

# 隠岐海上交通総合連携計画

平成20年9月

平成21年3月変更

平成22年3月変更

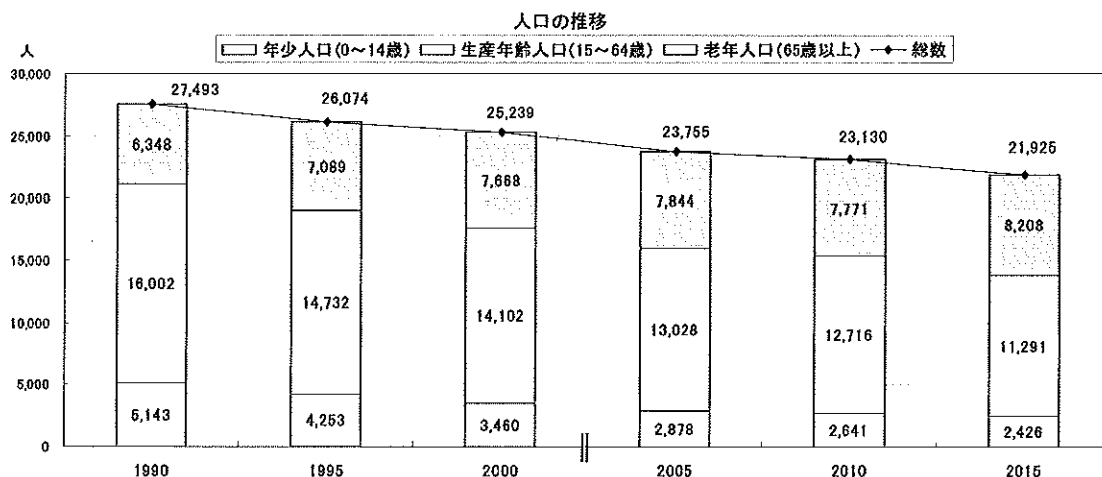
海士町・西ノ島町・知夫村・隠岐の島町

## 目 次

第1章 隠岐地域と海上交通の概況 .....	1
第2章 隠岐海上交通の課題とその検討経緯 .....	3
1. 超高速船のあり方 .....	3
2. 観光客誘致の取り組み（隠岐観光客誘致魅力づくり） .....	8
3. 運航事業者のサービス向上 .....	24
第3章 隠岐海上交通総合連携計画 .....	31

## 第1章 隠岐地域と海上交通の概況

島根県隠岐諸島は、本土から北へ約60～70km離れた日本海上に位置し、3つの島からなる島前（海士町、西ノ島町、知夫村の3町村、人口約7,000人）と島後（隠岐の島町、人口17,000人）から成るが、人口減少と高齢化が急速に進展している。



1990～2000年：『国勢調査』（総務省）

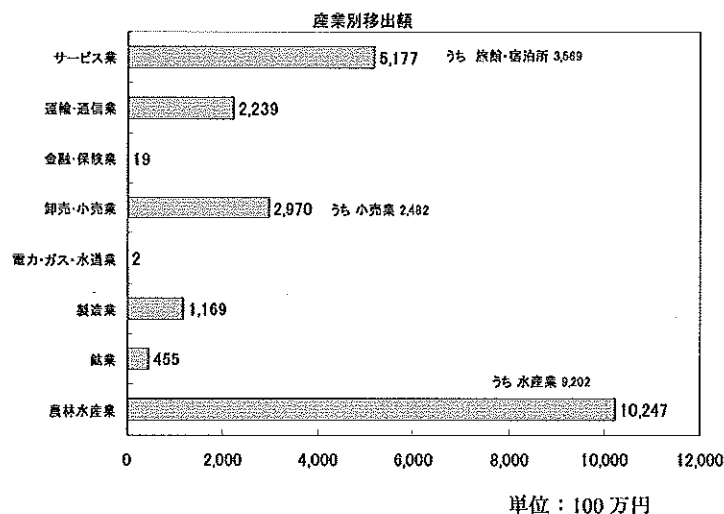
2005年：『島根の人口移動と推計人口』（島根県）

2015年：『日本の市町村別将来推計人口』（国立社会保障・人口問題研究所）

経済構造の中、域外マネーの獲得に注目して分析すると、移出額が大きい産業は、農林水産業で、そのほとんどは水産業である。

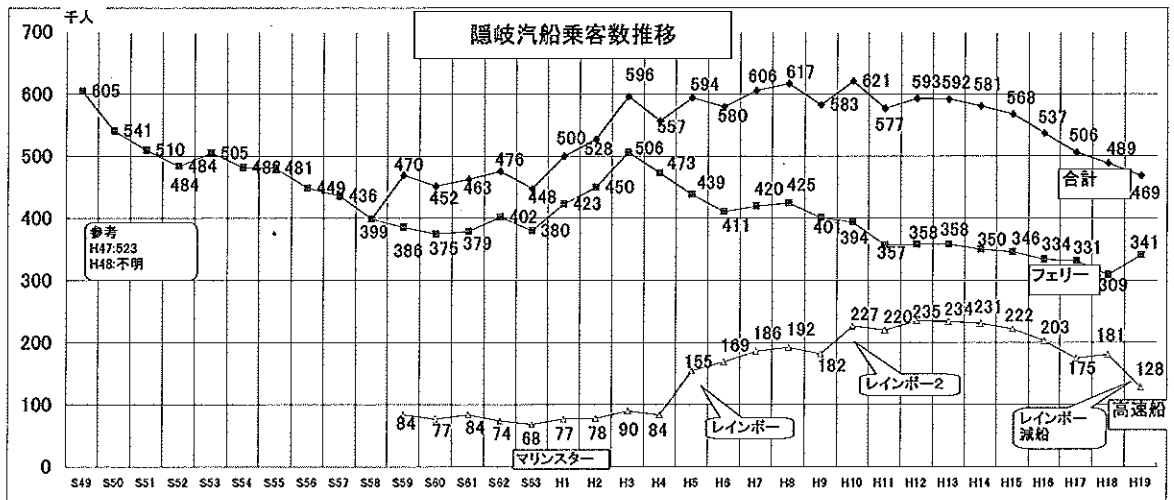
次に大きい産業は、サービス業、卸売・小売業、運輸・通信業の3業種であり、大きく占めるものは観光関連産業（宿泊、運輸、土産関連の小売業）である。

水産業の成長には海洋資源など一定の制約があることから、観光関連産業の振興が重要である。



隠岐本土間を結ぶ航路など、離島航路の維持・確保は、島民の日常生活を支え、また、観光をはじめ隠岐地域の振興を図る上で不可欠なものである。

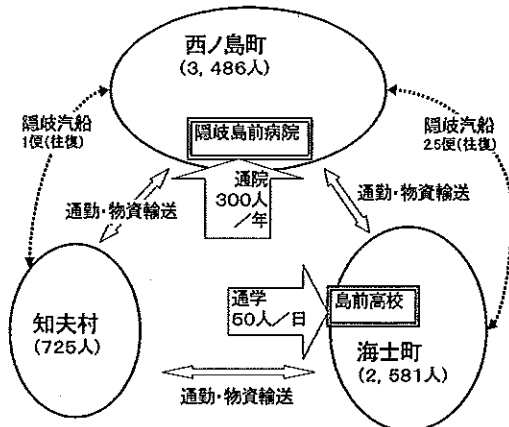
平成5年に就航した超高速船レインボーは、島民生活の利便性向上と観光客誘致に大きな役割を果たしている。



しかしながら、隠岐本土間と島前島後間を結ぶ唯一の航路事業者である隠岐汽船(株)は、需要減や燃料費の高騰などにより、平成17年度には実質債務超過となる危機的状況に陥ったため、平成18年度に、業務の見直し、人件費をはじめとした経費削減、旅客運賃値上げ、減船・減便、増資等による経営再生計画を策定し、現在、経営再建中である。

◆再生計画の概要(期間: H18~H22の5カ年)

(目標)	(具体的計画)
○経常収支の黒字化 (H19年度黒字化)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・人件費の圧縮(人員削減、給与水準の引下げ)</li> <li>・船費の圧縮(レインボー減船、フェリー売却)</li> <li>・行政支援(施設使用料の減免、固定資産税相当の補助)</li> <li>・運賃の改定(値上げ、島民割引の見直し)</li> </ul>
○過大債務の解消 (H20年度の債務超過解消)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・行政支援(フェリーの買取り)</li> <li>・金融支援(金利の低減措置、新規融資実行)</li> <li>・資本増強(増資)</li> </ul>



