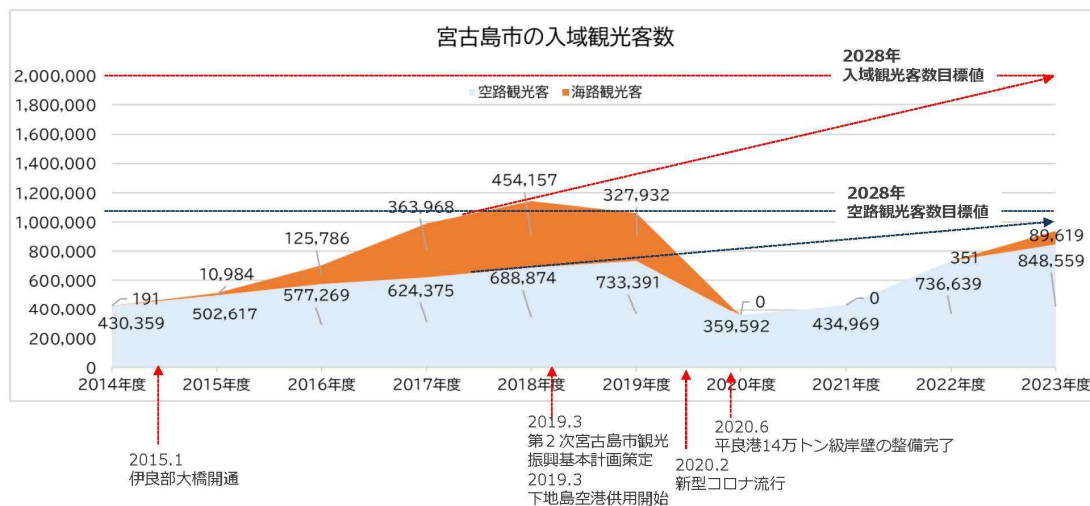


第2次宮古島市観光振興基本計画は、2018年度に検討され、2019年3月に策定された。

計画策定前の状況は、2015年1月に伊良部大橋が開通して以降3年間で入域観光客数が倍増した時期であった。この間の空路観光客数は毎年10%前後の増加率であり2015年から2018年までの3年間の増加率では+37%の伸びであるのに対し、それまでほぼゼロであった海路観光客数は2015年から2018年までの間に41倍もの伸びを示しており、2020年度に14万トン級のクルーズ船専用バースの整備が予定されていることもあって、2019年度以降もさらに増加が期待されるという時期であった。



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

2

### 現計画策定時には予測できなかった要素

- 新型コロナ感染症拡大の影響によるクルーズ船客の激減
  - リゾートホテルをはじめとする宿泊施設の増加
  - 2022年度以降の空路観光客の回復・拡大
  - 空路観光客の消費単価の上昇（2017年実績：73,380円、計画：75,000円、2022年実績：105,830円）
  - 海路観光客の消費単価の伸び悩み（2017年実績：15,000円、計画：17,000円、2022年実績：14,535円）
- ※空路観光客の増加と消費単価の上昇により、入域観光客数は目標の半分ほどであるが、消費額目標949億円は今年度にも達成見込み

### 現計画に追加すべき要素

- オーバーツーリズムの回避
  - ・ホテルの建設ラッシュに伴う水供給への市民の不安感への対応や、事業系ごみの増加傾向への対応
- 観光業における人手不足問題への対応
- 宝塚医療大学観光学部をはじめとする大学との連携強化
- クルーズ船誘致ビジョン（宮古島市が目指すべき姿）
- 二次交通の利用状況の把握と交通課題への対応
- 次世代ビジネス（宇宙ビジネス等）の研究

### その他

- 持続可能な観光を推進するため、「観光まちづくり条例」制定を視野にいれた議論も必要なタイミングとなっている

### 第2次観光振興基本計画の見直し検討が必要

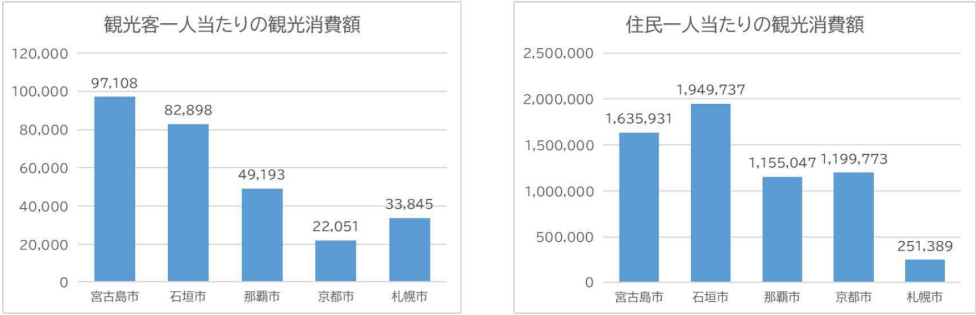
©2024 JTB Tourism Research & Consulting Co. All Rights Reserved. 禁無断転載・複製

3

【参考】観光客一人当たり観光収入と住民一人当たり観光収入の比較

株式会社 JTB総合研究所

主要な観光地の中で、京都市は観光客数、観光消費額とも群を抜いている（下表）。  
しかしながら、観光客一人当たりの観光消費額で見ると、宮古島市が最も大きい（左下グラフ）。  
また、住民一人当たりの観光消費額を算出すると、石垣市、宮古島市、京都市、那覇市の順に高く、これらの都市では住民一人当たりの観光消費額が100万円を超えている（右下グラフ）。  
地域における観光振興が住民生活にどの程度の効果を及ぼすかについては、住民一人当たりの消費額に換算して検証することが有効と思われることから、**今後は観光消費額の絶対値だけではなく、住民一人当たりの観光消費額を重要な指標のひとつとして掲げる必要がある。**



都市別観光消費額・入域観光客数・居住人口比較

|            | 宮古島市    | 石垣市       | 那覇市       | 京都市        | 札幌市        |
|------------|---------|-----------|-----------|------------|------------|
| 観光消費額(百万円) | 91,105  | 97,830    | 364,400   | 1,657,800  | 492,100    |
| 入域観光客数(人)  | 938,178 | 1,180,124 | 7,407,522 | 75,180,000 | 14,540,000 |
| 居住人口(人)    | 55,690  | 50,176    | 315,485   | 1,381,761  | 1,957,522  |

<観光消費額>  
宮古島市、石垣市、那覇市・・・宿泊費、市内交通費、土産品買い物、飲食費、娯楽入場料、研修参加費、その他の合計  
京都市・・・市内交通費、宿泊代、買い物代、飲食費、入場料・拝観料、その他の合計  
札幌市・・・市内交通費、宿泊費、飲食費、買い物費、その他の合計

