【地域調査報告】

文化観光客の類型化に関する研究

――対馬市における韓国人観光客を対象として――

城西大学現代政策学部土屋政策ゼミナール*

キーワード：文化観光、対馬市、韓国人観光客、比田勝港

１．はじめに

2017年の文化芸術基本法改正を契機に、日本の文化政策は大きな転換点を迎えた。同法は観光・まちづくり・国際交流・福祉・教育・産業などを関連分野として明記し、文化芸術を地域活性化や経済振興の資源として積極的に位置づけた。さらに2020年の文化観光推進法は、文化資源の観覧を通じた来訪者の文化理解と国外訪問者の増大を目標に掲げ、観光という枠組みを用いて、文化振興と経済牽引の両立を図る狙いがある。

この政策背景には、国の「文化GDP拡大」戦略があり、文化資源を保存対象のみならず、観光収益の拠点として機能させる政策的意図が存在する。こうした文化資源の活用重視路線への転換は、国際的にも文化資源が持続可能な開発目標（SDGs）達成に必要な要素として扱われる潮流と軌を一にしている。

しかしながら、政策運用面についての議論が深化する中で、日本に訪れる外国人観光客がいかなる目的で訪問し、訪問前後に文化や歴史に対する意識がどのように変化しうるのか、明確に実態が把握されていない。文化観光政策にさらなる実効性を付与するためには、観光客の実態をより具体的に捉える必要がある。

そこで城西大学現代政策学部土屋政策ゼミナールに所属する３・４年生が、対馬市在住者の協力のもと、対馬市を訪れる韓国人観光客に対してアンケート調査を実施し、文化観光客の類型化を試みた。対馬を調査対象地に選定した理由は、2023年には12万人近くの韓国人が対馬を訪れており（前田2021）、国際港ロビーでのアンケート調査が可能なことにある。調査は2025年９月に比田勝港にて２日間にわたって、釜山行きに乗船する韓国人旅行者に対して実施した。また、MADO比田勝店においても来店する韓国人旅行者に対して、アンケート用QRコードの配布を行った。

調査実施に当たっては、McKercher（2002）ら文化観光客の類型化に関する研究を踏まえ、対馬訪問の目的や訪問前後の意識変化を把握すると共に、文化観光客の分類を念頭に置いた。なお、紙面の都合上、アンケート調査で実施した内容について文化観光客の類型化に関して重要な質問項目のみ

＊　城西大学現代政策学部土屋政策ゼミナール３・４年生（風戸理玖、國司田素良、久保瑛介、島津蓮、髙橋覇斗、李怡、趙涵、王梓琪、劉一暢、井出樹晴、内田皓介、上沼翔也、小杉飛翔、坂上天馬、佐川富勇、清水光希、須永光貴、髙橋大翔、中村竜、橋本裕、福井彪真、吉橋樹）、土屋正臣 城西大学現代政策学部准教授
本報告書は土屋政策ゼミナール構成員の共同作業により作成し、内容はゼミとして責任を負う。執筆・調査・編集の詳細な分担は、内部記録として保管している。問い合わせは土屋正臣へ行うこと。

を抽出して報告している。

１．１　島の概要

長崎県対馬市は、人口約25,000人で、面積は707.42kmである。行政区は長崎県であるが、人々の日常生活の上では航空機・フェリー直行便数が多い福岡県との結びつきが深い。

古代より朝鮮半島との交流が盛んで、石器文化や青銅文化、稲作、仏教、漢字の伝来において重要な窓口の役割を果たしてきた。金田城跡をはじめとする朝鮮式山城や古墳、仏像、建造物など、多くの文化財がその歴史を物語っている（長崎県対馬地方局2008）。

対馬海峡では遭難した朝鮮民族の魂を慰めるため、1992年11月に「対馬海峡遭難者追悼碑」が建立された。現在も釜山との定期航路が維持され、1999年からは厳原港と釜山港を結ぶ旅客線が就航している。これにより韓国人観光客が増加し、日帰りで訪れて土産物を購入して帰る姿も多く見られる。釜山と比田勝の近さや免税店の存在も相まって、対馬は韓国からの観光客にとって魅力的な訪問先となっている。