また、島前内航路の収支も赤字であり、町村と県から運航事業者である島前町村組合へ運航支援を行なうことによって航路の維持が可能となっている。

## 第2章 隠岐海上交通の課題とその検討経緯

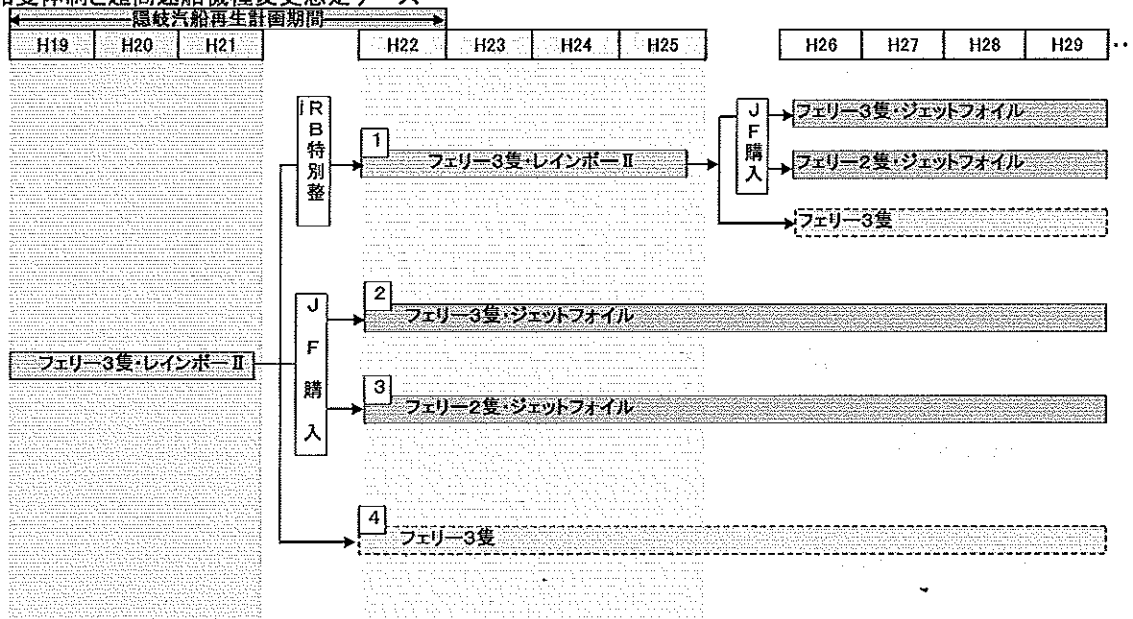
### －超高速船と観光客誘致－

#### 1. 超高速船のあり方

現在就航している超高速船レインボー2が平成21年度に同船製造事業者の性能保証期間、即ち使用期限がくるため、その後の高速海上輸送の船舶をどのように確保するかが重要な検討課題であった。

当初、「隠岐海上交通総合連携計画策定調査」においては、ジェットフォイルを22年度より使用することを念頭に、就航率その他利用者利便の向上の可能性について実証運航を行い、結論を得ることとしていた。

#### ○船隻体制と超高速船機種変更想定ケース



\*レインボーの特別整備を行った場合、平成25年(平成24年)までに今回と同様の検討が必要

項目	レインボー	ジェットフォイル
製造元	三菱重工	ボーイング社 川崎重工
就航状況 (国内)	隠岐航路のみ1隻	佐渡、宍岐・対馬、五島、伊豆諸島、屋久島・種子島 計22隻
性能	運航速度	70km/h
	燃料消費量	1500L/h
	耐波浪性	2.5m
定員数等	乗客定員	314人
	船員数	4人
	メンテナンス要員	0人
	整備ドック日数	約3ヶ月
通年運航	・耐波浪性が低いことと、ドック日数が長いため、冬場は休航。	・耐波浪性が高いため、通年運航が可能。
コスト面	・毎日の整備が不要で、整備員を確保する必要がないため、運航コストが低い。	・整備員が6名程度必要なため、運航コストが高い。

○次期高速船整備における船隻体制別比較検討資料

船隻体制	①フェリー3+レインボー1 (現行の体制・レインボー特別整備)	②フェリー3+ジェットフォイル1 (現在のレインボーをジェットフォイルに置き換え)	③フェリー2+ジェットフォイル1 (ジェットフォイル導入の上、同機が過 年運航及び3往復/日が可能なこと から、フェリー1隻を減)	④フェリー3 (高速船を廃止して、フェリーのみとす る)
運行体制 (現行フェリー3往復10便を 前提)	フェリー3往復(冬季は2往復) 高速船2往復(冬場は休航)	フェリー3往復(冬季は2往復) 高速船2往復(過年運航)	フェリー2往復 高速船3往復(過年運航)	フェリー6往復(冬季は2往復) (1.5往復×2隻 2往復×1隻)
収支試算 結果	損益▲221～+87百万円 再生計画のとおり	損益▲290～+28百万円 (①に対して▲59百万円～▲約69百 万円)	損益▲30～+241百万円 (①に対して+約154百万円～+191百 万円)	損益▲450～▲121百万円 (①に対して▲208百万円～▲238百万 円)
隠岐汽船 (株)の経 営への影 響	再生期間中(H22)の損益は、+87 百万円であるが、再生計画における人 件費削減や行政支援措置を廃止した 場合の損益は、▲221百万円とな る。	冬季運行などにより収入は、29百 万円増加するが、メンテナンス要員人 件費、燃料費の増加により①に対して 損益は悪化。	フェリー減船により、フェリーから高速 船への移行により急行料金収入が9 6百万円増加し、人件費の減少やフェ リー修繕費、減価償却費等費用も減 少し①に対して損益は大幅改善。	高速船減船により、修繕費は減るが、便 数維持のためにはフェリー運航時間の延 長が必要のため人件費や燃料費が増加し 費用は変わらず、収入は急行急行料金収 入が291百万円減少して①に対して損益 は大幅悪化。
利用者の 利便性	観光客 ビジネス 客	現在のまま	過年運航及び就航率アップにより、利 用しやすくなる	日帰り観光も可能になるなど本土から の利便性が大きく高まるが、フェリー 減により、マイカーによる旅行の制約 や必要な時間帯のダイヤ確保などマ イナスの可能性はある
	物資輸 送・車両	現在のまま	現在のまま	フェリー減により生活物資到着が遅い 時間帯になり、車両の日帰りが出来 なくなる可能性がある
	島民利用	現在のまま	過年運航及び就航率アップにより、利 用しやすくなる(特に冬季の島民利 用)	高速船移動の利便性は向上するが、 フェリー減船により必要な時間帯の移 動が制限される可能性がある(荒天 時の手段に課題が残る)
設備投資	レインボー特別整備 約2億円(4年 間)	ジェットフォイル購入費 約18億円 (中古船の1隻例、予備部品含む)	-	-
特記事項	特別整備を行った場合でも、保証期 間の延長は4年であり、H25までに同 様の検討が必要 (特別整備費は、実質掛け捨て)	耐用年数は30年以上 なお、夜間の整備時に、相当の騒音が発生 また、隠岐汽船のジェットフォイル運航・整備体制整備が必要	-	-

収支の数字は5往復10便を前提に、船隻体制別に相対的に比較したもので、具体的ダイヤは今後の検討課題。

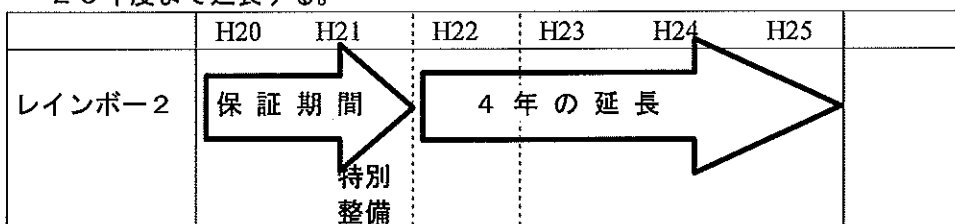
しかしながら、運航会社にとっては、隠岐の地域住民の生命線である離島航路を守るために、地元自治体の支援を受けながら経営改善に取り組むなか、昨今の観光客及び公共事業削減による旅貨客の減少による収益減に、昨年来の急激な燃料費高騰が追い打ちをかけ、経営改善に大きな悪影響を受けている。一方で、地方公共団体にとっては、生活基盤の確保を図るために、下水道及び医療施設の整備等、公営企業も含めた行政に対する需要が膨らむ一方、財政健全化法により財政の情報開示や早期是正が求められることとなった。

こうした隠岐航路及び地元自治体の財政を取り巻く様々な環境変化を踏まえ、さらにこれらに対応していくために、隠岐海上交通総合連携協議会では、引き続き検討と調整を重ねた結果、運航会社には燃料費の更なる増嵩をもたらし、地元自治体には健全化に大きな支障を来す財政負担を伴うこととなる可能性のあるジェットフォイルの導入を断念せざるを得ないという結論を導くに至った。

この結果、平成20年度末及び平成21年度末に超高速船レインボー2の特別整備を行い、同船の使用期限の4年間の延長を図ることとなった。

平成22年度以降の方針

レインボーを特別整備(3億8千万円)することにより、保証期間を平成25年度まで延長する。



(資料)

## 次期高速船整備に係る検討経過について

1. 第1回次期高速船整備方針検討会(H19. 12/25)
2. 第2回次期高速船整備方針検討会(H20. 2/2)  
レインボーの三菱保証期間満了後(H22~)、ジェットフォイル導入も想定した検討  
【汽船】・特別整備し、現船隻体制(F3-R1)で再生計画達成したい。  
・ジェットフォイル導入には、経営上F2(F2-J1)が前提。
3. 第3回次期高速船整備方針検討会(H20. 3/16)  
＜三菱＞特別整備なしでレインボーの1年(H22)延長は可能。次期特別整備を実施  
(H21)しても4年先(H25)まで。17年目(H26)以降は難しい。  
【町村】・特別整備せず1年(H22)延長し、1年(H20)かけた運航体制の検討が望ましい。  
・F2-J1の場合、島前の影響が懸念される。  
【汽船】・特別整備で変わらず。(1月役員会で確認)  
・ジェットフォイル視察後、自社で収支試算が必要
4. (汽船)次期高速船についての意見交換会(汽船役員・首長等意見交換)(H20. 5/20)  
【汽船】・視察後、現時点でF2-J1に踏切るには問題あり、と判断。  
・特別整備しないならF2-J1だが、島民理解を得られるのか？行政で地元調整を願う。  
【町村】・高速船はなくせないが、F2では物流に支障を認めざるを得ない。  
・一方、特別整備の経費負担は難しい。
5. 第4回次期高速船整備方針検討会(H20. 6/11)  
【町村】・(運賃値上後試算一県民局私案から)F3-J1での単年度欠損が少額に止まるなら4町村の負担も止むなしでは。  
・汽船の試算も含め、各議会に説明、結果を各首長が持寄り引続き議論したい。
6. 次期高速船・船隻体制検討会(隠岐振興)(H20. 6/20)  
【町村】・F3-J1(F3のまま、特別整備せずジェットフォイルを導入)では、汽船の了解を得られず。→H21の特別整備で合意。  
・H26以降の高速船のあり方は、特別整備後すぐ検討を始めるべき。  
・特別整備の経費負担については、今後、各町村航路・財政担当課長に県も入ってもらい検討していく必要あり。  
・隠岐振興を今後どうするかも含めて検討必要。次期高速船は、いずれ必要。  
・次期高速船整備に係る財源検討も必要。(H26以降も高速船ありきで議論)

