

【対馬市観光振興推進計画策定業務／第1回策定委員会議事録】

日 時／令和8年8月27日（木）13：30—16：00

場 所／対馬市役所別館大会議室

参加者／別紙ワークショップ結果参照

■下記の通り策定委員会を開催した。

①開会挨拶

対馬市観光推進部観光交流商工課の梅野補佐より開会挨拶を行った。

②会長・副会長選出

推薦・立候補者が不在のため、事務局の提案として下記の人選を行い承認された。

会長：今村 純一 会長（一般社団法人対馬観光物産協会）

副会長：平間 博文 部長（対馬市観光推進部）

③会長挨拶

新たに選任された今村会長よりご挨拶を行った。

④趣旨説明

対馬市観光振興推進計画策定委員会の趣旨について、事務局長の築城課長より説明を行った。

⑤「対馬の観光の現在地と観光振興推進計画策定の目的」に関する説明

現行の観光振興推進計画、全国・世界の観光トレンド、対馬における観光の動向、対馬市観光振興推進計画策定の目的について、受託事業者であるルーツ・アンド・パートナーズ佐藤より説明を行った。

⑥「対馬の観光における課題や特徴」に関するワークショップ

「対馬の観光の課題」「対馬の観光の特徴」について、班ごとに分かれてワークショップ形式で意見の抽出・共有を行った。

⑦「対馬市観光振興推進計画策定に向けたアプローチ」に関する説明

対馬市観光振興推進計画の構成案、進め方のポイント、マーケティング調査の方法、

今後のスケジュールについて、受託事業者であるルーツ・アンド・パートナーズ佐藤より説明を行った。

質問：今年度中に計画を完成させるということだが、時々刻々と環境が変化する中で、1年後、3年後、時代に合わせて柔軟に対応・改善を図っていくことが必要ではないか。
→ご指摘のとおり、今年度作って終わりではなく、必要に応じて改善を図っていく。