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

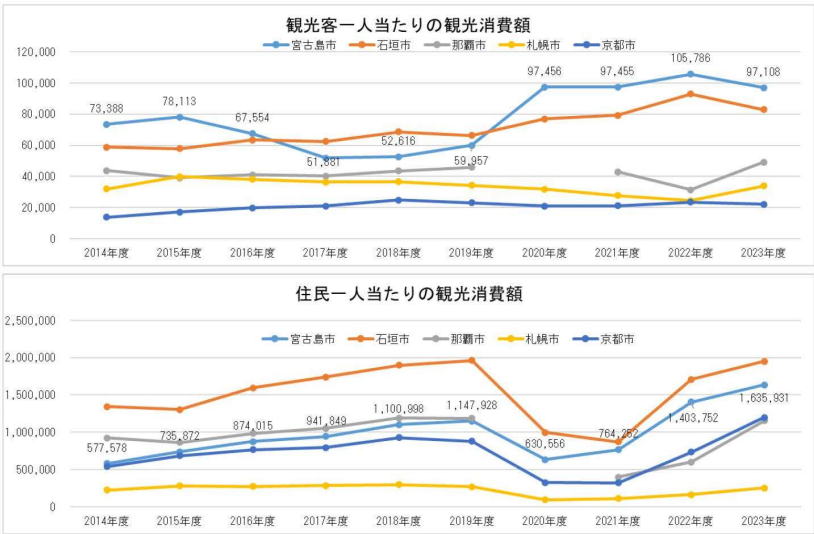
4

【参考】観光客一人当たり観光収入と住民一人当たり観光収入の推移比較

株式会社 JTB総合研究所

宮古島市の観光客一人当たりの観光消費額は、2017年から2019年にかけて石垣市よりも下回っていたが、2020年以降は石垣市よりも大きくなっている。2017年から3か年の一人当たり観光消費額落ち込みは、海路観光客比率が増加してきたことによるものとみられる（上グラフ）。  
また、住民一人当たりの観光消費額では、2023年度の石垣市は2014年比145.1%の伸びであるのに対し、宮古島市は同期間に283.2%もの伸びを示している。今後の空路観光客数の増加状況次第によって、石垣市を越える可能性も想定される（下グラフ）。  
観光消費額という観点では、宮古島市は過去10年間で全国で最も成功した市町村のひとつと言える。

(※2020年度那覇市の観光消費額は調査未実施)



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

5

### (3) 第2回受入環境検討作業部会資料

株式会社 JTB 総合研究所

資料 1

## 前回の振り返り

2025年2月

宮古島市観光推進協議会 事務局

©2025 JTB Tourism Research & Consulting Co. All Rights Reserved. 禁無断転載・複製

### 前回の振り返り

株式会社 JTB 総合研究所

#### 第1回作業部会における意見

＜第1回開催日時：令和6年8月29日(木) 15:30～17:00＞

##### 1. インターンシップについて

- ・観光業界でのインターンシップが就職の入り口となっているが、就職先が限られている。
- ・観光業界については、インターンには来るが就職が少ないという課題がある。
- ・海外からの学生は勤勉であり、宮古島での就職の可能性がある。
- ・インターンシップの結果を大学にフィードバックする仕組みが必要である。
- ・首都圏の大学が地方企業とのつながりが薄いことが問題である。
- ・コロナ禍で学生の就職観が変わっており、ミスマッチ解消の取り組みが必要である。
- ・就職につなげるためには、居住環境、市としての受入体制なども見直す必要がある。
- ・インターンシップの事前研修に、オンラインを組み合わせると良いのではないかと。
- ・インターンシップは就職の入口となる一歩をつくるのが有効だ。

##### 2. 宮古島市観光客アンケートについて

- ・ループバスのニーズはぜひ把握したい。
- ・どういった移動手段があると良いかという設問が良いのではないかと。
- ・観光に対する住民の意見を聴く仕組みを充実させても良い。

##### 3. 観光計画の目標値について

- ・空港利用者の8割がレンタカーを利用する一方で混雑した雰囲気が課題となっている。
- ・今後200万人を目指すとなると、もっと混雑するのではないかと懸念している。

©2025 JTB Tourism Research & Consulting Co. All Rights Reserved. 禁無断転載・複製

2

# 宮古島市観光客アンケートの通年化について

2025年2月

宮古島市観光推進協議会 事務局

©2025 JTB Tourism Research & Consulting Co. All Rights Reserved. 禁無断転載・複製

## 宮古島市観光客アンケート調査

株式会社 JTB総合研究所

### 実施概要

調査主体：宮古島観光協会  
これまでの空港での対面調査から、ポスター掲出によるwebでの回答方式に転換。ポスターを一度配置するだけで、通年での調査が可能となった。

|         | 2023年度調査                                      | 2024年度調査                                |
|---------|-----------------------------------------------|-----------------------------------------|
| 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） | web回収方式（空港、観光施設、ホテル等にアンケート協力依頼のポスターを掲出） |
| 調査時期    | 2023年12月の5日間                                  | 2024年10月1日～（継続中）                        |
| 調査費用    | 人件費                                           | チラシ製作費・謝礼費                              |
| 回収サンプル数 | 346サンプル                                       | 858サンプル（4か月間累計）                         |
| 集約方法    | 対面調査 + web回答                                  | web回答                                   |

©2025 JTB Tourism Research & Consulting Co. All Rights Reserved. 禁無断転載・複製

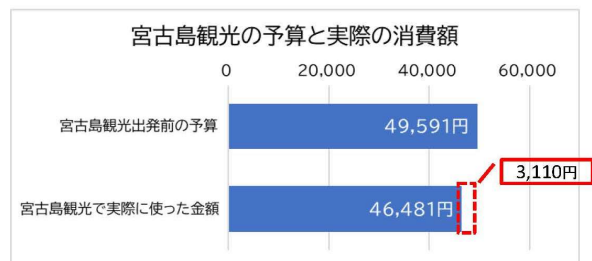
## ポスター掲出



ポスターは、空港、レンタカー会社、ホテル、飲食店等66か所に設置。

今回調査した旅ナカ消費の実態では、予算に比べて実際の支出は3,110円少なくなっていることがわかった。

空路観光客数85万人の**販売機会ロス**の総額を算出すると、約**26.4億円**もの規模になる。これは年間の観光収入(886億円)の3%に相当。



## 宮古島旅行後のアンケート調査結果

2025年2月

宮古島市観光推進協議会 事務局

©2025 JTB Tourism Research & Consulting Co. All Rights Reserved. 禁無断転載・複製

### 宮古島旅行後のアンケート調査

株式会社 JT B総合研究所

#### 調査概要

- ◆ 調査目的：宮古島市を訪れた観光客の旅行後の宮古島市に対する消費行動を把握するため、1年前の宮古島市観光客アンケートの回答者に対して、追跡調査を実施した。
- ◆ 調査対象：昨年実施のアンケート回答者346名中追跡調査について承諾した149名
- ◆ 調査方法：QRコード付きアンケート依頼チラシを添付し、B C Cでメール送信  
web上の回答フォームで回収を行った
- ◆ 調査実施時期：2025年1月23日～2月10日（現在継続調査中）
- ◆ 主な設問：
  - ・宮古島市への再訪問
  - ・インターネットでの特産品購入経験の有無及び消費額
  - ・アンテナショップ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