超高速船レインボー2の保証期間は平成25年度までに限定されるため、平成25年度以降の次期高速船のあり方等を検討する必要がある。次期高速船の候補となる船種等について、海洋工学の第一人者である大阪府立大学工学部海洋工学科 池田良穂教授への聞き取り調査を実施した。

#### <高速カーフェリーについて>

世界の運航事業者の保有する船種は、フェリー+超高速船(「ジェットfoil」)の時代から、人も物も運べて移動速度も速い「高速カーフェリー」の時代に確実に移行してきている。

高速カーフェリーとは、アルミ製の船体に強力なエンジン、場合によってはウォータージェットを搭載して、38~40ノット(超高速船並)で航行するものをいう。1990年以降、オーストラリアにおいて研究・開発・製造が急速に進展してきた。その背景として、①衰退していたオーストラリアの造船業従事者のうち、優秀な若手技術者達が造船業復活に情熱を傾注し、アルミ製の高速カーフェリーの研究を進めたこと、②オーストラリアでは、ボーキサイト(アルミの原料)が多く産出されるが、これの付加価値を高めた形で輸出したい国策があり、国が上記の取り組みを積極的に支援したこと、の2点が挙げられる。

#### ■「高速カーフェリー」のメーカー(大手2社)

オースタル社 (1996~・オーストラリア)	インキャット社 (1990~・オーストラリア)
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 日本に支店有り。</li> <li>・ 双胴船、三胴船ともに製造実績有り。</li> <li>・ ポスト「レインボーII」で既に隠岐にも営業をかけてきている。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 日本に支店無し。</li> <li>・ 東日本フェリー(青函航路:約110km)に2隻納入実績有り。90億/1隻 *双胴船「ナッチャンレラ」120m級 乗客定員800人、乗用車350台</li> </ul>

#### <次期高速船の候補船種の検討>

小さな船で荒れる海を走る技術としては、ジェットfoil及びレインボーは究極の形であり、これを超える技術は今のところ無い。乗り心地は船の長さによって決定される。大きければ大きいほど揺れは減少するので、乗り心地がよいのは100m以上であり、最低でも全長84m~90m位が必要である。

この点において、オースタル社・三胴船は69m級でも運航可能であろうが、船酔い度は高いと考えられる(船酔い率10%以下は困難、必ず揺れる)。隠岐航路で導入する場合、84mが現在のフェリーと同サイズであるが、波高5mでも高速航行するためには、91mが必要である。

イニシャルコストと対波高性のバランスでサイズを考えると、84mであれば高速航行可能なのは波高4mまでである。波高5mの場合、速度を落とせば現在のフェリーよりもよい乗り心地で航行が可能である。ただし、姿勢制御装置は必要であ



る。この程度の大きさであれば、現在の経済情勢下では造船費用は70億円程度と想定される。港の設備としては、必ずランプウェイが必要となる。

\* 参考：「ナッチャンレラ」＝購入価格90億円

また、重量工事車両やタンクローリーは運べないので、従来型フェリーも必要であるが、「高速カーフェリー」は、既存フェリーに対し、約2倍の速さで航行可能である。つまり、1隻で2隻分の働きが出来る訳であり、船隻のスリム化（併せて船員の大幅な削減）が可能となるため、トータルコストを比較して適否を判断すべきである。

\* 参考：隠岐のフェリー乗組員数 18人/1隻

隠岐航路の場合、「高速カーフェリー」1隻+「既存フェリー」1隻で旅客・貨物双方の利便性を低下させることなく経済的効率的に運航することが可能と考えることができる。既存フェリーよりも、運航時間が大きく減少するほか、心配される燃費についても、驚くほど悪くなる訳ではない。

【参考：東日本フェリーの場合】

「既存フェリー」		「ナッチャンレラ」	
乗客定員400人	乗用車350台	乗客定員800人	乗用車350台
所用時間	4時間	所用時間	2時間
燃費	8キロ	燃費	10キロ

\*定期ドックは5～7日/三井造船所（和歌山県由良）実施。

（隠岐航路フェリーと同程度積載量の想定）

- ・ 長さ 84m
- ・ 速度 38～40ノット
- ・ 購入費 70億円
- ・ 対波高性 4m（5mの場合、速度を落とせば、航行可能）

## 2. 観光客誘致の取り組み（隠岐観光客誘致魅力づくり）

隠岐地域では、人口減少と高齢化のため、地域内での需要確保は困難であり、地域外の需要、すなわち観光客誘致が重要である。地域経済維持のためにも、観光客誘致が重要な課題である。

### （1）《戦略仮説策定→検証→戦略策定》の試み

観光客誘致のため、戦略案を次のとおり策定した。

- いつ集客するのか
  - ・夏季は、お盆を除いてキャパシティに余裕があるため、最も集客しやすい夏季に集客する。
  - ・春休み、ゴールデンウィーク、秋期の観光シーズンは、夏季に次いで集客を行う。
- 誰を集客するのか
  - ・周遊観光で隠岐へ来る客は、年間を通じて、60歳代の夫婦、母親・娘、グループといった「シニア層」が多い。夏季には、さらにファミリー層も来訪する。
  - 従って、夏季においては、シニア層、ファミリー層。その他の季節では、シニア層を中心に集客する。
- どこから集客するのか
  - ・再生計画で目標とする105千人の乗船客実現のためには、山陰地方、山陽地方のみの集客では達成が難しい。従って、大都市圏も含めの集客があるが、移動時間、費用の点から隠岐から最も近い大都市圏である近畿圏をターゲットとする。

観光客誘致戦略策定に向けて、今後、アンケート調査やモニターツアーによってこの仮説の検証をしていく必要がある。

## (2) 隠岐観光に関するアンケート調査

海上交通による観光客誘致にむけて、現状の隠岐観光の具体的な交通・情報・宿泊等のサービスに対するお客様の満足度等を把握し、今後の隠岐観光の満足度向上やリピート促進のために取り組むべき事柄を明らかにすることを目的として、島内宿泊施設の宿泊者を対象に、夏季および秋季の観光シーズンにおけるアンケート調査を実施した。

### ① 属性

○50代以上が6割を占め、夏は関西、秋は関東からの割合が高い

○関東はシニア層、関西・中国はファミリーが主体

回答者の年齢構成は50代以上が6割を占めており、なかでも60代の割合が最も高い。発地は関東地方が約3割、中国地方と関西地方が2割ずつであるが、伊丹空港からのジェット便運航中の8月には関西地方の割合が最も高く、9月は中国地方、10月は関東地方の割合が最も高いという特徴がある。

また、年齢別の発地をみると40代以下は中国地方、50代は中国地方と関西地方、60代及び70代以上は関東地方の割合が最も高いことから、関東地方はシニア層、中国地方と関西地方からはファミリーが主体となっていると考えられる。

### ② 旅行形態

○一度は行ってみたいシニアと何度も訪れたいファミリーが来訪

○旅行代理店で手配して2泊3日が主体

観光・レジャーの目的は周遊観光が8割以上を占め、訪問回数は全体の6割以上が初めてである。年齢別にみると、60代と70代では「初めて」が約8割に上昇する。一方、50代と40代以下では2～3回目や4回目以上というリピーターが、それぞれ2割程度存在している。

交通チケットや宿泊予約等の旅行手配は、過半数が旅行会社のツアーを利用しており、交通機関・宿泊施設へ直接手配した人は2割程度である。年齢別にみると、40代以下の直接手配、50代の旅行会社ツアーの割合が他の年齢層に比べると若干高い。隠岐での宿泊日数は2泊が6割以上、1泊が2～3割となっており、2泊3日の旅行日程が多い。

### ③ 交通機関

○30%はフェリーのみを利用して観光

○船内等の満足度は「どちらでもない～やや満足」と厳しい評価

隠岐～本土間の往復の交通機関は、フェリーのみと飛行機のみが約3割ずつとなっている。高速船のみ、フェリーと高速船を合わせると6割程度が海上交通利用となる。70代以上で他の年齢層よりフェリーをみの割合が高いほかは、年齢による大きな違いは見られず、各交通機関ともさまざまな年齢層が利用している。

交通機関に対する満足度は、船内・機内の雰囲気、施設・設備、スタッフの対応、

旅客ターミナルの雰囲気、また全体的な満足度のいずれも、「どちらでもない～やや満足」の間と厳しい評価となっている。交通機関別にみると、特にフェリーのみ利用者における満足度が低い傾向があり、利用者が想定・期待するレベルや内容とのミスマッチが生じていると考えられる。

#### ④宿泊施設

##### ○売店・土産品、施設・設備の満足度が低い

宿泊施設の満足度は、総合的な満足度のほか食事、接客サービス、施設・設備は「やや満足」に達しているが、売店は「やや満足」に達していない。

また、宿泊施設別の結果からは、施設・設備のうち風呂・浴室とトイレ、売店は売場の雰囲気、品揃え・商品、接客サービスについて、「どちらでもない～やや満足」と厳しい評価となっており、宿泊者が想定・期待するレベルや内容とのミスマッチが発生していると考えられる。

#### ⑤再訪意向

##### ○一度は行ってみたい＝シニア、何度も＝ファミリー

隠岐への再訪意向は、全体の約3割が「必ずまた訪れたい」としている。年齢別にみると、再訪可能性が高いと考えられる「必ずまた訪れたい」の割合は、40代以下と50代では5割に上昇するのに対し、60代と70代以上では3割以下である。

