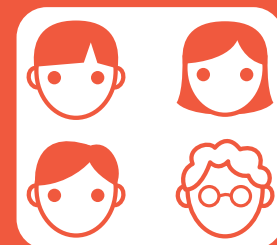
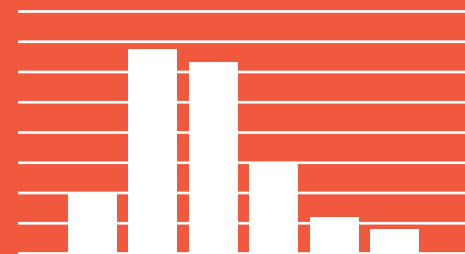


おしまいに

式根島観光協会は、式根島の観光産業を盛り上げるため、積極的なPRを島内外でおこないます。
2026年11月21日は、式根島開島140周年記念でもあり、先人たちが築き上げたモノを大切に守りながら今後もしっかりと調査研究をおこない、式根島の今後に活かしてまいります。



式根島観光協会 調査報告書 2025



式根島観光協会

はじめに

式根島観光協会は、式根島の観光産業の発展を目指し、社員（会員）及び関係諸団体と密接な関係を保ちながら、相互に深い理解と協力のもと観光の拡大と地域経済の発展を図ります。

2019 年 4 月、新島村の補助を受け「おもてなし事業」を実施し、新島村役場・新島村商工会の協力を頂きながら、式根島の観光に必要な調査を開始しました。

式根島における観光産業の現状を、「来島客動向調査」「来島者 SNS 実態調査」を行うことで、観光戦略やビッグデータとして活用し、調査結果をまとめています。

関係各所の協力を仰ぎながら調査研究を行っていくことで、式根島観光産業の強化を図り、延いては新島村の観光産業発展につなげてまいります。

令和 8 年 3 月
式根島観光協会

もくじ

p04-07	式根島の基本情報と東京諸島との比較
p08	式根島観光協会来客動向
p09	就航率問題
p10	式根島の海水温と気候
p11-15	式根島観光協会ホームページ統計
p16-17	facebook ページ統計
p18-23	式根島における店舗の営業実態と経営上の課題
p24	めでたいシール / ようこそ式根島 / 100 周年記念碑
p25	蚊を減らす取り組み / 道路補修 / 野伏灯台塗り直し
p26	学校教育 × 観光 / 新島中学 1 年生に式根島のお話 / インターン・学生バイト
p27	たびいじょ / ピザーラキッチンカー / 宮川純氏へ記念品贈呈
p28	東京観光財団 × 式根島観光協会 / ゼミ事業
p29	朝市 / クリスマスイベント / 新商品
p30-31	事務局長の独り言

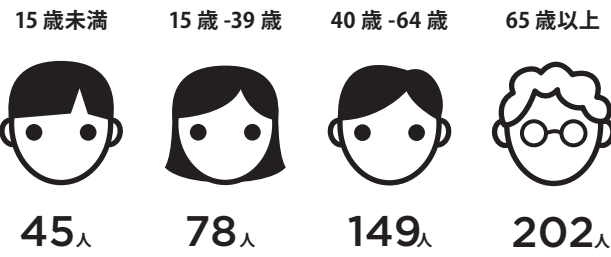
式根島の基本情報と東京諸島との比較 01

① 式根島の世帯数 (R7年)



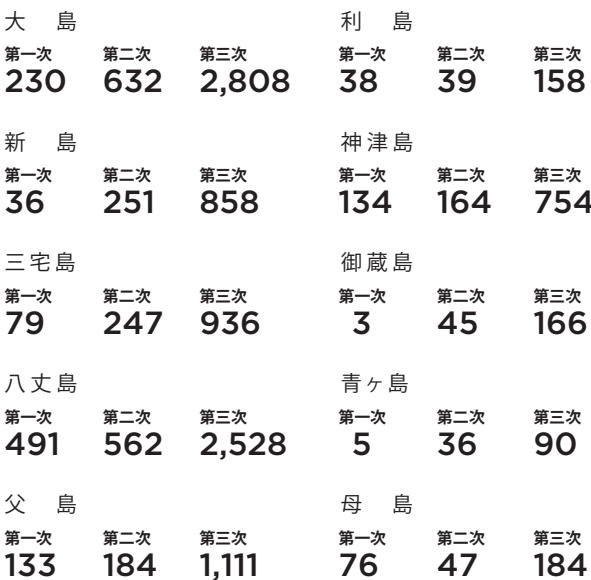
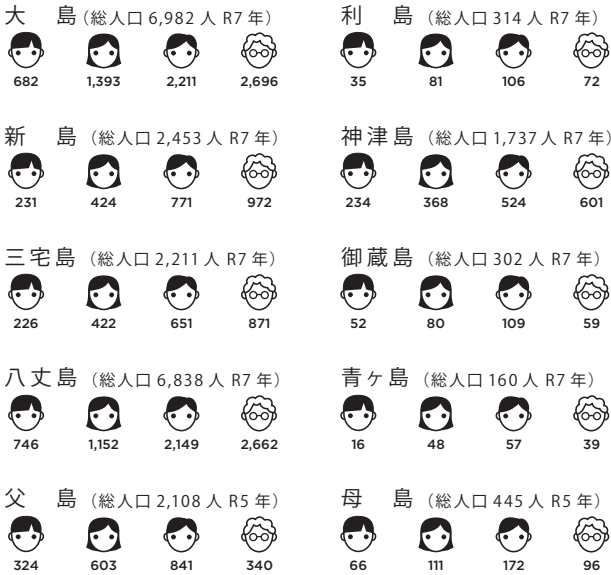
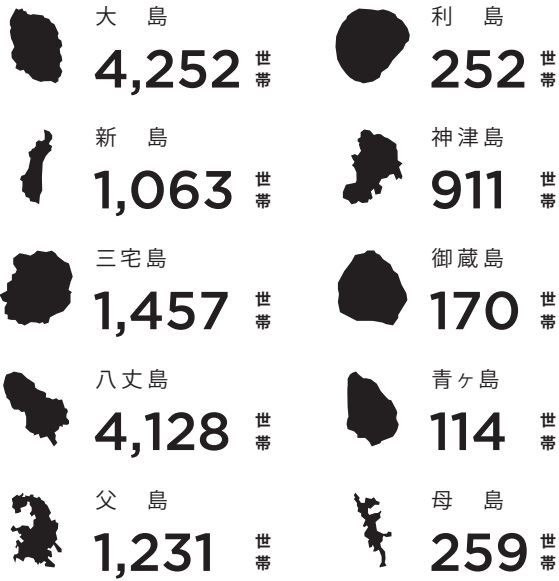
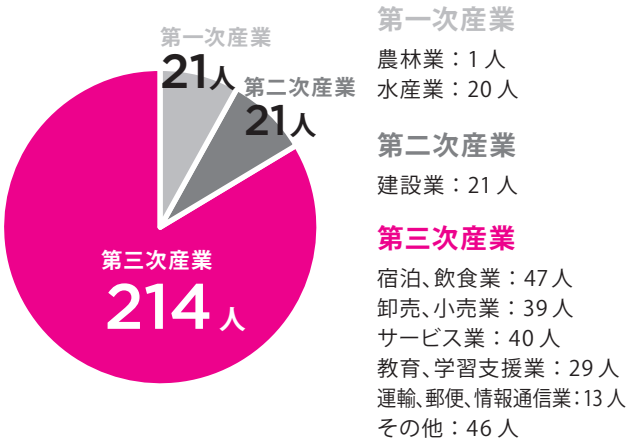
② 式根島の年齢別人口

(総人口 474 人 R5 年)

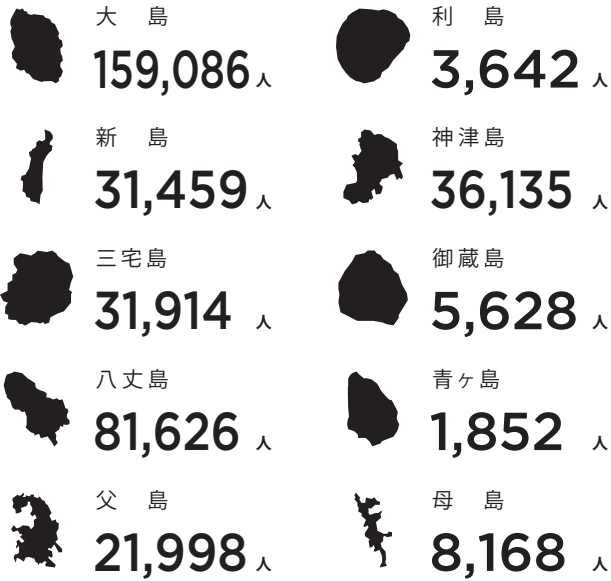
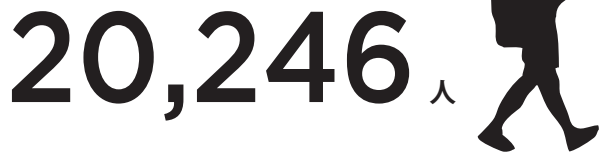


③ 式根島の産業別就労人口

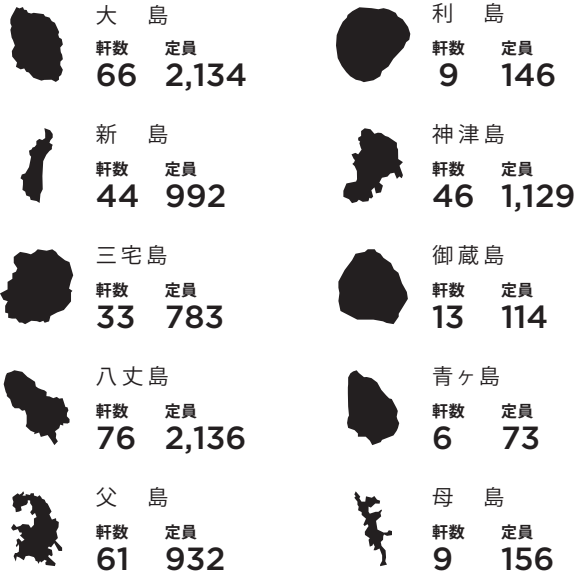
(R2年)



④ 式根島の来島客数 (R7年)



⑤ 式根島の宿泊規模 (R7年)



⑥ 式根島の第三次産業に従事する一人あたりの観光客数

※第三次産業の母数は R2 のデータになりますので、若干の差異はあります。



他の島は？



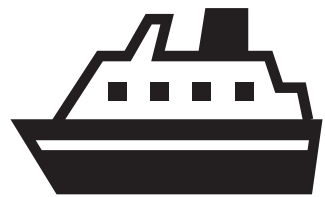
まとめ

式根島では、就労人口の 8 割以上の方が第三次産業に従事しており、その数で観光客を割った一人あたりの負担数が東京諸島 NO.1 になっている。※全国的にも非常に高い数字で、宿泊施設でも飲食店でも 1 軒廃業すると負担増が大きい。

※式根島の来島客数は連絡船にしきは含まれておりません。

式根島の基本情報と東京諸島との比較 02

式根島への交通機関 (R7年)



100%

式根島での観光客消費額

(R7年 1人あたり)



(R6年 1人あたり)



式根島の観光客消費額内訳

(R7年 全体の推計 単位：千円)



①宿泊代

726,697



②食事代

172,615



③土産代

97,470



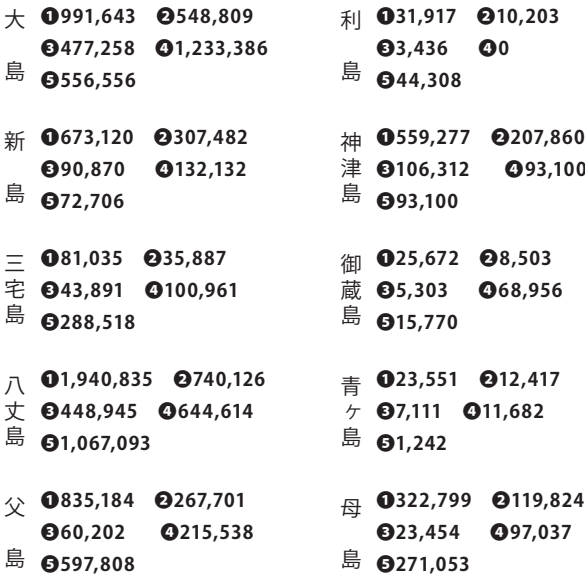
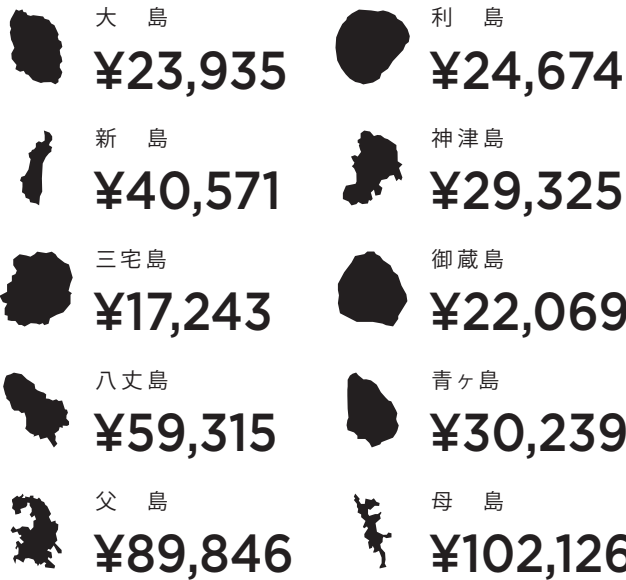
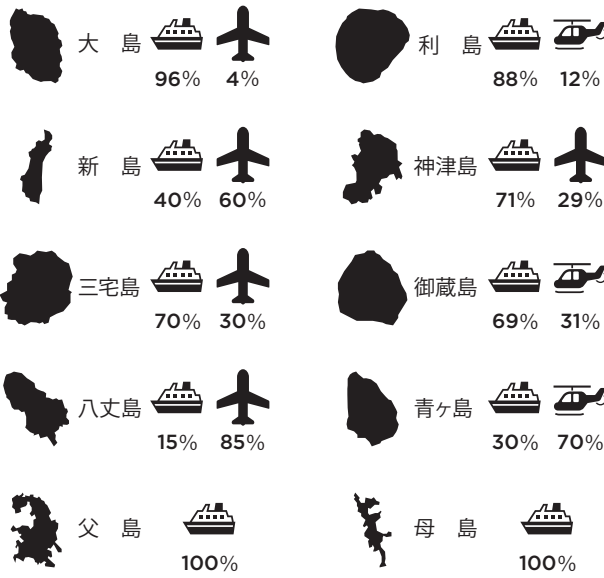
④施設及び島内交通費