⑧「次期観光振興推進計画に寄せる思いと期待」に関するワークショップ

「5年後に目指したい観光の姿」「計画づくりに求めること・必要な視点」について、班ごとに分かれてワークショップ形式で意見の抽出・共有を行った。

⑨閉会挨拶

平間副会長より閉会の挨拶を行った。

※ワークショップ結果については、別紙参照



策定委員会の様子



今村会長の挨拶



ワークショップの様子



ワークショップの様子



ワークショップの様子



ワークショップの様子



ワークショップ発表の様子



平間副会長・閉会挨拶

メンバー／西委員（対馬観光物産協会）、築城委員（対馬観光物産協会）、森委員（対馬空港ターミナルビル）、三原委員（対馬市未来環境部）

（対馬の観光の課題）

交通、宿泊、認知度、ガイドなど多岐にわたる

◎島内の2次交通

- ・島内交通
- ・島内の移動手段
- ・島内の交通手段の不足

◎島外からの旅費

- ・高額な旅費
- ・島外からの交通費

◎宿泊施設のキャパ

- ・宿が足りていない
- ・富裕層の受入施設不足

◎案内するガイドの不足

- ・ガイドの不足
- ・ガイド人材と研修の難しさ

◎対馬の認知度不足

- ・圧倒的な認知度不足
- ・対馬を知らない人が沢山いる

◎観光ニーズの分析不足

- ・島民の当たり前と観光客の観光客の期待のギャップ
- ・韓国人観光客の分析不足

◎観光案内機能の不足

- ・港・空港の案内施設の欠如
- ・観光資源のわかりにくさ

◎お土産の種類不足

◎海の有効活用（海の家等）

◎事業者のデジタル対応

◎通信インフラの脆弱さ

◎昼食難民の増加・対応

◎伝統の継承

◎島外からの働き手の融通

◎1泊では伝わらない魅力

◎道路沿いの景観の整備

（対馬の観光の特徴）

自然や食、韓国との近接性、デジタルデトックスなど

◎デジタルデトックス

- ・デジタルデトックス
- ・携帯など電波が悪いが、逆にデジタルデトックスになる

◎豊かな自然

- ・海や山など自然が豊か
- ・桜や紅葉などが魅力
- ・固有の自然

◎豊かで美味しい水産資源

- ・どこよりも美味しい魚介類、山の幸も
- ・水産資源

◎韓国との近接性

- ・国境の島 ・韓国が近い

◎本物の資源

- 自然、生き物、歴史、食など

◎観光資源の多様性

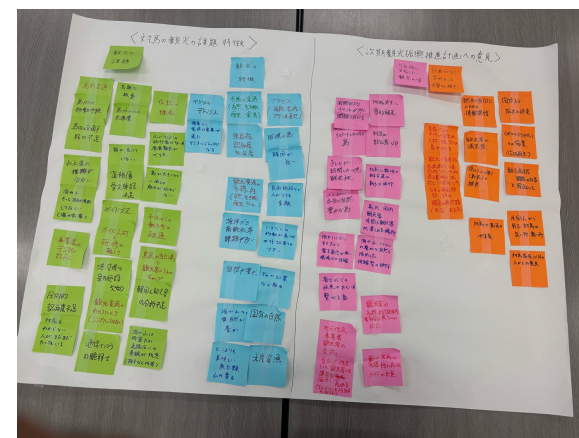
- 自然、生き物、歴史、ゲーム

◎独自性、認知度、知名度

◎民泊など人がとても素敵

◎ガイドありのツアー

◎海洋ゴミ、高齢化、課題多い



メンバー／浅野委員（対馬観光物産協会）、吉村委員（対馬GBT協会）、比田勝委員（インタープロセス）、永留委員（対馬市中対馬振興部）

（対馬の観光の課題）

（対馬の観光の特徴）

交通課題が多い他、観光利益や食料・トイレも課題あり

独自のコト体験や豊富な自然・食資源、インバウンド

◎観光バスによる駐車場不足

- ・特に厳原港での駐車場の不足
- ・観光バスが多すぎて駐車場不足

◎島外からの旅費

- ・交通費高い（日本人来にくい）
- ・対馬までの交通費が高い
- ・島外者への割引（ふるさと住民制度の導入など）
- ・国内客は距離・金額負担大きい

◎2次交通の選択肢・多様性

- ・モビリティの問題、ライドシェアなどの取り組み
- ・バスの便数が少なく、目的地まで辿り着けない
- ・レンタカーのナビの調子が悪い車が多い
- ・島内の交通・生活インフラ衰退
- ・2次交通の問題

