

2006年に観光立国推進基本法が成立し、2008年には観光庁が設置されました。以降、様々な施策が展開され、観光は日本経済の中でも成長分野として存在感を増してきた一方、コロナ禍からインバウンド需要が急速に回復するなか、地域社会には新たな課題も浮上しています。本レポートでは、しまなみ海道で結ばれた瀬戸内海の島である生口島を対象に、観光客と事業者の2面から調査を行い、見えてきた課題について報告します。

生口島の観光のリアル

—「通過点」から「目的地」にするために—

広島県本部／自治労広島県職員連合労働組合・東部自治研 荒川 陽那

1. はじめに

広島県職員連合労働組合（以下「県職連合」）では、県内を4つの区域に分け、地域の特性に応じた研究テーマを設定し、地域自治研究活動を推進しています。私が所属する東部自治研では、しまなみ海道（写真1）をはじめとする島しょ部のポテンシャルに着目し、「観光」を軸とした研究活動を展開しています。

今回は「観光を通じたまちづくり」をテーマに掲げ、しまなみ海道の主要な観光ルートである生口島（いくちじま）を対象に、現地調査を実施しました。

生口島は、豊かな柑橘畑と点在するアート作品により、国内外のサイクリストや観光客から高い支持を得ています。しかし、コロナ禍を経て観光のあり方は大きな変容を余儀なくされました。また、インバウンド需要が急速に回復する一方で、地域社会には新たな課題も浮上しています。

本レポートでは、生口島における観光の「リアルな姿」を明らかにすることを目的とし、観光客へのアンケート調査および宿泊事業者へのインタビュー調査の結果を報告します。



写真1 しまなみ海道の景色

2. 観光客は誰で、何を求めているのか？

～アンケート調査が語る旅行者の本音～

(1) 活動内容

日時：2024年11月9日（土）10:00～12:00

場所：①しおまち商店街

②サンセットビーチ

人数：東部自治研メンバー4名、本部役員1名、支部役員1名（計6名）

調査エリアを2つに分け、来訪した目的や改善点などについてアンケート調査を実施しました。しおまち商店街では16グループ、サンセットビーチでは10グループから回答を得ました。

(2) サイクリストと海外からの訪問者が牽引する賑わい

アンケート結果から、生口島を訪れる観光客には2つの大きな特徴があることが明らかになりました。すなわち、「海外からの注目度の高さ（写真2）」と「サイクリストの多さ（表1）」です。