90,539

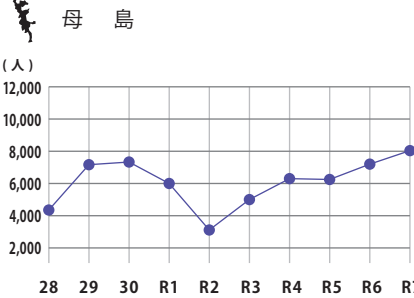
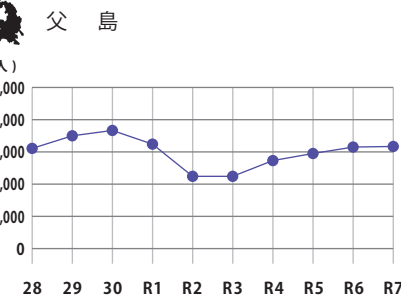
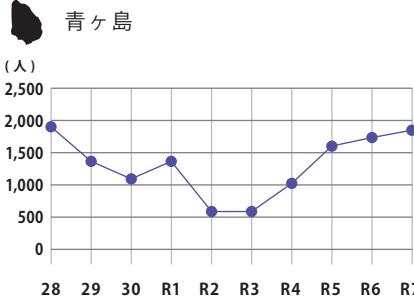
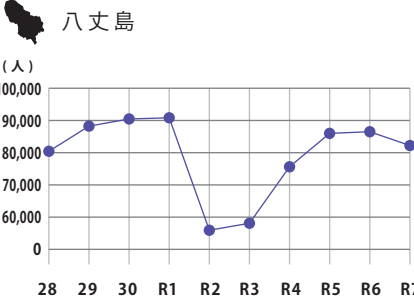
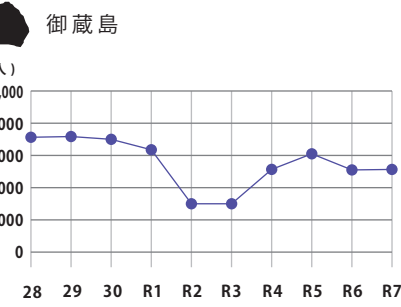
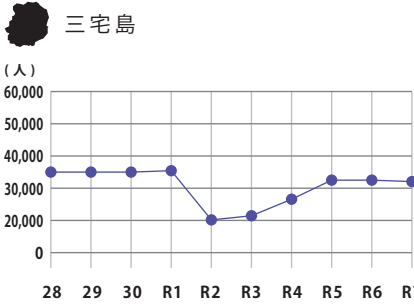
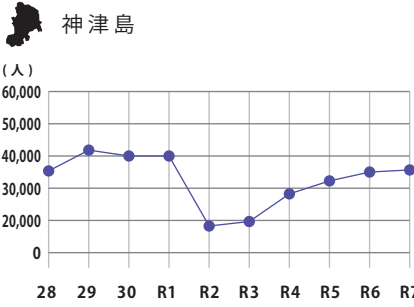
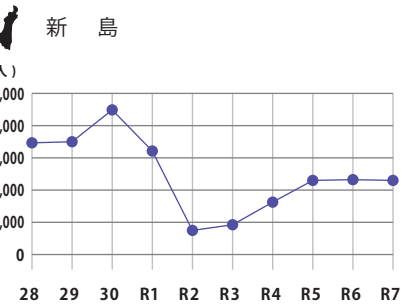
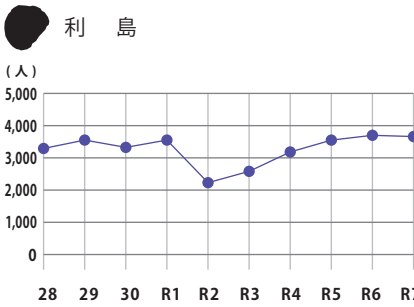
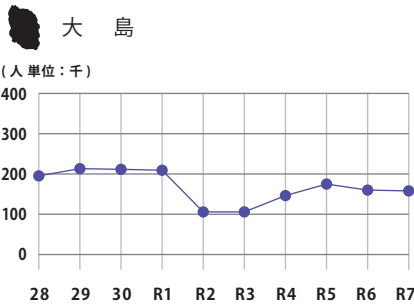
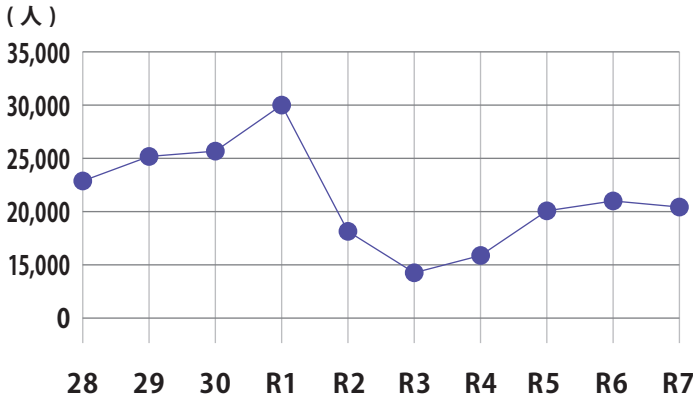


⑤その他の費用

284,870



式根島過去10年の観光客数グラフ



式根島観光協会来客動向

2025(R7)/1/1-12/31

観光協会に来てくれたお客様

(R7)



日本人

9,956人

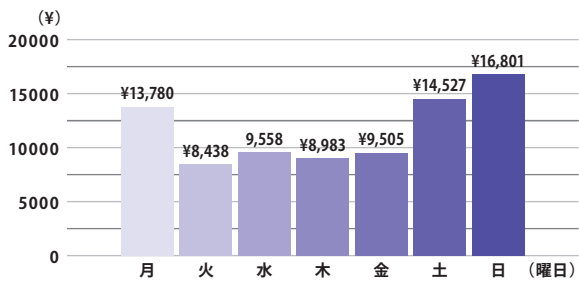


外国人

117人

曜日別平均売り上げ

週平均 ¥11,656



昨年1年で最も繁盛した日



8/24(Sun)

購入者が多い曜日と時間帯



日曜日

10時～11時

(さるびあ丸出航前)

式根島観光協会情報

営業時間 8：30～16：30 (にしき窓口 7：00～12：00、14：30～16：45)

※年間営業 (ただし、台風等により閉場する場合あり)

※毎年1月1日～3日 12：00～14：00 閉場

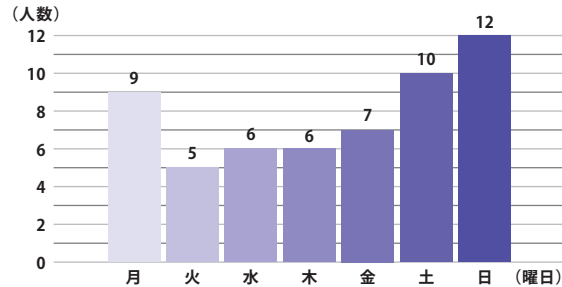
〒100-0511 東京都新島村式根島 923 ☎04992-7-0170 ✉shikikyo7@gmail.com

※船の接岸等により、一時的に閉場する場合がございます。

※急ぎのご連絡以外は、メール等にてご質問をお待ちしております。

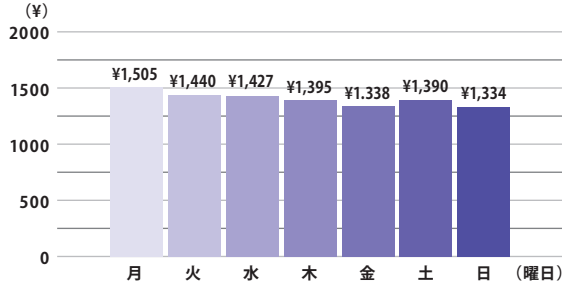
週平均客数

週平均 8人



平均客単価

週平均 ¥1,404



売れた商品 TOP3



1位 31アイスクリーム



2位

島ねこてぬぐい



3位

島ねこアクティブ手ぬぐい

式根島観光協会グッズ状況

(2025年3月31日現在)



協会オリジナル商品 40点以上



委託品 6点以上



その他商品 30点以上

※今後も続々と新作商品が発売予定です。

就航率問題

各欠航回数



東海汽船 - さるびあ丸 (R7)

1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	合計
6	10	7	2	3	0	4	3	3	8	5	7	58



東海汽船 - ジェット船 ※午前・午後ジェット船合算数 (R7)

1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	合計
3	0	5	13	12	5	6	6	9	6	1	1	67



神新汽船 (R7)

1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	合計
7	9	8	5	9	1	4	1	5	11	7	10	77



連絡船にしき (代船も含む) ※1日3便欠航の場合は3回でカウント (R7)

1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	合計
16	36	18	14	10	3	8	5	1	18	16	24	169

過去5年間の就航率



東海汽船 - さるびあ丸

89%



東海汽船 - ジェット船

93%



神新汽船

72%

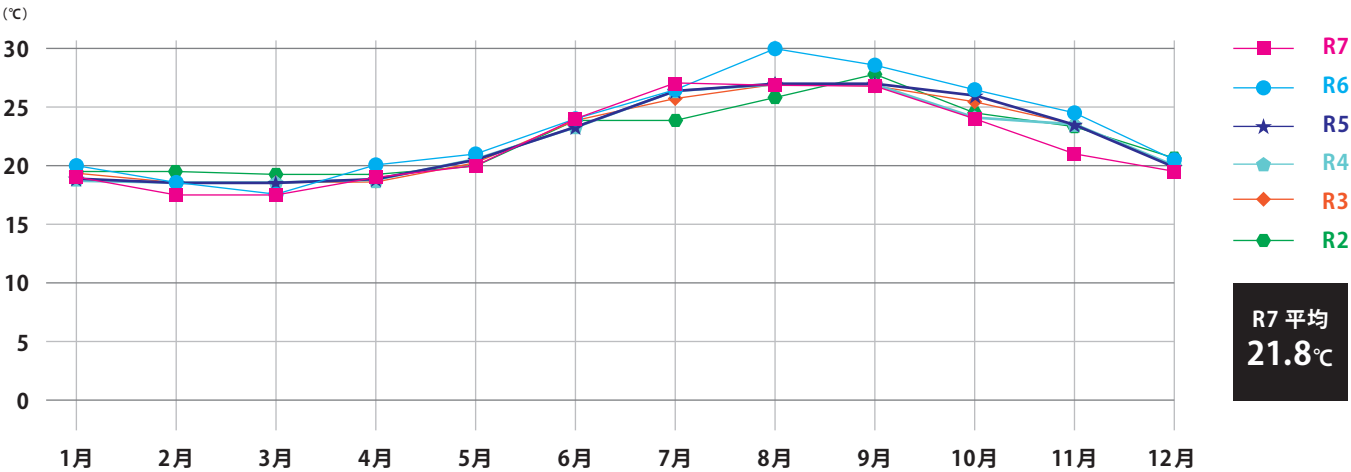


連絡船にしき (代船も含む)

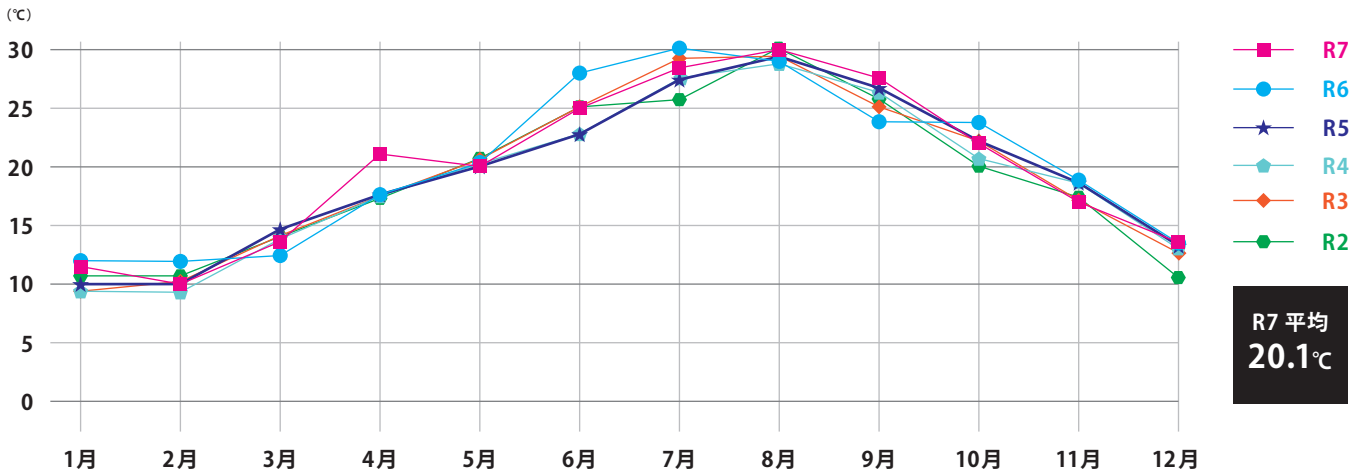
87%

式根島の海水温と気候

式根島の平均海水温



式根島の平均気温

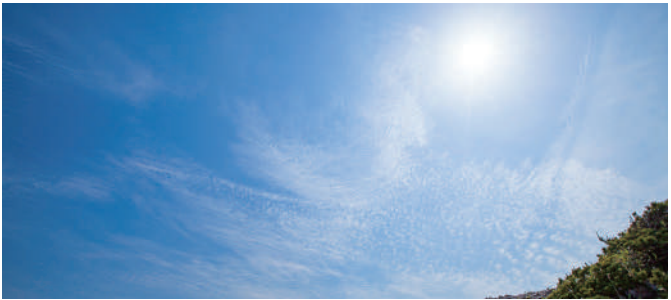


式根島のお天気（2025年 R7）

R7	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
	20	21	15	16	12	16	24	24	15	7	16	17
	11	6	11	6	10	11	6	7	12	18	12	9
	0	1	5	8	9	3	1	0	1	5	1	3
その他	0	0	0	0	0	0	0	0	2	1	1	2

