台　2 ハート岩　3 フナクスビーチ　4 池間湿原　5 池間大橋　6 その他(　　　　　)

②大神島

1 遠見台　2 その他（　　　　　）

③宮古島・北方面

1 西平安名崎　2 狩俣集落の御嶽・遠見台　3 海中公園　4 島尻マングローブ林
5 四島の主の墓　6 その他（　　　　　）

④中心市街地

1 西里通り・市場通り・下里通り　2 公設市場　3 祥雲寺の石垣　4 その他（　　　　　）

⑤宮古島・平良周辺

1 漲水御嶽・豊見親墓　2 人頭税石　3 宮古島市熱帯植物園（体験工芸村）
4 宮古島市総合博物館　5 宮古島市伝統工芸品センター（宮古織物協同組合）
5 パイナガマビーチ　6 砂山ビーチ　7 トゥリバー　8 久松五勇士の碑　9 エコアイランド PR 館
10JTA ドーム　11 大和井　12 カママ嶺公園　13 その他（　　　　　）

⑥宮古島・東方面

1 東平安名崎　2 保良川ビーチ　3 パンプキンホール　4 海宝館 5 吉野海岸　6 新城海岸
7 地下ダム資料館　8 比嘉ロードパーク　9 その他（　　　　　）

⑦宮古島・南方面

1 インギャーマリンガーデン　2 うえのドイツ文化村 3 与那覇前浜ビーチ　4 サニツ浜
5 大嶽城址公園　6 メガソーラー展望台　7 博愛漁港　8 上比屋山遺跡　9 金志川泉
10 ムイガー断崖　11 その他（　　　　　）

⑧来間島

1 竜宮城展望台　2 長間浜　3 来間ガー 4 その他（　　　　　）

⑨伊良部島

1 伊良部大橋　2 海の駅　3 牧山展望台　4 渡口の浜　5 佐和田の浜　6 白鳥岬
7 フナウサギバナタ　8 佐良浜（漁港、サバ沖井戸）　9 その他（　　　　　）

⑩下地島

1通り池　2下地島巨岩（帯岩）　3下地島空港　4 17エンド　5カヤッファ（中の島ビーチ）
6その他（　　　　　）

⑪その他（　　　　　　　　　　　　　　　　　　　）

1-2　1-1にて回答した観光地等の美化環境はどうでしたか。
①大変満足　②やや満足　③やや不満　④不満

1-3　1-1にて回答した観光地における利便施設（トイレ、シャワー、駐車場、アクセス道路等）はどうでしたか。
①大変満足　②やや満足　③やや不満　④不満

1-4　1-1にて回答した観光施設（展望台や海中公園等）や、その景観はどうでしたか。
①大変満足　②やや満足　③やや不満　④不満

1-5 宮古島市を訪れる方が、さらに安心・安全・快適に観光する為、必要な施設・環境の整備はなんでしょうか？（複数回答可、いくつでも）
①市街地や観光施設周辺のWiFiの整備　②トイレ・シャワーの整備　③駐車場の整備
④水難事故に対する注意喚起看板等の整備　⑤空港内の環境整備　⑥交通案内看板等の整備
⑦周遊型観光バス（途中乗降可能型）の整備
⑧その他（　　　　　　　　　　　　　　　）　⑨特になし

1-6 今回宮古島市滞在中に利用した交通手段についてお聞かせください？（いくつでも）
①路線バス　②ループバス　③レンタカー　④タクシー　⑤レンタサイクル　⑥宿泊施設や体験施設などの送迎車、タクシー　⑦どれもない　⑧その他（　　　　　　　　　　　）

（ループバスについて）
宮古島市では、市内のバス交通における利便性の向上のため「宮古島ループバス」の実証運行を行っています。ループバスは市内の主要観光施設、商業施設、ホテル、ビーチなどを循環するもので、約2時間おきに運航しております。