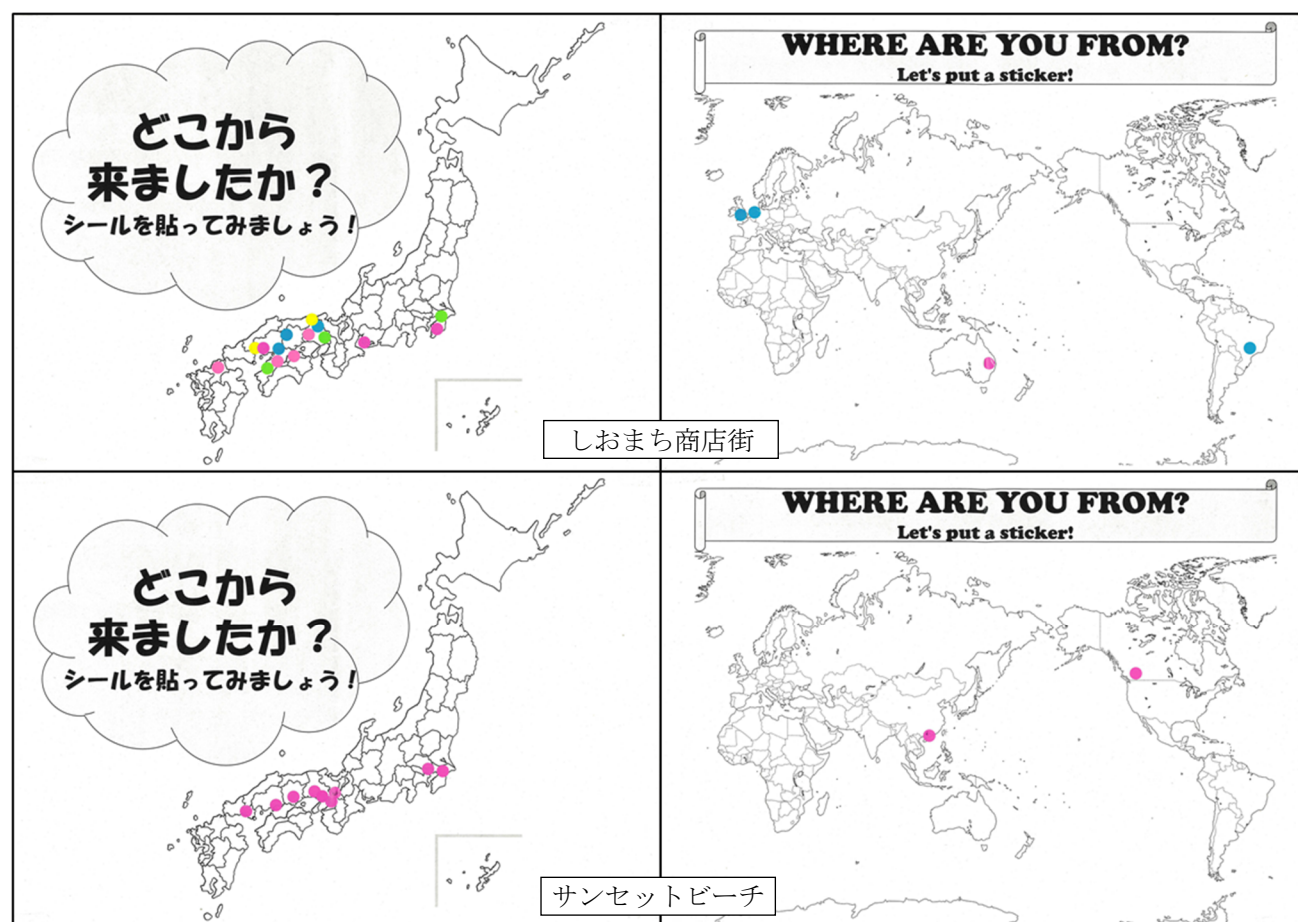


写真2 旅行者の居住地（上段：しまおち商店街 下段：サンセットビーチ）

表1 生口島を訪問した目的（選択式、複数回答可）

聞いた場所	観光	景色	食	サイクリング	歴史	美術館	その他
しまおち商店街	14	5	2	6	2	1	3
サンセットビーチ	10	3	1	8	0	0	0

① 高まる海外からの注目度

調査では、ブラジル、イギリス、ドイツ、オーストラリア、カナダ、香港など、多様な国・地域からの訪問者が確認されました。このことから、生口島は国内のみの観光地にとどまらず、「しまなみ海道」のグローバルなブランド化に伴い、国際的な旅行行程にも組み込まれつつあることがうかがえます。

② 依然として最大の目的はサイクリング

生口島は、しまなみ海道のハイライト区間に位置していることもあり、サイクリングが依然として主要な観光目的となっています。特に、島の代表的な景勝地であるサンセットビーチで回答を得た10組のうち8組が「サイクリング」を目的として挙げており、その人気の根強さがうかがえます。

（３） 旅行者の声：「もっとこうだったら…」改善点から見える課題

一方で、観光客はいくつかの不便さも感じています。「改善したらよいと思うこと」という質問への回答から、特に重要な３つの課題が見えてきました。

① 飲食店の不足

「カフェ・ランチが少ない」「飲食店が少ない」といった声が４件寄せられました。特に日中の食事場所を探すことに苦労している様子がうかがえ、観光客の満足度低下だけでなく、地域にとっての機会損失につながっている可能性があります。

