

〈研究ノート〉

ポジショナリティ・シフトによる対馬への インバウンド観光の可能性

前田 陽次郎*

要 約

近年対馬は韓国人観光客の増大により、地域経済における観光業の重要性が高まっていた。しかし2019年には徴用工問題を契機に韓国内で起こった「ボイコットジャパン運動」のために、対馬への外国人入国者が前年同月比9割減という状況になった。さらに2020年にはCOVID-19の影響で国際航路が全便運休になり、入国者数がゼロになった。こうした状況から対馬では韓国以外の観光客誘致や国内観光客の増加が大きな目標になった。本稿ではポジショナリティ・シフトにより対馬を日本の周辺地域ではなく東アジアの結節点と位置づけることで、世界各地から観光客を誘致する方法を提案する。

I. はじめに

1. 対馬の観光をとりまく状況

近年対馬では、韓国人旅行客の急増により観光業が大きく伸び、地域経済に大きな影響を与えるようになった。2016年の外国人宿泊客実数は13万人を超え、インバウンド地域貢献指標は4.3倍、宿泊客延べ滞在数(28.9万人)を使用すると同指標は9.2倍になった。外国人宿泊客実数ベースのインバウンド地域貢献指標は、京都市の2.2倍を大きく上回っている¹。

ところが、2019年には徴用工問題を契機に韓国内で起こったボイコットジャパン運動の影響で、同年7月以降対馬を訪れる観光客数は前年同月比9割減程度になった。2020年に入って回復のきざしを見せていたが、COVID-19の感染拡大防止のために日本政府が船による入国を同

年3月に禁止したため、対馬と韓国を結ぶ航路は全て運休した。そのため同年4月以降は対馬における入国者数はゼロになった。

こうした状況から、対馬では韓国人観光客に過度に依存しない観光を目指すことが重要な課題になっている。

2. 経済地理学会対馬特別例会での議論

筆者を中心とした経済地理学会会員の企画により、2019年12月に対馬市において同学会西南支部・関西支部合同対馬特別例会を開催した。開催の目的は、ボイコットジャパン運動による対馬への観光客急減を受け、対馬の未来を何とかするために参加者全員が知恵を出しあうことと、この会合を契機に全国から対馬に人を呼び、対馬への関心を高めてもらうことであった。例会には、全国の同会会員だけでなく地元

*長崎農産品貿易株式会社代表取締役、長崎県立大学東アジア研究所連携研究員

住民の参加も呼びかけた。テーマを「境界地域」としての対馬－周辺地域と国境地域の二面性とし、内容は講演2題に加え、長崎県文化観光国際部長や対馬市副市長をお招きしてパネルディスカッションを行った(表1参照)。本稿ではこの会で議論されたことを元にして、「ポジショナリティ・シフト」を行うことにより、対馬を国土の周辺地域的な性格から、アジア諸国との国境地域的な性格に注目することへ視点を移し²、韓国人に頼らない観光の可能性をさぐることを中心に考察する。

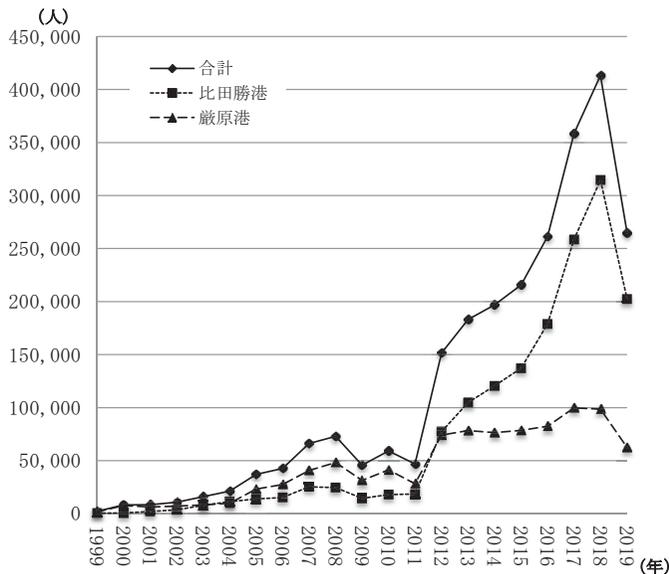
3. 本論文の構成

本論文は第II章で対馬の観光客数の推移を概観する。第III章で対馬観光の魅力として、周辺地域性と国境地域であることの両面に着目することで、対馬の「日本でここにしかない」魅力を掘り起こし、日本人観光客の誘致を行うことを提案する。第IV章では、西洋人に人気のある国内観光地の特徴を対馬に適用することで、西

表1 経済地理学会西南支部関西支部合同対馬特別例会概要

日時	2019年12月21日
会場	対馬市交流センター3階大会議室
主催	経済地理学会西南支部・関西支部
後援	対馬市
テーマ	「境界地域」としての対馬－周辺地域と国境地域の二面性
開催内容	
○講演1	長崎県と対馬市の周辺地域性と雇用問題 前田陽次郎(長崎農産品貿易株式会社)
○講演2	ボーダースタディーズから見た対馬の韓国人観光 花松泰倫(九州国際大学特任准教授)
○シンポジウム	国境の島・対馬の未来を考える 座長 高木彰彦(九州大学教授)
パネリスト	中崎謙司(長崎県文化観光国際部長) 桐谷雅宣(対馬市副市長) 花松泰倫(九州国際大学特任准教授) 松井健一郎(長崎県立大学地域創造学部3年) 池田千恵子(大阪成蹊大学准教授)

図1 対馬各港への外国人入国者数(1999年～2019年)



