

1. テーマ

「離島の暮らしと魅力～鳥羽の離島の食と観光をポスターでPRする in 答志島・菅島」

2. アウトプット

- ① 学生は、座学、フィールドワーク、グループワークを経た内容を発表する。
- ② 両島の観光ポスターを作成する。

3. 実施内容

回	日程・場所	時間	概要	
第1回	オンライン	4.0	① 鳥羽市を知る（RESAS、人口、産業特性） ② 動画レクチャー ▶ 「伊勢志摩の食について（皇学館駒田教授）」 ▶ 「観光について（冨本）」	
第2回	10/11（土） 09:00～ 17:00	8.0	スケジュール 09:00 鳥羽駅集合 オリエンテーション～グループ分け等 09:30 鳥羽市水産研究所見学 11:00 移動、 11:30 海の博物館見学 昼食～休憩 13:00 館長講話 14:00 グループワーク（倉田、会場：映像ホール） ・地域資源について ・連絡方法の確定 等 16:00 連絡事項など 16:15 海の博物館出発 16:45 鳥羽駅 解散	
第3回	11/8（土） 09:00～ 17:00	8.0	離島フィールドワーク 1	
			9:00 鳥羽マリンターミナル集合（〒517-0011 三重県鳥羽市鳥羽1丁目2383-51 マリンターミナル 1F）	
			答志島	菅島
			09:30 乗船 島内めぐり （島の旅社） 12:00 昼食 14:20 乗船 14:38 ターミナル	09:50 乗船 島内めぐり （島っ子ガイド） 12:00 昼食 14:00 乗船 14:25 ターミナル
鳥羽マルシェ及び周辺見学			16:00 連絡事項等 16:30 解散	
第4回	11/29（土）	4.0	グループワーク	

	13 : 00 ~ 17 : 00		場所 : TOBASHARE 〒517-0011 三重県鳥羽市鳥羽1丁目2-12 https://maps.app.goo.gl/urhpmNCgBtwpb6jU9	
第5回	12/13 (土) 09:00 ~ 17:00	8.0	離島フィールドワーク2 9:00 鳥羽マリンターミナル集合 (〒517-0011 三重県鳥羽市鳥羽1丁目2383-51 マリンターミナル 1F)	
			答志島	菅島
			09:30 乗船 引率 : 倉田 12:00 昼食 14:20 乗船 14:38 ターミナル	09:50 乗船 引率 : 織田 12:00 昼食 14:00 乗船 14:25 ターミナル
			帰着後マリンターミナル2F交流ラウンジにてグループワーク(1時間程度) 16:45 終了予定	
第6回	12/20 (土) 09:00 ~ 17:00	8.0	09:00 マリンターミナル集合~ グループワーク 12:00 昼食休憩等 13:30 移動 14:00 マリンターミナル準備 15:00 発表会 16:00 終了 振り返り 16:45 解散 発表会場 : 鳥羽マリンターミナル	
		40		

4. 学生による発見

- ① 食資源の質の高さ : 答志島のシラスや海苔は、スーパーの市販品と比較して安価でありながら、鮮度や味が格段に優れている。
- ② 「何もしない」観光の価値 : 菅島は風や波の音が聞こえる静寂な環境であり、過度な観光地化や干渉がないため、都会の喧騒を離れて自分と向き合う「内省的な滞在」に適している。
- ③ 独自の生活文化 : 地形に由来する密集した路地や根付いている信仰、夫婦で漁具の手入れをする協力体制など、島固有の暮らしや幸福の形が現在も息づいている。

5. 浮き彫りになった課題

- ① アクセスの物理的負担 : 鳥羽マリンターミナルは駅から徒歩圏内にあるが、荷物を抱えての移動は負担となる。また、繁忙期や週末には近隣駐車場が満車となり、遠方への駐車を余儀なくされるなど、アクセス面での不便さが指摘された。
- ② 観光地としての訴求力の弱さ : 特に菅島において、わかりやすい観光名所としての押し出しが弱く、宿泊や長時間の滞在プランを提案するハードルが高いことが判明した。住民との偶発的な交流も期待したほど多くはなく、既存の「観光地」としての枠組みでは魅力を伝えきれない点が課題である。
- ③ 行動変容を促す難しさ : 都会志向の若者に対し、単にポスターで「良い雰囲気」を伝えるだけでは、実

際に島へ足を運ばせる「行動変容」を促すには不十分である。ポスターを見た人間が具体的にどのようなアクションを起こすべきか、より強力な動機付けと工夫が必要である。

6. 提案

- ① 「暮らしと時間」のブランド化：単なる名所観光ではなく、菅島の「何もしない」滞在や答志島の路地裏文化など、島特有の時間の流れや生活そのものを新たな観光価値として確立する。
- ② 受入環境のストレス軽減：ターミナルからの荷物運搬の負担や駐車場不足といった物理的な課題に対し、手荷物配送サービスの導入や駐車場情報の事前周知を強化し、来島の物理的ハードルを下げる。
- ③ 行動直結型の情報発信：イメージ訴求にとどまらず、QRコードの活用やターゲット別の具体的なモデルコース提示など、関心を持った層が迷わず「来島」という行動に移れる動線設計。

7. 参考：高等教育コンソーシアムみえ 報告

<https://conso-mie.jp/2026/01/14/2025shokutokanko/>