既にリピーター層が存在している50代と40代以下は再訪意向があるが、初めての来訪が約8割を占めたシニア層は、「一度」は行ってみたいという意向が強く、再訪意向は弱いと考えられる。

#### ⑥情報入手

##### ○交通情報入手のネット利用は6割、2割が不便さを感じる

##### ○シニアは雑誌+パンフで知って旅行代理店で手配、ファミリーは口コミ+ネットで知って直接手配も

旅行や観光に関する情報の入手におけるインターネットの利用は、地域情報は7割、交通情報と宿泊情報は6割となっている。交通情報では約2割、宿泊情報と地域情報では1割強が入手できなかったか、入手にてまどったとしており、不便さを感じている。

また、隠岐の認知媒体は、雑誌、口コミ、パンフレット等が上位である。このほか、その他としては旅行会社からのダイレクトメール等の定期的な旅行案内が多く挙げられたほか、以前から知っていたという回答もみられた。年齢別にみると、40代以下では口コミとインターネット、50代では雑誌、口コミ及び新聞、60代と70代以上では雑誌とパンフレットがそれぞれ上位となっている。

隠岐の認知・情報入手から旅行手配へ至る行動の特徴として、シニア層では雑誌やパンフレットで知って旅行代理店ツアーを利用し、50代や40代以下では口コミやインターネットで知って旅行代理店ツアーの利用あるいは直接手配を行う傾向にあると考えられる。

### (3) 観光ホスピタリティ調査

隠岐における観光は島前・島後の4つの島に分かれていること、本土からの交通機関の条件等から、大半が宿泊を伴う旅行行程となる。海上交通による観光客誘致を図る上で、島内の宿泊施設による観光客の受入は必要不可欠であることから、隠岐地域の宿泊施設を訪問し、第三者によるモニタリングを通じて、現状サービスの内容チェックとともに、利用者満足度の向上を図る改善ポイントを整理する。

#### ①スタッフ

家庭的雰囲気での送迎・出迎え、到着時や精算時の気さくな会話など、心のこもった接客を行っている施設がある一方で、到着時の出迎えや精算時の対応に極めて事務的で機械的、流れ作業的ともとれる態度・動作、また笑顔の少ない接客が見受けられる施設がある。

また、スタッフの服装や言葉遣い等が各施設の設備や機能、雰囲気、客層等と合致していないことから、施設の魅力低下や満足度低下の一因となっている例がある。

#### ②フロント

フロントは宿泊施設の印象を大きく左右する部門であり、フロント対応の良さは施設全体の好印象につながる。ここでも、やわらかな物腰と安心感・安定感のある態度で到着時の予約確認や客室、浴場の案内等が行われる施設がある一方で、事務的な態度や案内の不備・不足、施設側の立場からの一方的説明など、不親切な対応となっている施設がある。

#### ③館内・ロビー

玄関は宿泊施設の顔であり、お客様を一番にお迎えする重要な場所である。島内の宿泊施設は全体的に自然や季節を感じさせる演出が乏しく、あったとしても手入れが行き届いていないなど、逆効果となっている場合もある。一部施設では、館内・ロビーに隠岐ならではの古典相撲や牛突き等の伝統行事や島内の風景写真、いぐり凧等が展示されており、評価できる。

また、宴会や貸出用の備品収納の場所がお客様から丸見え、自動販売機のごみ箱が溢れたままなど、お客様の存在やお客様の視線を意識した整理整頓や清掃が十分にできていない施設も多い。

#### ④客室

客室の清掃は特に大きな問題はなかったが、備え付けの施設案内パンフレットが汚れている、ポットや茶器、ドライヤー等の備品が無造作に置かれているなど、清潔感や整理整頓に課題がある施設も散見される。

また、館内・ロビーと同様に、客室での季節感の演出や隠岐ならではの演出・情報提供などは極めて少ない。机や飾り棚等の老朽化が目立つ場合等もあり、古さを感じさせない演出等の工夫が求められるところである。

## ⑤浴室・トイレ

浴室・トイレは、ウォシュレット設備や温泉・露天風呂等に対する観光客側の想定・期待によっては、満足度が低下しがちな設備であることから、最低限の清潔感は必須条件といえる。

客室の浴室・トイレに関しては、シャワーカーテンのカビやドアの通気口部分の埃など、細かい部分の清掃が行き届いていない施設がある。また、大浴場や浴場付近の洗面所・トイレ等でも、換気扇の埃やバスマットのカビ、歯ブラシセットの放置など、清潔感に欠ける状態が見受けられる。

一方、一部施設では檜風呂や露天風呂など、観光客にとって魅力が高い設備が備わっている。各施設における販売戦略や客層、ターゲット市場等に応じた情報提供やPRの工夫が求められる。

## ⑥食事、売店

食事会場は季節の花や調度品、隠岐民謡のBGM等の演出が評価できる施設がある一方で、手入れされていない観葉植物、壁面にガムテープで貼り付けられたコードなど、一般的な夕食より豪華な料理を食べる場所として、ふさわしくない場合もあった。

魚介類を中心とした料理の量・品数は、十分であると考えられる。特に旅行商品に組み込まれている郷土料理（祭り料理・国賀料理・どっさり料理）の品数と分量は豊富であり、シニア中心の客層とのミスマッチが懸念される。味付け・盛りつけは施設によって差があり、食材の調理方法や味付けの面で満足感を得られなかった施設もある。

また、接客面では、全体的に料理説明が不足している。こちらから質問するまで料理の説明がないほか、隠岐の食材や郷土料理等の質問に答えられない施設が多い。一方で、コミュニケーション能力やホスピタリティの高さを感じさせる接客ができていない施設もあり、全体の底上げが期待される。

売店は、全体的に魅力不足であり、購買意欲が高まる品揃えや店づくりができていない売店はほとんどない。また、陳列棚等の什器の老朽化や食品以外の土産物の古さが目立つ施設がある。宿泊施設における売店に対する観光客の期待をふまえて、不満解消にむけた取り組みが急務である。

## ■ポイント

観光ホスピタリティの底上げを図る必要がある

#### (4) 隠岐観光客グループインタビュー

隠岐を訪れたことのない人及び1度訪れたが再訪していない人を対象に、都市エリア（関西圏）における隠岐観光に対するイメージ、隠岐の旅行商品等に対する意向を把握するため、グループインタビュー形式の調査を行った。

##### ①隠岐観光のイメージ・魅力

###### <隠岐のイメージ>

関西圏における来訪前の隠岐のイメージとして、年齢性別を問わず「遠い」「島流し」といった言葉が聞かれた。「島流し」については、学校教育における歴史の授業が隠岐という地名を知る機会となり、また記憶に残っていることを示している。「遠い」については、関西圏から山陰本土、さらに隠岐までの移動距離や交通手段の乗り継ぎを含めたイメージのほか、後鳥羽上皇、後醍醐天皇の「島流し」の地であったという歴史に関する知識によるところも大きいと考えられる。

また、「自然（海）」や「魚」については、具体的な情報がないと山陰・日本海側の本土との違いが明確にならず、あまり関心がわからないようである。

一方、一度来訪した隠岐の印象では、「のんびりしている」が共通して挙げられた。具体的には、都市部とは異なる交通機関利用時の時間に対する鷹揚さやみんなが知り合いという地元の人の雰囲気、車や家の鍵をかけないといった習慣等が印象的であったようだ。

###### <離島や船旅のイメージ>

関西圏における離島というと小豆島や淡路島など瀬戸内海の離島が身近な存在である。船旅の経験は各個人の出身地や勤務地等によって異なっていたが、身近な人の話も含めて「船酔い」経験は共通の話題であった。

また、関西圏において旅行時に利用する交通機関として新幹線や飛行機が選択肢となることから、所要時間や利便性の面で、特に新幹線との比較で離島や船旅をイメージする傾向がみられた。

###### <隠岐観光に対する意向>

隠岐への来訪未経験者は、パンフレットやポスターに掲載されている自然景観等の写真に対し、「行ってみたい」という好印象をもっている。その上で、島の名称や島内の交通機関、観光シーズン、温泉の有無等への質問が挙げられた。また、関西圏では隠岐や島根県に関する情報を入手する機会・方法が少ないことから、PRの強化が必要との意見もある。

一方、来訪後には関西圏からの距離を実感した上で、時間をとってゆっくり行きたい、余裕をもって計画しておきたい、次は山陰本土で一泊してから隠岐へなど、関西圏から隠岐への移動や旅行日程に関する意向が多く挙げられたのが特徴的である。

また、海の幸を中心とした食については一定の満足感が得られた一方で、土産物は旅行中の持ち運びや会社等での配布に適した商品が少ないとの指摘があった。

## ②都市エリアの旅行・観光行動の特性

### <関西からの旅行先>

関西圏からの旅行先としてイメージされているのは信州、東北方面であった。修学旅行やスキー等のレジャーを通じてなじみのある地域でもあり、交通利便性や時間距離も程良いという感覚があるようだ。山陰の旅行先としては萩・津和野、松江等が挙げられたほか、関西圏においては萩・津和野に関して島根県と山口県との区分や大山・蒜山等の鳥取県・岡山県との区分が曖昧であるとの意見も聞かれた。

### <旅行・観光の情報入手と手配方法>

旅行や観光に関する情報入手から旅行計画、交通機関・宿泊予約等の手配までの方法については、性別によって大きな違いがみられた。

男性は、旅行先についてインターネット等で情報を得て、直接現地への問い合わせ等を行い、交通機関や宿泊等を自分で調べる傾向にある。一方、女性は旅行会社からのダイレクトメールやパンフレットをもとに、旅行代理店のツアーに申し込む場合が非常に多いと考えられる。

数人の決まったグループでツアーに申し込んで旅行を楽しむ女性にとって、旅行会社から自宅へ定期的に届くダイレクトメールは、旅行会社や行き先別・季節別の価格・内容等の比較検討資料ともなっており、実際の申し込みや旅行先の決定において重要なポジションを占めている。