気候

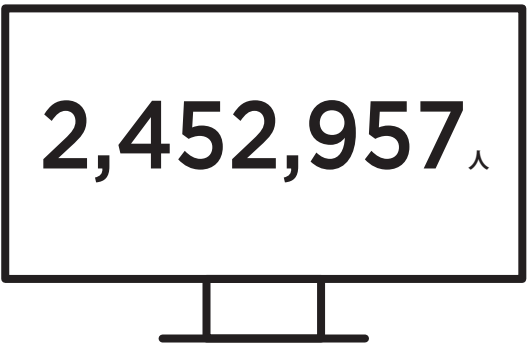
周りを黒潮に囲まれているため、気温の日較差や年較差が小さく、年平均気温は 17.7 度。月平均気温が一番高いのは 8 月で 27.4 度。一番低いのは 2 月で 9.0 度。年間を通じて何らかの農作物の育成が可能で、「常春の島」と言われています（まれに結氷や霜の発生をみることもあります）。晩秋のころから「西ん風」と呼ばれる西からの季節風が吹きはじめ、冬は、晴天の日が多いが風の強い季節です。



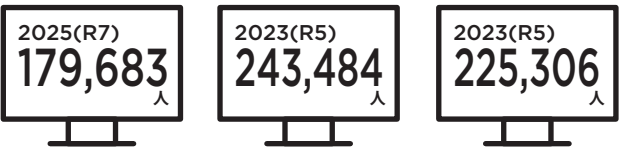
式根島観光協会ホームページ統計 01

<https://shikinejima.tokyo/>

開設からの訪問者数 (H28.3.31～R7.12.31)



過去 3 年間の訪問者数



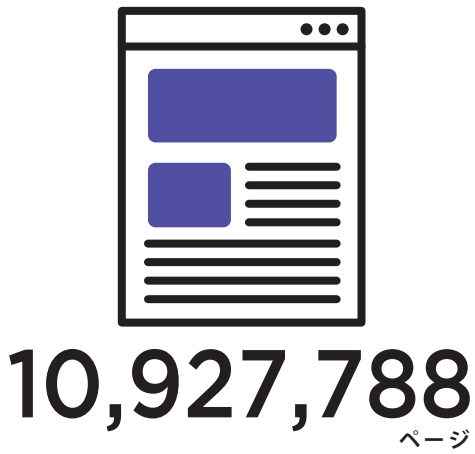
昨年の新規訪問者 (R7.1.1～R7.12.31)



過去 3 年間の新規訪問者数



開設時からの総ページビュー数 (H28.3.31～R7.12.31)



過去 3 年間の総ページビュー数



式根島観光協会ホームページ統計02

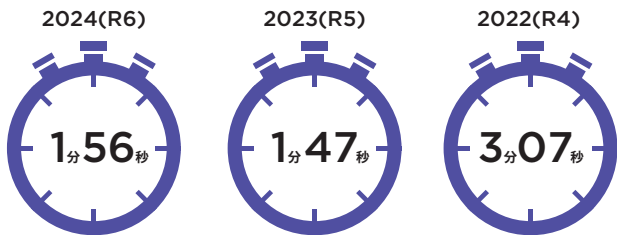
https://shikinejima.tokyo/

平均滞在時間 (R7.1.1～R7.12.31)



2023 年 7 月 1 日より Google アナリティクスの測定方法が、よりサイトを閲覧していた時間を測定する方式に変更となり、滞在時間が前回より大幅に減りました。

過去3年間の滞在時間



2022 年をピークに一度落ち込み、その後は微増傾向にあるものの、直近は大きな改善には至っていないため、回遊性やコンテンツの深さを見直し滞在時間の底上げが課題。

一人あたりの平均ページビュー数 (R7.1.1～R7.12.31)

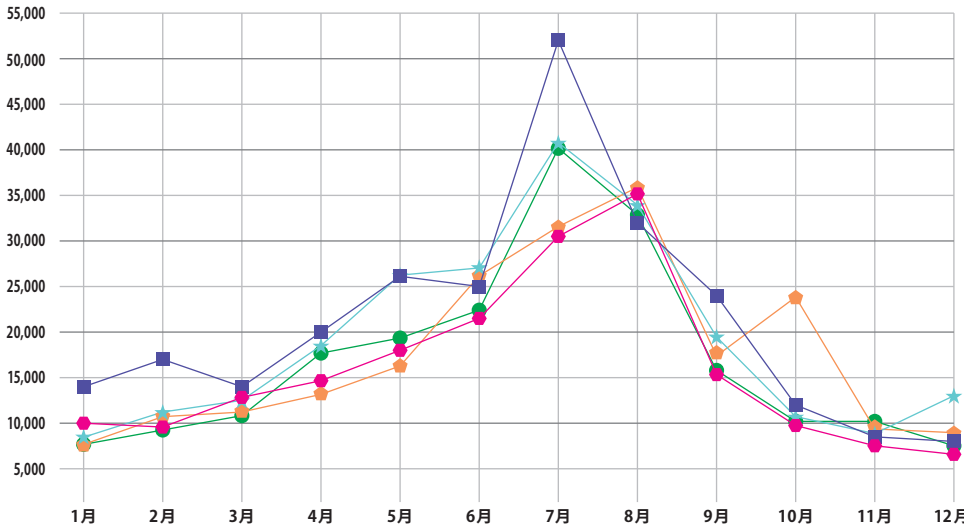


5.33 ページ

過去3年間の一人あたり平均ページビュー数



月別アクセス数



全体的な変動はない中で、年間を通して閲覧してもらえるような面白い取り組みや仕掛けが必要。特に冬場（閑散期）の閲覧数が全く伸びない。

国別アクセスランキング

2025(R7)	2024(R6)	2023(R5)
1 Japan 90.8%	1 Japan 96.4%	1 Japan 98.0%
2 USA 4.56%	2 USA 0.15%	2 USA 0.55%
3 China 1.79%	3 Brazil 0.07%	3 Brazil 0.54%
4 Brazil 1.09%	4 France 0.02%	4 China 0.17%
5 France 0.31%	5 China 0.02%	5 Australia 0.11%
6 Ireland 0.29%	6 Australia 0.01%	6 France 0.1%
7 Australia 0.24%	7 Germany 0.01%	7 Hong Kong 0.08%
8 Taiwan 0.18%	8 Canada 0.01%	8 Singapore 0.08%
9 Canada 0.15%	9 UK 0.01%	9 Germany 0.07%
10 South Korea 0.15%	10 Singapore 0.01%	10 Canada 0.07%

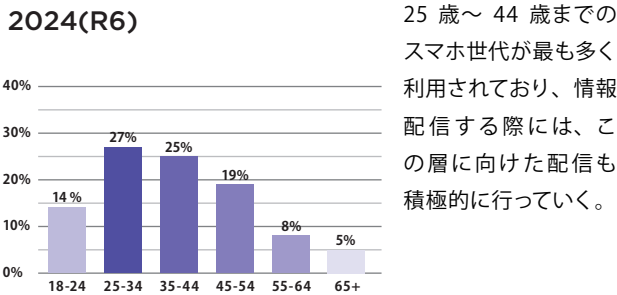
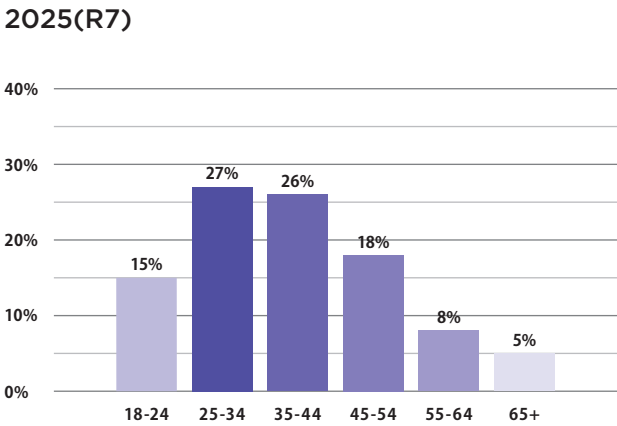
市区町村別アクセスランキング

2025(R7)	2024(R6)	2023(R5)
1 新宿区 5.7%	1 新宿区 5.2%	1 横浜市 3.9%
2 横浜市 4.6%	2 横浜市 3.9%	2 大阪市 3.5%
3 大阪市 4.4%	3 渋谷区 3.0%	3 さいたま市 3.2%
4 港区 3.9%	4 大阪市 2.9%	4 新宿区 2.7%
5 渋谷区 3.7%	5 港区 2.2%	5 港区 2.5%
6 千代田区 2.6%	6 さいたま市 2.0%	6 千代田区 2.2%
7 さいたま市 2.5%	7 千代田区 1.8%	7 渋谷区 2.0%
8 川崎市 2.2%	8 世田谷区 1.5%	8 三沢市 1.8%
9 世田谷区 2.1%	9 川崎市 1.3%	9 小山市 1.8%
10 広島市 1.6%	10 札幌市 1.3%	10 室蘭市 1.7%

式根島観光協会ホームページ統計03

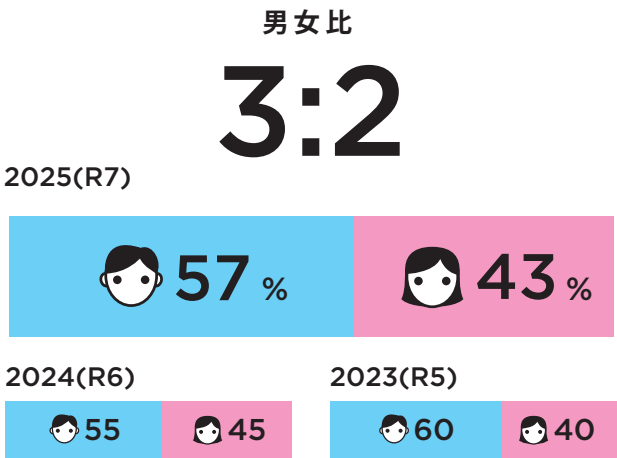
https://shikinejima.tokyo/

ユーザーの属性【年齢】



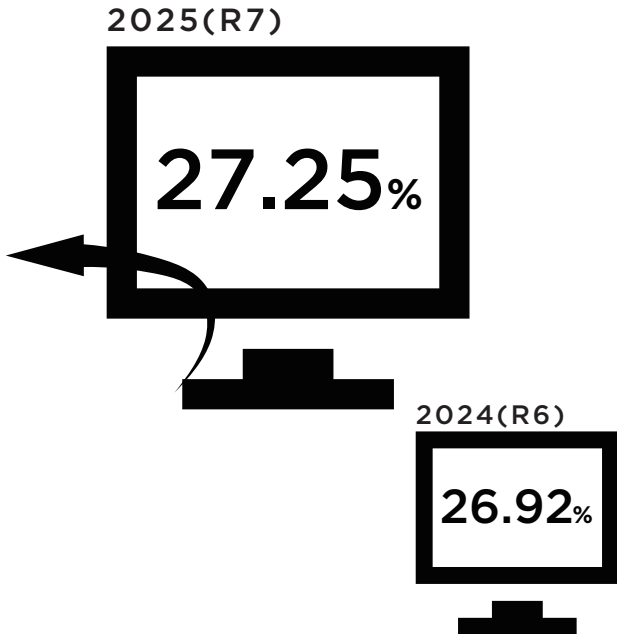
25 歳～ 44 歳までの
スマホ世代が最も多く
利用されており、情報
配信する際には、こ
の層に向けた配信も
積極的に行っていく。

ユーザーの属性【性別】



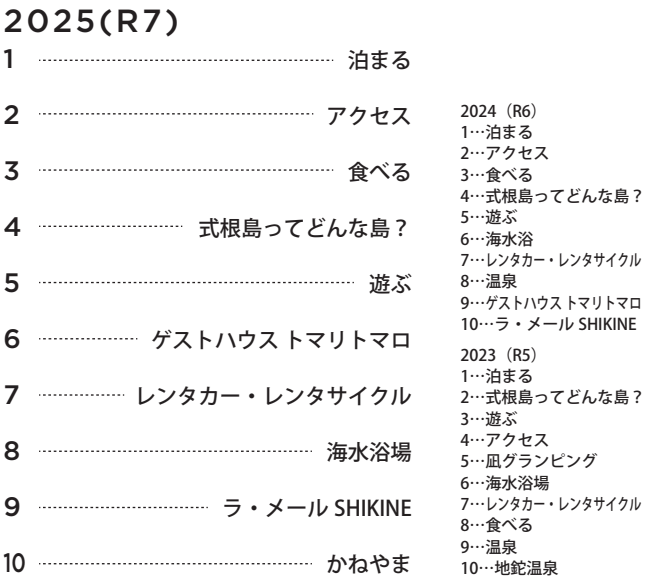
性別に関しては意外な結果で、男性が少し女性を上回っている。SNS等は女性を意識した内容が多いので、引き続き女性目線での発信を行い、様子を見る。