図１．１　対馬島内国際港の位置

本研究対象地域である対馬市は、2004年３月１日厳原町・美津島町・豊玉町・峰町・上県町・上対馬町が合併し、誕生した。対馬島内における主な交通手段はバスとタクシーである。特に、比田勝～厳原間を結ぶバスには１日フリーバス券が設けられており、観光客や住民の利便性向上に寄与している。一方、島外とのアクセスはフェリーが中心であり、博多・壱岐島などと航路で結ばれている。

１．２　地理

１．２．１　地形

東海岸および下島西海岸の一部を除くほぼ全域においてリアス式海岸が発達し、その海岸線延長は915kmに達する。主島中央部には浅茅湾が西側から深く切れ込み、東側からも三浦湾・大漁湾など複数の湾入が形成され、多島海景観を呈する点が特徴である。とりわけ浅茅湾は自然海岸線延長が国内最長として知られる。島内各地には小規模な湾や断崖地形が分布し、一部では100m級の急崖も確認される。

対馬は歴史的には一つの島として認識されるが、1672年の大船越瀬戸および1900年の万関瀬戸の開削により地形的に二分され、上島・下島として呼称されることもある。ただし国土地理院はこれらを人工的な「堀切り」と位置付け、一島として扱っている。

地形構造は全体的に山地が卓越し、とりわけ下島において高標高域が広がる。最高峰は下島中央部の矢立山（648.40m）であり、その周辺には舞石壇・龍良山などの矢立山系が内山盆地を取り囲む地形を形成する。また浅茅湾南岸には白嶽が位置し、上島の最高峰は北部の御嶽（479m）である。

水系分布は分水界が東寄りに偏在していることから非対称性が顕著であり、主要６河川のうち５河

川が西流する。東流河川で最大規模のものは舟志川である。各河川下流には谷底平野が発達するが、その面積は限定的であり、耕作地および陸上交通の確保が困難である。このような地形的制約は、島民の生活構造や歴史的発展に重大な影響を及ぼしてきた。

１．２．２　自然環境

対馬には固有の絶滅危惧種であるツシマヤマネコが生息しており、その数は約90～100頭と推定されている。しかし、交通事故、開発に伴う生息地の減少、さらにはイエネコ由来の感染症など、多くの脅威にさらされている。

これらの課題に対して、運転時の注意喚起、ペットの室内飼育やワクチン接種の徹底、保護団体による保全活動などが行われている。人とヤマネコが共存するためには、市民教育や観光客への啓発を含めた総合的な保全体制の構築が不可欠である。

１．３　産業

第一次産業については、島内では漁業が盛んであり、特に「対馬のイカ」は地域ブランドとして高い評価を受けている。しかし、韓国との漁業問題が発生することもあり、国際的な調整が必要となる側面を持つ。森林資源としてはスギやヒノキが豊富であるものの、需要の減少や担い手不足により林業は縮小傾向にある。さらに、対馬の急峻な地形は農業の大規模経営を困難にしており、米、雑穀、サツマイモ、野菜などを中心に小規模での生産が主流となっている。

第二次産業に関しては、対馬の特産品として、若田石を用いた工芸品が挙げられる。しかしながら、職人の数は約６人まで減少しており、技術継承が喫緊の課題となっている。また、若田石そのものが有限な資源である点も問題である。持続的な生産のためには、研修制度の充実や博物館展示による認知度向上など、地域全体での技術保存の取り組みが求められる。

第三次産業においては、観光業が中心的な役割を担う。特に韓国からの観光客が多く、2017年には外国人観光客数が40万人を超えた。観光目的としては買い物や釣りが挙げられ、対馬の地理的近接性が大きな強みとなっている一方で、海外依存度が高い観光構造は、感染症や国際関係の影響を受けやすいという脆弱性も抱えている。