② 自転車道の整備

「路面がもう少し良ければ」「サイクリングレーンを整備してほしい」といった声も４件ありました。「サイクリストの聖地」としての評価を維持・向上させていくためには、安全で快適な走行環境を継続的に整備することが課題であると考えられます。

③ 案内の分かりやすさ

「看板がわかりやすくなれば」「船の乗り場がわかりづらい」といった声は３件ありました。初めて訪れる観光客、特に公共交通を利用する海外からの訪問者が迷うことなくスムーズに移動できるよう、より分かりやすい案内表示の整備も課題として浮かび上がっています。

（４） 情報収集はインターネットが主流に

観光客が旅行情報をどこで得ているかという点にも、興味深い変化が見られます。東部自治研が2017～2018年に実施した同様の調査と比較すると、情報収集手段が大きく変化していることが分かりました（表２）。

表２ 生口島を知った情報源（選択式）

情報源	2017～2018年	2024年	変化のポイント
インターネット	18%	39%	2倍以上に増加し、主要な情報源に。
口コミ・その他	65%	36%	大幅に減少し、情報収集の方法が変化。
テレビ	4%	21%	テレビからの情報取得も増加傾向。
紙媒体	13%	4%	雑誌やガイドブック等の影響力は低下。

このデータは、観光マーケティングにおける根本的なパワーシフトを示しています。観光地は、口コミや従来型メディアによる受動的な評判形成に依存できません。むしろ、デジタル上の存在感を能動的に高め、特に増加する海外からの訪問者に向けて、オンラインで魅力的かつアクセスしやすい情報を発信することが不可欠となっています。

以上のとおり、観光客の視点からは多くの期待といくつかの課題が見えてきました。では、受け入れる事業者側は現状をどのように捉え、どのような課題に直面しているのでしょうか。

次に、宿泊施設「yubune」および「レモンファームしまなみグランピング」へのインタビュー結果を報告します。

3. 迎え入れる側の本音 ～宿泊事業者が語る島の現実～

(1) 活動内容

日時：2025年4月19日（土）11:20～15:30

場所：①yubune（写真3～5）

：②レモンファームしまなみグランピング（写真6～8）

人数：自治研メンバー3名、本部役員1名（計4名）

①yubuneは2021年3月、ラグジュアリーリゾートの最高峰「アマン」の創業者エイドリアン・ゼッカさんがしまなみ海道の高いポテンシャルを確信し、生口島にオープンした施設です。今回は、フロントオフィスマネージャーの水上さんにインタビューをしました。



写真3
Yubuneの入口



写真4
館内



写真5
インタビューの様子

②レモンファームしまなみグランピングは2022年8月、シトラスパーク瀬戸田の再生事業としてオープンした宿泊施設です。今回は、グループマネージャーの池田さんにインタビューしました。



写真6
レモンファームの入口



写真7
客室からの景観



写真8
インタビューの様子

(2) インバウンドの活況とSNS活用の現実

宿泊事業者もまた、観光客の動向の変化を肌で感じていました。

① インバウンド需要の高まりを実感

インタビューした2施設では、海外からの宿泊客が増加していることが確認されました。

- ・yubune：利用客の約半数が海外客。特にアメリカ、オーストラリア、ヨーロッパが多い。
- ・レモンファームしまなみグランピング：利用客の約2割が海外客。アメリカ、イギリス、香港からの訪問者が目立つ。

② SNSは必須の情報発信ツール

両施設ともに、Instagramを情報発信の主軸に据えています。また、レモンファームではFacebookやTikTokも活用しており、「情報を定期的に発信することが重要」と認識されています。宿泊事業者が、観光客の情報収集手段の変化（インターネット上の口コミやSNSが主要な情報源となったこと）を把握し、それに対応していることが分かります。