◎トイレの不足

- ・トイレが少ない
- ・オストメイトトイレの整備

◎観光利益の確保

- ・本当に観光で稼げているか？
- ・どのくらいの利益が上がった？
- ・物価高や円安で負担が増加
- ・設備投資の遅れ

◎1次産業の保存・食料確保

- ・農林水産の不足、安定供給
- ・食料の備蓄施設の不足

◎人材の不足

◎観光DX・インフラの不足

◎国際ターミナルの整備

◎観光地への道路1車線

◎事業者連携・システム不足

◎大人数の宿泊施設の不足

◎標識が少ない

◎海岸に溢れるゴミ

◎豊かな自然

- ・自然を満喫できる
- ・海が綺麗　・蛭が綺麗

◎豊富な水産資源

- ・新鮮な水産物が多い
- ・穴子や海産物が豊富

◎外国人観光客の滞在増加

- ・韓国人観光客が多い（依存しすぎな面もある）
- ・外国人の宿泊が3－7泊ある

◎他の島にはないコンテンツ

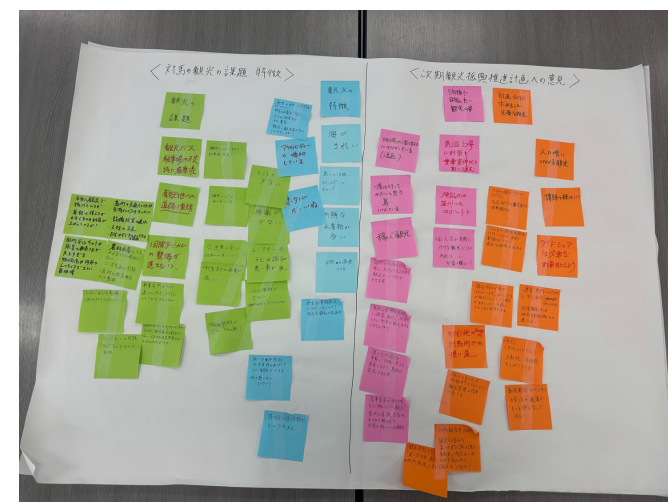
◎対馬ならではのコト体験

- ・アクティビティが増加
- ・島での体験（マリンスポーツ、キャンプなど）
- ・滞在型観光の促進地
- ・海ごみや寺泊、海洋資源を使ったコト観光ができる

◎独自性、認知度、知名度

◎観光資源の多様性

- ・対馬特有の歴史が豊富
- ・神社仏閣が多い



メンバー／佐々木委員（対馬観光物産協会）、藤田委員（対馬市しまづくり推進部）、高比良委員（対馬振興局）、上妻委員（公募委員）

（対馬の観光の課題）

（対馬の観光の特徴）

交通、移動、宿泊、認知度、経済循環など多岐にわたる

対馬特有の歴史・文化・地域性が主な特徴

◎島内の2次交通

- ・レンタカー離れの若者やファミリー層

◎島外からの旅費

- ・交通の便が悪い
- ・交通費が高い
- ・高い交通費を払ってまで行きたいと思うものがない
- ・海路の減便、料金

◎観光スポットへの移動

- ・移動時間が長い、観光スポット間の距離が長い
- ・移動中の話題、移動距離が長い

◎人材不足

- ・どの分野においても人材不足

◎宿泊施設の多様性の不足

- ・宿泊施設の不足
- ・2万前後の宿泊施設が少ない（2食出せる）
- ・富裕層向け宿泊施設がない

◎認知度の不足

- ・対馬が知られていない
- ・対馬という場所の認知度（日本人の何割場所がわかるか）