(出所)「法務省出入国管理統計」より筆者作成

洋人の観光客を誘致する方法を模索する。第V章では、外国人が利用しやすい旅行商品や宿泊施設の開発方法を検討する。

II. 対馬における観光客数の推移

1. インバウンド観光客の状況

近年、対馬を訪れる観光客は、釜山からの国際定期航路を利用する韓国人中心であった。2018年の観光客数のうち75%が韓国人だったと対馬市は推計している³。

対馬へのインバウンド観光客は、釜山との間に定期航路が就航した1996年以降、順調に増加していた（図1参照）。リーマンショックの影響から2009年に一旦減少したが⁴、2012年以降は増加の勢いが加速した。これは、2011年に東日本大震災の影響で訪日韓国人が大きく減少したことを受け、それまで博多港と釜山港を結んでいた航路を運営する船会社が、距離が短いため運賃が安くできる対馬釜山航路に切り替えたことが大きな要因である。定期船では韓国の会社1社独占だった対馬釜山航路に、2011年後半に日韓各1社が定期航路を新規開設したため、3社競合となった。会社間の競争が起こることで、利便性の向上と運賃の低廉化がもたらされた。その結果対馬を訪れる韓国人の数が急増し、2018年の外国人入国者は対馬市の人口の10倍以上になる40万人を越えた。

2019年はボイコットジャパンの影響により、下半期の入国者が激減した⁴が、それでも通年の入国者は前年の半分を越す26万人超であった。入国者の少ない月は前年の1割程度まで減っていたが、仮に通年で前年の1割になったとしても、年間約4万人の入国者は対馬市の人口を越える数である。

その後2020年3月にはCOVID-19の影響に

より国際航路が全便運休になり、入国者数はゼロになった。

2. 補助金を活用した日本人観光客の増加

2019年の韓国人観光客急減を受け、国も対馬に対する大きな支援策を打ち出した。国境離島を対象に総額4億3千万円を2019年度の補正予算に計上した⁵が、これは対馬を念頭に置いたものであった。

2020年は新型コロナウイルスの影響に対する経済対策として、「GoTo トラベル」キャンペーンを始めとした全国を対象にした各種の補助政策が取られた。これに加え長崎県も独自の補助金を出して、対馬への国内観光客誘致を推進した。

こうした各種の補助金を活用したキャンペーンの影響で、対馬を訪れる日本人観光客は増加し、韓国人観光客の減少分を日本人観光客が埋めた。2020年1～11月に対馬市を訪れた旅行者は前年同期比35.1%減だったが、9～11月に限ると同15%減まで盛り返した⁶。対馬島内では、従来韓国人を乗せた団体バスばかり走っていたが、2020年は日本人ツアー客を乗せた観光バスが目につくようになり、対馬の中心地である厳原の繁華街でも日本人ツアー客を多く見かける状況になった。こうしたツアー客は「ツアー料金が安いから」という理由で初めて対馬を訪れた人が多い⁷。

III. 対馬観光の可能性

1. 周辺地域と国境地域の二面性

対馬を観光地として捉えた場合、「周辺地域」としての特性と「国境地域」としての特徴を売り込む、という2つのパターンが考えられる。

旅というのは、日常生活にないものを求めて

表2 「地域再生計画」における数値目標

KPI	事業開始前 (現時点)	2020年度増加分 1年目	2021年度増加分 2年目	2022年度増加分 3年目	KPI 増加分 の累計
金田城トレッキング利用者(人)	840	50	600	250	900
国内観光客実数(人)	240,000	10,000	40,000	60,000	110,000
周遊タクシー利用者(人)	0	0	8	340	348

(出所) 長崎県対馬市「地域再生計画」

お金を使うものだ。「周辺地域」は開発されていないために豊かな自然環境や古い遺跡が残っているという点に都会人は魅力を感じる。しかし対馬は「自然が豊かだ」「魚がうまい」というだけでは、「他の島も同じことを言っているよ」となり、都会の人に目を向けてもらうことはできない。「対馬にしかない」という魅力を打ち出さなければ、旅の目的地として選ばれないのだ。対馬の自然や魚は、日本の他の地域と比べても十分優位にある、と筆者も思う。とはいえ、それを売りにするのはインパクトが弱く、「対馬にしかないもの」を求めて対馬を訪れてもらうことで、自然や魚の魅力も感じてもらえるのが現状であろう。

長崎県の離島は屋久島などを抱える鹿児島県と比べ「普遍的な価値」を打ち出せていないため、観光客数が不安定である⁸。長崎県は国土の周辺地域にある立地の特性から、日本中の全ての地域と比較して魅力を感じさせるものがないと、国内観光客を継続的に集めることは難しい。たとえば長崎市は江戸時代に日本で唯一海外に開かれた港であったこと⁹や、世界で2ヶ所しかない被爆都市であることが、他にはない魅力として全国に浸透している。

しかし対馬に「他地域にない魅力」がないのかといえば、決してそうではない。全国に誇れる魅力はある。対馬は「ありすぎる島」なのだがそれをうまくPRできていないだけだ¹⁰。補助金を利用した国内観光客誘致により、対馬に

一回来てもらうことで、うまく対馬の魅力を参加者に伝えることができれば、補助金がなくなっても対馬を訪れようと思う日本人を増やすことは可能である。シンポジウムの席で長崎県の中崎文化観光国際部長が「安いという魅力だけでは、補助金がなくなると継続して人が来なくなるから良くない。」と発言された。旅費が高くて対馬に来たい、と思わせる魅力をアピールすることが重要である。

本章では、日本に誇れる史跡があるという点と、日本で唯一定期船で気軽に国境を行き来できるという2点から、日本人観光客の誘致手段としての、日本中で対馬にしかない魅力に関して考察する。

2. 「最強の城」金田城の魅力

2019年9月16日に放送された「あなたも絶対行きたくなる！日本『最強の城』スペシャル」第4弾(NHK)において、対馬中央部にある金田城が日本「最強の城」に選定された。1350年前に築かれた古代山城が、これだけきれいに残っているのは、日本でもここしかないということが最大の理由である。