©2025 JTB Tourism Research & Consulting Co. All Rights Reserved. 禁無断転載・複製

2

## 旅アト消費のまとめ（調査結果からの推計）

※来年度以降は、サンプル数が増加するため、さらに精度の高い調査が可能となる。

インターネット通販での買い物行動は 22.4%  
全回答者平均の消費額は 4,224円

令和5年空路観光客数85万人で算出したインターネット通販購入総額は **35.9億円**

アンテナショップでの買い物行動は 18.4%  
全回答者平均の消費額は 1,041円

令和5年空路観光客数85万人で算出したアンテナショップでの購入総額は **8.8億円**

百貨店等での催事での買い物行動は 16.3%  
全回答者平均の消費額は 531円

令和5年空路観光客数85万人で算出した百貨店等の催事購入総額は **4.5億円**

ふるさと納税参加率は 4.1%  
全回答者平均の納税額は 1,224円

令和5年空路観光客数85万人で算出したふるさと納税総額は **10.4億円**

全回答者平均の旅アト消費合計は 8,245円

令和5年空路観光客数85万人で算出した旅アト消費の総額は **59.6億円**

旅アト消費（60億円）は、宮古島市の観光消費額（886億円）の約6.7%に相当

## 大学との連携による観光人材誘致支援について

2025年2月

宮古島市観光推進協議会 事務局

©2025 JTB Tourism Research & Consulting Co. All Rights Reserved. 禁無断転載・複製

株式会社 JTB総合研究所

## 大学（観光学部・観光学科）へのアンケート調査

©2025 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。

回収方法はウェブ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サンプル（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  |

3

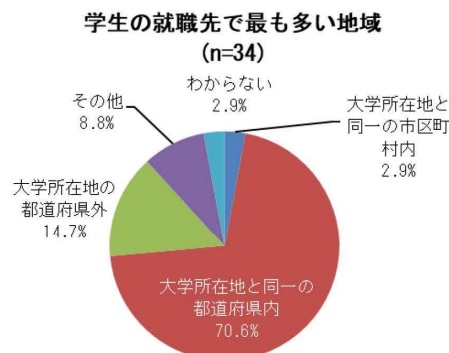
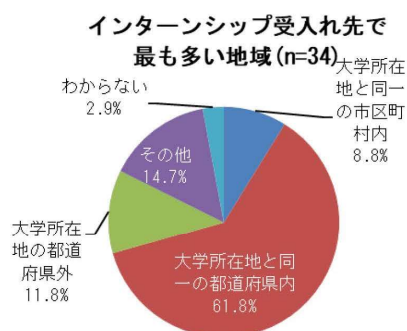
## 大学（観光学部・観光学科）へのアンケート調査

株式会社 JTB総合研究所

## ◆インターンシップ受入れ先及び就職先の地域

学生のインターンシップ受入れ先地域は、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。



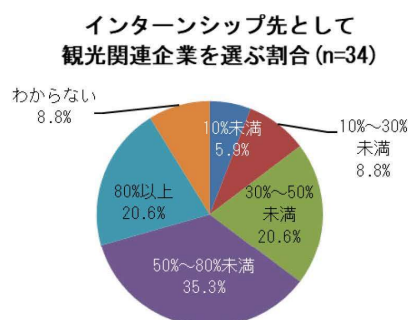
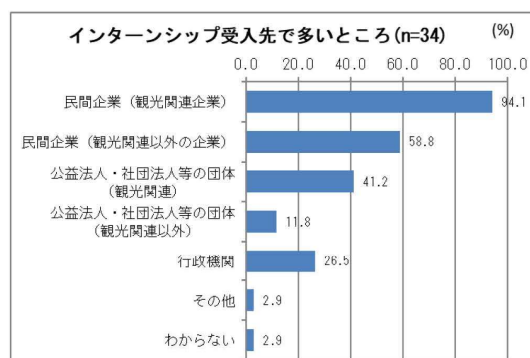
4

## ◆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。



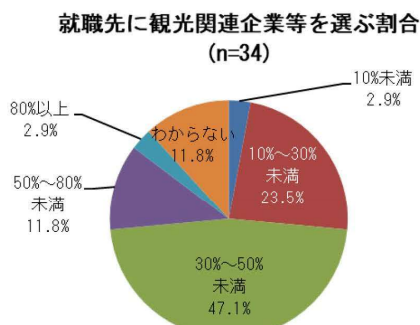
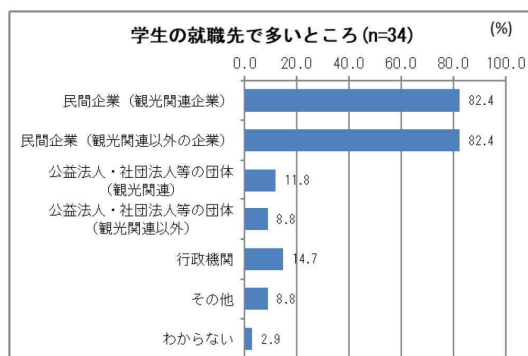
5