◎ターゲットの多様化

- ・韓国人観光客頼り
- ・女性層取り込み（消費額UP）

◎観光による地元経済循環

- ・観光スポットにお金を落とす仕組みや仕掛けがない
- ・観光で稼いだ利益を島内にいか還元するか

◎横のつながりが弱い

◎発信力不足（SNSの活用）

◎中対馬のコンテンツの不足

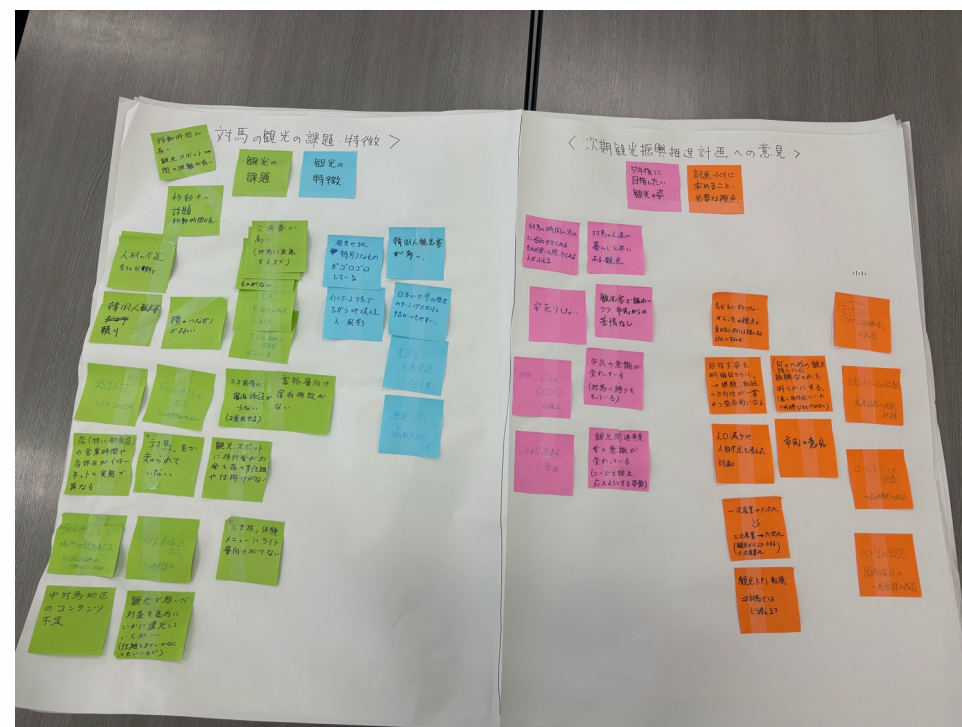
◎ライト層向けのしま旅体験

◎飲食店の営業情報の正確さ

◎似ているようで違う地域性
人・風景

◎豊富な水産資源、釣り客

◎韓国人観光客が多い



メンバー／山本委員（対馬国際交流協会）、龍造寺委員（九州郵船）、伊藤委員（対馬交通）、平間委員（対馬市観光推進部）

（対馬の観光の課題）

島外からのアクセスや人材不足など交通の課題が多い

◎島外からのアクセス

- ・特にジェットフォイルの航海回数を多く
- ・旅費・交通費が高い

◎交通人材の不足

- ・航路の維持、船員の不足
- ・バス会社の運転手の不足

◎温故知新・観光地の整備

厳原では上見坂とかお船江跡と
いった基本を蔑ろにしている

◎道路などインフラ整備不足

◎宿泊施設の不足

（対馬の観光の特徴）

豊かな自然や海の幸、厳原の情緒ある景観資源

◎豊かな自然

- ・海山の自然の景観は素晴らしい
- ・国境の島の自然

◎海の幸

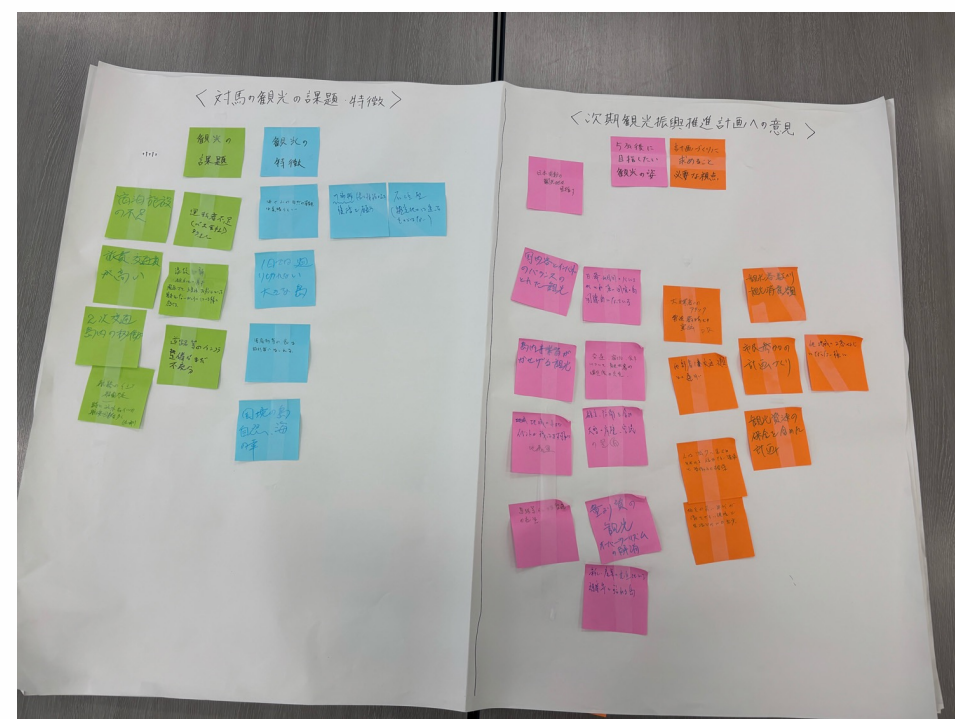
- ・海産物等の食は喜ばれる
- ・海の幸

◎川端柳の復活

昔は情緒があった

◎石垣壁

◎1日で回れない大きな島



メンバー／今村委員（対馬観光物産協会）、山岡委員（対馬市商工会）、玖須委員（対馬市上対馬振興部）、高田委員（公募委員）

（対馬の観光の課題）

（対馬の観光の特徴）

交通、観光理解、事業者の質、観光スポットなど多岐に

独自の資源、国境の島の特徴、観光ニーズの変化も

◎地元の観光に対する理解

- ・地元の観光業以外の人達の観光に対する偏見
- ・観光に対する無関心層への対策

◎2次交通

- ・島内観光の交通アクセス
- ・2次交通が不便

◎島への交通アクセス・受入れ

- ・ハード面（宿泊、交通など）で全国の旅行社が選ぶ際の課題に
- ・直行便がない
- ・国内観光客の交通アクセス