直帰率



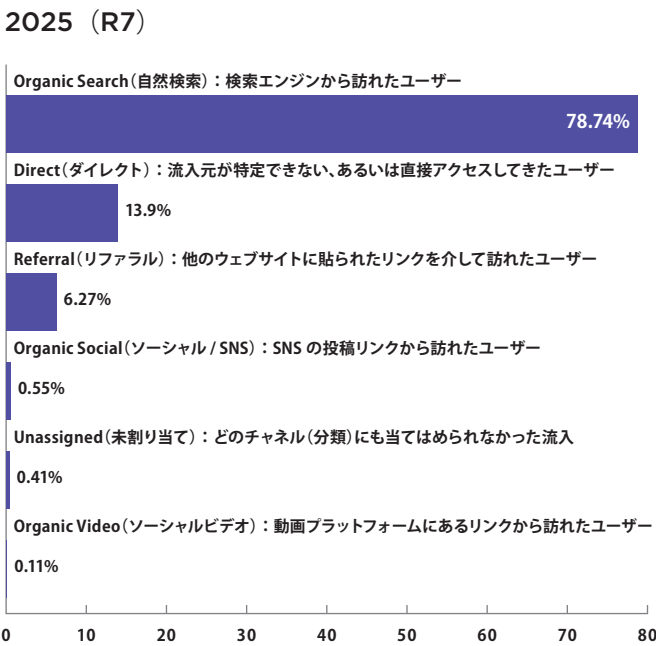
まとめ
100 人訪れたら、72 人以上が「記事をじっくり読んだ」か「他のページも見た」ということであり、サイトの内容がユーザーの期待にしっかり応えていることがわかります。

閲覧されたページランキング (TOPページ以外)



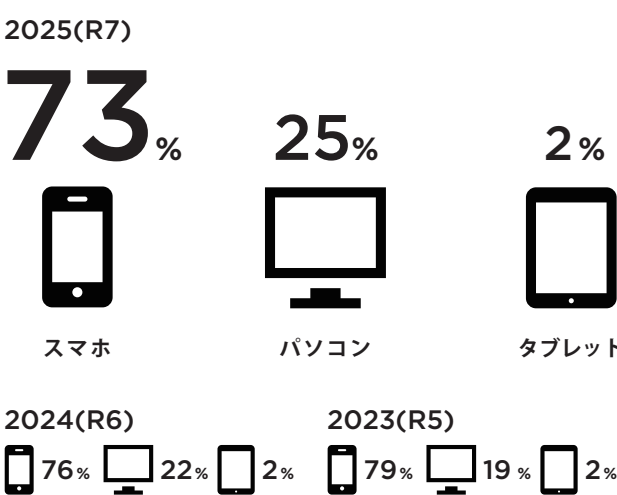
まとめ
泊まるを調べている方が多いことから、ホームページから宿予約が来ると利用率は確実に伸びる。今後の課題である。

チャネル別ユーザー流入の内訳



自然検索が主軸ですが、SNS や動画からの流入には改善の余地があります。各プラットフォームとの連携を強めることで、さらなる集客の多角化が期待できます。

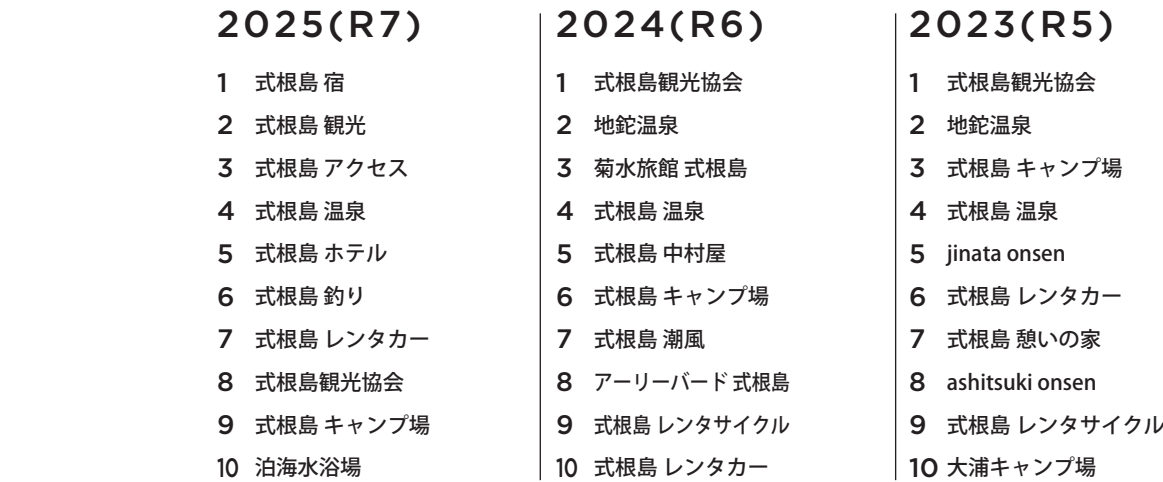
デバイス



モバイル主体の構成であるため、ボタンの押しやすさや読み込み速度など、「移動中や隙間時間での使い勝手」がユーザー満足度に直結する数値と言えます。

検索キーワードランキング

※サイトの SSL 化により、正確なものが抽出できません。あくまでも目安とお考えください。

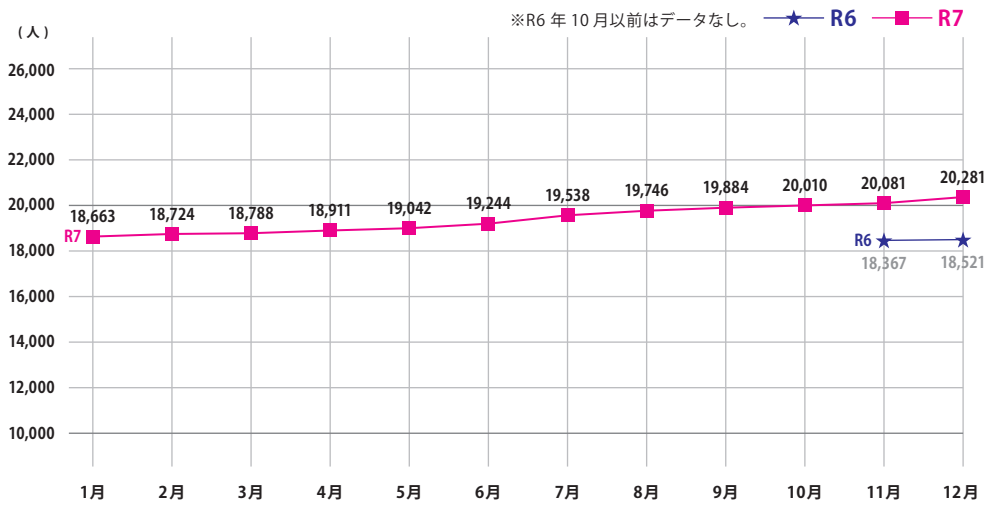


まとめ
最新の 2025 年では「式根島 宿」が 1 位に浮上し、「アクセス」も 3 位にランクインしています。観光の全体像把握から、より具体的で実用的な「予約・移動」の段階へユーザーの関心がシフトしていることが伺えます。

f facebook ページ統計 01

https://www.facebook.com/shikine.kanko/

フォロワー取得数

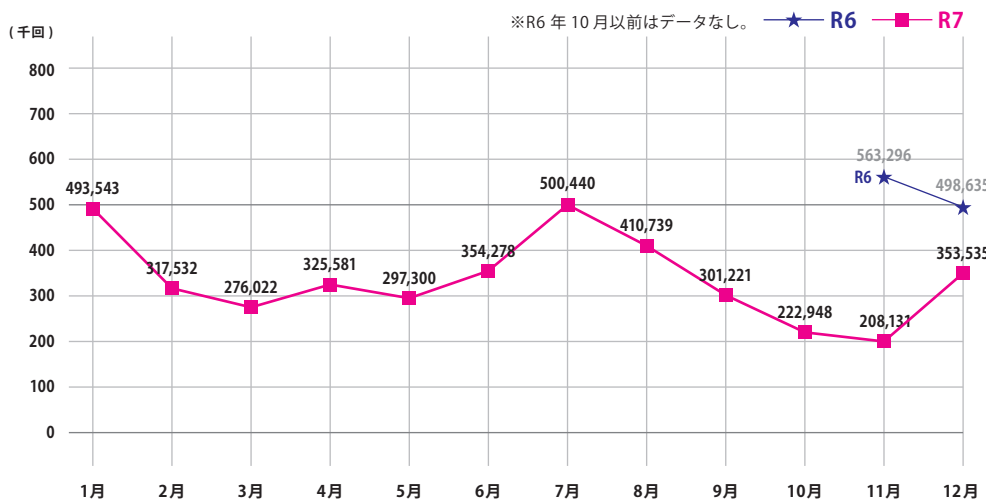


R7.12.31 までの総フォロワー

20,281人

フェイスブックページの「総フォロワー」は、そのページをフォローしているユーザーの合計数を指します。ページの情報発信を継続的に受け取りたいと考えている人の規模を示す指標で、認知度や人気の目安として活用されます。

閲覧数

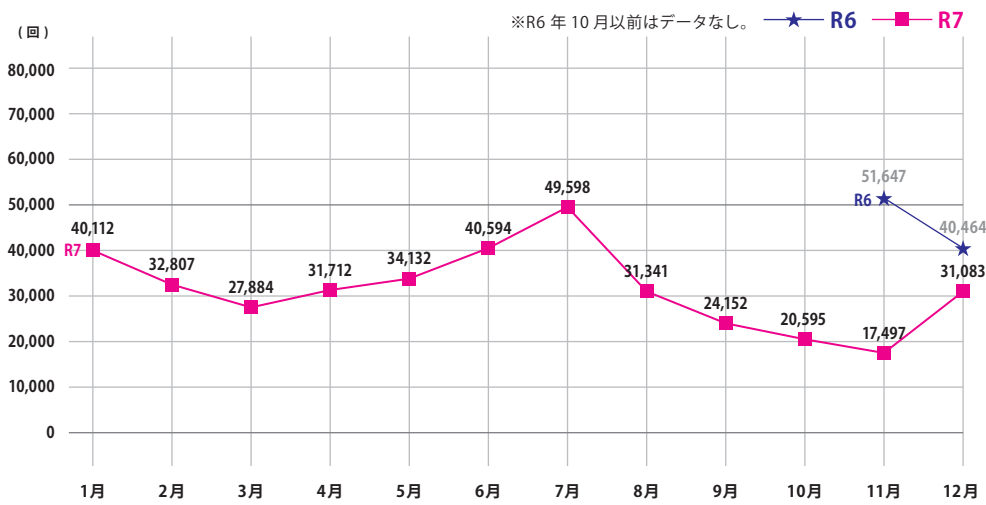


R7.12.31 までの総閲覧数

4,061,270回

コンテンツが再生または表示された回数です。コンテンツにはリール動画、投稿、ストーリーズ、広告が含まれます。

エンゲージメント数

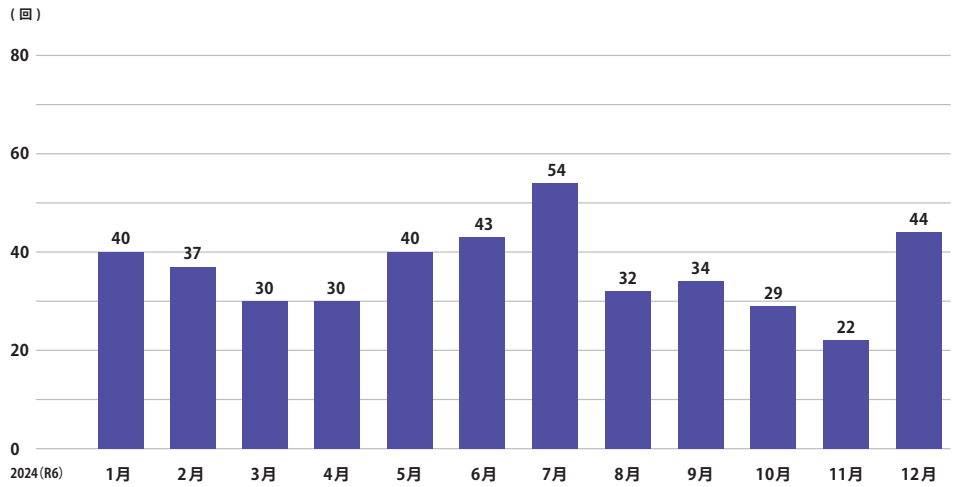


R7.12.31 までの総エンゲージメント

381,507回

エンゲージメントとは、投稿に対してユーザーがどれだけ反応したかを示す指標です。具体的には「いいね」「コメント」「シェア」「クリック」などの行動が含まれ、コンテンツがどれだけ関心を集めているかを測る目安になります。