### <旅行代理店ツアー利用の利点・予算>

旅行代理店ツアーを利用する利点として、女性からは交通機関に関する心配をしなくてよいこと、目的地まで案内してもらえること等が挙げられている。これは、旅行先の情報や交通手段を自分で調べる傾向にある男性と対照的な意見である。

また、女性は旅行の目的・予算が明確に決まっていることが特徴的であり、女性全員から具体的な旅行日程と土産代も含めた旅行費用の予算がはっきりと提示された。参加するツアーは周遊観光主体であるが、土産の購買や旅行先での上げ膳・据え膳といった点に強い魅力を感じていることも共通している。

## ■ポイント

隠岐の認知度向上を進める必要がある



## (5) 旅行代理店聞き取り調査

海上交通による観光客誘致にむけて、隠岐観光ツアーの企画・販売実績のある旅行代理店担当者を対象に、都市エリア（関西圏）における旅行代理店およびその利用客の隠岐観光に対するイメージや隠岐観光の改善点、また商品造成や販売戦略への意向・提案を把握するため、聞き取り調査を実施した。

### ①隠岐観光の改善点

- 各港に売店があるが土産物が弱い、島内で利用するバスのシートが狭くリクライニングできない、隠岐牛や隠岐蟹が現地で食べられない、冬季には宿泊施設・観光施設が休館するといった点への対応や改善が必要である。
- 料理は年輩者には食べきれないことから、料理が少ないプラン、料理選択制など開拓の余地がある。また、島前・島後で2泊する場合に同じ料理が出る、朝昼晩と海の幸はつらいといったこともあり、宿泊施設間での連携・調整もほしいところである。
- 隠岐ツアーセンターはエージェント向けで、一般の人はまずアクセスしないことから、一般客が旅行計画の段階で情報を入手する方法がない。
- 中四国ではファミリー層の利用があり、マイカーと現地レンタカー利用のどちらがよいか提案して欲しいと行っているが、現地からの回答が得られない。
- 自社のパンフレット作成時には、現地への要望を通じて現地からの提案を促進している。島根県（隠岐）は名所・景勝地等の画像はあるが、ファミリー層、シニア層等が現地で楽しむ様子など、具体的な観光客層や観光行動を提示できる写真が出てこない傾向がある。

### ①商品造成への提案

- 交通アクセスが分かりにくい隠岐において、添乗員付きツアーは強みが出せる商品である。エージェントとしては、ファーストアクションとしてまずエスコート型、次ぎにパーソナル型へとお客様を動かしていく戦略をとりたい。
- 関西からの隠岐への客層はシニア中心で、「全国各地へ行ったが隠岐には未だ行っていない」という人が多い。隠岐は、歴史は知っているが遠い、位置を知らない、どこがメインか分かりにくいといった存在である。また、本土では感じられない不便さは逆に新鮮でもある。
- 商品企画は定番にどう変化をつけて、どれだけ種類を出せるかが勝負であり、これまでの「海」と「食べ物」のイメージとは異なる打ち出し方として、乳杉、壇鏡の滝などの「秘境感」を考えており、関連する情報発信がほしいところである。
- 隠岐にしかないものはマニアックすぎてかえって伝わらない面があり、屋久島の杉と似ているがちょっと違うなど、お客様がイメージしやすいものを打ち出す必要がある。

## ②販売戦略への提案

- 誘致戦略はマーケットサイズではなく、隠岐が何をめざしているかがはっきりしていることが重要である。
- 隠岐の旅行商品は、島内交通の複雑さからモデルコース以外のオリジナルの計画を立てにくく、旅行代理店窓口にとって売りにくい商品である。また、島間を結ぶ交通機関の制約等について、いかにハードルを下げた伝えるかが重要となる。
- 隠岐は冬季の高速船運休期間は宿泊施設・観光施設が休館し、モデルコースもないことから、エージェントの冬季パンフレットには掲載されない。冬季にもフェリー、飛行機など観光客の交通手段があり、隠岐蟹をはじめ食べ物が美味しい時期でもあることから、早急に冬対策を講じるべきである。
- 島根、隠岐は国内需要が未開拓であり可能性はある。認知度が低いことを逆にうまくPRする手法がとれるのではないか。
- 中学・高校の修学旅行等の学習旅行先は将来の旅行先に対する刷り込み効果がある。修学旅行の受入れは将来のお客様づくりにつながる。セールス面でも修学旅行アイテムを持つことはエージェント内に隠岐のセールスマンをつくることでもある。

## ■ポイント

エージェントが販売しやすい商品づくり・情報提供を進める必要がある

## (6) 広告宣伝

海上交通による観光客誘致にむけて、平成 21 年 8 月後半から秋の観光シーズンにかけての集客のために、マーケティング戦略に基づいて対象とするエリア（近畿圏を中心とした大都市圏）・客層（シニア層：60 歳代以上の男女）に対する使用媒体・広告内容を設定し、広告を実施する。

### ①使用媒体

隠岐の知名度を高めるために、隠岐の観光資源やアクセスを紹介するのに適した媒体を中心に選択し、次のとおり、テレビ、雑誌（3 誌）、インターネットバナー広告、新聞の 4 媒体・7 種類を使用した。

	媒体種類	媒体名	露出本数 スペース	広告対象	露出時期
1	テレビ	テレビ大阪	31 本	関西	8 月 25～9 月 28 日
2	雑誌	旅行読売	4 ページ	全国	9 月 2 日発売
3	雑誌	旅の手帖	2 ページ	全国	9 月 10 日発売
4	インターネット バナー広告	楽天トラベル	トップページ	全国	8 月 6 日～8 月 19 日 9 月 3 日～9 月 16 日
5	新聞	読売大阪本社版 夕刊(モノクロ)	全 5 段	近畿	9 月 9 日発売
6	雑誌	たびえーる関西	2 ページ	関西	9 月 1 日発売
7	雑誌	じゃらん中国四国	2 ページ	中国四国	10 月 2 日発売

### ②広告内容

複数の媒体を使用するが、全ての広告で一貫した目的、訴求を行うために広告基本戦略に基づく広告内容とした。また、広告基本戦略では、隠岐の知名度を上昇させることで集客を図るため、「どこにあるのか」、「どのように行くのか」、「何があるのか」を盛り込むこととした。

また、雑誌では、宿泊泊数 2 泊 3 日、利用交通機関は船、飛行機の 2 つのパターンで、「自然」、「歴史」を楽しむことができる観光資源を周遊するモデルコースを作成して掲載することとした。

どこにあるのか	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 隠岐の場所を表現（できれば地図でわかりやすく）</li> <li>○ スペースの小さい媒体は「島根県」「日本海」など場所のイメージを持つことができる言葉挿入</li> </ul>
どのように行くのか	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 隠岐へのアクセスを記載（広告対象地域を考慮する） →七類・境港から船で行く方法、出雲・伊丹から飛行機で行く方法を記載</li> <li>○ 船で行く方法では、以下を記載（余裕があれば船の写真を挿入） →「高速船、フェリーの2種類があること」 →「最短で72分」</li> </ul>
何があるのか	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 「自然」、「歴史」、「海産物」があることを明確にする</li> <li>○ 「最重要観光資源」は広告内で必ず掲出</li> <li>○ 「重要観光資源」は露出スペース、全体バランスを考慮して掲載</li> </ul> <p>※ 最重要観光資源 摩天崖・国賀海岸、白島海岸、赤尾展望台、知夫赤壁、ローソク島</p> <p>※ 重要観光資源 海藻焼酎、隠岐牛、海産物、玉若酢命神社(八百杉含む)、後醍醐天皇・後鳥羽上皇関連の史跡・行事、ねずみ男岩</p> <p>※ 観光資源以外 「摩天崖は日本最大級の海蝕崖でビル70階分」</p>

### ③媒体別の評価

広告宣伝の効果測定を実施し、認知件数と1客あたりの集客コストをもとに媒体別の評価を行った。その結果、広告媒体のうち効果的であったと考えられる媒体は、以下の通りであった。

- ・ ホームページ
- ・ その他の雑誌・ガイド誌（主には「るるぶ」、「まっぷる」などの保存期間の長いガイド誌）

なお、今後は、最も効果的であった媒体を含めてバランスを考慮する必要があるほか、ターゲットに応じた媒体の使用について考慮する必要がある。

広告宣伝においては、今後ともデータ収集を行い、効果測定・分析を継続して行っていくことが必要である。

## (7) 観光関連事業者聞き取り調査

隠岐地域の自治体や各種団体の海上交通に対する要望や隠岐汽船との連携方策等、また観光振興や観光関連情報の情報発信における考え方や取り組み、その課題と今後の方針等の把握を目的として、聞き取り調査を実施した。

### ①民間と行政の協働による観光振興の必要性

- 隠岐4町村等で構成するツアーセンターの機能強化に関する意見が目立ち、情報発信はもとより営業活動や販売促進、広告宣伝等について、連携して効果的な取り組みを進めてほしいというニーズが多くあった。
- また、観光事業者や隠岐汽船等で構成されるLLP（隠岐笑店）に対する期待も大きく、隠岐全体の観光振興において牽引的な役割を発揮してほしいという期待が寄せられている。
- 平成21年2月にしまね観光立県条例の制定を予定しており、隠岐4町村の住民が観光・交流事業に参画する動機づけや取り組みが必要である。

### ②海上交通サービスに対する期待・要望

- 運航事業者である隠岐汽船に対して、海上交通サービス業としての従事する者としての意識改革やサービス改善を望む意見が数多くあった。

### ③隠岐観光の情報発信・受入窓口

- 隠岐の情報提供サイトはあるが、観光客には分かりにくい印象であり、観光、宿泊、交通等の情報を入手しやすいサイトにしていく必要がある。

### ④隠岐観光の課題・可能性

- 隠岐は観光振興において、「どんな層に来てほしいか」、「何を売りたいか」、を明確に位置づけ、4町村で共通理解をもって進める必要がある。
- 4町村の自然景観や歴史文化、農林水産業等の取り組みが連携して、隠岐全体の観光振興を図ることが重要である。