## ◆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。

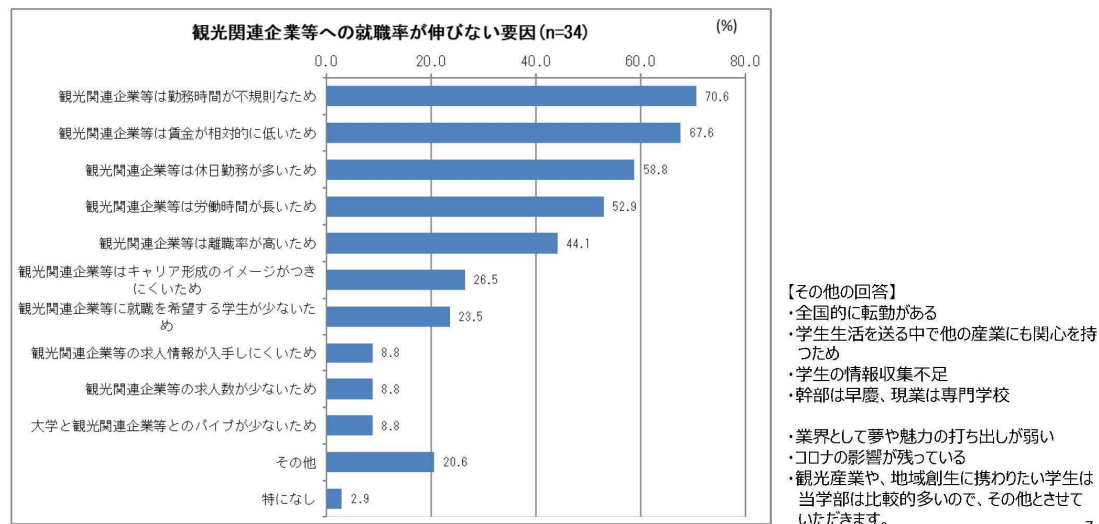
50%以上の回答は14.7%にとどまっていることから、観光関連企業への就職は非常に少なく、インターンシップ先では観光関連企業の割合が多い反面、実際の就職では観光関連以外の企業の割合が多くなるということがわかる。



6

## ◆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」「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。



7

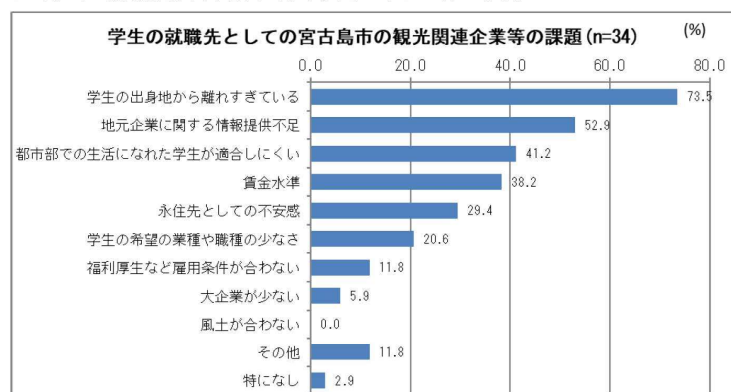
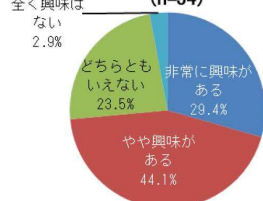
## 大学（観光学部・観光学科）へのアンケート調査

## ◆宮古島市の可能性

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、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。

インターンシップ先や研究フィールドとしての宮古島市への興味 (n=34)



| 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              |  |

8

◆宮古島市への意見・要望

1. インターンシップ・アルバイトへの関心

- ✓ 長期休みを利用したインターンシップやアルバイトに興味があるが、アシとマクラ（宿泊先）の問題が課題。

2. 観光振興と実務実習

- ✓ 宮古島での実務実習に対する関心が高いが、経費捻出が難しい。

4. 情報提供の要望

- ✓ 宮古島や沖縄のインターンシップ情報をもっと提供してほしいとの声が多い。
- ✓ オンライン研修や交流の機会があると良い。

5. 学生の興味と就職

- ✓ 沖縄でのインターンシップに参加する学生が少数いるが、プログラムに満足している。
- ✓ 宮古島の魅力を伝えれば、学生の興味を引く可能性がある。

6. エコツーリズムと地域魅力

- ✓ エコツーリズム関連のビジネスを活性化し、宮古島で働きたくなる魅力を提示してほしい。
- ✓ 卒業生が宮古島に行くことが多いが、定住につながるかが課題。

7. 連携の必要性

- ✓ 大学と観光企業が共に利益を得られる仕組みを模索している。

大学（観光学部・観光学科）へのヒアリング調査

## 調査概要

調査実施時期：2024年10月29日～30日

調査対象：首都圏の観光系学部・学科を有する大学 3 大学

調査方法：3 大学の学部（科）長を訪問し、インターンシップや就職、ゼミ等の実情や意向についてヒアリングを行った。

主な質問項目：

1. インターンシップ受入れの実情について
2. ゼミの研究フィールドの実情について
3. 宮古島について
4. 宮古島モデルについて

11

## ◆インターンシップ受入れの実情について

- インターンシップはキャリア支援課が集約し、教員が関与。自治体との協定を通じて、近隣の市役所などで実施。
- インターンシップは主に夏休みや春休みに実施され、年間20-30人が参加。
- インターンシップの期間は1カ月程度で、短期のニーズも多い。
- 学生が個別にインターン先を探すケースが増加しており、人気のある企業に集中する傾向がある。
- 観光関連の学科が多く、実習先はホテルや空港のグランドスタッフが中心。
- 過去には宮古島のリゾートホテルでのインターンシップがあったが、現在は関係が切れている。
- インターンシップ先への就職は少ない。
- インターンシップを通じて新たな興味を持ち、進路変更の希望も多い。
- 教員がインターンシップ先に足を運び、学生との関係を強化。

12

## ◆ゼミの研究フィールドの実情について

- 単位が出ないインターンシップは基本的に3年生向けで、現場での学びが求められる。
- 公募型インターンシップはどの学年でも参加可能。
- 北海道内のリゾートホテルグループでの観光人材養成講座は年2回行われ、交通費のみ学生負担。実習先の費用は事前に明示される。
- 地方の宿泊施設での実習はほとんどない。
- 観光客減少やオーバーツーリズムの問題を調査する活動もあり、地域の話聞くことが理想。
- 学生は岩手県や北海道などでインターンシップを行い、地域の企業と連携してプログラムを実施。
- 学生が成長できる環境を望み、企業から厳しいフィードバックを求めるようにしている。
- 移動や滞在先の情報提供を早めに行ってほしい。
- 地域内での連絡や橋渡しのスムーズさが必要。

13

## ◆宮古島市について

- 学生は観光やオーバーツーリズムに興味を持っている。顧客満足度調査への協力を希望。
- エコツーリズムに関する研究を行い、地域文化を探究している。ダイビングショップでのインターン経験もある。
- 学生が参加する際の費用がネックとなることが多いが、宮古島は学ぶには理想的な場所。
- 社会課題解決型のインターンシップが増加中で、宮古島をフィールドとして学びたい。
- ライフスタイル移住のトレンドがあり、宮古島はその最前線である。持続可能性についての考察が求められている。
- 現地体験を重視し、情報を効果的に伝える必要がある。
- 単なるアルバイトとして扱われることを懸念。
- 宿泊や食事のサポートがあれば参加しやすい。
- Wi-Fiの有無が重要で、利便性が求められている。学生は24時間営業のコンビニに慣れている。
- 宮古島を事例として授業で取り上げることで、興味を持つ学生が増えている。