記事の投稿数



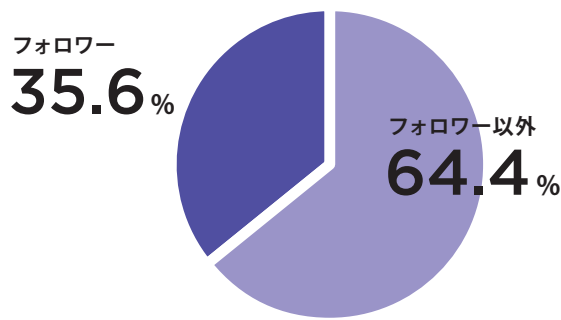
R7.1.1-12.31 までの総投稿数

435件

R6 **583**件

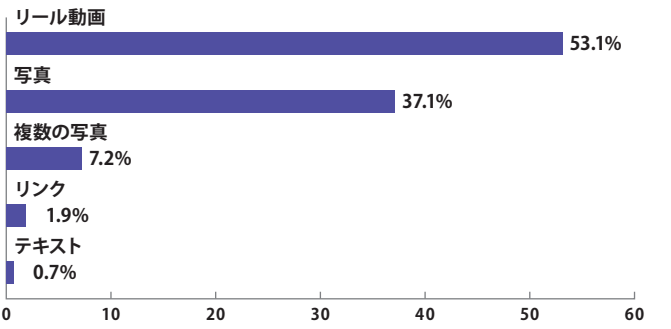
毎日約 1~2 回投稿しており、夏場に多く投稿している。無料で使える広告ツールとして最大限に活用できるよう、今後も研究をしていきます。

フォロワーとフォロワー以外の比率



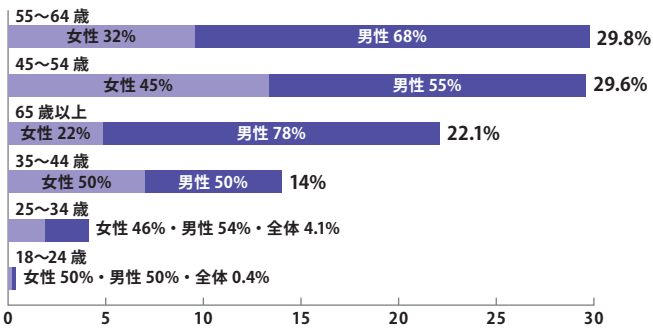
非フォロワーからの流入が多いため、プロフィールや投稿内でフォローを促す導線を強化し、継続的に接触できる仕組みを整える。

コンテンツタイプ別



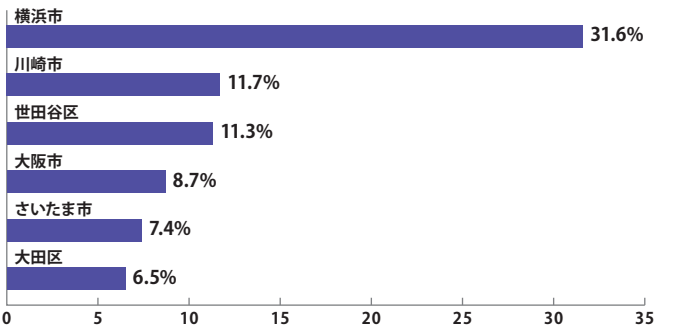
リールの反応が高いため動画中心に強化しつつ、写真とのバランスを保ちながら他の形式については補助的に活用する。

年齢と性別



45 歳以上が約 8 割を占めており、中高年層に強く支持されているため、この層に刺さる内容を軸にしつつ若年層へのリーチ拡大が課題。

市区町村



横浜市中心に首都圏への偏りが強いいため、地域特性に合わせた発信を軸にしつつ他エリアへの拡散施策が必要。

式根島における 店舗の営業実態と経営上の課題 01

立教大学観光学部羽生ゼミ調査結果から

これまで福井県へのゼミ合宿や、埼玉県東松山市との連携によるまち歩きルートの検討、東京都豊島区内の商工会へのヒアリング調査などを通じて、地域の魅力や課題を分析し、私たちなりの施策や解決策を提言するといった活動をしてきました。これらの経験を活かし、地域の課題解決に寄与したいと考えたことから、東京観光財団様が主催する「協働型課題解決ワークショップ」への参加を決意いたしました。

複数ある課題の中でも、特に式根島観光協会様が提示されていた島内の商店等に対するアンケート調査は、私たちのゼミの強みを活かせる分野であり、また事業者の方の経営継続の一助となり得ることに強い意義を感じました。このような経緯の下、式根島観光協会様の課題に応募させていただき、結果として連携の実現に至りました。本報告書は、2025年11月に行った、島内で営業する店舗を対象とした対面アンケート調査の結果を取りまとめたものです。本提言書の内容が、式根島の課題解決にわずかでも寄与することができれば幸いです。

最後に、ヒアリングに快く協力して下さった店主の皆様を始め、現地での受け入れや事前調整等にご尽力いただいた式根島観光協会の皆様、このような貴重な機会を提供して下さった東京観光財団のご担当者の皆様に、厚く御礼を申し上げます。

2026年2月

立教大学 観光学部 羽生ゼミ3年生一同

【ゼミメンバー】

(ゼミ長)二見直輝、仲野諒、多田圭佑、伏木綾香、菱沼夏妃、鈴木天羅、関根成海、谷本夏子、飯尾莉子、新垣桃子、武山夏帆 (ティーチングアシスタント)イユンジ (担当教員・兼任講師)木村竜也、(担当教員)羽生冬佳※研究休暇中

1) 調査対象

島内において宿泊施設、飲食店、商店、その他施設(レンタカー、レンタサイクル店など)の経営者またはそれに準ずる人物を対象とした。

2) 調査期間

2025年11月3日～11月5日、11月21日～11月24日

3) 調査方法

【調査の実施方式と回収数】

・他記式・訪問面接調査[1]

・観光協会加盟店舗39店、非加盟店舗2店の計41店から回答を得た。

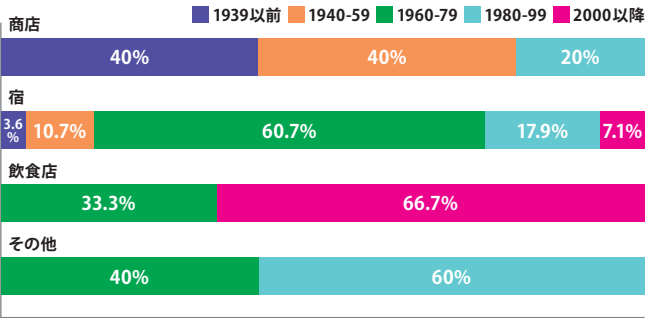
【調査手順】

①式根島観光協会を通じ、あらかじめ協会会員店舗へ調査の事前通知。

②調査期間中に直接店舗を訪問し、承諾を得られた経営者の方々に対し、事前に用意したアンケート用紙に基づいてヒアリングを実施。(39店舗)

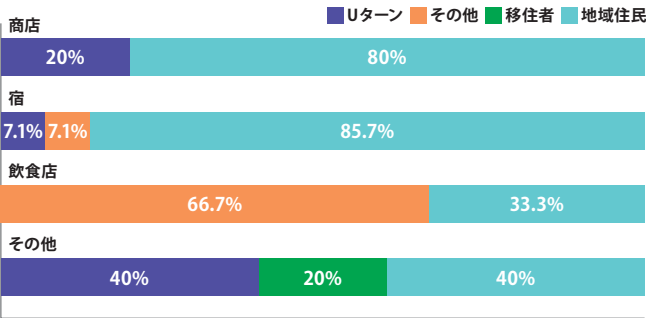
③現地で訪問できなかった店舗については、観光協会を介して後日Zoomによるフォローアップ調査を実施。(2店舗)調査者が設問を読み上げたうえで、回答内容を用紙に記録する方式。

1) 店舗の開業年



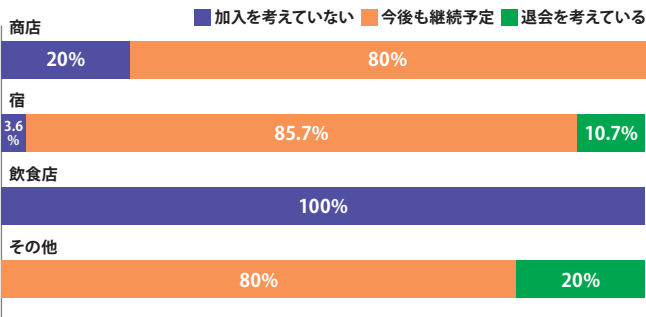
いずれの業種も1999年以前から営業している店舗が大半を占めている。特に商店に関しては、1939年以前から続く店舗が40%ほどある。また宿については1960-1979年に開業した店舗が多く、これは戦後の第一次離島ブームが影響しているものと考えられる。このように全体として老舗が多いという特徴がみられる。一方、飲食店については、実数は少ないものの、2000年以降の新規参入が2/3を占めている。

3) 居住歴からみた店主の属性

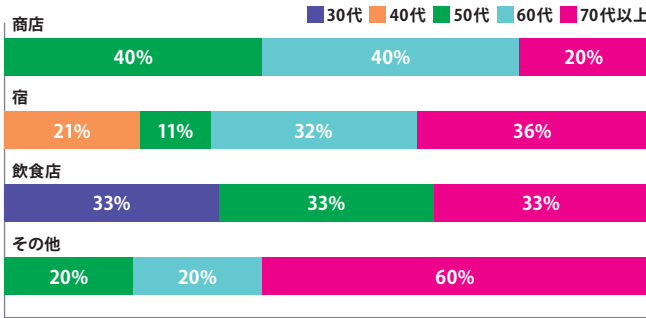


商店や宿における店主の属性は地域住民が大半を占める一方、飲食店ではその他(二拠点居住)が66.7%となっている。

4-2) 観光協会への今後の継続意向



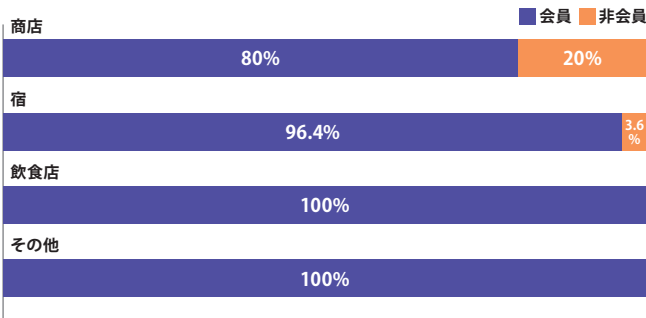
2) 店主の年代



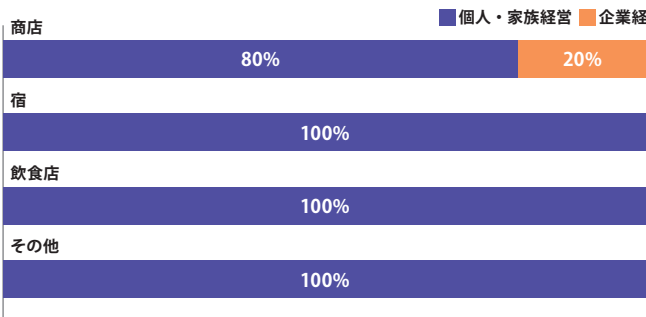
宿や飲食店では、それぞれ40代、30代の比較的若い世代の店主が一定割合いるものの、いずれの業種も50代以上が半数以上を占めており、店主の高齢化が見て取れる。とりわけ式根島観光において利用が必須となる宿や、レンタカー・レンタサイクルに代表されるその他の店舗では、70代以上の割合が60%となっている。

4-1) 観光協会への加入状況

観光協会への加入状況および今後の会員継続意向を下図に示す。会員継続意向に着目すると、今後加入を考えていない店舗では、「民宿営業をコロナ(6年ぐらい前)と同時にやめたから」という意見が挙げられた。今後も継続予定の店舗では、「情報が入ってくる、式根島を盛り上げたい」「何かトラブルがあった時のために」「民宿営業を続けるから」「島で営業している中で入っておかないといけないから」などの理由が挙げられていた。退会を考えている店舗は、「後継者問題の観点から」「現在1人の常連さんを除き、営業していない」「会費を払って入会しているメリットがない(目に見えた成果がない、協会を頼らなくても客は来るので集客に困っていない)」という意見が挙げられた。