1-7 「宮古島ループバス」についてはご存じでしたか？（ひとつだけ）
①知っており利用した　②知っていたが利用しなかった　③知らなかった
④その他（　　　　　　　　　　　　　　　　　）

1-8 宮古島ループバスを利用しようと思いますか？（ひとつだけ）
①是非利用したい　②利用してもよい　③なんともいえな・わからない

④あまり利用しようとは思わない　⑤全く利用しようと思わない

2　宮古島市での観光消費についておたずねします。

2-1　今回の旅行で、予定では<u>宮古島市内で</u>一人あたり、お金をいくら使うつもりでしたか。(宿泊費を除く予算額をご記入ください)　（　　　　　　　　）円

◆2-1 で記載された予算に含んでいたものを教えてください。
（あてはまるものすべてにチェツク）

①交通(バス･タクシー・レンタカー等)　②飲食（食事：宮古の郷土料理）
③飲食（食事：宮古の郷土料理以外）　④飲食（スイーツ）
⑤土産 買い物（生鮮魚介類）　⑥土産 買い物（農産物：野菜）
⑦土産 買い物（農産物：果物）　⑧土産 買い物（魚介類加工品）
⑨土産 買い物（菓子）　⑩土産 買い物（酒・ビール）
⑪土産 買い物（農産物加工品）　⑫土産 買い物（畜産物加工品）
⑬土産 買い物（その他）　⑭施設入場（観光施設等）
⑮体験メニュー（釣り・ダイビングなどのマリンレジャー、ゴルフ、アウトドア等）
⑯その他（　　　　　　　　）

2-2　今回の旅行中、<u>宮古島市内で</u>実際に使った一人あたりの金額を教えてください。
（宿泊費を除き、これからの予定を含めてご記入ください）　（　　　　　　）円

◆2-2 でお聞きしたお金は何に使いましたか。教えてください。
（あてはまるものすべてにチェック）　**(※滞在中にこれから使う予定を含みます)**

①交通(バス･タクシー・レンタカー等)　②飲食（食事：宮古の郷土料理）
③飲食（食事：宮古の郷土料理以外）　④飲食（スイーツ）
⑤土産 買い物（生鮮魚介類）　⑥土産 買い物（農産物：野菜）
⑦土産 買い物（農産物：果物）　⑧土産 買い物（魚介類加工品）
⑨土産 買い物（菓子）　⑩土産 買い物（酒・ビール）
⑪土産 買い物（農産物加工品）　⑫土産 買い物（畜産物加工品）
⑬土産 買い物（その他）　⑭施設入場（観光施設等）
⑮体験メニュー（釣り・ダイビングなどのマリンレジャー、ゴルフ、アウトドア等）
⑯その他（　　　　　　　　）

3　宮古島観光の満足度についておたずねします。

3-1　実際に宮古島にご旅行されていかがでしたか？
①非常に満足している　②満足している　③どちらかというと満足している

④どちらともいえない　⑤どちらかというと満足していない　⑥満足していない
⑦まったく満足していない　⑧わからない・判断できない

3-2　3-1 で回答された選択肢を選んだ理由を教えてください。

3-3　宮古島にまた来たいですか？
①はい　　②いいえ

3-3　今度宮古島に来られた際は何をしたいですか？

3-4

3-5　宮古島市では、観光客の方々の産品の購入やふるさと納税・再訪状況などについて把握させていただくため、今後継続的なアンケートを実施したいと考えております。年１回程度、あなた宛てに追加のアンケートをメールでお送りしても良いですか？
（回答者の中から抽選により宮古島市の特産品をプレゼントいたします）
①はい　　②いいえ

（①はい　とお答えになった方はメールアドレスをご記入ください）
※個人情報については、本アンケート調査にのみ使用させていただきます。
メールアドレス（　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　）