１．４　観光の状況

戦後、対馬は交通インフラが整備されていなかったこともあり、大量観光よりも歴史や文化に興味を持つ研究者・特定層の旅行者が訪れる“文化志向型の観光”が中心であった。古代から国境の島として独自の役割を担い、神道・仏教・防衛遺跡が多く残る対馬は、戦後すぐからすでに「文化資源の宝庫」とみなされていた。1970～80年代にかけて交通が改善されると、対馬の歴史遺産・神社文化・朝鮮通信使ゆかりの史跡を訪ねる「文化観光」がゆっくり広がっていった。しかし2000年代以降は韓国人観光客が急増し、観光の中心がショッピングや短期滞在に移り、従来の文化観光が相対的に薄れる時期があった。その後、国際情勢の変化やコロナ禍を経てインバウンドが急減すると、戦後から続いてきた“文化を核とした観光の価値”が再評価されている。今、対馬は再び歴史・信仰・生活文化など固有の文化資源を観光の柱に据え、戦後からの文化観光の流れを継承しつつ発展させる方向へ舵

を切っている。

対馬の観光は現在、「回復と再構築」の局面にある。かつては韓国からの観光客が圧倒的多数を占め、年間40万人以上が訪れる時期もあったが、政治的対立やコロナ禍の影響で激減し、観光依存のリスクが明確になった。2023年以降は国際航路の再開で回復が進む一方、国内客や個人旅行、長期滞在型など新しい需要への対応が重視されている。島では自然体験、歴史・文化資源の活用、体験型プログラムの拡充など「対馬の固有価値」を前面に出す取り組みが進行中である。また、公共交通の改善や受け入れ体制の強化も図られている。しかし、人手不足、宿泊施設の不足、観光マナーをめぐるトラブルなど課題は残っている。全体として、対馬は韓国依存から脱却し、地域資源を活かした持続可能な観光モデルを目指して変革を進めている状況である。

上記の内容を改めて、データから確認してみたい。1999年に釜山－対馬間の定期高速船が就航して以降、韓国人観光客は徐々に増加し、2010年頃までは年間５～６万人程度で比較的安定していた。2011年の東日本大震災をきっかけに、韓国から日本へ向かうフェリー便の運行が博多便から対馬便へと振り替えられる動きが生じた。そのため、対馬行きの韓国人観光客は急増し、2015年には約21.3万人まで増加した。しかし、2019年には日韓関係の悪化による「日本旅行ボイコット」運動の影響が強く出て、2018年から一転して訪問者数は急激に減少した。さらに2020年には新型コロナウイルスの影響により国際航路が停止し、韓国人観光客は実質ゼロにまで落ち込んだ。その後は徐々に回復しつつあるものの、ピーク時の2018年の水準まで戻るには至っていない。このような推移を踏まえ、関連する研究では、韓国人観光客の動向や日韓関係との関連性を指摘されている（前田2021）。

２．先行研究

今回の調査にあたり、McKercher（2002）が提唱した「目的地の決定を行う上での文化観光の重要性」と、「現地で行った文化観光の体験の深度」で観光客を分類化するモデルを参考にした。

モデルでは、

１．文化探求を主目的とする「目的型」
２．文化への関心は大きくあるが体験自体は浅い「観光型」
３．文化への関心は多少あるが体験は浅い「カジュアル型」
４．文化への関心はほとんど無く、体験も浅い「付随型」
５．文化への関心は無いが、深い体験を得た予期せぬ「偶発型」

に分類している。

このモデルを用いて行われた香港での調査は、理想的な文化観光客である目的型が少ないことを証明し、娯楽的な体験や文化に関心が薄い観光客が多いという先例を挙げることとなった。

McKercher & du Cros（2003, 50－54）は、自らが提唱した類型化モデルを香港での実証データを用いて検証している。2002年のモデルで定義された５つのセグメント（目的型、観光型、偶発型など）に対し、人口統計、旅行動機、活動選好、文化的距離、学習成果といった多角的な変数との関連を分析した。その結果、人口統計学的特性による区分よりも、本モデルによる分類が観光客の行動や