もともと「城マニア」の間では金田城の人気が高まっていた。「続日本100名城のラスボス」と言われており、2018年12月22～24日に行われた「お城 EXPO2018」では、用意していたパンフレットが初日の4時間でなくなってしまうという程の人気だった¹¹。

対馬には金田城のような山城だけでなく、明治時代から第2次世界大戦にかけて日本政府が作った砲台跡も数多く存在する。「防衛史跡」が好きな人にとっては国内でも最高の場所で、こうした史跡の魅力をPRし、アクセスを便利にすることで、国内観光客を大きく増やすことは可能であろう。

この点に行政も着目している。対馬市は「地域再生法」に基づき「金田城等の多様な歴史資産を活用した新たな観光ツールの創出及び観光地づくりプロジェクト」という地域再生計画を策定し、2020年8月21日に国に認定された。事業期間は認定の日から2023年3月31日まで、総事業費107,800千円の事業である。目標として「従来のトレッキング、景観のすばらしさに加え、体験を組み込んだ「行きたくなる」オンラインの観光、金田城を核とし、他資源と連携した魅力ある観光、個人客でも手軽に観光できる訪れやすい観光に取組み、交流人口の拡大と地域振興を目指す」ことなどが挙げられている¹²。数値目標として事業開始前に840人だった金田城トレッキング利用者数を2020年度に50人、2021年度600人、2022年250人、合計900人の増加を掲げている（表2参照）。

3. 「国境自体を楽しむ」ボーダーツーリズム

対馬は釜山との間の海の境界線が確定していて、日本で最も安定した国境地域である。定期船が就航し気軽に国境を越えられるのは、現在日本で対馬だけであり、国境観光は対馬が「国内で唯一」の魅力を提供することができるコンテンツになる。近年注目されるようになってきたボーダーツーリズムについて考察する。

日本において、ボーダーツーリズムは北海道大学の岩下教授を中心とした境界研究を行うグループにより開発されてきた。当初は研究者が

旅行業者と組んで手探りでツアー作成を行ってきたが、そのノウハウを活かし現在はANA傘下のビッグホリデー株式会社が商品化している¹³。また岩下教授のグループでは旅行商品の開発だけでなく、研究成果をもとにした観光推進の提言書「ブックレットボーダーズ」シリーズも出版しており、その第1号が「国境の島・対馬の観光を創る」であった¹⁴。

対馬における国境観光の魅力は、日本と韓国の「共通性」と「差異」を認識できることである。両国の「似て非なるもの」を手軽に楽しめる点が、特に韓国人から見た対馬観光の魅力になる¹⁵。

とはいえ、実際に「国境の両側を経験すること」自体の楽しみが対馬を訪れる韓国人観光客に定着しているのかといえ、決してそうではない。それよりは「安く日本に旅行できる」ことが大きな魅力になっており、免税店での買い物最大の目的である人も多い¹⁶。対馬でお土産を買っても、それは「対馬土産」ではなく「日本土産」であり、北海道名物の「白い恋人」や「ROYCE」のチョコレートが対馬の土産物屋で一番目立つ所に置かれていたのが実状だ。

日本人にとっても「国境の両側を楽しむ」こと自体は、まだ旅行の魅力として捉えられておらず、国境を越える日本人観光客は少ない。しかし「東京から福岡経由で対馬に行くより、釜山経由の方が安くて早い。」ということは、話の種としては面白い。LCCを利用した海外旅行に慣れている人にとっては、日本と韓国の国境を越えることに大きな障害は感じないし、逆にそれ自体が楽しみにもなる。筆者が対馬での学会例会を企画した際に、翌日のエクスカッション後には比田勝港から釜山行きの船に乗れるような日程を組んだ。参加者に国境を越える旅の面白さを体感してもらいたかったからで、

数名の参加者には釜山に渡って頂けた。

日本人に対しては、前項で紹介した金田城などの魅力を第一に押し出し、プラスアルファの魅力として国境観光を勧める、というのが現実的だろう。

IV. 西洋人に訴求できる対馬の魅力

1. 西洋人観光客誘致の必要性

日本へのインバウンド観光客として数が多いのは、現状中国・韓国・台湾・香港といった東アジアからの来日客である。しかし西洋人旅行者は、滞在日数が短いアジア人に比べて滞在期間が長く旅行中の消費額も大きい。

2019年における観光・レジャー目的の訪日外国人の平均泊数は、韓国、台湾、香港、中国がそれぞれ3.3、5.2、5.6、5.8泊であるのに対し、英国、ドイツ、フランス、イタリア、スペイン、ロシア、カナダ、オーストラリアは10泊以上である。滞在日数は韓国が「3日間以内」が34.1%であるのに対し、ドイツやフランスは「14日以上」の割合が5割超である¹⁷。また一般客の旅行支出はオーストラリア(24.8万円)、英国(24.1万円)、フランス(23.7万円)の順で高く、韓国(7.6万円)は他の国籍・地域に比べて低い¹⁸。こうした状況から、日本各地で今後は西洋人のインバウンド客を増やす方針を強めており、対馬においても韓国を中心とした東アジア人から、欧米豪も含んだ外国人観光客へとターゲットを広げる必要がある。

筆者は対馬には西洋人を引きつける魅力が十分にあると考えている。特にゲームソフト「Ghost of Tsushima」¹⁹の世界的ヒットにより、COVID-19の影響による渡航制限が解除され日本へ訪問することが可能になったら、対馬へ訪れたいと思う西洋人は増えている。

本章では対馬に西洋人インバウンド客を呼び込む方法を考えるために、まず現在西洋人の人気が高い熊野古道や広島を採り上げ、両地域の状況を概観する。その上で、対馬でこの事例をどう適用できるのかについて考察する。