ご協力ありがとうございました。

資料 4

観光アンケートの今後について（案）

2024年8月

宮古島市観光推進協議会　事務局

©2024 JTB Tourism Research & Consulting Co. All Rights Reserved. 禁無断転載･複製

これまでのアンケートとの基本的な考え方の違いは以下の３点です。

1. 観光客のニーズと供給状況とのギャップを把握することで、投資すべき事業領域を会員企業にフィードバックできる。
2. 1年ごとの追跡調査を繰り返すことにより、宮古島市を一度訪れた観光客の旅アト消費の実態を生涯にわたって把握できる。
3. チラシやポスターに掲載したQRコードによるアンケート収集なので、人手を割かなくても一年を通じて調査を自動化できる。

©2024 JTB Tourism Research & Consulting Co. All Rights Reserved. 禁無断転載･複製

観光アンケートの見直し ①調査方法

昨年度は１２月に宮古空港と下地島空港で、それぞれ2～３日間の調査を行った。
空港に人員を配置して行う調査方法であるためコストを要し、限られた調査期間となってしまう弱点がある。

ホテル等にQRコード付きのチラシを配置し、webで回収することにより通年での調査が可能となる。

調査方法の比較

	昨年度までの調査方法	今年度の調査方法
調査手法	対面式（宮古空港・下地島空港にて調査員がQRコード付きチラシを配布・依頼し、観光客が回答）	非対面式（QRコード付きチラシを市内観光関連施設・店舗にて掲示・配架。観光客自身でWEB回答）
調査人員	複数人数が必要	不要
調査時期	閑散期の特定期間	通年
調査費用	人件費	チラシ製作費・謝礼費
サンプル数	350サンプル程度	年間5,000サンプル以上回収見込み
集約方法	web回答	web回答
追加質問（昨年度より継続）	―	①消費額（予算・支出） ②追跡調査への許諾

©2024 JTB Tourism Research & Consulting Co. All Rights Reserved. 禁無断転載・複製

観光アンケートの見直し ②-1追加質問（消費額）

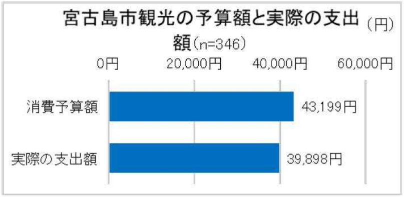
株式会社 JTB総合研究所

重要な二つの質問

Q:予定では宮古島市内で一人あたり、お金をいくら使うつもりでしたか。
　SQ:その予算に含んでいたものを教えてください。
Q:今回の旅行中、宮古島市内で実際に使った一人あたりの金額を教えてください。
　SQ:そのお金額を何に使いましたか。

	支出予定	実際支出	差異
交通（バス・タクシー・レンタカー等）	55.5	53.2	-2.3
飲食（食事：宮古の郷土料理）	79.5	78.9	-0.6
飲食（食事：宮古の郷土料理以外）	51.4	58.4	6.9
飲食（スイーツ）	47.7	46.2	-1.4
土産 買い物（生鮮魚介類）	10.4	6.4	-4.0
土産 買い物（農産物：野菜）	8.7	8.4	-0.3
土産 買い物（農産物：果物）	13.3	12.7	-0.6
土産 買い物（魚介類加工品）	6.1	5.8	-0.3
土産 買い物（菓子）	57.5	59.0	1.4
土産 買い物（酒・ビール）	24.3	23.7	-0.6
土産 買い物（農産物加工品）	9.5	6.9	-2.6
土産 買い物（畜産物加工品）	4.9	4.9	0.0
土産 買い物（その他）	0.0	0.0	0.0
施設入場（観光施設等）	26.3	20.8	-5.5
体験メニュー	19.9	18.2	-1.7
その他	5.2	6.9	1.7
全体	100	100.0	100.0

R5搭乗待合室観光客アンケート（宮古空港・下地島空港）



左の表中赤で示される項目は、需要に対して供給が追い付いていないことを示す。
今後に向けた投資が必要となる分野である。
⇒これらの情報を観光協会会員にフィードバックすることも観光アンケートの重要な役割である。