14

◆ 宮古島モデルについて

- ✓ インターンシップはキャンパス内の委員会が担当。宮古島をインターンシップ先に加えるための事前調整が必要。
- ✓ 学生が応募しやすいよう、具体的な課題や内容を示すことが重要。
- ✓ 地域課題解決型インターンシップには参加希望の学生が多い。
- ✓ 地域が抱える問題（観光人材の不足や家賃高騰）を提示してもらえると、次のステップが考えやすい。
- ✓ 都内にも多くのホテルがあるため、リゾートホテルを前面に出すことが効果的。
- ✓ 空港業務に関心がある学生もいる。
- ✓ 時給を支払うことも検討されるべき。
- ✓ プログラム内容を3月上旬に提供してほしい。休業中（8月など）のインターンシップは授業とは異なるため、4月に内容を送っても問題ない。
- ✓ インターンシップだけでなく、リゾートバイトのアプリを利用する学生も多い。移住につながる可能性もある。

## 宮古島観光協会 働き方改革推進支援助成金事業報告

2025年2月

宮古島市観光推進協議会 事務局

©2025 JTB Tourism Research & Consulting Co. All Rights Reserved. 禁無断転載・複製

### 働き方改革推進支援助成金事業概要

株式会社 JTB総合研究所

#### ○業務1：市場調査の事業

- ①人手不足状況および、若手人材活用に関するニーズ調査

#### ○業務2：人材確保に向けた取組みの事業

- ①滞在施設として活用可能な施設調査
- ②協業可能な業種、団体に関する調査
- ③施設利用の方向性及び若手人材受入れ体制づくりの検討

#### ○業務3：事業報告会の実施による結果の共有

©2025 JTB Tourism Research & Consulting Co. All Rights Reserved. 禁無断転載・複製

## 人手不足状況および、若手人材活用に関するニーズ調査

©2025 JTB Tourism Research &amp; Consulting Co. All Rights Reserved. 禁無断転載・複製

3

### 人手不足状況および、若手人材活用に関するニーズ調査

株式会社 JTB総合研究所

#### 調査概要

##### ◆調査実施期間

2025年1月15日（水）～1月26日（日）

##### ◆調査方法

郵送法

- ①返信用封筒による郵送回収、②FAXによる回収  
③webサイトでの回収

##### ◆送付数及び回収数

アンケート配布数 241（宮古島観光協会会員）

アンケート回収数 78サンプル（回収率32.4%）

| 業種     | 回答数 | 回答率   |
|--------|-----|-------|
| 製造業    | 6   | 7.7   |
| 卸売・小売業 | 7   | 9.0   |
| 運輸業    | 4   | 5.1   |
| 宿泊業    | 17  | 21.8  |
| 飲食業    | 12  | 15.4  |
| サービス業  | 24  | 30.8  |
| その他    | 11  | 14.1  |
| 無回答    | 3   | 3.8   |
| 全体     | 78  | 100.0 |

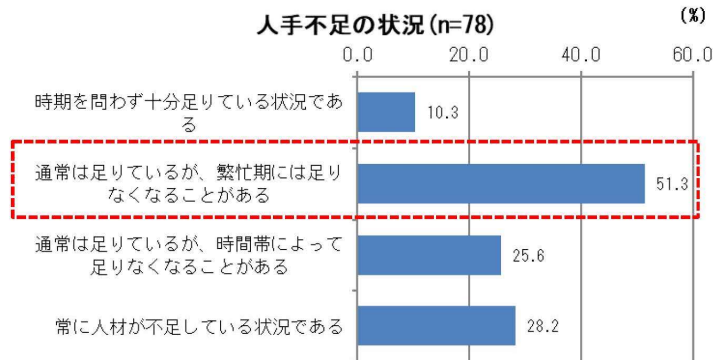
©2025 JTB Tourism Research &amp; Consulting Co. All Rights Reserved. 禁無断転載・複製

4

◆人手不足の状況

通常は人手が足りているが、繁忙期に人手不足になる企業が多い。

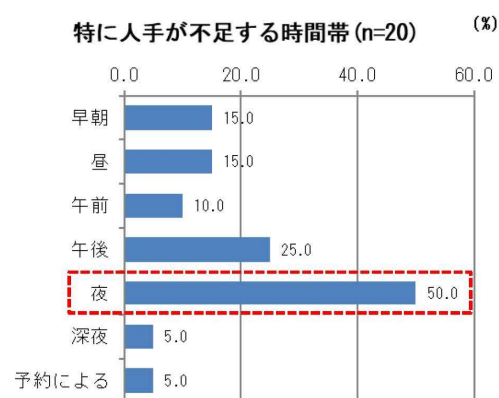
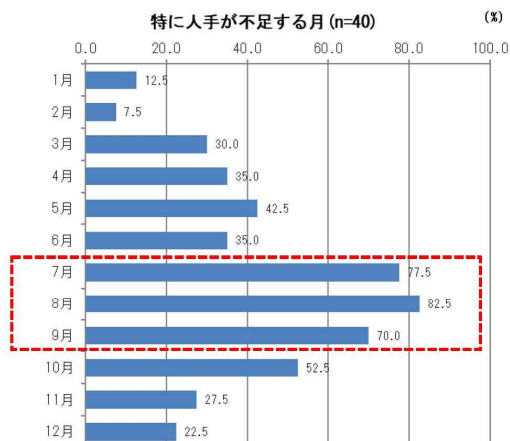
「通常は人手が足りているが、繁忙期に人手不足になる」(51.3%)が最も多く、「常に人材が不足している」も28.2%ある。



◆人手不足となる月・時間帯

特に人手が不足するのは7月～9月、時間帯では夜間が多い。

人手が不足する時期は7月～9月が最も多く回答割合は60%を越えている。  
人手が不足する時間帯は夜間(17時以降深夜までの時間帯)が多い。



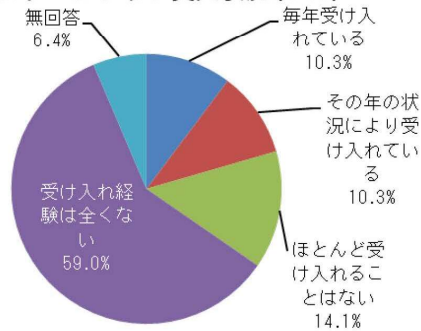
人手不足の状況に関するアンケート(2024年度実施)