2. 熊野古道での西洋人観光客対応

西洋人の訪日観光客は神社仏閣といった日本文化を感じられる場所への訪問意欲が高い。また、近年は日本の山道を歩くことへの人気が高まっている。

「歩くツーリズム」として人気が高いのは、中山道の長野県と岐阜県をまたがる馬籠宿から妻籠宿間である。この区間を歩くツーリストは2015年には年間4万人で、その約47%が外国人である。また2013年の調査では、インバウンドツーリストの約92%が欧米系で、60%はヨーロッパからの観光者である。アジア系は全体の5%しかない²⁰。

和歌山県田辺市ではこうした「歩くツーリズム」に目をつけ、一般財団法人田辺市熊野ツーリズムビューローを中心にして西洋人観光客誘致を積極的に進めてきた。

熊野は2004年の世界遺産登録を契機に観光客が増加した。当初は、熊野に30~40分滞在して次の観光地へ向かう観光バスが、1日に100台程度やって来るという状況だった。それでは熊野の本当の魅力がわかってもらえないと感じ、熊野側の基本スタンスに合致する旅をしてくれる人として、欧米豪の個人観光客をターゲットに施設整備やプロモーション活動を始めたという経緯がある²¹。

熊野古道の旅の主な目的は、市街地から熊野本宮大社までの約38kmの山道「中辺路」を歩くことだ。旅行者は古道沿いの集落にある小規模宿舎に1泊から2泊滞在しながらゴールを目

指して歩く。この旅の魅力は客室数が10室以下の民宿に滞在して、地元の人との交流をすることにもある。経営者が他地域から参入している宿泊施設も約半数あり、レビューサイトで高評価を得ているなど、高質なサービスを提供している²²。

対馬でもこの事例をを適用できないだろうか。対馬には神社が200社存在する²³。そうした神社を徒歩で周遊するルートを作り、ルート沿いに民宿を開き、旅行情報を英語でまとめてパンフレットを作るなりホームページで閲覧できるようにするなどすれば、例えばCOVID-19下で旅行ができない状況にあっても、旅行プランだけは自国にしながら作成することができる。

民宿の整備については、対馬グリーン・ブルーツーリズム協会へ協力をお願いすることや、厳原には人気の高い宿坊があるので、そのノウハウを対馬各地に広めるなどの方法が考えられる。

現在管理者がいない神社仏閣等を民宿の経営者が管理することができれば、盗難事件なども防止することができ、観光面だけでなく文化財の保護においても、この観光振興策は有効になる。

3. 被爆地と宮島が魅力の広島

旅行情報サイト『トリップアドバイザー』の「外国人に人気の日本観光スポット」によると、2013年度から2015年度まで上位3位は同じで、1位は伏見稲荷大社、2位は広島平和記念資料館、3位は厳島神社であった。上位3位中2つを広島市周辺が占めるほど、広島は外国人観光客に人気がある。

そして、広島は特に西洋人のインバウンド客比率が高いという特徴がある。訪日外国人の内

訳を日本全体で見ると、アジアが85%であるのに対し、北米、ヨーロッパ、オセアニアは各7、6、2%でしかない(2016年)。ところが広島県への外国人訪問者は、アジアが33%なのに対し、ヨーロッパ、アメリカ、オセアニアは各29、18、9%と、合わせて過半数を越す(2015年)²⁴。これは原爆関連施設や神社が、特に西洋人の人気が高いためである。

対馬も和多都美神社を始めとして、西洋人に人気が出そうな神社はいくつもある。こうした神社と、長崎市の原爆関連施設を組み合わせることで、西洋人観光客増加を目指すという方向性が考えられる。

西洋人の旅行形態の特徴として長期滞在が挙げられる。そして同じ場所に1週間以上滞在しながら、現地では事前に予定を立てずに現地発着のツアーに参加する、という形態が浸透している。前もってしっかりした予定を立てずに訪問する人が少なくない²⁵。

長崎県でも、長崎市やハウステンボスに長期滞在しながら、そこから県内各地への日帰りツアーを充実させて県内各地へ観光客を回遊させる、という方法を充実させてはどうだろうか。県域は広いといっても、飛行機を利用すれば日帰りも可能である。たとえばアメリカのナイアガラの滝はニューヨーク州の端に位置するが、同州の対角線上の端にあるニューヨーク市から飛行機利用の日帰りツアーでナイアガラを訪れる観光客は多い。欧米豪の人から見たら、長崎市から五島や岐岐対馬へ日帰り旅行をすることは、ニューヨーク市からナイアガラに行くのと比べても十分近い。

対馬市の比田勝市長は、対馬の観光に関して「雲仙や長崎と同じ土俵でやっても追いつけない」と語っている²⁶が、あえて同じ土俵に乗って、県内各地の観光地がそれぞれの魅力を打ち

出し、相乗効果を出して県全体の観光客を増やすという考え方もあるのだ。

この方法を取ると、対馬での滞在は短時間で済まされてしまい、経済効果は薄い。広島でも現状では原爆ドームと宮島の2ヶ所だけを訪れる「0（ゼロ）泊観光」が主流で、経済効果が薄いことが課題として挙げられている²⁷。しかし、たとえ日帰りでもとにかく対馬を訪れてもらい、次に来た時は対馬で長期滞在しようと思ってもらえる仕掛けを作ることが重要である。

V. 対馬向け「海外旅行」旅行商品開発の可能性

1. 「周辺地域」ではない対馬の位置付け

日本においては対馬は国土の「周辺地域」であり遠い場所であるため、国内各地から対馬へ旅行に行くには時間と費用がかかる。

しかし外国から見ると、決してそうではない。韓国から見れば一番近い「日本」であり、そのため「安くて短時間の」日本旅行を求める韓国人旅行者が大量に対馬を訪れるようになった。