### ⑤隠岐の食の課題・可能性

- 隠岐しか収穫できないものや、隠岐ならではの製法で作る商品をブランド商品として位置づけ、有利販売に結び付けていくことが重要である。
- 隠岐産の農林水産物は割高であり、流通面の見直しを進めて、地産地消が促進する取引形態が求められている。

### ⑥隠岐の水産と観光とのつながり

- 漁港や飲食店を活かして、隠岐の魚を堪能できる場づくりが求められており、港の魅力づくりが期待されている。

## (8) 隠岐観光客誘致魅力づくり

### ① 隠岐観光魅力アップワークショップ

海上交通による観光客誘致にむけて、関係機関等の担当者により、海上交通による観光客誘致の課題と可能性について、その課題や可能性について検討、整理を行った。

#### ■ 課題1 運航事業者のサービス向上の必要性

##### 【主な課題】

- サービス事業者としての乗船客満足の向上意識の不足
- 情報化の推進による利便性向上、コスト削減の可能性
- 隠岐観光の情報プラットフォームへの参画による体制強化
- 経営革新を進めるための意思決定機関の機能強化

#### ■ 課題2 隠岐諸島の玄関口の魅力不足

##### 【主な課題】

- 海上交通による玄関口となる西郷港や別府港の魅力不足
- 観光港としての情報・飲食・土産品・休憩等の機能不足
- 西郷港・お魚センターりょうば・ビューポート等の連携効果不足

#### ■ 課題3 隠岐観光の複雑・不統一な窓口機能

##### 【主な課題】

- 海上交通活性化には観光誘致に取り組む組織の統合化が必要
- 情報発信+営業活動+広告宣伝+交通サポート+ランドオペレーション+顧客管理の仕組み不足

#### ■ 課題4 隠岐産一次産品のコスト高・利用低迷

##### 【主な課題】

- 地元産の魚が本土経由価格（または本土並み価格）のため高い
- 水産業・農業の生産者やJF・JAと観光事業者の連携不足
- 島内における隠岐産の米や野菜等の提供機会が少ない
- 島内生産物の相対流通を促進させる仕組みが必要

#### ■ 課題5 宿泊施設でのおもてなし感の不足

##### 【主な課題】

- お客様に隠岐らしさを伝え、感じてもらうかという意識不足
- ハード老朽化を補う徹底した安全・安心・清潔さの追及
- 隠岐らしい演出（玄関・部屋・料理・売店・体験・接客）の不足
- 顧客満足の把握不足とサービス改善のPDCAが未構築

## ②基本方針

隠岐地域に必要な不可欠である隠岐航路を維持・確保するため、運航事業者の経営再生と利用者の利便性向上の両立の観点から、運航事業者、地方自治体、住民などが一体となって、利便性・快適性の向上を図り、あわせて観光客誘致に取り組む。

その上で、特に4つの重点方針のもと、運航事業者はじめ観光関連事業者、4町村の行政および住民等が連携を図り、海上交通による観光客の誘致を推進する。

### ア お客様を知る

海上交通を利用するお客様（島民・観光客等）は、海上交通サービスにおいてどんなことに困り、何を期待しているのか。そのうえで、運航事業者はどんなサービスを提供すると、お客様の満足を得ることができるのか。運航事業者のみならず観光関連事業者や4町村観光担当課等は、「お客さまを知る」という問題意識を、常にもち観光振興策を推進することが重要である。

### イ 商品を知る

隠岐には4町村のそれぞれの魅力がある。そこでは、どんな観光や体験が楽しめ、宿泊施設や飲食店、土産物店等の魅力ある商品やサービスは何か。隠岐の観光・交流の魅力をしっかり知る、そして民間事業者は現場で何に困っているのか。前述と同様にさまざまな関係者が現場を含めた「商品を知る」という取り組むことが求められている。

### ウ 玄関口の充実

海上交通を利用する観光客にとって、隠岐への玄関口は各港およびフェリーターミナル、また超高速船やフェリーである。こうした海上交通サービスを隠岐の玄関口であり、一層の顧客満足の向上をめざす改善姿勢が問われる。

あわせて、観光案内の窓口やWEBによるポータルサイト等について、観光客にとって利用しやすい情報提供を推進することが必要とされている。

### エ 対話の継続

立地条件や観光資源等が異なる隠岐4町村において一体的に観光振興を図るためには、「互いの違いを認め合うこと」と「協働により課題を解決すること」を尊重し、常に対話する姿勢が必要である。特に、4町村間の継続的な対話を通じて、観光振興における情報共有や情報発信等の機能を強化していくこと、受入組織の充実等が求められている。

### ③重点プロジェクトの構築

#### ア 海上交通の新たな魅力の創出

西郷港を中心とする定期遊覧船の就航により、海上交通の新たな魅力づくりを図る。また、島前・島後間の景勝地を加えた新航路の開設を通じて、新たな魅力の創出をめざす。

##### 【主な取り組み】

- ・西郷港周辺、八尾川河口等の定期遊覧の運航
- ・島前・島後間の新航路運航

#### イ 島内周遊観光の利便性向上

隠岐航路と島前内航船の周遊券を造成し、観光客の島内における海上交通の乗り継ぎ不便さの解消を図り、利便性の向上と魅力の創出を通じて、海上交通の利用促進をめざす。

##### 【主な取り組み】

- ・島前・島後の周遊性の向上
- ・島内二次交通の情報提供

#### ウ 観光客誘致に向けた機能強化

隠岐の観光客誘致に向けて、行政・運航事業者・LLP等が連携して、公民協働による観光振興体制の構築をめざす。そして、4町村の連携のもと、情報発信や広告宣伝等に取り組み、観光客の誘致を図る。

##### 【主な取り組み】

- ・行政・運航事業者・LLP等の連携によるツアーセンター強化
- ・島前島後の共同イベントや広告宣伝等の連携強化
- ・隠岐観光ポータルサイトのリニューアル、情報発信の強化

#### エ 海上交通玄関口の賑わい創出

地元の農林水産業者や関連団体の協力のもと、港付近の地元農林水産品や加工品等の直売市を開催する。また、港付近の飲食店の魅力づくりを図る。

##### 【主な取り組み】

- ・港付近の地元農林水産品・加工品の直売市の充実
- ・港周辺の飲食店の魅力向上

#### オ 隠岐らしい特産品・料理の開発

隠岐産の農林水産物を活かした特産品や地元高校で開発された商品等の魅力を高めて、販売する仕組みを構築する。また、新鮮な魚介類を活かした漁師料理等の商品化、生産者と観光事業者との連携を強化する。



**【主な取り組み】**

- ・ スモールビジネス研究会や隠岐水産高校等の商品開発の支援
- ・ 郷土料理や漁師料理等の商品化
- ・ 未利用水産物等の有効活用、観光事業者との連携強化

**カ お客さま目線での施設づくり**

観光事業者のおもてなし意識の向上に向けた研修やおもてなしの演出を向上させる取り組みを推進する。

**【主な取り組み】**

- ・ 観光事業者の質向上のための研修
- ・ 利用者ニーズへの対応、施設玄関の演出

### 3. 運航事業者のサービス向上

#### (1) 隠岐 IT 交通観光情報提供計画の策定

##### ① 隠岐 IT 交通観光情報提供システム現状調査

隠岐本土間と島前島後間を結ぶ唯一の航路事業者である隠岐汽船(株)の IT による交通観光情報の提供システムの現状は、以下の通り整理される。

■ 運航事業者における情報システムの現状と課題、今後期待される効果

項目	現状	課題	効果
ホームページ	<ul style="list-style-type: none"> <li>① ホームページの構成は同業他社と比較しても遜色はない</li> <li>② 作業が属人的であり情報発信が少ない</li> <li>④ パック旅行商品等の提供が貧弱である</li> <li>⑤ 法人のドメイン取得がないため、会社としての位置づけが不明確になっている</li> <li>⑥ 観光情報の掲載がパンフレットとほぼ同じで迫力不足</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>① ホームページ (HP) からの予約を可能化とする</li> <li>② 船の出発・到着時刻を利用者の利便さ向けに変更する</li> <li>③ 法人としてのドメイン取得する</li> <li>④ 検索エンジン対策を実行する</li> <li>⑤ 観光・旅館情報のリンク提供の実施</li> <li>⑥ HP の情報収集・更新の業務化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>① 他地域 (首都圏・関西圏等) の個人旅行者の予約増加が期待できる</li> <li>② 決済機能を持つことにより安定売上の増加に寄与が可能となる</li> <li>③ 法人開設の HP として認知が向上する</li> <li>④ 社員の業務の一環としての IT 活用の認識が生まれる</li> </ul>
予約システム	<ul style="list-style-type: none"> <li>① システムが古くなっている (平成 7～10 年に構築)</li> <li>② 欠航連絡は人手による非効率な作業になっている</li> <li>③ 無断キャンセルに対する対策ができていない</li> <li>④ 蓄積された予約情報の活用が殆どなされておらず、単なる座席埋め表的な使用である</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>① 特に欠航時に自動的、半自動的な処理体制を構築する</li> <li>② 無断キャンセルによる機会損失は会社の潜在リスクとなる</li> <li>③ 顧客情報処理の電子化を実施し販売戦略等への提供を行う</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>① 欠航時の連絡が自動化される</li> <li>② 決済機能を追加すると無断キャンセルの減少に繋がる</li> <li>③ 情報が電子化されるので情報活用が可能となる</li> <li>④ 時代にマッチした新システムが導入されることで社員の認識に変化がおきる</li> </ul>
顧客情報処理	<ul style="list-style-type: none"> <li>① 名簿を情報として処理しようという気持ちはあるが、人手の作業によるため活用が不十分である</li> <li>② 結果的に情報を死蔵させ、営業戦略等に結びついてない</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>① 電子化された情報処理・分析を行うことにより活かした情報活用ができる</li> <li>② 情報活用による企画旅行商品の検討や新商品の発売等へ戦略展開する</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>① 顧客情報を活用した戦略的企画商品の発売が可能になる</li> <li>② 顧客のニーズにマッチした商品開発が可能になる</li> </ul>