◆インターンシップ受入の状況

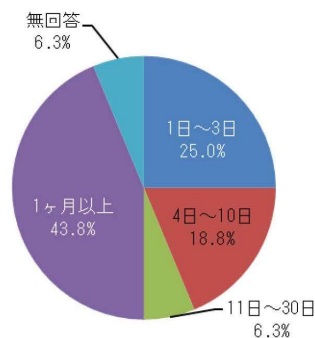
インターンシップ受入を行う企業の割合はそれほど多くはない（78社中16社）。

インターンシップ受入を行っている企業は20.6%のみ。受入経験が全くない企業は59.0%ある。  
インターンシップ受入期間は「1か月以上」が最も多いが、1～3日の短期間の回答も25%ある。

インターンシップ受入状況 (n=78)



インターンシップ実施期間 (n=16)

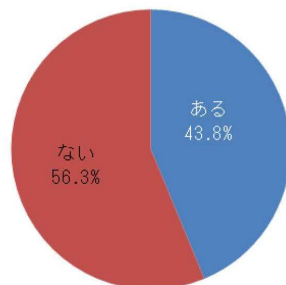


◆インターンシップ受入による人手不足解消

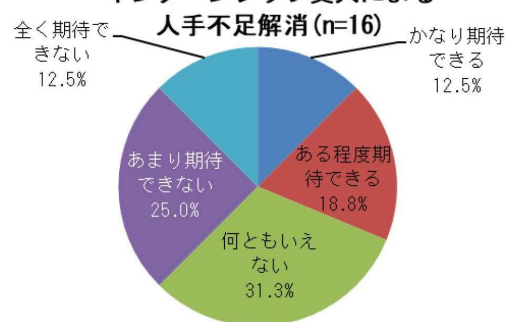
インターンシップ受入が人手不足の解消につながる期待はやや低い。

インターンシップ受入に関連して、連携している大学や専門学校があるのは43.8%（7社）。  
インターンシップ受入が人手不足解消につながる見通しでは、「期待できない」（37.5%）が「期待できる」（31.3%）を上回る。

連携している大学や専門学校 (n=16)



インターンシップ受入による

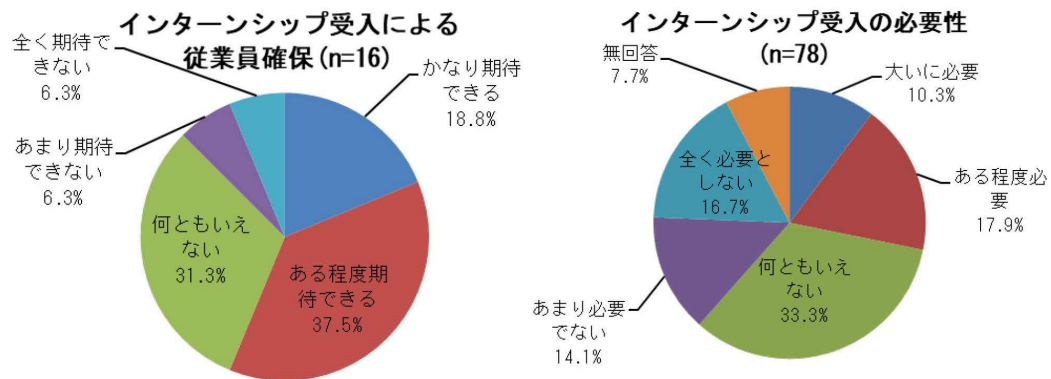


◆インターンシップ受入と従業員確保

インターンシップ受入が従業員確保に繋がる期待は高い。

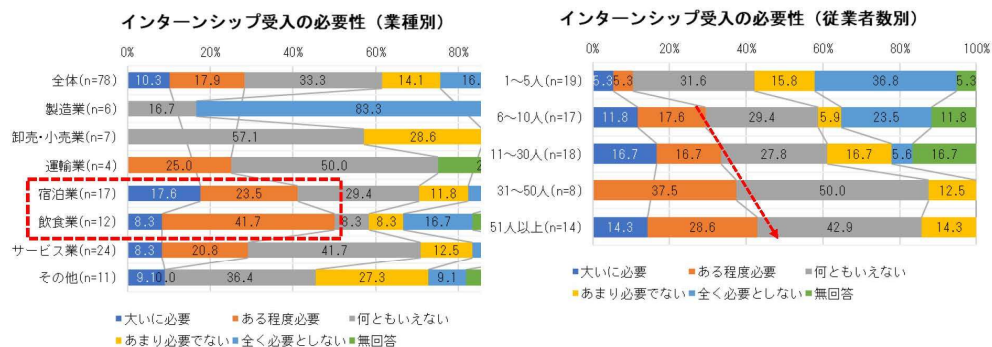
インターンシップ受入が従業員確保につながる見通しでは、「期待できる」(56.3%)が「期待できない」(12.6%)を上回る。

インターンシップ受入の必要性については、「必要でない」(30.8%)が「必要」(28.1%)を若干上回る。



インターンシップ受入の必要性は、飲食業、宿泊業が高く、製造業などでは少ない。

従業者別にみると、従業員が多いほど「必要」と答えた企業の割合が大きくなる。

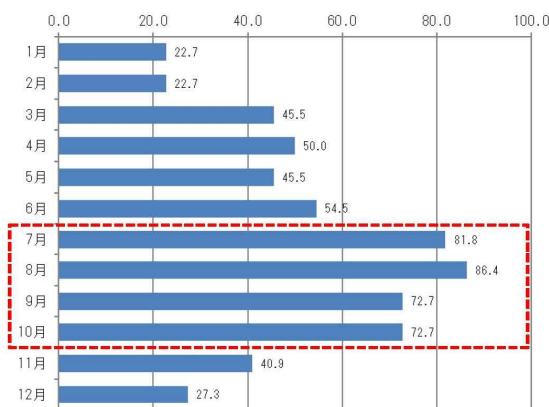


# ◆インターンシップ受入希望時期

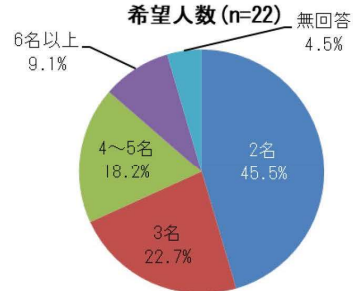
インターンシップ受入の希望時期は、繁忙期に当たる7月から10月の期間。

インターンシップ受入の希望時期は、7月～10月が多い。  
インターンシップ受入の希望人数は「2名」が最も多く、次いで「3名」「4～5名」の順に多い。

インターンシップを受入れる場合の希望時期 (n=22) (%)