台湾・香港から見ても、九州は「近くて安い」場所である。両地域からはLCCを利用した九州旅行が大人気になっていて、その視点からだと対馬も決して遠い場所ではない。

さらに欧米豪から見れば、距離的には日本中どこでも誤差の範囲である。特にオーストラリアから九州を訪れる旅行者のうち、同時に北海道・東北へ訪問している割合は8.3%と、決して低くはない²⁸。オーストラリアから北海道を訪問する場合、香港をハブ空港とするキャセイパシフィック航空を利用して、香港乗り継ぎで直接新千歳空港から入国する人も多い。片道は

キャセイパシフィック航空の福岡便を利用すると、北海道と九州の両方を訪れても決して遠回りにはならないことが関係していると筆者は考える。

立地のデメリットがないことを考慮すれば、対馬の魅力をきちんと伝えることにより、欧米からの旅行者を呼ぶことも不可能ではない。特に「Ghost of Tsushima」のヒットにより、日本に行けるようになれば対馬を訪れたいと思う欧米人は確実に存在する。

本章ではこういう対馬の立地特性を考慮し、まず韓国以外のアジア人インバウンド客の誘致方法について、次にヨーロッパ人の誘致について、旅行商品の点から考察する。

2. LCC と組み合わせられる船のチケット

韓国以外の東アジア地域からのインバウンド客誘致のためには、対馬だけでなく、対馬と釜山を結ぶ航路を利用し、対馬と釜山両地域を周遊するボーダーツーリズム商品を売り出すことが考えられる。

旅行会社が日本人向けのボーダーツーリズム商品を提供する際に問題になるのが、国内旅行と海外旅行では社内的にチケット手配の部署が違うため、調整が難しいということである²⁹。また対馬と韓国との国境越えを挟む日本国内発のツアーであれば、片道は国内線、片道は国際線の飛行機を組み合わせる必要があるが、片道だけの国際線チケットを手配することも、今の大手航空会社の制度では困難である。

それに比べて第三国から対馬と釜山を訪れるツアーを組むのであれば、経路全てが海外旅行になるので、手間がかからない。韓国人に偏ったインバウンド客を、その他の国に広げる手段として、韓国以外の国からのツアー商品の開発が考えられるが、皮肉なことに日韓国境越えを

含む場合、日本国内発より外国発の方が、ツアー商品開発は楽なのである。まずは日本への観光客が多い台湾や香港向けに、対馬釜山間の航路を組み込んだ旅行商品を開発すれば、両地域から多くの訪日客を対馬に呼ぶことができる。

また台湾や香港からの訪日客は、LCCを利用したりピーターが非常に多い。LCCであれば、国際線であっても片道のみ購入が可能である。台北から福岡に就航していたLCC「タイガーエア台湾」と香港福岡便を運航していた「香港エクスプレス」は、いずれも釜山にも就航していた。往路は福岡便、復路は釜山便、途中で対馬を訪れるというルートでPRすることにより、対馬へのインバウンド客を増やすことも可能である。

香港エクスプレスの機内では、JR九州の乗り放題チケットを割引価格で販売していて、かなりの乗客が購入していた。これと同じように、JR九州が福岡比田勝間と比田勝釜山間を組み合わせた乗船チケット、あるいは両航路と対馬島内のバス2日間乗り放題チケットのセットなどを機内で割引販売するようにすれば、対馬訪問のきっかけを作ることができる。

3. フィンエアー釜山便を利用したヨーロッパ向け商品

ヨーロッパからの観光客を対馬に呼ぶ場合にも、片道は福岡から、片道は釜山からという経路を使うルートを推進したい。このルートを利用することで、日本と韓国両方の旅を出来るという魅力や、「往復」ではなく「周遊」することの楽しさを打ち出すことができる³⁰。

フィンランドの航空会社フィンエアーが2020年3月からヘルシンキー釜山路線を開設する予定だった³¹。フィンエアーはハブ空港であるヘルシンキーでの乗り継ぎを便利にすることで、

ヨーロッパ各地とアジアを結ぶ最短ルートとして近年乗客を増やしてきた。日本路線も東京大阪名古屋に加え、夏期は福岡、冬期は札幌³²に就航するなど、順調に拡張させていた。ヨーロッパからの観光客を対馬に呼ぶには、フィンエアーの利用を勧めるのが、利便性が高く満足度を上げられるだろう。

福岡空港側は、フィンエアーの利用客でインバウンド比率が低いことが課題になっている。インバウンドが増えないと同路線を通年運航へ発展させることもできないので、対馬がこの航路のインバウンド客を増やす役割になれることは、福岡にとっても有益なことになる。