- ・国内観光客のコスト

◎観光事業者の質・スキル

- ・旅行者から見てどんな事業者がどんなことができるかが不明
- ・接客やおもてなしが都会のサービス水準と差がある
- ・インバウンド客に対する対応が雑（一部）

◎人材不足

- ・働き手が不足
- ・運営人材・コーディネーター

◎観光スポットの発掘・整備

- ・観光スポットの充実・見直し
- ・狭い道にこそ面白いスポットがあるが、ツアーでは定番観光ばかりで良さが伝わらない

◎壱岐との連携

◎お土産品が少ない

◎観光地がほとんど無料

◎平日と週末の観光客数の差

◎体験型観光への工夫

日帰りから宿泊へ

◎ターゲットの変化

- ・以前よりファミリー客が増加

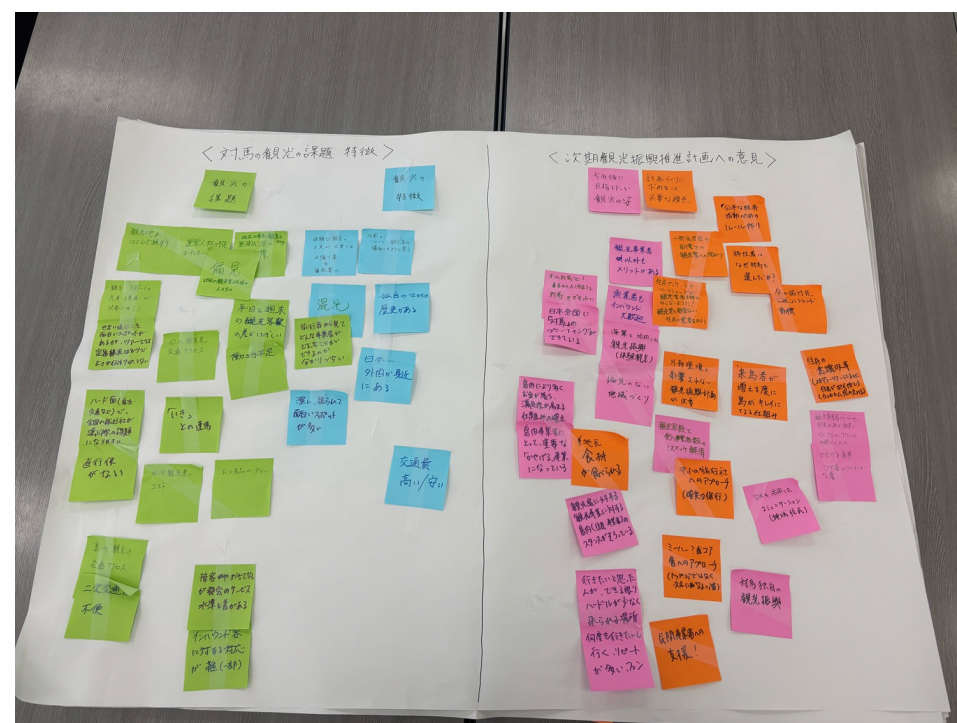
◎混沌としている

◎対馬ならではの資源

- ・独自の生き物、歴史がある
- ・深い、語られる、面白いスポットがある

◎日本一外国が身近

◎交通費が高い／安い



メンバー／西委員（対馬観光物産協会）、築城委員（対馬観光物産協会）、森委員（対馬空港ターミナルビル）、三原委員（対馬市未来環境部）

（5年後に目指したい観光の姿）

（計画づくりに求めること・必要な視点）

地元交流、観光客の多様化など多岐にわたる

◎観光客—地元の交流

- ・地元住民、事業者、観光客の交流
- ・交流が住民にも観光客にも満足度・価値を高める

◎観光客の多様性の受入れ

- ・観光客の多様性（欧米系の外国人等）への対応
- ・島民・国内観光客・外国人観光客が楽しめる場所

◎海や山、川などの豊かな自然を活用した体験型の旅行

◎便利になりすぎたので電子通信がない環境での体験

◎昔ながらの伝統や思いが繋がる島

◎ゴミない本当に自然豊かな島

◎対馬に興味がある方たちとの新たな旅行

◎子供が訪問したい観光地

◎何度もリピートしたい島

◎国際的なイベントが多く開催されている

◎地域共生に資する観光

◎対馬の認知度アップ

季節に応じた集客や多様な観光ニーズの踏まえた観光

◎季節に応じた集客

- ・季節ごとのターゲットを定めて人材・予算・労力を集中させる
- ・家族旅行→夏、団体ツアー→秋
個人客（神社、城、砲台など）→意外と冬
- ・日本の閑散期である9月と2月は韓国旅行期（旧盆、旧正月）