また、隠岐全体の観光に関する情報提供システムとして、隠岐観光協会の委託を受けて LLP 隠岐観光義塾が管理・運営する「隠岐広域観光情報提供サイト E-OKI.NET」が稼働している。このサイトでは、観光客のうち個人客を対象とした隠岐全体の観光情報提供を行っている。

サイト内では、トップページは旅行商品や地域イベント等の告知がメインとなっており、隠岐地域の基本情報や観光についての情報が見つけにくい。また、観光情報は島毎の紹介方法、投稿形式での観光情報の追加など、旅行計画の初期段階で隠岐の基本情報を入手しようとする島外利用者（観光客）にとって分かりにくい面がある。また、旅行プランの作成支援機能も備えているが、旅行商品および交通・宿泊等のインターネット予約・決済は未対応である。このほか、インターネット通販を実施している。

## ②隠岐 IT 交通観光情報提供システム改善計画策定

隠岐地域での魅力づくり、運航事業者・行政・観光協会・宿泊業者等が一体となった観光客誘致戦略を推進する上で、隠岐における IT による交通観光情報提供システムには、次のような機能が求められる。

- 観光情報窓口の一元化（ネット／現地）
- 海上交通利用のネット予約・決済
- 旅行商品・島内交通等のネット予約
- 旅行商品のネット販売の強化
- 物産等のネット販売の強化

これらを実現するためには、交通情報と観光情報の双方を視野に入れて情報提供システムの改善を図る必要がある。隠岐汽船（株）のホームページは観光情報についてほぼ未開拓の状態であること、既に隠岐地域全体の観光情報の提供を目的としたサイトが存在していること等をふまえて、隠岐 IT 交通観光情報提供システム改善の基本的考え方として、①海上交通情報を中心とした隠岐汽船（株）のホームページ、②隠岐観光の統一窓口としての観光情報ポータルサイトの両者の改善を通じて、求められる機能の整備・充実を図ることとする。

### ■隠岐 IT 交通観光情報提供システム改善計画

	運航事業者公式ホームページ 隠岐汽船（株）	隠岐観光ポータルサイト E-OKI ネット
平成 21 年度	ホームページのリニューアル	ポータルサイトとしてのリニューアル
平成 22 年度	インターネット予約範囲の拡大 予約システムの導入	情報発信の強化

## (2) フェリーターミナル活性化調査

### ①フェリーターミナル現状調査

海上交通の港およびフェリーターミナルは、海上交通を利用して来島する観光客にとって、隠岐への玄関口となる。観光客誘致の魅力づくりの観点から、各島の港およびフェリーターミナルの現状を調査した。

#### <西郷港>

- フェリー乗船口の位置（2階）が分かりにくく案内サインも美的でない
- 高速船乗り場の位置が分かりにくい
- 売店は間口が狭く、面積も狭いため商品陳列が窮屈な印象を受ける
- 階段下の販売スペースでは品切れの棚が目立つ
- 高速船待合所は軽食販売や自動販売機等で雑然とした雰囲気に入りづらい
- 閉鎖された観光案内所がカーテンを引いたまま残っている
- 案内サイン、掲示物、ポスター等が雑然としている
- 車椅子、ゴミ箱等が無造作に置かれている

#### <菱浦港>

- フェリー、レインボー、内航船をはじめ各種交通の乗り場が集約されている
- ターミナル内の案内サインが効果的な誘導サインとなっている
- ターミナルの建物、乗船券売り場や待合所からの景色など、全体の雰囲気がよい
- 観光案内窓口の設置や地域情報の掲示物により情報提供機能が充実
- 売店の入口が分かりにくいほか、2階の食堂への導線がやや弱い

#### <別府港>

- フェリー、レインボー、内航船をはじめ各種交通の乗り場が離れている
- 各乗り場の案内サイン・表示等が設置されているが視野に入らず効果的でない
- ターミナルには新聞記事切り抜きなど手作り感のある地域情報が掲示されている
- 内航船の待合所はポスター等の掲示物が雑然としている
- 売店は規模が小さく販売商品が少ない
- 新たに観光案内所が開設されたがターミナルとの一体感に欠ける
- ロッカーの使用禁止の張り紙やごみの分別表示が美的でない

#### <来居港>

- フェリー、内航船の乗り場が位直線上に位置している
- ターミナル施設はコンパクトで最小限のものとなっている
- フェリー発着時には貨物輸送用の車両で混雑する

## ②フェリーターミナル整備基本方針の設定

観光客誘致にむけて観光客に対する海上交通サービス向上のため、隠岐の各島の玄関口となるフェリーターミナルの「観光客へのおもてなし環境」としての機能充実・整備を図り、隠岐の魅力づくりに取り組むことをフェリーターミナル整備基本方針とする。

### <フェリーターミナル活性化整備>

フェリーターミナルを観光客のおもてなし口にふさわしい場所にするため、観光資源の紹介や散策マップ等の工夫を凝らした観光案内やサインの設置、映像による観光情報の提供を行うとともに、待合スペースの美化等の環境改善を図り、フェリーターミナルにおける歓迎の雰囲気高める。

また、ターミナル内の土産物売り場の魅力向上を図り、観光客の期待に応えるために隠岐特産品の売り場の整備を行う。

フェリー・高速船・島前内航船及びバス等の乗り場について、島内の交通機関に対する情報量が少ない観光客の利便性向上や相互の乗り継ぎ利便性の向上を図るため、的確な誘導を可能とするための放送設備や案内板の設置等の整備を行う。

## ③フェリーターミナル関係者の役割分担・連携方策

行政および海上交通・観光に関連する民間事業者等の役割分担と連携により、フェリーターミナルの活性化を推進する。

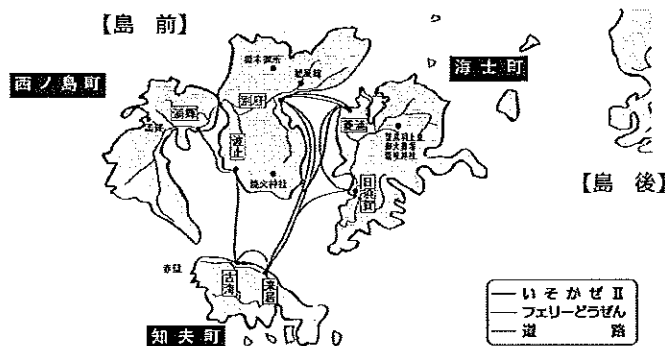
### (3) 島前内航船運航検討

#### ① 島前内航船現状調査

隠岐島前の西ノ島町、海士町、知夫村を結ぶ島前内航路は、島前の通勤・通学、通院、物資輸送を担う離島航路であり、運航事業者である島前町村組合に対し、町村・県が行政支援を行うことによって維持されている。

現在、車輛積込が可能な「フェリーどうぜん」は、菱浦港（海士町）、別府港（西ノ島町）、采居港（知夫村）の3港、「いそかぜⅡ」は采居港（知夫村）、白須賀港（海士町）、菱浦港（海士町）、別府港（西ノ島町）、古海港（知夫村）、波止港（西ノ島町）、浦郷港（西ノ島町）の計7港を寄港地として運航している。乗客数および航送車両数は年々減少しており、これまでも減便等を行っているが経費削減効果は薄く、収支悪化に歯止めがかかっていない。

#### ○ 島前内航船の寄港地（平成21年3月現在）



#### ○ 島前内航船の船隻体制

区分	フェリーどうぜん	いそかぜⅡ
定員	92人	50人
総トン数	150トン	19トン
航海速力	13ノット	28ノット

#### ○ 島前内航船の利用状況と収支の推移

		H16	H17	H18	H19
乗客数	いそかぜ	101,127	95,587	96,649	86,554
	フェリー	117,682	110,303	102,247	94,782
	計	218,809	205,890	198,896	181,336
航送車両数		27,712	26,869	24,323	27,194
収入		89,494	83,019	77,159	73,291
費用		164,149	168,544	187,790	189,593
収支		▲ 74,655	▲ 85,525	▲ 110,631	▲ 116,302

#### ○ 島前内航船に対する行政支援

##### 建造費

建造費 410,000千円(過疎債100%充当)		
地方交付税 70%	町村実負担 30%	
	県助成 20%	町村 10%

##### 運航費欠損額に対する支援

特別交付税	県	町村
欠損額の80%	10%	10%

## ②島前内航船整備方針の策定

島前内航船の経営状況の悪化が進むなか、抜本的な経営改善策として以下の経費削減策および収入増加策に取り組み収支改良を図ると同時に、島民及び島外（観光客等）利用客の利便向上に努めることを島前内航船整備方針とする。

### <経費削減策>

近年の燃料費高騰等の影響から、現状の運航状況ではこれ以上の経費削減は困難であり、寄港地・便数の削減や料金値上げなど、抜本的な対策が必要である。

寄港地は、「いそかぜⅡ」について平成21年度から3港（日須賀、古海、波止）を抜港して運航することとする。これにより寄港地は現状の7港から4港となる。さらに、寄港地を一島一港（海士町、西ノ島町、知夫村）の計3港とするという方向で、平成21年度の利用状況を見ながら検討する。

