

大学観光まちづくりコンテスト2018

九州産業大学 商学部観光産業学科

本告健人 佐々田拓実 縄田真琴 西村桃子 熊中麻里子

1. 対馬における観光の現状

- 古くから朝鮮通信使などを通じ、日韓の交流に深く関係。
- 韓国人観光客による対馬ブーム 年間36万人
- 国際航路4社が就航
(JR九州高速船・未来高速・大亜海運・ハンイル高速海運)
- CIQ(Customs税関・Immigration出入国管理・Quarantine検疫)

外国人観光客への受け入れ態勢が整備されている。



しかし、島民全体は歓迎していない！？

2. 対馬における観光に対する問題点

- 韓国系企業の参入

対馬の宿泊、飲食業界に韓国系企業が参入。

→ 韓国人観光客が増加しても地域は恩恵を受けづらい
対馬に来てても対馬らしさを味わえない。

- 文化やマナーの異なる観光客の増加による困惑

飲食店... 膝を立てて食べる。大声で喋る

交通... 道いっぱいに広がり交通の妨げ。道路の横断等

ゴミ... ポイ捨て、ホテルにおけるゴミの不始末。

民家... 無断撮影。騒音による被害、不法投棄等。

(2018.8.2 巖原地区飲食店を対象に独自アンケート)