◎観光客の多様なニーズ反映

- ・観光客の満足度の向上
- ・観光満足度調査の対象に韓国人も追加する
- ・外国人から見た対馬の良い所、悪い所
- ・島民以外の人からの意見

◎韓国との近接性

- ・受け入れる側の島民の視点
- ・対馬の島民のやる気

◎認知向上のための情報発信

◎関係人口拡大の視点

◎他エリアとの協業による広域観光の実施

メンバー / 浅野委員（対馬観光物産協会）、吉村委員（対馬GBT協会）、比田勝委員（インタープロセス）、永留委員（対馬市中対馬振興部）

（5年後に目指したい観光の姿）

（計画づくりに求めること・必要な視点）

稼ぐ観光や担い手、地元交流など多岐にわたる

◎稼ぐ観光

- ・稼ぐ観光の推進
- ・各事業者がゆとりを持って稼いでいる観光
- ・島内の資源、生産物を加工輸出して外貨を稼いでいる観光

◎関係人口による担い手確保

国内の関係人口が増え、対馬を支えながら観光やビジネスができる姿

◎多様な観光客と地元の交流

様々な外国人が来島し、対馬の良さを共有しながら島民とも交流できる姿

◎資源の維持管理の仕組み

島内の資源を大切に保管・維持し、必要な時に必要な数を出せるシステムづくり

◎地域の活性化

地域の活性化につながっている

◎気候変動対策

気温上昇の対策を最重要案件として取り組む

◎島内周遊交通の導入

個人客が気軽に行ける観光バスがあれば（市営は難しい？）

◎一度は行ってみたい島

◎施設内の草刈りの自動化

観光滞在・消費の拡大や安定財源の確保、交通対策など

◎安定的な観光財源の確保

- ・出国税の島内での使い道
- ・税を取ることで観光資源の保全に充当
- ・入島税、宿泊税をしっかりとる

◎島への交通費の低減

- ・島民割引だけでなくお客様の運賃が安くなって欲しい
- ・運賃、島内へのアクセスの料金の低廉化

◎島内交通の規制緩和

- ・ライドシェアは必要な項目
- ・交通機関の柔軟性、規制緩和

◎韓国人観光客依存度の低減

いつどうなるかわからないという現実があることを頭に入れて置く必要がある

◎観光滞在・消費の拡大

- ・観光する島から暮らすように旅する島へ、来島者の滞在を1泊延ばす商品づくり（個人、国内客）
- ・観光客数よりも「延べ宿泊数」「島内の域内循環」を重視
- ・対馬版産業クラスター
- ・満足度調査の結果に萎縮することなく適正な価格を求める

◎対馬の観光リテラシー向上

◎人口増に繋がる観光

◎課題を強みに

◎オストメイトトイレの導入

◎国境離島法や地域未来戦略との連携

メンバー／佐々木委員（対馬観光物産協会）、藤田委員（対馬市しまづくり推進部）、高比良委員（対馬振興局）、上妻委員（公募委員）

（5年後に目指したい観光の姿）

（計画づくりに求めること・必要な視点）

暮らしとの共存、島民・事業者の意識向上を目指す

◎暮らしとの共存

- ・対馬の人達の暮らしと共にある観光
- ・対馬の時間の流れに合わせてくれる、それが良いと思ってくれる人が増える

◎島民の理解・意識の向上

- ・観光客で賑わいつつ、市民からの苦情なし
- ・市民の意識が変わっている（対馬を誇りに思っている）

◎観光事業者の意識向上

- ニーズを捉え、応えようとする姿勢

◎安売りしない

◎対馬といえば〇〇の確立

◎平均泊数1.8泊

将来的なゴールの明確化、独自のKPIの設定など

◎将来的なゴールの明確化

- ・気軽に行けないこそその視点か？
気軽に行ける様にする方向か？
- ・目指す姿を明確に。課題・取組の方向性が一貫かつ整合的に
- ・何のため・誰のための観光振興なのかを明らかにする。活性化といった不明瞭なものでなく。