便数は、「フェリーどうぜん」（車両積込）では当初の1日10便から現状は7～8便（期間によって異なる）と減便している。島民の通勤・通学、通院等の交通手段でもあるので、これ以上は減便できない状態である。

また、料金は、現状では全区間300円、車両1,000円／1台であるが、今後、値上げも視野に入れて継続的に検討することとする。

以上の経費削減策に取り組むとともに、一島一港論（海士町、西ノ島町、知夫村）、速力の減速等によって、島民の足及び島外（観光客等）利用客の利便向上に努めていく。

### <収入増加策>

収入増加を図るためには島民利用の維持・確保と同時に、島外（観光客等）利用客の利用促進を図ることが必須である。

前述のとおり別府フェリーターミナルでは、フェリー・高速船・島前内航船及びバス等の乗り場が分散しており、特に島外（観光客等）利用客にとって分かりにくく、不便を来している。今後、内航船乗り場の案内看板設置や放送設備等を整備し、他の交通機関との乗り継ぎ利便性の向上を図り、内航船の利用促進に取り組んでいく。

#### (4) 船内サービス向上検討

フェリー、高速船等の海上交通を利用した観光客における船内の雰囲気、施設・設備、スタッフ等についての満足度は、どちらでもない～やや満足という厳しい評価を受けている。観光客に対するおもてなし向上のためには、船内のサービス向上が不可欠である。

特に、フェリー利用の場合は、海上交通の利用に慣れていない観光客が、船内で片道約2時間30分と長時間を過ごすこととなる。このため、船内の快適性を高めるための設備・機能の充実や、船内での乗客に対するサービスの向上を図ることが求められる。

こうした観点から、ハード面では、高齢者・障害者、妊婦・乳幼児同伴者など、多様な客層に対応した船内における旅客向け施設の充実を図る。同時に、船内サービスの向上には船員が乗客への対応や乗客サービスにあたる時間を確保することが必要であり、既存の船内業務の効率化等、船員への負担軽減策を実施する。

また、来島前の移動時間を活用して、船内での隠岐地域の基本情報や観光情報、観光資源等の情報提供を行う。船内モニターの映像等を活用して、観光客の期待感や旅の高揚感を高める情報や島内での効率的で有意義な滞在に資する情報等の提供を行う。

これらのハード整備を行うと同時に、観光客の満足度向上のための取り組みをより効果的・効率的に行うためには、海上交通サービス事業者が船内で提供するサービスの内容や質、また観光客に対するおもてなしについての意識を改革することが欠かせない。船内サービスはもとより海上交通全般の観光客に対するサービスやおもてなしの改善に向けた取り組みは急務である。



### 第3章 隠岐海上交通総合連携計画

#### 1. 隠岐海上交通総合連携計画に関する基本方針

隠岐地域に必要な不可欠である隠岐航路を維持・確保するため、運航事業者の経営再生と利用者の利便性向上の両立の観点から、運航事業者、地方自治体、住民などが一体となって、利便性・快適性の向上を図り、あわせて観光客誘致に取り組む。

#### 2. 隠岐海上交通総合連携計画の区域

島根県隠岐郡海士町、西ノ島町、知夫村、隠岐の島町

#### 3. 隠岐海上交通総合連携計画の目標


できる限り少ない予算により、本県と隠岐群島との海上高速輸送を維持し、隠岐町村の財政悪化と隠岐汽船の経営悪化を防ぐとともに、特別整備により、可能な限り、現超高速船の高質化を図る。さらに、22年度よりさらに4年間使用期限が延長されることを活用し、十分な時間をもって、超高速船レインボー2の後継にふさわしい船種を選定する。

また、離島航路を維持するためには、需要喚起すなわち島外からの観光客誘致が重要であり、観光客誘致のための地域主体の取り組みに着手する。地域で観光客に対する「おもてなし」を提供するよう意識を高めつつ、IT活用、フェリー内及びターミナルにおける映像情報提供、ターミナルにおけるサイン設置、売店整備による特産品情報の提供等により、観光客に対する情報提供の強化を図ることとする。

#### 4. 事業の概要及び事業の実施主体

##### (1) 超高速船の特別整備

- ・超高速船レインボー2を、特別整備することによって、機能向上を図ると共に4年間使用期限を延長する。

	平成20年度	平成21年度	平成22年度
事業年度			
実施主体	隠岐海上交通総合連携協議会、㈱隠岐振興、隠岐広域連合		

この特別整備は、隠岐海上交通総合連携協議会を実施主体として、協議会の構成員でもある㈱隠岐振興の所有する超高速船レインボー2を対象に行うもので、船体各部位の機能回復・維持等がもたらす燃費向上による運航経費の節減等を図ることとし、このことが、運航会社の収支改善、ひいては航路の維持・改善及びサービス向上につながるものである。

併せて、地元自治体にとっては、当面の財政負担が緩和されることで財政健全化に資するだけでなく、今後、航路運航の効率性・利便性の両立を目指した高速船とその運航形態の検討を十分な時間をかけて行うことができる。その結果、観光客をはじめとした旅貨客収入の増による運航会社の経営安定が、地域の公共交通機関の活性化をもたらし、同時に地域住民の生命線たる生活航路の維持が達成できる。

## (2) 運航事業者サービス向上・運航高度化

- ・観光客誘致にむけた魅力づくりについて、地域主体の取り組みを進めつつ、観光客に対する海上交通サービス向上のため、運航事業者のサービス向上や運航高度化に取り組み、海上交通の利便性向上とサービスの質的向上、新たな魅力創出を図る。

### ① 隠岐海上交通サービス向上のためのマニュアル・計画策定

- ・観光客の満足度向上のための取り組みをより効果的効率的に行うため、海上交通で隠岐を訪問する観光客に対するおもてなし改善のためのマニュアルを作成する。
- ・フェリーターミナル特産品売り場の環境整備にむけて、フェリーターミナルにおける特産品売り場経営計画を策定する。

	平成 20 年度	平成 21 年度	平成 22 年度
事業年度	—————→		
実施主体	隠岐海上交通総合連携協議会、隠岐汽船(株)		

### ② 島内観光の周遊券の造成

- ・隠岐航路と島前内航路の周遊券を造成し、観光客の島内における海上交通の乗り継ぎ利便性の向上を図る。これにより、島内観光の利便性向上・魅力アップとともに海上交通の利用促進につなげる。

	平成 20 年度	平成 21 年度	平成 22 年度
事業年度	—————→		
実施主体	隠岐観光連絡協議会		

③ 定期遊覧船の試験運航

- ・ 海上交通における観光客への新たな魅力創出として、西郷湾内の定期遊覧船の試験運航を行う。試験運航及び試乗の結果をふまえて、商品化に向けて具体的な検討を行う。

事業年度	平成 20 年度	平成 21 年度	平成 22 年度
	→		
実施主体	隠岐観光連絡協議会		

④ 島内二次交通のPR

- ・ 定期観光バスに代わる島内二次交通手段として、観光乗合タクシーのPRを実施する。パンフレット作成等により、観光客等に対する島内二次交通の情報提供の充実を図る。

事業年度	平成 20 年度	平成 21 年度	平成 22 年度
	→		
実施主体	隠岐観光連絡協議会		

⑤ 島前・島後間海上交通の試験運航

- ・ 海上交通における観光客への新たな魅力創出として、島前・島後間の海上交通に景勝地の遊覧等の観光的要素を付加する試験運航にむけた事前整備と試験運航を実施する。試験運航及び試乗の結果をふまえて、商品化に向けて具体的な検討を行う。

事業年度	平成 20 年度	平成 21 年度	平成 22 年度
	→		
実施主体	隠岐観光連絡協議会		

⑥ フェリー乗船客満足度向上のための施設整備

- ・ 多様な客層に対応した旅客向け施設及び船員の省力化による乗客サービス向上に資する施設を整備し、船内環境の改善と旅客サービスの向上を図る。
- ・ また、観光客が効率的で有意義な滞在ができるよう、来島移動中の船内で観光情報を提供し、フェリー利用の観光客の満足度向上をめざす。

事業年度	平成 20 年度	平成 21 年度	平成 22 年度
		→	
実施主体	隠岐海上交通総合連携協議会、隠岐汽船(株)、		

⑦ フェリーターミナル活性化のための施設設備整備

- ・ 西郷港を観光客のおもてなし口にふさわしい場所にするため、観光案内やサインの設置、映像による観光情報の提供、待合スペースの美化等の整備を行う。
- ・ 西郷港の既存の狭隘な売店を、ターミナル内の空きスペースに移設、拡充整備し従来の土産物売り場の魅力向上に加えて、観光客の期待に応えるために隠岐特産品売り場の整備を行う。
- ・ 別府港はフェリー・高速船・島前内航船及びバス等陸上交通の乗り場が分散していることから、観光客の利用に不便を来しているため、相互の乗り継ぎに利便を図るため、案内板設置等の整備を行う。

事業年度	平成 20 年度	平成 21 年度	平成 22 年度
		→	
実施主体	隠岐海上交通総合連携協議会、 隠岐観光連絡協議会		

⑧ ホームページの充実・強化

- ・ 隠岐汽船(株)のホームページリニューアルおよび充実を図り、海上交通を中心とした情報提供を強化し、利用客のインターネットによる情報入手の利便性を高める。
- ・ 予約システムの導入により、利用客の利便性の向上を図るとともに、運航事業者における業務効率化と顧客情報の収集・活用を促進する。

事業年度	平成 20 年度	平成 21 年度	平成 22 年度
		→	
実施主体	隠岐海上交通総合連携協議会、隠岐汽船(株)、 隠岐観光連絡協議会		

## 6. 計画期間

平成20年度～平成22年度

①超高速船の特別整備は平成20, 21年度

②運航事業者サービス向上・運航高度化は平成20年度～平成22年度

## 7. 計画の管理・実行

本計画（見直しを含む）の進行管理は、隠岐海上交通総合連携協議会が主となって行う。