学習深度をより正確に予測できることが示された。特に、深い体験を求める「目的型」は市場の少数派に過ぎず、大半の観光客は娯楽や気晴らしを主目的としているという実態が浮き彫りになった。これにより、文化観光市場を一様な集団と見なす従来の通説を否定し、動機と体験深度に基づく類型化の実用性と理論的妥当性を結論付けている。

上記の研究における分類モデルを実際に活用した研究として、Nguyen ＆ Cheung（2013）が挙げられる。本研究は、ベトナム・フエ市のパッケージツアー客を対象に、遺産観光への動機と体験の深さに基づいた分類を行ったものである。

この研究によれば、外国人観光客のモデル分布について、最も多い分類は「観光型」であり、全体の63.4％を占めた。この層は遺産訪問への動機は高いものの、実際の体験は写真撮影などが中心で浅い傾向にある。次いで、動機が高く体験も深い「目的意識型（Purposeful)」が22.5％であった。その他の「付随型」「カジュアル型」「偶発型」はいずれも約４～５％の少数にとどまった。この結果、外国人観光客の大多数は、深い学習よりも表層的な観光体験をしていることが明らかとなった。

また、対馬における韓国人観光客の動向と意識を把握するための先行調査として、千相哲（2022）の複数回答アンケート調査が挙げられる。

この研究では、１.「旅行の目的」２.「対馬を選んだ理由」３.「対馬訪問回数」を調査した。旅行の目的では「短期間の海外旅行」が54.5％と最も多く、次いで「ショッピング」が34.2％と多かった。対馬を選んだ理由では「韓国から近い」が80.3％と他と比べて圧倒的に多く、次いで「旅行費用が低廉」が27.3％となっていた。「対馬訪問回数」では、初めてが75.8％と最も多く、リピーターよりも初めての旅行者が多いことが分かった。

３．調査内容と結果

３.１　調査の方法と概要

今回の調査では2025年９月10日と９月11日の２日間で比田勝港において調査をおこなった。調査方法は、スナック菓子「うまい棒」にアンケート用のQRコードを貼り付け、手渡しで配布した。回答者には、スマートフォンでQRコードを読み取って貰い、アンケートに回答して貰うこととした。調査対象者は文化観光前後の意識変化を把握するため、対馬市内での観光が終わり、比田勝港から釜山へ向かう船の出航待ちの韓国人を対象にした。９月11日から９月30日までは、MADO比田勝店においても来店する韓国人旅行者に対して、アンケート用QRコードを配布した。配布数300個に対し、回答数は143件であり、約48％の回答が得られた。