◎対馬独自のKPIの設定

- ・観光KPIの転換。対馬ではどう考えるか？
- ・KPIの設定。国内と訪日の一元管理の成否

◎人口減少や人材不足を考えた計画づくり

◎市民の意見の反映

◎観光から始まる6次産業化

◎統計データの総数（未来訪者の把握）

◎ターゲット（アカデミック活動家」の成否

◎ロールモデルの調査（成功事例の取り込み）

メンバー／山本委員（対馬国際交流協会）、龍造寺委員（九州郵船）、伊藤委員（対馬交通）、平間委員（対馬市観光推進部）

（5年後に目指したい観光の姿）

（計画づくりに求めること・必要な視点）

観光客のバランスや交通インフラ整備、稼ぐ観光など

◎観光客のバランスの維持

- ・国内客とインバウンドのバランスのとれた観光
- ・日本・韓国・他外国のバランスが取れて、国際色豊かな国境の島になっている

◎交通インフラの整備

- ・観光、防衛含めて大型の岩壁や空港の整備
- ・道路等のインフラの整備

◎稼ぐ観光

- ・島内事業者が稼げる観光
- ・新しい産業の先進地として視察に訪れる島

◎観光満足度の向上

交通、宿泊、食事の満足度向上

◎量より質の観光

オーバーツーリズムの解消

◎日本有数の観光地

◎地域の小さな文化行事の保存（地蔵盆など）

暮らしや雇用の確保、市民参加、環境保全など

◎暮らしと雇用の確保

- ・人口減少に歯止めをかける
- ・住みやすい環境と労働力の確保
- ・地元の若い世代が働きやすい環境と生活レベルの充実

◎市民参加の計画づくり

◎観光資源の保全を含めた計画

◎観光客数より観光消費額

◎交通、建設など他部署と連携

◎他地域の二番煎じの回避

◎大手事業者との連携、電波や書籍を活用したアピール

メンバー／今村委員（対馬観光物産協会）、山岡委員（対馬市商工会）、玖須委員（対馬市上対馬振興部）、高田委員（公募委員）

（5年後に目指したい観光の姿）

（計画づくりに求めること・必要な視点）

事業者の裾野拡大や観光消費、ブランディングなど

◎観光事業者の裾野拡大

- ・観光事業者以外にもメリット
- ・漁業者もインバウンド大歓迎
- ・海業を活用した観光振興（体験観光の推進）

◎稼げる観光

- ・島内により多くのお金が落ちて満足度が高まる仕組みの確立
- ・島内事業者にとって重要な「稼げる」産業になっている

◎対馬のブランディング

- ・オール対馬で！全ての人で対馬をブランドに
- ・日本全国に「対馬」のブランディングができています

◎観光に対する共通理解

- ・偏見のない地域づくり
- ・観光客・観光事業に対する島内のスタンスが揃っている

◎行きたくなる観光地づくり

- ・行きたいと思った人ができる限りハードル少なく来られる場所
- ・何度も行きたいし、行くリピーターが多いファン

◎対馬独自の観光振興

◎観光客数と受入事業者数のミスマッチの解消

◎DXを活用した地域住民とのコミュニケーション

住民ニーズ・意識改革、マーケティング視点など

◎マーケティング視点

- ・移住者はなぜ対馬を選んだか？
- ・旅行先を選ぶトレンドや動機、対馬旅行と比較になった観光地

◎住民ニーズ・意識改革

- ・住民アンケートとワークショップは、観光事業者主体にならないよう観光業と関係ない住民の意見を拾う。
- ・住民の意識改革（スタディツアーしているのに住民がポイ捨て、ウェルカム感に欠ける）

◎ミューハーコア層アプローチ

- ・トップコアではなく、次点になるコア層の開拓

◎公平な経済活動のためのルールづくり

◎2拠点居住や副業での観光業への関わり

◎来島者が増えるたびに島が綺麗になる仕組み

◎中小規模の旅行者へのアプローチ

◎外部環境に影響されない観光振興計画が必要

◎地元食材が食べられる

◎民間事業者への支援