©2024 JTB Tourism Research & Consulting Co. All Rights Reserved. 禁無断転載・複製

観光アンケートの見直し　②-2追加質問（追跡調査への許諾）　株式会社 JTB総合研究所

追跡調査許諾の質問

Q:宮古島市では、観光客の方々の産品の購入やふるさと納税・再訪状況などについて把握させていただくため、今後継続的なアンケートを実施したいと考えております。年１回程度、あなた宛てに追加のアンケートをメールでお送りしても良いですか？
（回答者の中から抽選により宮古島市の特産品をプレゼントいたします）

昨年実施のアンケート調査では、回答者346名中149名が追跡調査について承諾（４３．１%）

⇩

追跡調査時期

調査開始より2年後の2025年3月上旬に実施（毎年継続実施）

実施方法

メール（BCC）で一斉送信し、webサイトで回答を収集。 回答者に抽選で宮古島市の特産品プレゼント（7,000円×3名程度）

主な設問

〇昨年度アンケート回答後の実態把握
- ・宮古島市再訪経験
- ・ネットでの特産品購入経験の有無及び消費額（自宅用・贈答用）
- ・アンテナショップへでの購入経験の有無及び消費額
- ・百貨店等やイベント会場での購入経験及び消費額
- ・ふるさと納税経験の有無
- ・知人等への宮古島旅行推奨経験
- ・知人等への宮古島の特産品推奨経験

〇特産品に対するニーズの把握
- ・もう一度食べてみたい宮古島の食
- ・ネットでの販売を希望する宮古島の特産品
- ・もう一度行ってみたい宮古島の観光地や観光施設

〇宮古島の特産品やイベントなどの情報提供希望の有無
〇１年後のアンケート回答意向の有無

⇩

狙いは、観光客（アンケート回答者）の生涯消費額の最大化

©2024 JTB Tourism Research & Consulting Co. All Rights Reserved. 禁無断転載・複製

観光アンケートの見直し　③チラシイメージ（他地域の例）　株式会社 JTB総合研究所

©2024 JTB Tourism Research & Consulting Co. All Rights Reserved. 禁無断転載・複製

資料 5

令和6年度の取組みについて
～観光振興基本計画見直しに向けた議論素材～

2024年8月

宮古島市観光推進協議会　事務局

©2024 JTB Tourism Research & Consulting Co. All Rights Reserved. 禁無断転載・複製

第２次宮古島市観光振興基本計画における目標値の遂行状況

株式会社 JTB総合研究所

第２次宮古島市観光振興基本計画の目標である2028年度観光収入949億円は、今年度には達成が見込まれる。
（2023年度暫定値 911億円）

2023年度時点で、空路観光客は目標値に近付きつつあるが、海路観光客は目標の１割に満たない達成状況である。しかしながら、空路観光客の消費単価アップ、滞在日数（平均値）の長期化などの要因により、観光消費額は2028年度目標を2024年度内に達成の見込みである。

現計画の目標値

○**年間入域観光客数** 2,000,000人
　うち　空路観光客数 1,050,000人
　うち海路観光客数 950,000人

○**観光消費額** 949億円
　空路観光客消費単価 75,000円
　海路観光客消費単価 17,000円

○**観光客の満足度** 75%

○**宿泊業・飲食サービス業の従業者数** 3,000人

⟺

直近の遂行状況

○**年間入域観光客数** 938,178人（2023年度）
　うち　空路観光客数 848,559人
　うち　海路観光客数 89,619人

○**観光消費額** 911億円（2023年度暫定値）
　空路観光客消費単価 105,830円
　海路観光客消費単価 14,535円

○**観光客の満足度** 67.5%
（2022年・沖縄県観光統計実態調査）

○**宿泊業・飲食サービス業の従業者数** 2,398人
（2020年国勢調査）

©2024 JTB Tourism Research & Consulting Co. All Rights Reserved. 禁無断転載・複製