→ 島民と韓国人観光客が交流する機会がない。

文化やマナーの違いをお互いに理解できていないまま共存。

3.課題

- 島民と韓国人観光客の間にある互いの文化の尊重、理解、意識の相違の理解。

→観光地「対馬」としての発展への第一歩

日本人観光客、韓国人観光客、島民がそれぞれ孤立するのではなく、互いに交流することができる場所、イベントがあまり無い。

日本人と韓国人の対馬における交流の場を提案し、文化交流を行うことで、双方の文化や考えを理解し合うきっかけづくり

4.提案

『国境のまち対馬で楽しむ利き酒交流イベント』

なぜ利き酒イベントなのか。

- ・ 訪日韓国人観光客が日本を訪れる理由

1位（98%） 日本食を食べること

（観光庁 訪日韓国人消費動向調査より）

韓国には日常的に日本酒を飲む機会がなく、日本に来ないと飲めない特別感

- ・ リピーターの多さ

訪日韓国人「また日本酒を飲みたい」と思う 82%

- ・ 外国人観光客に人気の酒造ツーリズム

「東北酒造街道」「昇龍道日本銘酒プロジェクト」などの日本酒を使ったイベントの成功例は多くあり、これを元に日韓交流の新たなイベントを企画していく

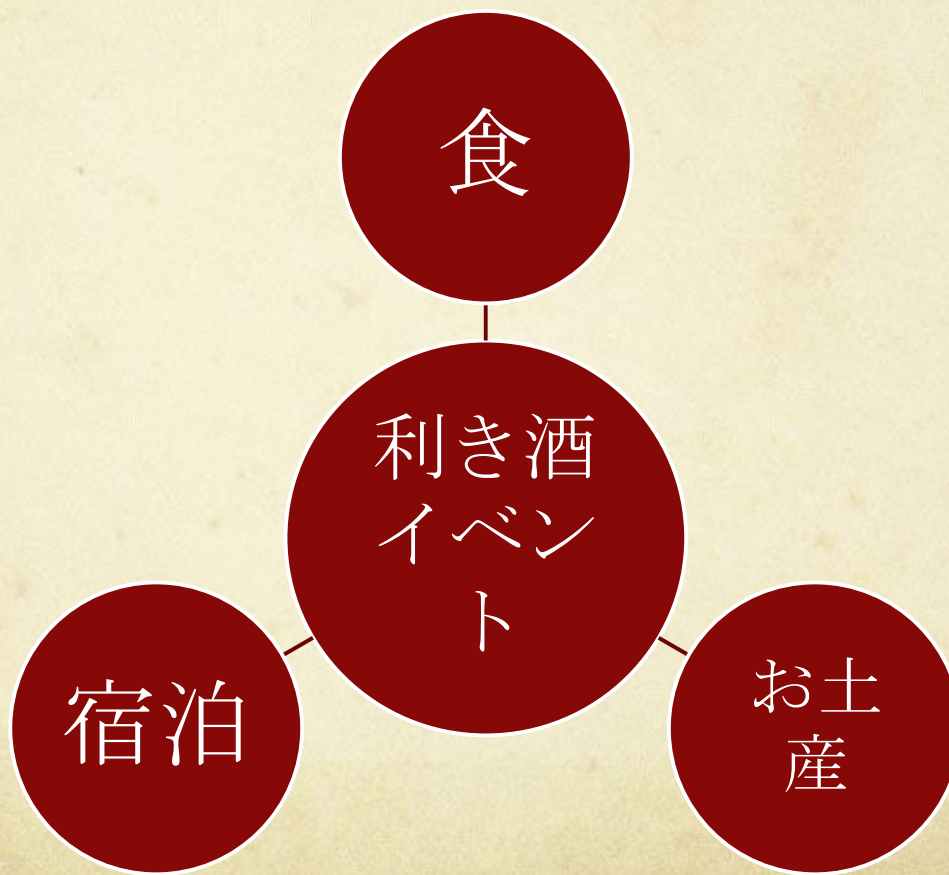
5.目的

- 日本人、韓国人ともに関心の高い、酒というコンテンツを利用し、日本人観光客、韓国人観光客、島民が一体となって参加、**文化交流できる環境づくりを目的**とする。
- 対馬の地酒、九州各地の酒を使用することによって九州への観光への誘致。韓国人観光客を呼び込む架け橋として情報発信地としての役割。

6.期待される効果

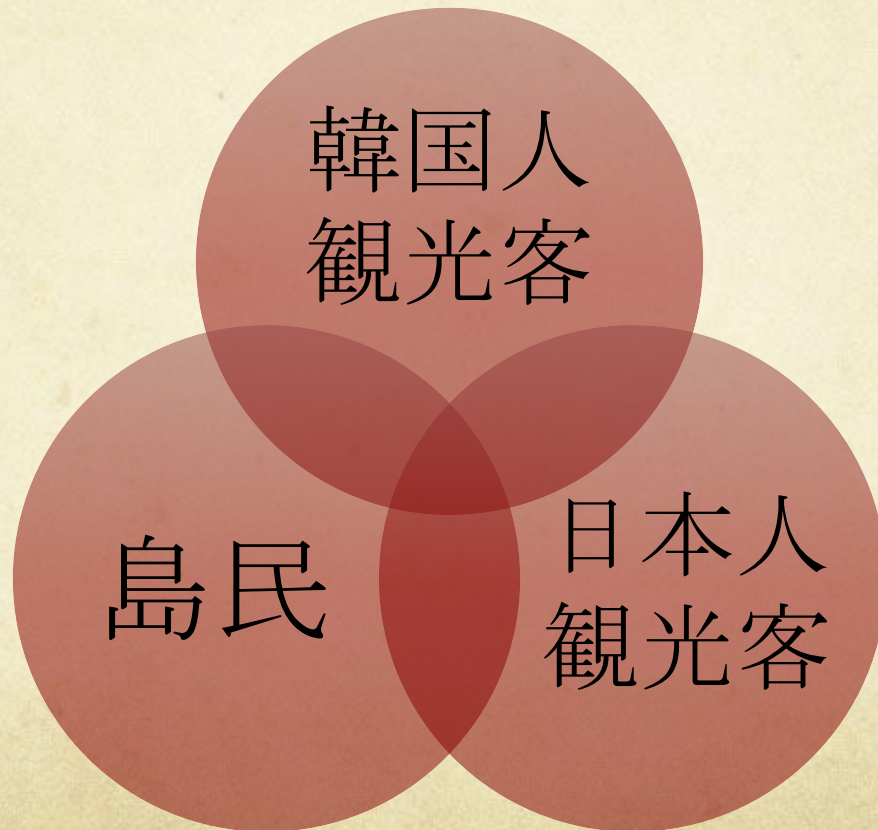
①島を一つに

利き酒イベントを開催することによって、島の食、お土産、宿泊など様々な面への波及効果が期待できる。



②国際交流の場を作る

イベントに日本人観光客＋韓国人観光客＋島民が参加することで対馬にいる人たち全員のコミュニティを形成することが出来る。
コミュニティで相互理解をすることにより韓国人観光客のマナーや飲食店での受け入れ態勢などの問題も解決する。



③対馬・九州のPR

対馬を始めとする、長崎、九州の酒造協会に協力を依頼することによって、若い世代の韓国人観光客や日本人観光客に酒を知ってもらう機会が作れる。そして九州各地へのインバウンド誘致に繋がる。

④地元経済の活性化

このイベントを16時頃に終了することで、そのあとに地元の飲食店などに二次会感覚で日本人と韓国人で訪れてもらうように誘導する。日本人と同じであれば韓国人観光客の受け入れを拒否していた店も受け入れを承諾すると考えられる。そしてこのイベントを今後の韓国人観光客の受け入れ態勢の統一化のきっかけして欲しい。