図３．１　うまい棒に添付したQRコード

図３．２　比田勝港でのアンケート配布

３．２　調査結果について

【回答者の属性】

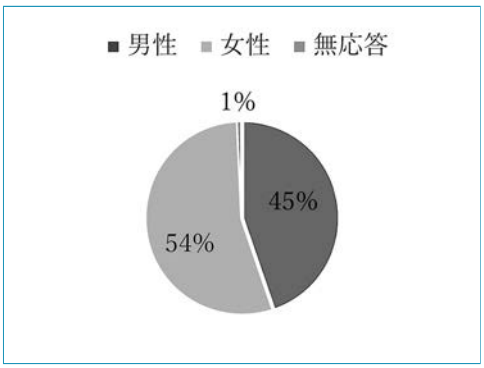

図３．３　性別

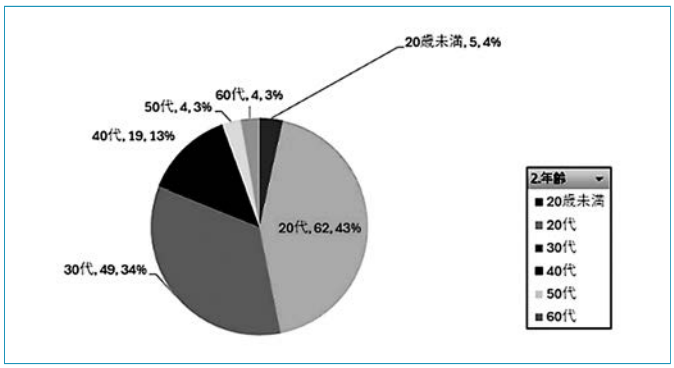

図３．４　回答者の年齢

回答者の男女比率は、男性は64人で、45％を占めた。女性は78人で、54％を占めた。回答者の年齢は大部分を20代から30代が占めている。QRコードをスマートフォンで読み取って回答するという形式ゆえに、回答者の年齢に偏りが生じた可能性がある。

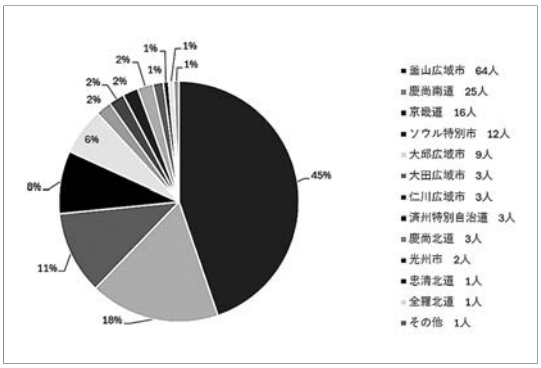

図３．５　回答者の居住地

観光客の居住地で最も多かったのは釜山広域市であり、全体の４割を超える観光客が釜山広域市から訪れていた。次いで、慶尚南道からの観光客が多く、２割近くの観光客が訪れていた。釜山から出航している船のため、釜山出身者の観光客が多い。