(3) 観光客からは見えない、島の深刻な課題

一方で、事業者へのインタビューからは、観光客アンケートだけでは見えにくい構造的な課題も浮かび上がりました。

① 最重要課題としての「飲食店の不足」

この問題は、事業者にとってより切実です。観光客が日中の不便さを感じる一方で、yubuneの水上氏は「素泊まりのみにしているのは島の飲食店への還元と考えているが、島内では夜8時で閉店するところが多い」と、夜間の選択肢の乏しさを指摘していました。

さらにレモンファームしまなみグランピングの池田氏は「夜に食事をする場所がなく、以前あった大型の飲食店がなくなったため団体客が減少した」と述べています。これは昼食時の不便さにとどまらず、夜の過ごし方の制限にもつながり、訪問者全体に影響を及ぼす悪循環を生み出している可能性があります。島の観光全体に関わる最大級の課題といえます。

② 生活と観光の足かせとなる「交通インフラの問題」

交通の便も大きな課題です。yubuneの水上氏は、公共交通に頼る海外客にとって「フェリーの本数が少ない（三原方面へは多いが、特に尾道方面が少ない）」ことを不便だと指摘しています。

また、レモンファームしまなみグランピングの池田氏は、島民の視点から「どこに行くにも橋代がかかる」という生活コストの問題を挙げています。交通インフラの課題は、観光客の利便性と住民生活の双方に影響を及ぼしています。

③ 島の持続可能性を脅かす「獣害と後継者問題」

さらに、島の基幹産業やコミュニティの存続に関わる根深い問題も明らかになりました。レモン農家でもある池田氏は、「柑橘類の3割が鳥獣被害（主にイノシシ）に遭っている」「子どもがいないため島の将来を心配している」と述べています。

これらは生口島固有の問題にとどまらず、日本の多くの地方部が直面する過疎化・高齢化といった構造的課題とも接続しており、島の持続可能性を揺るがしかねない深刻な現実を示しています。

観光客が求めるものと、島が抱える現実。この二つの間にはどのようなギャップがあるのでしょうか。最後に、調査全体から見えてきた生口島観光の核心を整理します。

4. まとめ

今回の調査は、生口島の観光が持つ大きなポテンシャルと、同時に解決すべき根本的な課題を浮き彫りにしました。

(1) 観光客の期待と地域の現実のギャップ

調査結果を整理すると、観光客の期待と島の現実との間には大きなギャップがあることが明らかになりました。

① 「食」への期待と現実

観光客はサイクリングの合間や宿泊時に、より気軽に島の食を楽しみたいと考えています。しかし島内では、後継者不足や小規模経営等の影響により、特に夜間に営業する飲食店が極端に少なく、期待に十分応えられていません。

② 「交通」への期待と現実

海外からの観光客は公共交通を利用する場合がありますが、フェリーの本数には限りがあります。また、サイクリストは安全で快適な走行を求めますが、道路の維持管理には多大なコストがかかります。移動手段に関する期待とインフラの現実には隔たりがあります。

(2) 「通過させない」観光地へ

観光客アンケートでは「瀬戸田は通過するだけ」との声もありました。多くのサイクリストが島を訪れる一方で、それが必ずしも島内での滞在時間の増加や消費拡大につながっていない可能性があります。

一方で、今回インタビューしたyubuneやレモンファームしまなみグランピングのように、必ずしもサイクリストだけをターゲットにせず、独自の魅力で集客している宿泊施設が好調である事実は、島のポテンシャルの高さを示しています。

生口島の未来にとって重要なのは、点在する質の高い資産を、いかに一体感のある魅力的な「目的地」へと統合していくかです。そのためには、飲食店の営業時間やフェリーの便数といった個別課題の改善にとどまらず、島の独自の魅力を最大限に引き出し、その価値を来訪者に提供するための、強固な地域エコシステムの構築が求められます。生口島の成功は、地域が持続可能な観光に向けた統一されたビジョンを形成できるかにかかっています。