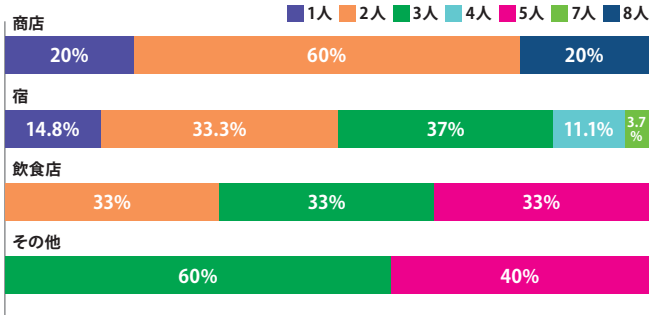
5) 経営体制



いずれの業種も個人・家族経営が大半を占めている。商店のみ、一企業経営の店舗が20%(1店舗)ある。

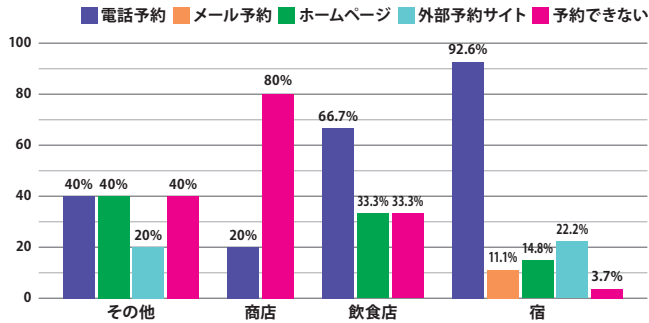
式根島における 店舗の営業実態と経営上の課題 02

6) 従業員数



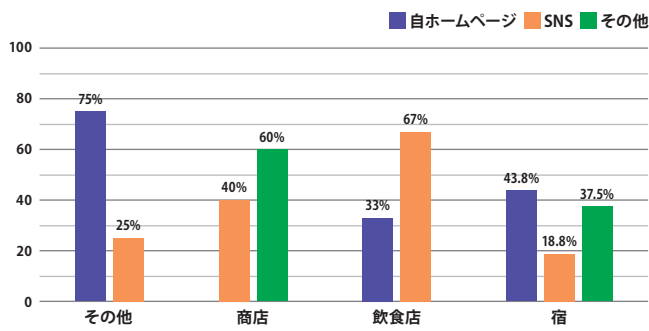
従業員数については、全体として2人あるいは3人が多く、少人数での運営となっている状況が見受けられる。商店に関しては80%が2人以下だが、8人との回答も見られた。宿については2人または3人が2/3を占め、1人が14.8%、4人が11.1%みられた一方、7人も3.7%みられる。飲食店は2人、3人、5人が1/3ずつとなっていた。またその他店舗については、3人が60%、5人が40%と他業種よりも人員が多い傾向がみられた。一方、経営体制は個人・家族経営がほとんどのため、従業員数も少ない傾向にあると考えられる。従業員はほとんどが家族で構成されているところが多かった。また、繁忙期である夏季のみアルバイトを雇っている店舗も多くみられた。アルバイトは、島内外から雇っているが、夏季は島民が忙しく働き手が見つけにくい現状がある。店舗の中には、「おてつたび」に加入予定で、それで人手を補おうと考えている店舗もあった。重労働を任せられる若手が島内に少なく、人材確保はより困難を極めている。

7) 予約方法

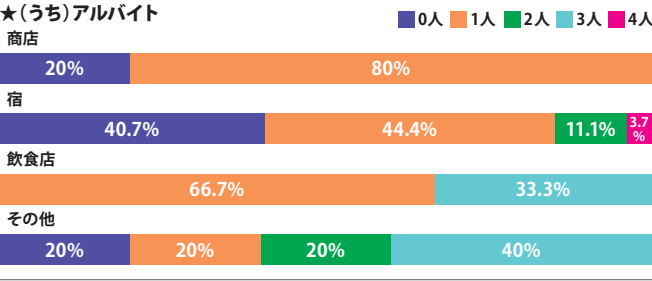
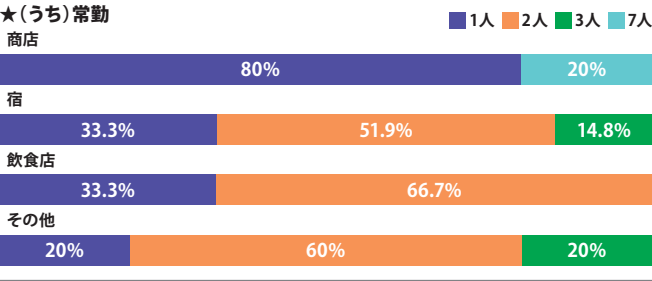


多くの店舗では電話予約が主流であり、これは島内店舗の小規模経営や、直接的なコミュニケーションを重視する傾向によると考えられる。また、予約方法には業種ごとの差が見られた。宿泊施設では電話予約が92.6%と圧倒的に多く、予約が前提となっている一方、飲食店では電話予約が中心ながら、ホームページ予約や予約不要の店舗も存在した。商店では80.0%が「予約できない」となっており、予約制自体が一般的ではないことがうかがえる。このことから、予約方法には業種ごとの特性が反映されており、全体としては電話予約が依然主流で、デジタル予約は限定的であることがわかる。これは単なるデジタル化の遅れではなく、島嶼地域特有の小規模経営や対面関係の強さによるものと考えられる。

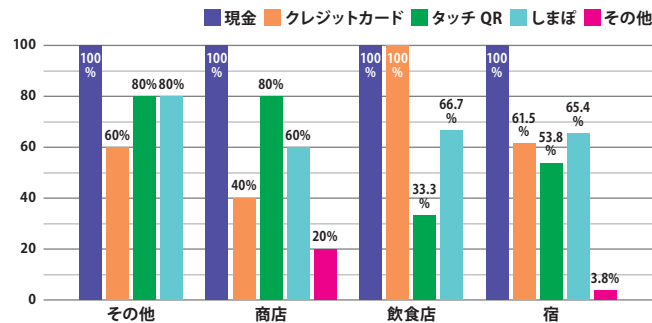
9) 独自の情報発信の媒体



観光協会のウェブサイトなどを除き、店舗独自で情報発信をしている場合の媒体は、宿とその他店舗では自ホームページがそれぞれ43.8%、75%と最も高い。一方、飲食店ではSNSが66.7%、商店ではその他が60%と業種によって使用する媒体に差が見られた。



8) 支払い方法



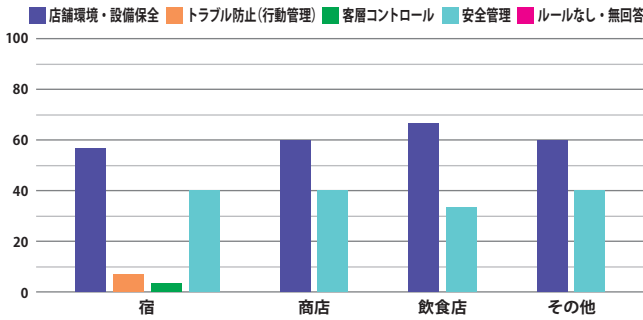
全業種で現金対応が100%であり、離島では通信環境や設備に左右されにくい現金が依然として基盤的な決済手段であることが分かる。一方、クレジットカードは飲食店で100%と高い導入率を示したが、商店では40.0%にとどまり、観光客利用の多い業種ほど導入が進む傾向が見られた。また、タッチ・QR決済は商店で80.0%と高い一方、飲食店では33.3%と低く、少額決済の多さや端末コストの違いが影響していると考えられる。さらに、しまぼ対応率には業種差があり、一定の普及は見られるものの、完全には浸透していないことが分かった。

10) 営業時期および営業時間

【営業時期】全体として繁忙期は概ね7月から9月となっている。業種別にみると、宿では5月のGWが繁忙期となっている店舗も複数見られた。また半数程度の宿では閑散期がなく、年間を通して来島者の受け入れを行っている。商店と飲食店、その他についても、ほぼ全店が年間を通して営業を行っている。ただ「(1) - 3) 店主の居住歴からみた店主の属性」でも見られたように、飲食店の店主は二拠点居住を行っているものも多く、閑散期には不定期営業となっている店舗も多く、来島者の飲食場所がないという問題が発生している。

【営業時間】宿については、チェックインとチェックアウトについて述べる。船の到着・出航時間に合わせることもあり、概ね午前9時半までにチェックアウト、正午までにチェックインとする形式が多くなっている。飲食店については、午前10時頃から営業している店舗が2店見られる。午後3時頃から午後6時頃までが空白時間となっている。レンタカーやレンタサイクルなどのその他店舗は、概ね午後5時半頃までの営業となっている。

11) 店舗の独自ルール・利用者をお願いしたいこと



店舗が独自に設定しているルールや利用者をお願いしたいことは、いずれの業種でも「店舗環境・環境設備」の設定割合が最も高く、次いで「安全管理」となっている。「店舗環境・環境設備」については、海から出た後に水浸しで店内に入らないこと、時間を守ってほしいこと、電気を付けっぱなしにしないこと、夜に騒がないこと、キッチンや部屋などの設備を綺麗に使うしてほしいこと、釣った魚を室内に持ち込まないこと、などが挙げられていた。「安全管理」については、海に入る前日にアルコールを取りすぎない、危険なところには行かない、などが挙げられていた。

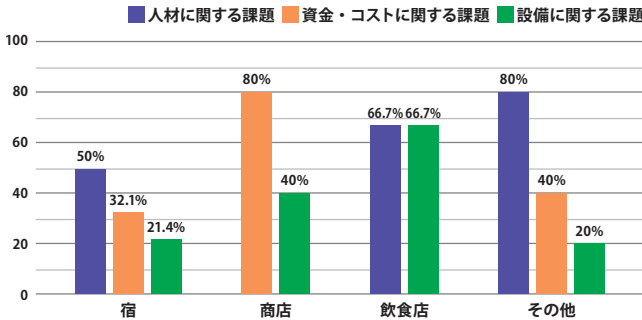
式根島におけるパート・アルバイト採用のジレンマ

式根島のパート・アルバイトの採用事情は悩ましい。店主の多くは島内事情を熟知している地域住民に働いて欲しいと思っているものの、住民の絶対数が少ないことから、島全体のアルバイト需要をカバーするには至らない。そこで、「では島外の人を…」との発想になるが、これもまた簡単にはいかない。なぜなのか。理由を端的に説明している店主の言葉がある。「本当に人手が足りない上、正社員は雇えない状況。リゾートバイトとは実態が違うのと、従業員が泊まる場所がないため、仕事の魅力を伝えづらい」外から人を雇えば、少なくとも「あご(食事)」と「まくら(宿泊)」が日々必要となるが、式根島には気軽に使える「まくら」がない。「あご」を提供する飲食店も少ないため、それらの準備は主に雇用主たる店主が担うことになる。結果、「人手が足りなくて外から人を雇ったのに、アルバイトさんのお世話が大変…」というジレンマに陥り、島外からの雇用を躊躇するケースが一定数あるというのだ。本報告書の提案部でも言及している通り、島外からの人手確保に向けて、空き家の活用等による従業員の住まい確保の施策に加え、従業員の日々のお世話をまとめて行う仕組み等、ソフト面の検討も併せて必要になりそうだ。(文責:木村)

式根島における食材準備と冷蔵庫～離島ゆえの悩み～

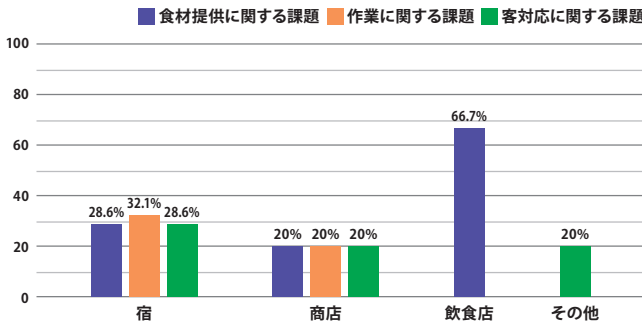
離島の旅に対する一般的なイメージはどのようなものだろう。おそらく多くの人が、海に囲まれた雄大な自然とその恵みとして得られる豊富で新鮮な農産物、海産物を思い浮かべるのではないかな。だが、島民の立場に立てば、その期待に応えるのは容易ではない。アンケート集計で既に示した通り、多くの店舗で食材の確保が主な悩みの一つとなっているからだ。食材確保の課題をさらに分類すれば、①船の欠航が続くことによる物資不足（物が無い）、②船の欠航が続くことによる在庫余剰（物が余る）、③昔と比べて特産品が取れない（タカベや海藻等の量が減少）、等があり、それぞれ原因が異なっている。こうした中、複数の店主から聞かれたのが冷蔵庫の重要性だ。繁忙期にも耐えうる量の食材の保存、鮮度の長期保持等の面で、冷蔵庫の価値は島内では極めて高い。業務用冷蔵庫を導入している店舗でうかがった話では、営業に冷蔵庫は必須だが、導入コストが高く、故障した際のリスクも大きい。無論、金銭的補助の仕組みも特にないという。当然と言えばそれまでだが、式根島で食品を扱う店舗にとって、この問題は決して小さくないようだ。我々が離島の素晴らしい環境に勝手な思いを巡らせる間も、業務用冷蔵庫はそのイメージを守るべく静かに熱交換を続けている。(文責:木村)

12) 経営管理上の課題



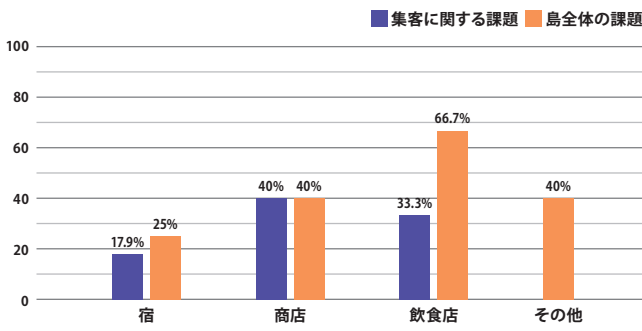
業種別に見ると、商店を除くすべての業種で「人材に関する課題」が最大の懸念事項となっており、特にその業種や飲食店でその傾向が強かった。宿や飲食店では「人手不足」、その他業種では「パート・アルバイト確保の難しさ」が大きな課題となっており、柔軟な労働力の不足がうかがえる。一方、商店では「資金・コストに関する課題」が80.0%と突出しており、「物価高騰」や「資金繰り」が経営を圧迫している。これは離島特有の輸送コストや仕入れ価格上昇の影響と考えられる。また、「設備に関する課題」は全業種で共通して見られ、特に飲食店で割合が高かった。設備更新や修繕費用の負担が大きく、壊害や老朽化など離島環境特有の条件が影響していることが分かった。