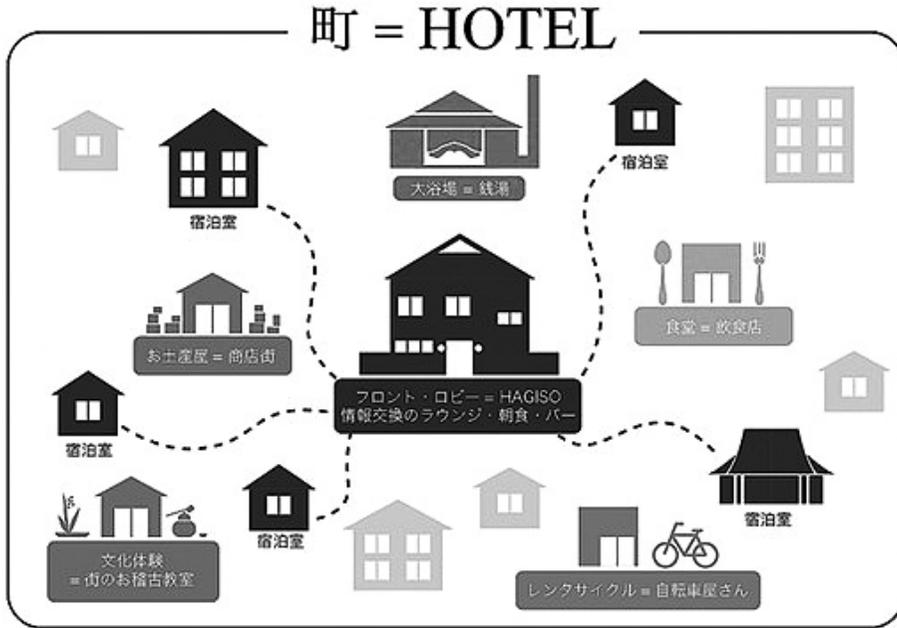
また韓国は、国の政策として長距離国際路線をソウル仁川空港に集中させていた。釜山金海空港にとってヘルシンキー便がその基本政策を外せた初の長距離路線であり、釜山市としては是非とも成功させたい路線である。対馬側からは釜山市との長年築いてきた友好関係を活かし、ヨーロッパからの対馬旅行は、片道は釜山経由で海路を利用し、対馬と釜山の両方を訪問するという内容で、釜山市と合同でヨーロッパ各地でのプロモーションを行うなどの方策も考えられる。対馬と釜山の関係を深める役割としても、このルートの推進は活用できる。

4. 「村ごと観光」アルベルゴ・ディフーズ

例会のシンポジウムでは、パネルディスカッションの登壇者である池田准教授から対馬で「アルベルゴ・ディフーズ」(AD)を導入することが提案された。

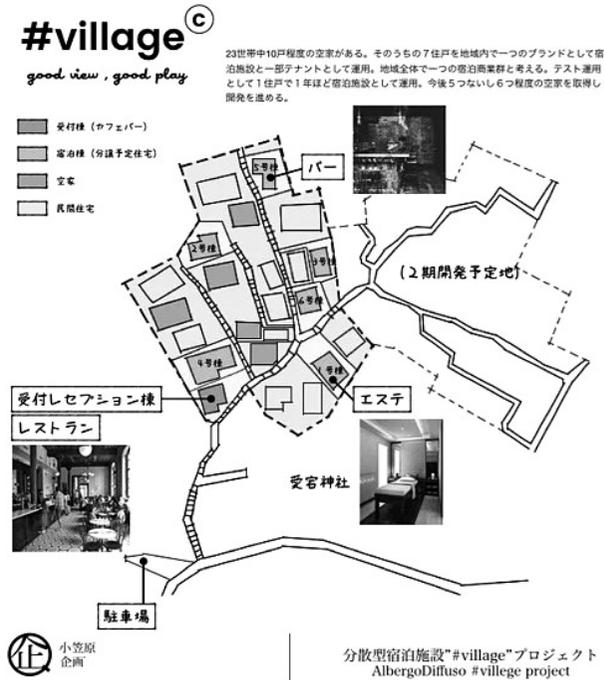
ADは図2のように町全体でホテルの機能を構成する分散型ホテルシステムであり、そこに歴史的なバックグラウンドを加えて、その土地に根付く歴史、文化、人の営みを、観光資源化する点がポイントである³³。

図2 アルベルゴ・ディフーズの概念図



(出所) 晝間信治「地方創生の決定打「アルベルゴ・ディフーズ (Albergo Diffuso)」

図3 「長崎坂宿」計画図



(出所) 小笠原太一「都市のエッジに新しい街を作ろうと思った理由」

日本でも徐々にこのシステムを採用する地域が増えていて、2019年6月には岡山商工会議所に事務局を置く「アルベルギ・ディフージ・ジャパン協会」がイタリアに次ぐ2ヶ所目の地域組織として発足した³⁴。

長崎市でも、茂木町で料亭跡を使った宿泊施設を活用してADを導入する試みが始まっている³⁵。また長崎市中心部で「長崎坂宿」と呼ぶ斜面地の空き家を宿泊施設に改装してADを広げていく事業も進んでいる(図3参照)³⁶。

対馬では、すでに比田勝港周辺では似た状況が発生している。長崎市の動きとノウハウを共有することで、ADを対馬各地に広げていくことも考えられる。

VI. まとめ

本稿では2019年に対馬市で行われた経済地理学会の例会で提案された対馬の観光振興策を紹介した。この例会には、世界の情勢や旅行に詳しい全国の経済地理学会員が集まったことで、普段長崎県にいただけでは見られない視点からのアイデアが出された。企画した筆者の立場からは、貴重で有意義な場を設けることができたことと自負することができ、全国の会員に加え対馬の方も合わせ、多くの参加者を得られ意見を出して頂けたことに感謝している。

本稿の提案で中心になるのは、対馬を日本あるいは長崎県の端として捉えるのではなく、「ポジショナリティ・シフト」を行うことにより、対馬は日本と韓国の通過点であり、東アジアの結节点的位置にあるという視点からの振興策である。長崎県内にいると、対馬に韓国以外の国からのインバウンド客を呼び込もうという議論になっても、往復とも福岡経由で、という経路しか耳にしない。これは対馬が「日本の端」「長