インターンシップを受入れる場合の希望人数 (n=22)



©2025 JTB Tourism Research & Consulting Co. All Rights Reserved. 禁無断転載・複製

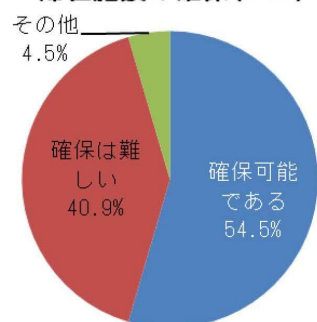
11

# ◆インターンシップ受入の滞在施設

インターンシップ受入希望の企業のうち、約半数は滞在施設を確保できる。

インターンシップ受入に際しての滞在施設の確保については54.5%が「可能」と回答している。  
滞在施設は「自社の寮」などである。

インターンシップを受入れる場合の滞在施設の確保 (n=22)



| その他の回答        | 回答数 |
|---------------|-----|
| 自社の寮          | 3   |
| 寮完備(賃料の半額負担)  | 1   |
| 寮を借用中         | 1   |
| 寮もしくは客室       | 1   |
| 併設宿有          | 1   |
| 1部屋           | 1   |
| 2LDKマンション共同使用 | 1   |
| アパート          | 1   |

©2025 JTB Tourism Research & Consulting Co. All Rights Reserved. 禁無断転載・複製

12

## インターンシップ受入企業及び滞在施設 ヒアリング調査

©2025 JT B Tourism Research & Consulting Co. All Rights Reserved. 禁無断転載・複製

13

### インターンシップ受入企業及び滞在施設ヒアリング調査

株式会社 JT B総合研究所

#### 調査概要

○調査実施主体：宮古島観光協会

○実施時期：2025年1月14日（火）～16日（木）・22日（水）～24日（金）

○調査対象

①インターンシップ受入の可能性があると考えられる企業 15社

②安価な滞在施設提供の可能性があると考えられる事業者 7社

③滞在施設の共同利用の可能性があると考えられる組織・団体 6企業・団体

○調査内容

- ・人手不足の状況（①のみ）
- ・インターンシップ受入の現状と今後の可能性（①のみ）
- ・滞在施設確保の可能性（①②）
- ・長期滞在施設の共同利用の可能性（③）

14

◆ インターンシップ受入について

宿泊施設、航空会社等の観光関連事業者に対し、インターンシップ受入の希望や可能性、インターンシップ受入の際の宿泊施設提供の可能性についてヒアリングを行った。

訪問した15社のうち、8社がインターンシップ受入について希望しており、うち5社は自社の寮などを学生の滞在施設として利用可能で、残りの3社のみ滞在施設の手当てが必要という結果になった。

これ以外に、インターンシップ受入は本社で一括対応のため難しいが、宮古島支店独自の大学と連携した滞在プログラムを用意しており、ZEN大学の学生が来訪する際にも、環境問題やバックオフィスツアーなどのプログラム提供には協力したいという企業もあり、企業での就労と地域学習を組み合わせたプログラムの幅を拡大する可能性が見えてきた。

○インターンシップ受入希望かつ宿泊施設提供可能な企業 = 5社

- ・ホテル4社
- ・レンタカー会社1社

○インターンシップ受入希望だが宿泊施設の確保が困難な企業 = 3社

- ・ホテル1社
- ・航空会社1社
- ・レンタカー会社1社

○インターンシップ不可能だが宿泊施設提供が可能な企業 = 1社

- ・ホテル1社

○インターンシップ受入は不可能だが、滞在中のプログラム提供可能な企業 = 4社

- ・空港及び空港関連企業4社

15

◆ 宿泊施設提供について

ゲストハウス、民宿、ウィークリーマンション等の宿泊関連事業者に対し、インターンシップ受入の際の宿泊施設提供の可能性についてヒアリングを行った。

訪問した7社のうち、4社（民泊・ゲストハウス）は施設提供の可能性があり、9月以降の観光客が比較的少ない時期には、インターンシップ受入のための滞在施設として利用可能であることがわかった。特に民泊施設40軒中10軒が市街地にあることから、学生の滞在施設として十分活用可能である。また、農家民宿も多くあることから、大学生の地域学習や地域住民との交流の面で、民泊の特性を活かした展開も可能である。民泊については秋から冬にかけて修学旅行の利用が多くなることから、大学生が修学旅行生の民泊を支援する位置づけで滞在することも可能である。

しかしながら、学生の夏休み（8月）時期にインターンシップ受入れを行う場合には、滞在施設確保がかなり困難になることも予測しておかなくてはならない。そのため、公共施設等の利用による滞在施設確保の検討も合わせて必要となってくるものと考えられる。

ゲストハウスについては、価格帯にかなり幅があり、使える施設はそれほど多くはない。また、ウィークリーマンションは価格の問題よりも、工事関係者などの通年利用が多いため、インターンシップ受入に際して利用できそうな施設はない。

○滞在施設提供可能な企業 = 4社

16

◆滞在施設の共同利用の可能性について

製糖会社およびさとうきび関連の事業者団体等に対し、将来滞在施設を新設する際に必要となる観光シーズン以外の時期での滞在施設利用の可能性について、ヒアリングを行った。また、これと併行して生産者団体や商業団体に対しても、施設利用の可能性のある団体等に関する情報収集を行った。

このうち、ハーベスター運営協議会では毎年50人～60人規模の宿泊場所を必要としており、知人の家を改装したりアパートを借りたりする方法で手当てしているが、一人あたり7万円ほどの事業者負担となっており、相当の負担となっている。また、製糖会社では外国人労働者の臨時雇用をしており、宿泊施設の確保に課題を抱えている。

さとうきびの収穫は12月から3月までがピークであり、その後4月～6月は葉タバコの生産が繁忙期になることから、このような団体と連係して施設利用することにより、通年での活用が可能となってくる。今後、遊休施設などの活用を検討する際には、これらの企業・団体との連携が不可欠と考えられる。

○共同利用が可能な組織・団体 = 2団体

17

## 次年度の方向性について

## 次年度の方向性

- 大学との連携強化
- 市内受入れ希望企業でのインターンシップの実施
- 大学側の希望する地域課題学習への協力・支援
- インターンシップ受入に必要となる滞在施設の確保に向けた調査の実施