13) オペレーション(店舗運営)上の課題



カテゴリ別では、飲食店で「食事提供に関する課題」が66.7%と突出しており、食材管理や提供体制が大きな負担となっている。宿では「作業」「食事提供」「客対応」に関する課題がほぼ同程度で、現場運営全体に負荷がかかっていることが分かる。商店でも各カテゴリで一定数の課題が挙げられ、小規模経営ながら複数の運営上の困難を抱えている。詳細分析では、「食材準備の困難さ」が宿・商店・飲食店に共通する課題として浮上しており、離島特有の仕入れ制約や供給不安定さが影響していると考えられる。特に宿では「人手不足によるサービス簡略化」が最大要因となっており、人材不足がサービス品質や営業体制に直接影響している実態が見られた。また、その他業種では「大型船到着時の混雑」など、離島特有の交通事情が現場オペレーションに負荷を与えていることも確認された。

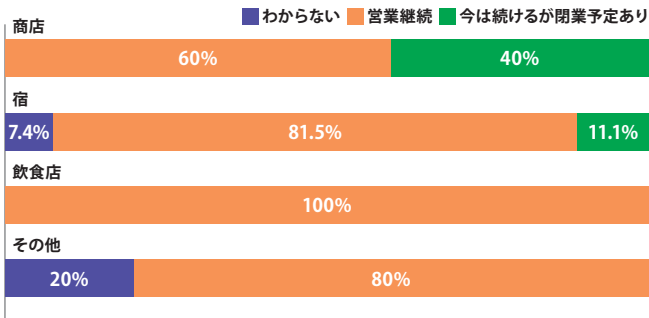
14) その他の課題



業種別に見ると、飲食店や商店、その他業種では「島全体の課題」が最大の懸念事項となっており、地域インフラや離島特有の環境が事業運営に影響していることが分かる。また、商店や飲食店では「集客に関する課題」も多く、売上面での不安が根強い。詳細を見ると、その他業種や飲食店では「飲食店の少なさ」が課題として挙げられ、宿では「船便予約の困難さ」が大きな問題となっていた。さらに飲食店では「東海汽船運賃の高騰」や「素泊まり宿の増加」など、外部環境の変化への懸念も見られた。集客面では、商店で「季節変動の激しさ」が突出しており、宿や飲食店でも「閑散期の集客難」が共通課題となっている。年間を通じた安定的な集客の難しさが、島内事業者全体の課題として浮き彫りとなった。

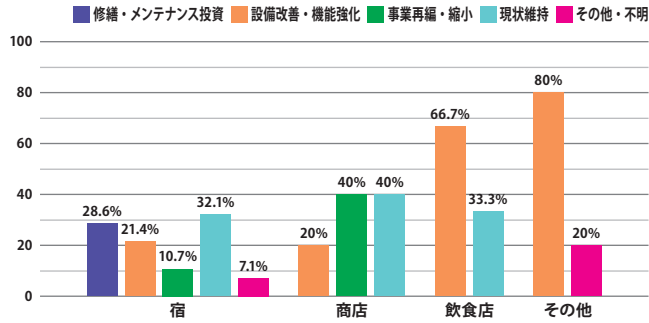
式根島における 店舗の営業実態と経営上の課題 03

15) 今後の経営意向



業種別にみると、後継者が未決定であることから今後閉業することも視野に入れている店舗も複数みられるが、営業継続の意思がある店舗が多数を占めており、営業継続の意思は旺盛だといえる。また、人口減少に伴う観光需要の縮小など観光業を取り巻く状況の変化に応じて事業継続を考えていくという意見も見られた。現時点で「今は続けるが閉業予定あり」と回答した店舗では、店主の高齢化に伴う課題が顕著に見られた。

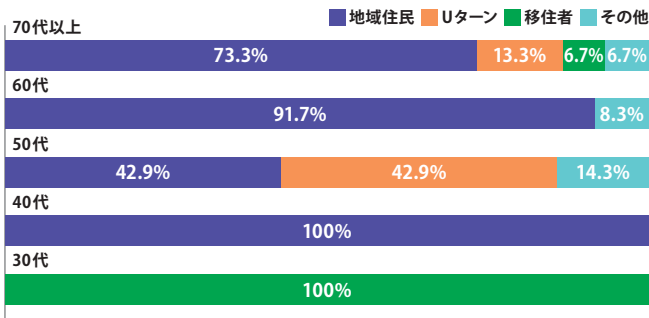
17) 投資の方向性



業種別に見ると、宿は「修繕・メンテナンス投資」(28.6%)と「現状維持」(32.1%)が中心となっている一方、設備改善(21.4%)や事業再編・縮小(10.7%)にも一定の回答があるなど方針が分散している。

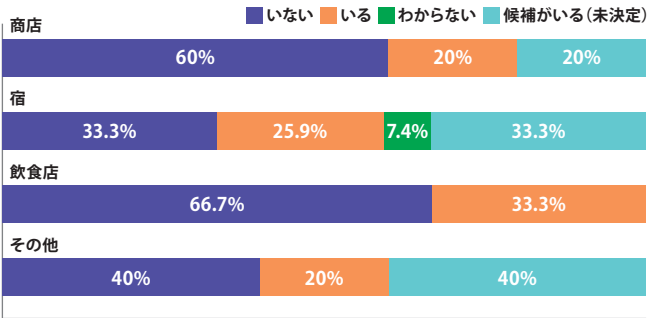
店舗は現状維持(40.0%)と事業再編・縮小(40.0%)が並び、二極化している。飲食店(66.7%)とその他(80.0%)は設備改善・機能強化への集中が目立つ。

19) 居住歴から見た店主の属性



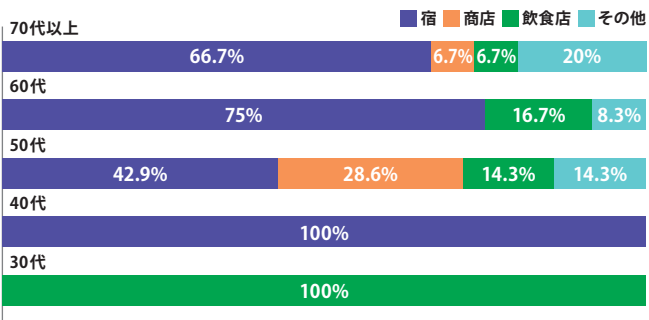
年齢別の店主属性を見ると、40代は地域住民で構成されている。50代以降になると地域住民に加え、Uターン、その他(二拠点居住)も見られる。特に60代・70代以上では地域住民の割合が高い一方、それ以外の属性も一定数存在する。高齢層ほど属性が多様化している。

16) 後継者の有無



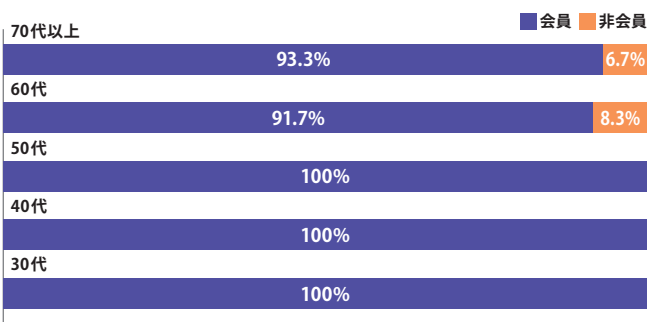
店舗と飲食店の半数以上で後継者がいない、半数の宿とその他は後継者がいるまたは候補がいるという現状である。後継者がいない店舗では、「息子や娘がいるものの、後継者になるわけではなさそう」という意見が挙げられた。店主の高齢化が進んでいる現状を鑑みれば、近い将来に各業種で閉店が相次ぐ可能背が危惧される。

18) 業種



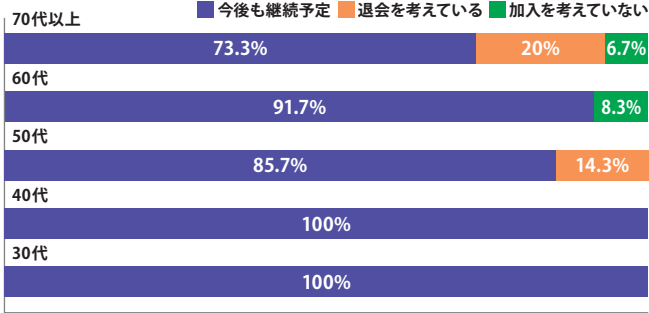
年齢が上がるにつれて宿の割合が高まる傾向が見られるが、これは単に高齢層に宿が多いという事実以上に、宿泊業が島内の基幹産業として長期的に継続されている可能性を示唆している。一方で、50代では業種構成が分散しており、店舗・飲食店・その他が一定割合を占めることから、世代交代期において業態選択が多様化している段階とも考えられる。40代が宿に集中し、30代が飲食に集中している点はサンプル数の影響を考慮すべきだが、若年層の参入形態が限定的である可能性も否定できない。

20-1) 観光協会への加入状況

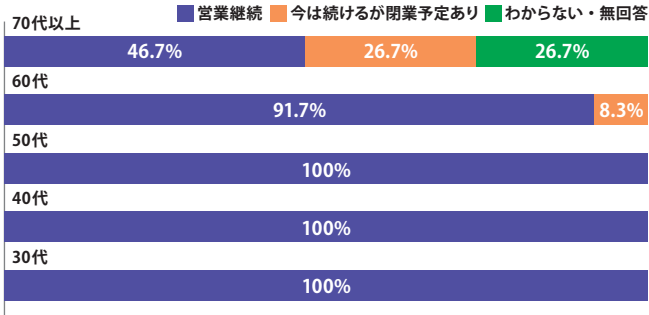


観光協会への加入率は全世代で高水準にあり、特に30～50代では100%と強い結束が見られる。60代以上ではわずかに非会員が存在するものの、世代を問わず観光協会が地域事業者の中核的な組織として機能している実態がうかがえる。
また今後の継続意向を見ると、全体として継続意向は強いものの、年齢が上がるにつれて「退会を検討」「加入を考えていない」とする割合が増えている。特に70代以上では継続率が相対的に低下しており、これは高齢化に伴う経営負担や事業縮小の意向と関連していることが示唆される。若年層の定着は確認できるが、将来的な組織規模の維持には、高齢層の円滑な世代交代支援が課題となる。

20-2) 観光協会への今後の継続意向

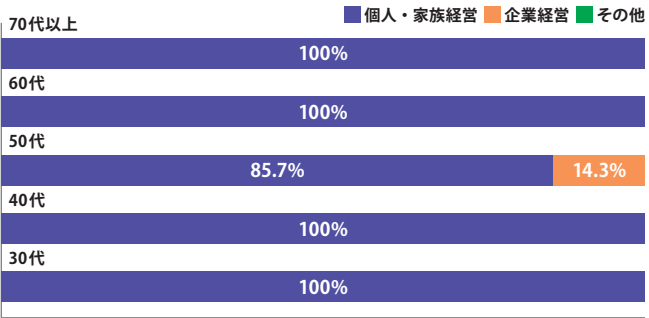


22) 今後の経営意向



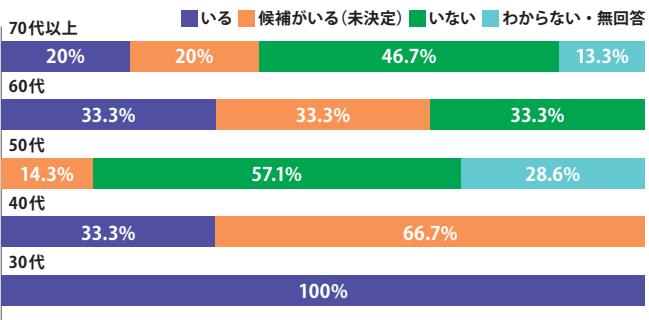
年齢別に今後の経営意向を見ると、30代から50代までは「営業継続」が100%となっており、現役世代においては事業継続の意思が非常に強いことが分かる。しかし、60代では「今は続けるが閉業予定あり」が8.3%出現し、70代以上になると「営業継続」が46.7%まで低下する。それに代わって「今は続けるが閉業予定あり」と「わからない・無回答」で半数以上を占めることから、高齢層は70代以上を区切りとして事業承継や撤退の判断をする可能性が高くなるといえる。

21) 経営体制



年齢別に経営の体制を見ると、30代、40代、そして60代以上のすべての層において「個人・家族経営」が100%を占めており、島内事業のほとんどが個人の裁量や家族の協力によって維持されている実態がみられた。唯一、50代において「企業経営」が見られるものの、同世代でも8割以上は個人・家族経営を選択している。全世代を通じて組織化された経営体制への移行はほぼ見られず、地域経済が小規模な生業の集積によって成り立っていることが分かる。こうした経営体制の偏りは、これまでの分析で見られた人手不足や後継者不在といった課題が、組織的な対応ではなく、個々の事業主やその家族の負担に直結しやすい構造であることを示唆している。

23) 後継者の有無



年齢別に後継者の有無を見ると、40代・60代では「いる」または「候補がいる(未決定)」とする回答が合計で6割を超えており、特定の世代において事業承継への意識や準備が進んでいることが伺える。一方で、50代では「いない」が57.1%と過半数を占め、70代以上でも「いない」が46.7%に達するなど、高齢層においても後継者不在が深刻な課題となっている。また、70代以上では「わからない・無回答」が13.3%だった。比較的若い世代で後継者候補の確保が見られる反面、引退が間近に迫る高齢層ほど承継の目途が立っていない。

めでたいシール(congratulations !シール)(2025 年 12 月 22 日発表)

式根島観光協会では、お客様にアンケート調査をおこない、その中で島民の方とお話したいという結果を踏まえ、お客様満足度向上のためにめでたい(congratulations !)シールを作りました。