崎県の端」に位置しているという発想から抜け出していないからである。

今回の例会で行われた議論をふまえ、「東アジアの結节点」という視点からの対馬振興策がこれから増えることを期待したい。

注

- 1 小原篤次・平良棟子(2018年)「インバウンドのキャッシュレス需要に関する研究—韓国訪日客2017年対馬調査—」『東アジア評論』第10号、長崎県立大学東アジア研究所、27ページ。
- 2 「ポジショナリティ・シフト」は、立地の特性に関する見方を変えることであり、詳しくは高木彰彦(2018年)「ポジショナリティ・シフトと九州経済のダイナミズム」『九州経済調査月報』第884号、九州経済調査協会、32ページを参照のこと。
- 3 産業経済新聞社九州総局(2020年12月3日)『産経新聞』朝刊、21ページ。
- 4 前田陽次郎(2020年)「長崎県対馬市の産業構造と観光業の現況と将来像に対する経済地理学的分析」『日本地理学会発表要旨集』第97号、日本地理学会、73ページ。
- 5 長崎新聞(2021年1月28日) <https://this.kiji.is/579476176801547361?c=174761113988793844>。
- 6 産業経済新聞社(2021年1月28日)『産経プレミアム』 https://www.sankei.com/premium/news/201217/prm_2012170008-n_1.html。
- 7 産業経済新聞社九州総局(2020年12月3日)『産経新聞』朝刊、21ページでは、「対馬には初めて来た。今は旅行が安いから。こんなときでないかと来られないからね」という大阪府からの旅行者の声を紹介している。
- 8 奥山忠裕・石原駿(2014年)「離島地域の価値形成要因に関する分析—長崎県新上五島町を対象として—」『長崎県立大学経済学部論集』第48巻第1号、長崎県立大学経済学部、72ページ。
- 9 対馬が江戸時代に朝鮮との貿易をしていたことの知名度は、長崎の出島に比べて圧倒的に低い。
- 10 季刊 ritokei(2021年1月28日) <https://ritokei.com/article/kikanritokei/952>。
- 11 対馬観光物産協会(2021年1月28日)『対馬観光物産協会ブログ』 <http://blog.tsushima-net.org/?eid=1034>。
- 12 長崎県対馬市(2020年)「地域再生計画」 <https://www.kantei.go.jp/jp/singi/tiiki/tiikisaisei/dai57nintei/plan/al01.pdf>。
- 13 岩下明裕編著(2017年)『ボーダーツーリズム—観光で地域をつくる』北海道大学出版会、243ページ。
- 14 岩下明裕・花松泰倫編著(2014年)『国境の島・対馬の観光を創る』国境地域研究センター。

- 15 花松泰倫(2016年)「対馬・釜山のボーダーツーリズムの展開—境界地域の資源としての国境—」『地理』第61巻第8号、古今書院、48ページ。
- 16 対馬旅行のリピーターになっている韓国人は、「近い」だけではなく釣りなども含めて対馬の自然環境に魅かされている。観光客の数を求めるのであれば「近くて安い」ことを売り出すことで最大の効果が出せるが、社会情勢に左右されない継続的な観光客をつかむには、対馬本来の魅力を打ち出す必要がある。
- 17 観光庁(2021年1月28日)『訪日外国人の消費動向2019年年次報告書』<https://www.mlit.go.jp/kankocho/siryou/toukei/content/001345781.pdf>、7ページ。
- 18 同上書、15ページ。
- 19 ソニー PlayStation 4用のゲームソフトで、2020年7月17日に発売された。アメリカの会社が開発し、世界中で販売されている。元寇が題材で対馬を舞台にしており、ゲーム上に対馬の風景をイメージした画像がふんだんに盛り込まれている。世界中の人からこの風景を実際に見たいという声が上がっており、長崎県も長崎県観光連盟のホームページなどで積極的に情報発信している。ながさき旅ネット(2021年1月28日)https://www.nagasaki-tabinet.com/static/ghost_of_tsushima/。
- 20 市川康夫(2017年)「中山道を歩くインバウンド・ツーリズム—欧米系ツーリストの文化観光への意識に注目して」『日本地理学会発表要旨集』第92号、日本地理学会、39ページ。
- 21 多田稔子(2019年)「熊野古道に外国人観光客を呼び込む着地型観光—世界に開かれた持続可能な観光地を目指して—」『CATS叢書』第12号、北海道大学観光学高等研究センター、164ページ。
- 22 武智玖海人(2019年)「なぜ熊野古道は欧米豪の旅行者に評価されるのか?—宿の小規模性と経営者に着目して—」、日本交通公社、<https://www.jtb.or.jp/column-photo/column-kumanokodo-takechi/>。
- 23 対馬観光物産協会(2021年1月28日)『対馬観光物産協会ブログ』<http://blog.tsushima-net.org/?eid=1034>。
- 24 富川久美子(2017年)「広島県のインバウンド観光」『Consultant』第276号、建設コンサルタンツ協会、27ページ。
- 25 国土交通省九州運輸局(2021年1月28日)『欧米豪をターゲットとした九州観光関心度等の基礎調査報告書』<https://www.tb.mlit.go.jp/kyushu/content/000093063.pdf>、39ページ。
- 26 産業経済新聞社九州総局(2020年12月3日)前掲書、21ページ。
- 27 広島経済同友会広島ブランド委員会(2019年)『広島エリアにおける周遊型インバウンド観光振興の未来戦略』広島経済同友会、1ページ。
- 28 国土交通省九州運輸局(2021年1月28日)前掲書、30ページ。
- 29 岩下明裕編著(2017年)前掲書、195ページ。
- 30 例えば私がスイス旅行をした時には、行きはパリから入ってフランスの新幹線 TGV に乗りスイスに入国して、帰りはスイスからドイツの新幹線 ICE に乗ってフランクフルトから帰国した。フランスもドイツも宿泊せずに通過しただけであったが、国境を越え周遊する楽しみを選んだ。またユーレイルパスという鉄道乗り放題チケットがあったから、こうした旅程も抵抗なく組み込めた。
- 31 COVID-19の影響を受け、この路線の開設時期は延期されている。
- 32 2019年12月から当初は冬期限定で就航した。夏期も続けて就航することが発表されたが、COVID-19の影響により、2020年夏期の就航は取りやめになった。
- 33 晝間信治(2021年1月28日)「地方創生の決定打「アルベルゴ・ディフーズ(Albergo Diffuso)」」『山梨総合研究所ニューズレター』第249巻第1号、山梨総合研究所、<https://www.yafo.or.jp/2019/04/26/11103/>。
- 34 日本経済新聞(2021年1月28日)<https://www.nikkei.com/article/DGXMZO45958690R10C19A6LC0000>。
- 35 長崎新聞(2021年1月28日)<https://this.kijiiis/594524798343169121?c=174761113988793844>。記事の中では、2ヶ所目の宿泊施設「月と海」を同年7月に開業する計画とされているが、実際に開業したのは同年12月になった。
- 36 小笠原太一(2021年1月28日)「都市のエッジに新しい町を作ろうと思った理由。」https://note.com/ogasawarakikaku/n/nc719fed3079d?fbclid=IwAR0fDUOAJE2WAe7InIuRDsPwOuLAKF7iPbSnAfv_zVRFxsL6sVD-15jWh-c。