滞在日数で最も多いのは、「１泊２日」で75人と全体の半数以上を占めている。次いで２泊３日となっている。全体的に見ても長期滞在者はごく少数にとどまっている。

対馬を訪問した韓国人観光客が事前に情報を得た手

段として、SNSやインターネットの情報が最も多くを占め、次いで友達や友人の紹介が全体の25%を占めている。

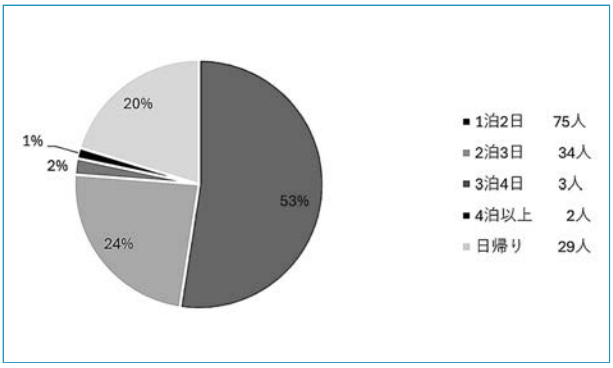

図３．６　対馬での滞在日数

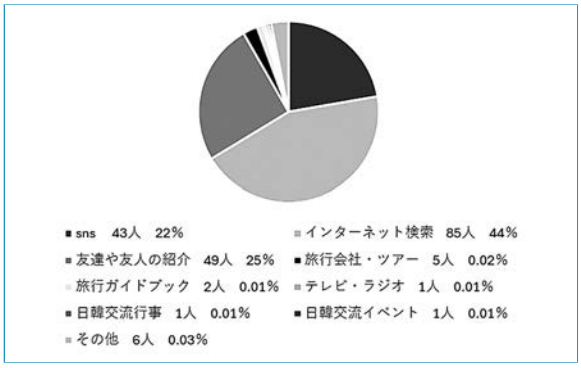

図３．７　対馬訪問の情報源

【観光の目的と訪問後の意識変化】

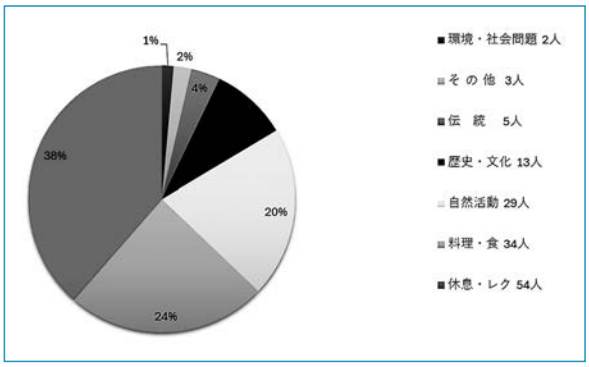

図３．８　対馬訪問の目的や興味

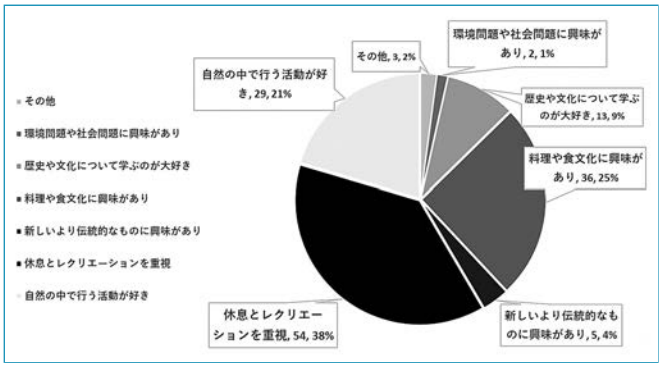

図３．９　自分のタイプに近いもの

対馬を訪れる韓国人観光客の最も多い目的は、休息・レクリエーションであり、全体の約４割である。次いで「料理・食」「自然活動」が多い。この三項目で全体の８割を占めている。調査結果から心身のリフレッシュや体験型の観光を主な目的としていることがわかる。三項目で社会的テーマを学ぶというよりも自然環境や食を楽しみ、日常から離れることができる観光地として対馬が認識されていると考えられる。

この結果から、2025年の対馬観光客は、知識習得や社会的テーマを学ぶことよりも、心身のリフレッシュや体験型観光を主な目的として来訪していることが分かる。また、対馬は環境問題や歴史文化を学ぶ場というより、自然環境や食を楽しみ、日常から離れて過ごすことができる観光地として認識されていると考えられる。

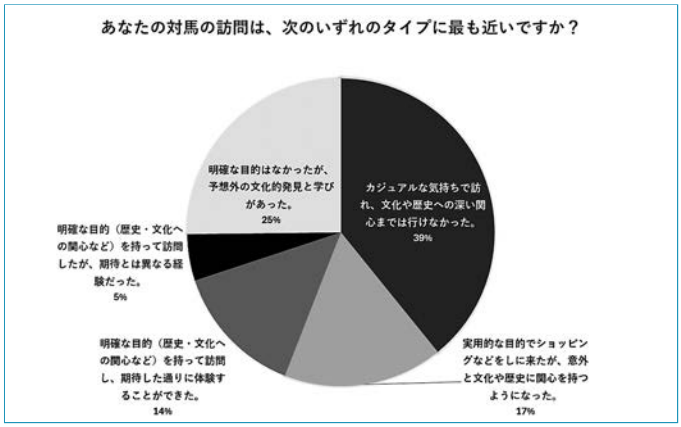

図３.10　対馬訪問のタイプ

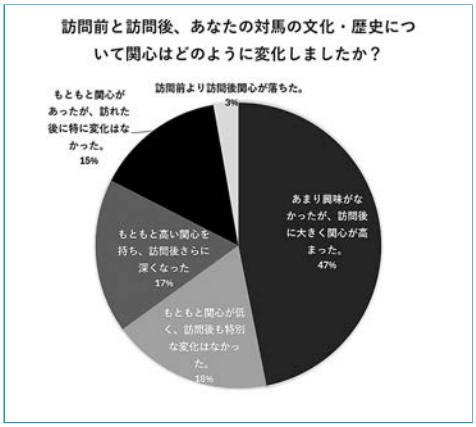

図３.11　訪問前後の意識変化

このことは、目的別の訪問理由についても同様の結果を得ている。カジュアルな気持ちで訪問し、文化や歴史への深い関心に至らなかった回答者が最も多い。他方で予想外の文化的発見や学びを得た者やショッピング目的でありながら、対馬の文化や歴史に関心を持つようになった者もいた。