- ・お誕生日の方
- ・記念日の方
- ・今日はとにかくめでたい日などの方に対して、

式根島観光協会でお声がけいただければ無料でもらえます。
※配布条件がございますので、詳しくは観光協会まで

そこで、式根島島民のみなさまにお願いがございます！

このシールを貼っている方を見かけましたら、「おー！おめでとうございます！」とお声がけをお願いしたいです。

式根島にお越しいただいたすべての方に対して、また来て欲しいと願います。
話すきっかけになればとても嬉しいです。

※リピーター客が多くいる式根島は、その多くは人(島民)に会いに来ていることがアンケート調査で分かりました。
景色をもう一度見に来る方は非常に少ない結果が出ていることから、お話することで良い印象が残ると考えております。



ようこそ式根島＋LEGO ブロック制作

式根島の玄関口にあるシンボルマーク「ようこそ式根島へ」が完成しました。是非ご覧ください！

LEGO ブロックで制作「ようこそ式根島へ」

式根島観光協会では、毎年 LEGO ブロックを使って式根島を表現しています。制作者の中村裕之氏

今ある「ようこそ式根島へ」の壁画は R7 年度に塗りなおしたものです。

その前から計画していたため、壁画の上下がコンクリートの状態がモデルになっています。ブロックらしい可愛さと当時の面影の両立を頑張りました。今後は、野伏港船客待合所内と観光協会事務所内に展示予定。



100 周年記念碑

野伏の港から菊水旅館に上がる道沿いにある 100 周年記念碑を綺麗にしました。長年の汚れで見えにくくなっていましたが、学校の先生たちにご協力いただいて、ペンキ塗りを行い、式根島交通安全協会の高圧洗浄機をお借りして、綺麗にしました。関係者のみなさまご協力ありがとうございました。



蚊を減らす取り組みについて

式根島観光協会では、蚊を退治する活動をおこなっております。

第1弾は、観光客に対して、ラケット型のハエたたきを貸し出し、蚊を退治してもらう取り組みです！蚊を退治してもらい、観光協会に口頭で報告してもらうと、限定ノベルティシールをプレゼント。

式根島の公衆トイレ・遊歩道などの場所で「蚊」が多く発生し、観光客からも対策を求められていた中で、我々だけでは駆除することは難しいので、お客様に「蚊」を退治してもらえたら撃退シールをプレゼント。多くの方がチャレンジしてくれ、観光協会でも SNS 宣伝をしたところ、株式会社キンチョウからご連絡をいただき「蚊」の相談をさせていただいた。



観光協会前の道路補修

観光協会前の道路補修が行われ、凸凹していた道路が綺麗になりました。以前は、凸凹した段差で躓いて転んでしまった方も多く、東京都大島支庁ご担当者様にご相談させていただき、すぐに対応してもらえました。今後は、安心して式根島観光協会にも来られますので、是非お越しください！



野伏灯台ペンキ塗り直し

式根島の住民の方から、式根島の玄関口である野伏灯台が随分汚くなっているとご連絡をいただき、東京都大島支庁港湾局ご担当者様・下田海上保安庁に相談したところ、様々なご対応をいただき、約30年ぶりに綺麗になりました。

灯台の上には、可愛い波の模様があたり、魚の模様もあたりしますので、ぜひお近くでご覧ください！



学校教育 × 観光

式根島中学校職業体験

2025年5月29日・30日の2日間、式根島中学生の奥山颯太郎(おくやまそうたろう)さんが、式根島観光協会の職業体験で、一緒に観光PRを行ってくれました。颯太郎さんは、釣りが得意なので、釣りマップを作り観光協会に貼り出しています!

中学生が職業体験中は、ぜひ温かいお声がけをよろしくお願いいたします。

今後も式根島観光協会では、子供たちと一緒に地域を盛り上げてまいります。

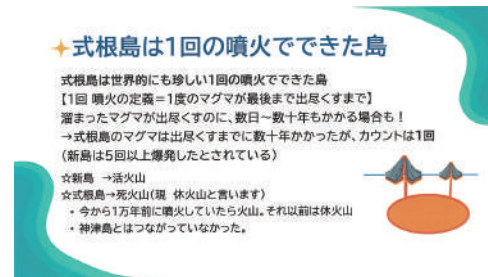


新島中学1年生に向けた式根島のお話

毎年4月後半に新島中学校にて「式根島のお話」をさせていただいています。

式根島遠足に行く前に式根島のお話することでオモシロさが倍増します!

今回で7年目となり、今後も新島の子供たちに式根島を知ってもらい取り組みを続けていきたいです。



インターンシップ・学生バイト受け入れ

①神奈川県浅野高校3年生の男の子が5日間、式根島観光協会にてインターンをおこないました。観光を学びたいと連絡をいただき、式根島の観光について学んいただきました。

②東海大学1年生の女性に2週間、式根島観光協会にて働いてもらいました。大学生が発案したラバーバンドも完成し、店頭で販売することが出来ました。

今後も、若い世代の方たちと共に式根島の観光について真剣に考え、より良い島づくりを目指してまいります。



たびいじょ 女子大生が作る冊子

女子大生が作る冊子「たびいじょ」。

式根島の紹介や式根島認定書を掲載してもらいました。

実際に女子大学生2名が式根島に来島し、自ら体験をした内容を記事にして、全国の提携された大学・高校などの図書館に設置されていますので、ぜひご覧ください。

「たびいじょ」は、全国各地のゲストハウス、大学、カフェや書店にも配置されていて無料です!



ピザーラキッチンカー

2026年6月16日~3日間

ピザーラキッチンカーが式根島にきました。

フェリーあぜりあ10周年企画で、観光協会が申請等のお手伝いをおこないました。

島民の方が沢山購入されたそうで、式根島分のピザは完売したそうです。

また式根島に来てもらえるように、今後も働きかけていきたいです。



宮川純氏へ感謝の記念品贈呈

式根島観光協会副会長に10年以上も継続して携わっていただいた宮川純さんに、記念品の贈呈をおこないました。

式根島観光協会の歴史

1965年(昭和40年)

新島観光協会より独立し、式根島観光協会設立

1981年(昭和56年)

コンピューターを導入

2010年(平成22年)

一般社団法人 式根島観光協会へ法人化



東京観光財団 × 式根島観光協会

プロボノ人材事業

東京観光財団「プロボノ人材事業」の報告会に参加約1年間をかけて、式根島観光協会の課題解決事業
「プレゼン資料の改善」
「フォトコンテストの写真の有効活用」
「Note(ブログ)作成」
3名のボランティアの方に協力してもらい、毎週1回オンライン会議を重ね、最終報告会で成果発表をした。



最終報告会の様子

ゼミ事業

式根島観光、変革へ一手

大学連携で“発信力不足”と“経営実態”に切り込む式根島観光協会は、令和7年度の東京観光財団「協働型課題解決ワークショップ」を活用し、大学と連携した観光振興の取り組みを進めている。今回、「動画制作」と「アンケート調査」の2つの事業を実施し、島の課題解決に向けた新たな一歩を踏み出した。

動画制作では、SNS(YouTubeなど)を活用した情報発信が十分でないという課題に対応するため、成蹊大学小田ゼミと連携。若者の視点を取り入れた観光PR動画を企画・制作し、既にYouTubeやnoteで公開している。

一方、アンケート調査では、宿泊業や飲食業、商店など島内事業者を対象に、経営実態の把握を目的とした調査を実施。立教大学羽生ゼミと協力し、これまで十分に把握できていなかった現場の声を集約した。

式根島観光協会では「大学の専門的知見や学生の柔軟な発想を取り入れることで、従来にない視点での課題整理が進んだ」としており、調査結果については今後の事業計画に反映させていく方針だ。

人口減少や観光客の多様化といった課題に直面する離島において、外部との連携による取り組みが今後のモデルケースとなるか、注目される。



成蹊大学 小田ゼミのみなさん



成蹊大学 小田ゼミ 2025 Instagram より引用 <https://www.instagram.com/oda.seminar/>

朝市を毎年式根島マラソン大会翌日におこなっています！

式根島観光協会では、式根島で採れた野菜や果物を集め、朝市を開催しております。

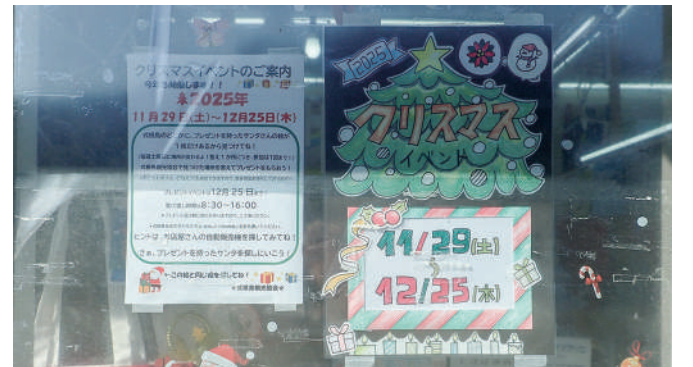
玉ねぎやトマトなど、旬なモノをご用意しております。この時の為に作ってくれている農家さんもいるので、是非お楽しみに！ ※毎年、すぐに無くなってしまうので、お早めに！



クリスマスイベント

実施日:令和7年11月29日~12月25日まで参加人数:大人64名 子供97名合計161名

式根島島内の商店とコラボ企画。自動販売機横に、1週間単位(ランダム)でサンタクロースの絵を張り出し、見つけたら観光協会にその場所を言うと、プレゼント(ノベルティグッズなど)がもらえるイベント。過去最高の参加者でした。



新商品

500円ガチャ



式根島クラフトビール



猫シール

さるびあ丸ティッシュカバー



事務局長の独り言

式根島がこの先どうなるのか考える日があります。

①国境離島について

2026年2月新島・式根島が伊豆諸島北部で初めて国境離島に選ばれるとニュースになってから少し経ちました。みなさまは国境離島をご存じでしょうか？選ばれるといいことが沢山あるの？実は、いいことが沢山あります。

国境離島に選ばれる理由

近年、人口減少率が顕著で、地域社会を維持するためには支援強化が不可欠と判断。

国境離島に選ばれると

現行法では、島民が船や飛行機で本土と行き来する際の運賃を安くしたり、農林水産物の輸送コストを補助したりしている。今後は高速船を含む新たな船舶の建造を後押しする。ガソリンなど燃料の価格高騰対策も充実させ、長期滞在する観光客の受け入れ体制も整備する。

現状の式根島

人口減少が著しく、支援が無いと維持できない
式根島の人口は2026年4月現在約450人
※学生の方、病院の方など、式根島に籍があるが島内にいない方約50人ぐらい
実質、約300人台に突入しているので、待ったなしの状況です。
16年前の人口は約600人と発表されていたので、半分になってしまいました。

国境離島を活用していく方法は？

運賃を安くし、輸送コストも下げ、ガソリンも安定されることで、住みやすい環境を整備し、移住したい方を少しでも増やすことが出来る可能性が高まります。
ただ、何もしなければそのままなので、みなさまで声を上げて行政から東京都や国に働きかけてもらう必要があります。
2026年7月から東海汽船の料金・島民割引が変更になり、島民の負担が重くのしかかってきます。
観光地であるのですが、住む方の生活を見に来るのが本来の観光です。
住んでいる方たちが幸せであることが、観光誘致にもつながります。

みなさま、住みやすい式根島を目指していきませんか？



②諦めません！何度もチャレンジします！

(1) リニューアルされてから、憩の家(有料温泉)を利用されたことがありますか？

とても広くなり、綺麗な施設で最高の温泉を味わうことができます。
ただ、一つだけ気になることがあります。それは料金です。
大人¥200小人¥100どなたでも一律の金額です。

※東京の銭湯の金額をご存じでしょうか？
大人¥550中人¥200小人¥100(令和8年8月1日より)

島民の憩いの場でもあるため、島民は料金据え置き(無料でもいいのでは?)

お客様と島民をどう区別するのか？という意見を以前いただきました。
そこで、八丈島でおこなっている顔認証制度を導入(東京都のインフラ事業を利用)し、島民の方には事前登録してもらい、区別する提案をしましたが、難しいとのことでした。

八丈島では出来たことなので、式根島も出来ると信じ、再度提案をしたいと思います。

憩の家の維持管理費もかかることなので、お客様からご負担を頂くことも検討して欲しいです。

または、東京都なので入浴税を導入することも是非検討して欲しいです。

令和の時代、お湯を使い放題、シャンプー・石鹸は備え付け、温泉にも入れて¥200は安すぎるとお客様からも意見を多数いただいております。

いつまでも税収が安定して行けるとは限らないので、自立できる島を目指していけることが式根島にとって良いことだと思います。

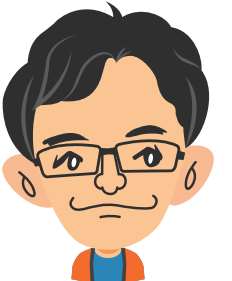
(2) テレビ放送障害をご存じでしょうか？

式根島は2025年秋ごろから、一部地域で6チャンネルが見れない状況が続いています。
アンテナを替えてみたり、電気屋さんにも見てもらったりと、色々と試行錯誤を繰り返しましたが、一向に改善されません。
式根島では、石白川地区を中心とし、中心部まで見れないとのお声をいただいています。
2026年3月31日現在 式根島地区12軒 6チャンネル(4チャンネルの方も)
・雨の日などは携帯電波も悪いとの声もあります。

改善を是非よろしくお願いします！

(3) 神引展望台に行くと、富士山や大島など場所を指し示すパネルの近くに、とがった金具があるのをご存じでしょうか？

場所の目安は、神引展望台と書いたあるポールの下付近です。
抜いて欲しく要望書も提出していますが、2年以上たってもそのままなので、お客様に注意を促しております。
島民方もくれぐれも注意してください。
一刻も早く撤去されることを願います。



(一社) 式根島観光協会 事務局長
田村 修一