参考文献

<書籍類>

- 岩下明裕・花松泰倫編著(2014年)『国境の島・対馬の観光を創る』国境地域研究センター。
- 岩下明裕編著(2017年)『ボーダーツーリズム—観光で地域をつくる』北海道大学出版会。

<論文集類>

- 市川康夫(2017年)「中山道を歩くインバウンド・ツーリズム—欧米系ツーリストの文化観光への意識に注目して」『日本地理学会発表要旨集』第92号、日本地理学会。
- 奥山忠裕・石原駿(2014年)「離島地域の価値形成要因に関する分析—長崎県新上五島町を

- 対象として」『長崎県立大学経済学部論集』第48巻第1号、長崎県立大学経済学部。
- 小原篤次・平良棟子（2018年）「インバウンドのキャッシュレス需要に関する研究—韓国訪日客2017年対馬調査—」『東アジア評論』第10号、長崎県立大学東アジア研究所。
- 高木彰彦（2018年）「ポジショナリティ・シフトと九州経済のダイナミズム」『九州経済調査月報』第884号、九州経済調査協会。
- 多田稔子（2019年）「熊野古道に外国人観光客を呼び込む着地型観光～世界に開かれた持続可能な観光地を目指して～」『CATS叢書』第12号、北海道大学観光学高等研究センター。
- 富川久美子（2017年）「広島県のインバウンド観光」『Consultant』第276号、建設コンサルタンツ協会。
- 前田陽次郎（2020年）「長崎県対馬市の産業構造と観光業の現況と将来像に対する経済地理学的分析」『日本地理学会発表要旨集』第97号、日本地理学会。
- <雑誌類>
- 産業経済新聞社九州総局（2020年12月3日）『産経新聞』朝刊。
- 花松泰倫（2016年）「対馬・釜山のボーダーツーリズムの展開—境界地域の資源としての国境—」『地理』第61巻第8号、古今書院。
- <統計資料>
- 観光庁（2021年1月28日）『訪日外国人の消費動向2019年年次報告書』<https://www.mlit.go.jp/kankocho/siryou/toukei/content/001345781.pdf>。
- 国土交通省九州運輸局（2021年1月28日）『欧米豪をターゲットとした九州観光関心度等の基礎調査報告書』<https://www.tb.mlit.go.jp/kyushu/content/000093063.pdf>。
- 財務省『出入国管理統計』（2021年1月28日）http://www.moj.go.jp/isa/policies/statistics/toukei_ichiran_nyukan.html。
- <インターネット類>
- 小笠原太一（2021年1月28日）「都市のエッジに新しい町を作ろうと思った理由。」https://note.com/ogasawarakikaku/n/nc719fed3079d?fbclid=IwAR0fDUOAJE2WAE7InIuRDsPwOuLAKFi7PBSnAjv_zVRFXsL6sVD-l5jWh-c。
- 季刊 ritokei（2021年1月28日）<https://ritokei.com/article/kikanritokei/952>。
- 産業経済新聞社（2021年1月28日）『産経プレミアム』<https://www.sankei.com/premium/news/202127/prm2021270008-n1.html>。
- 武智玖海人（2021年1月28日）「なぜ熊野古道は欧米豪の旅行者に評価されるのか？～宿の小規模性と経営者に着目して～」、日本交通公社、<https://www.jtb.or.jp/column-photo/column-kumanokodo-takechi/>。
- 対馬観光物産協会（2021年1月28日）『対馬観光物産協会ブログ』<http://blog.tsushima-net.org/?eid=1034>。
- 長崎県対馬市（2020年）「地域再生計画」<https://www.kantei.go.jp/jp/singi/tiiki/tiikisaisei/dai57nintei/plan/a101.pdf>。
- 長崎新聞社（2021年1月28日）、<https://this.kiji.is/-/units/39079921310139892>。
- ながさき旅ネット（2021年1月28日）https://www.nagasaki-tabinet.com/static/ghost_of_tsushima/。
- 日本経済新聞（2021年1月28日）<https://www.nikkei.com/article/DGXMZO45958690R10C19A6LC0000>。
- 晝間信治（2021年1月28日）「地方創生の決定打「アルベルゴ・ディフーズ（Albergo Dif-

fuso)』『山梨総合研究所ニュースレター』
第249巻第1号、山梨総合研究所、[https://
www.yafo.or.jp/2019/04/26/11103/](https://www.yafo.or.jp/2019/04/26/11103/)。

広島経済同友会広島ブランド委員会（2019年）
『広島エリアにおける周遊型インバウンド観
光振興の未来戦略』広島経済同友会。[https://
/hirodoyu.com/archives/proposal/2019/
201903_05.pdf](https://hirodoyu.com/archives/proposal/2019/201903_05.pdf)。