対馬への訪問前後の意識変化についての質問項目では、訪問前はあまり興味が無かったが、訪問後に大きく関心が高まった者やもともと高い関心を持ち、訪問後にさらに深くなった者の割合が大きく占めていることが明らかになった。

４．まとめと考察

McKercher（2002）をモデルに、今回の対馬における文化観光客の調査結果を検証すると、①「訪問前は興味がなかったが、訪問後に大きく関心が高まった」は、偶然型（Serendipitous）の存在を示唆し、②「もともと高い関心があり、訪問後にさらに深まった」は、目的型（Purposeful）の存在を示唆していると考えられる。他方で、③「カジュアルな気持ちで訪問し、文化や歴史への深い関心に至らなかった」は、カジュアル型（Casual）や観光型（Sightseeing）に該当し、対馬を訪れる韓国人観光客のうち最多である。

ここで注目したのは、①と②である。「予想外の文化的発見を得た層」「ショッピング目的だったが文化・歴史に関心を持つようになった層」の存在は、③と比較すれば少数派であるものの、対馬に関する歴史や文化を深く理解する可能性の高い層である。McKercher（2002）モデルでも注目され、類型別の観光政策の対象として本研究においても注目したい。

これまで対馬を訪問する韓国人観光客の多くは、日本人の目には、ショッピング目的で完結すると映っていた。実際に調査者らが対馬の現地で出会った観光客の多くは、島内のドラッグストアや免税店において、ショッピングを楽しんでいるように見受けられた。

しかし、アンケート結果から確認できたのは、ショッピング目的で気軽に訪問した対馬で深い体験をしたり、明確な観光目的をもって訪問したりする観光客の姿である。必ずしも対馬を観光で訪れる韓国人が、対馬の歴史や文化に無関心であるとは限らない。

ここから導き出せる観光政策としては、各類型に応じたきめ細やかな戦略の存在である。特に、偶

発型観光客の場合、２回目以降のより深い文化体験が可能な観光プログラムの設定や誘導が必要であろう。

他方で、回答者の大部分が、20代から30代であるという年齢面での偏りゆえの結果であるとも言え、年齢面での偏りを解消するようなアンケート調査（紙媒体の併用など）を検討する必要がある。また、143件の回答数では、統計的な検証が困難であり、正確な類型別分析を行うためには、300件以上の有効回答が望ましい。

こうした反省点を踏まえつつ、今後の調査・研究を進めていきたい。

謝辞

アンケート調査実施に当たり、合同会社ビーコンつしま 佐藤雄二氏ならびにMADO代表 宮城佳奈氏には、調査作業の調整やアンケートの配布等、多岐にわたりご協力・ご助言を頂いた。この場を借りて謝意を表したい。

引用・参考文献

1）McKercher, B. (2002). Towards a classification of cultural tourists. *International Journal of Tourism Research*, 4 (1), 29-38.

2）McKercher, B., & du Cros, H. (2003). Testing a cultural tourism typology. *International Journal of Tourism Research*, 5(1), 45-58.

3）Nguyen, T. H. H., & Cheung, C. (2013). The classification of heritage tourists: A case of Hue City, Vietnam. *Journal of Heritage Tourism*, 9(1), 35-50.

4）千相哲（2022）「対馬の観光振興－ソーシャル・キャピタルの概念を用いて」『地域共創学会誌』8, 1－15.

5）長崎県対馬地方局監修（2008）『つしま百科』対馬観光物産協会.

6）前田陽次郎（2021）「長崎県対馬市における外国人観光客数の動向と地域経済」『経済地理学年報』67, 69－83.