#### (4) 第2回観光推進協議会資料

資料1

### 前回までのおさらい

令和7年2月

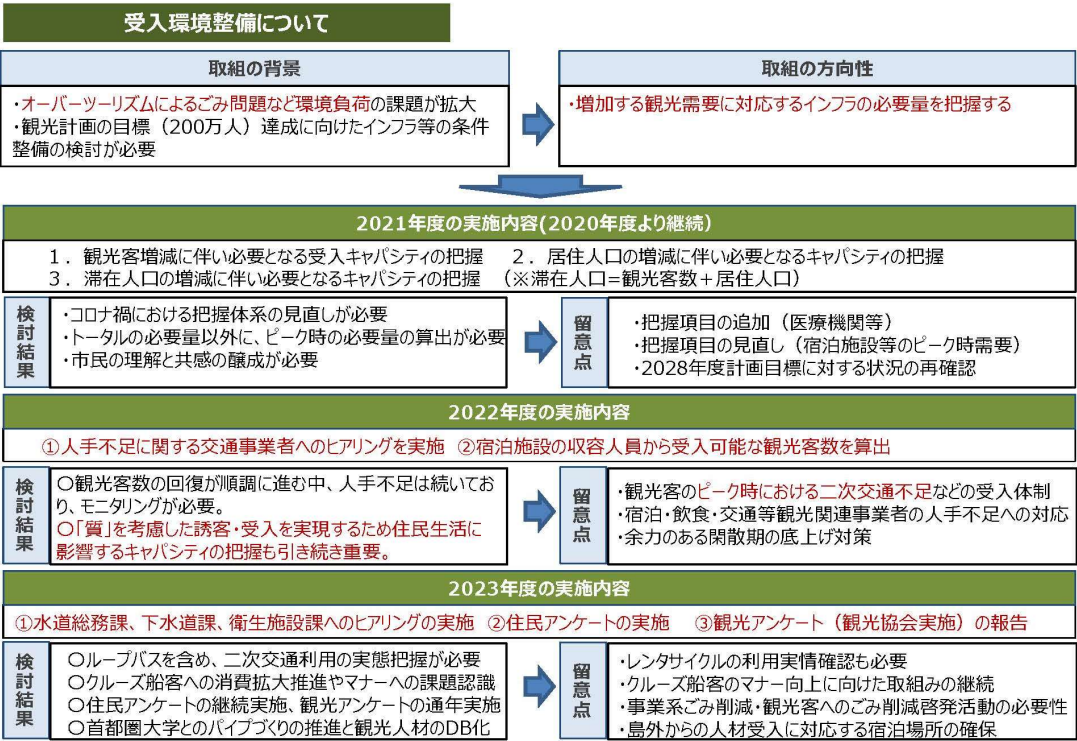
宮古島市観光推進協議会 事務局

#### 第1回宮古島市観光推進協議会

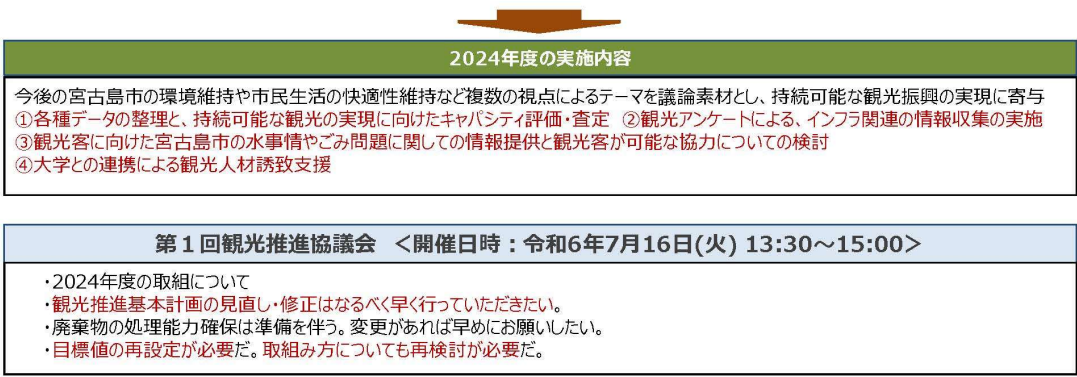


| 協議事項                                                                                        |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|
| ・第2次観光振興基本計画の進捗について<br>・牧山公園の活用について<br>・受入環境の検討について                                         |
| ↓                                                                                           |
| 第2次観光振興基本計画の進捗について                                                                          |
| 1. 令和5年度（2023年度）実績<br>2. 令和5年度（2023年度）総括<br>3. 各施策の課題・対策の抽出について                             |
| 牧山公園の活用について                                                                                 |
| 1. 昨年度の経過と、今年度の実施事項<br>2. 伊良部牧山公園活用基本構想 構成案<br>3. 牧山展望台改装のイメージ<br>4. 伊良部牧山公園活用基本構想 策定スケジュール |
| 受入環境の検討について                                                                                 |
| 1. 受入キャパシティのモニタリング<br>2. 観光アンケートの通年化<br>3. 大学との連携による観光人材誘致支援                                |

前回までのおさらい



前回までのおさらい



## 受入環境整備検討作業部会

2025年2月

宮古島市観光推進協議会 事務局

©2025 JTB Tourism Research & Consulting Co. All Rights Reserved. 禁無断転載・複製

株式会社 JTB総合研究所

### I . 観光振興基本計画見直しに向けた議論素材

©2025JTB 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886億円)

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                                                                                                                                                                                                                                      | 直近の遂行状況                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>年間入域観光客数 2,000,000人<br/>うち 空路観光客数 1,050,000人<br/>うち 海路観光客数 950,000人</li> <li>観光消費額 949億円<br/>空路観光客消費単価 75,000円<br/>海路観光客消費単価 17,000円</li> <li>観光客の満足度 75%</li> <li>宿泊業・飲食サービス業の従業者数 3,000人</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>年間入域観光客数 938,178人 (2023年度)<br/>うち 空路観光客数 848,559人<br/>うち 海路観光客数 89,619人</li> <li>観光消費額 886億円 (2023年度)<br/>空路観光客消費単価 102,923円<br/>海路観光客消費単価 14,535円</li> <li>観光客の満足度 71.0%<br/>(2023年・沖縄県観光統計実態調査)</li> <li>宿泊業・飲食サービス業の従業者数 2,398人 (2020年国勢調査)</li> </ul> |

第2次宮古島市観光振興基本計画は、2018年度に検討され、2019年3月に策定された。

計画策定前の状況は、2015年1月に伊良部大橋が開通して以降3年間で入域観光客数が倍増した時期であった。この間の空路観光客数は毎年10%前後の増加率であり2015年から2018年までの3年間の増加率では+37%の伸びであるのに対し、それまではほぼゼロであった海路観光客数は2015年から2018年までの間に41倍もの伸びを示しており、2020年度に14万トン級のクルーズ船専用バースの整備が予定されていることもあって、2019年度以降もさらに増加が期待されるという時期であった。

