

# 第1章 震災後の東北の観光をめぐる状況

東日本大震災の発災前の東北地方においては、平成20年に起こったリーマン・ショックの後の経済低迷・観光客の落ち込みから回復し、特に国際会議の開催件数は平成19年の62件に対して平成22年には86件と大きく増加するなど、さまざまな取組みが成果として現れてきていたところであった。

しかしながら、平成23年3月11日の東日本大震災やそれに伴う福島第一原子力発電所の事故により、東北の観光をめぐる状況は一変した。

## 1-1 震災後の観光をめぐる状況

### ①被災地の状況

岩手県、宮城県、福島県の太平洋沿岸部地域の宿泊施設は、震災直後、甚大な被害を被り、すべてが機能停止の状況に陥った。その後、徐々にではあるが再開する施設もあり、避難者・復旧作業員を受け入れたところもあるが、小規模の旅館や民宿等については、事業を廃止する施設も見受けられ、宿泊施設の不足が慢性的に続いている状況である。

また、福島県の沿岸部は津波の被害に原発事故も重なり、立入禁止区域が設定されるなど観光復興にはほど遠い状況にあり、回復には時間を要するものと思われる。

平成23年の秋以降については、震災の影響が軽微であった内陸部を拠点とし、津波の被災地域を来訪するボランティアツアー、震災の経験を学び、伝える…といった教育プログラムなどが展開されるようになった。被災地で仮設市場などが始まると、そこでの買い物によって被災地を応援するといった復興応援ツアーも催行されるようになった。

さらに、震災の教訓として何を、どのように保存し、伝え、活用するか…といったことを地元自らが考え、実践しようといった住民参加型の地域づくりが進みつつある地域も現れている。

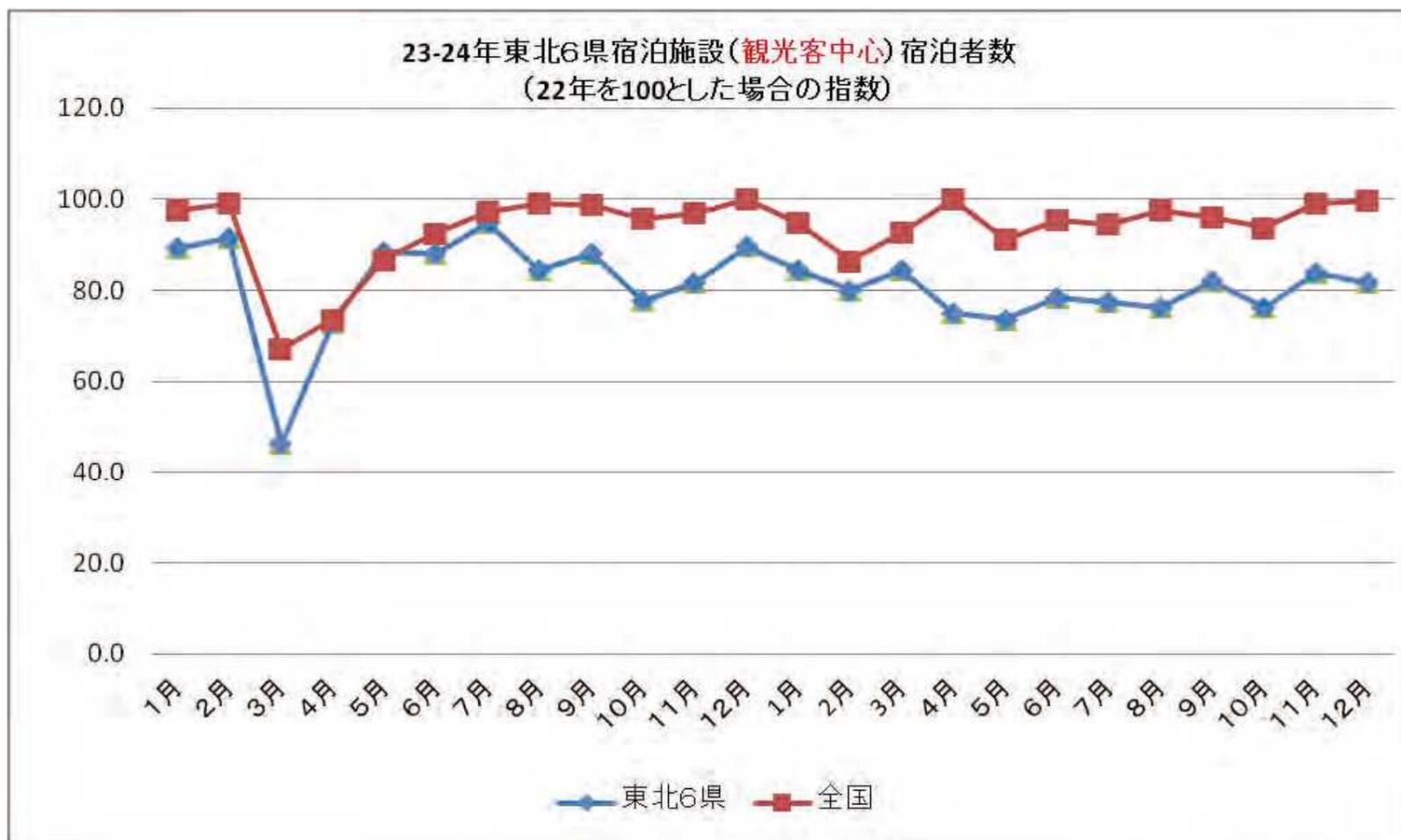
### ② 東北全体の震災後の観光をめぐる状況

東北地方における国内旅行は全体の約90%がキャンセルになり、大手旅行会社3社の平成23年3月の取扱い実績は対前年比で49.1%と大きく減少した。

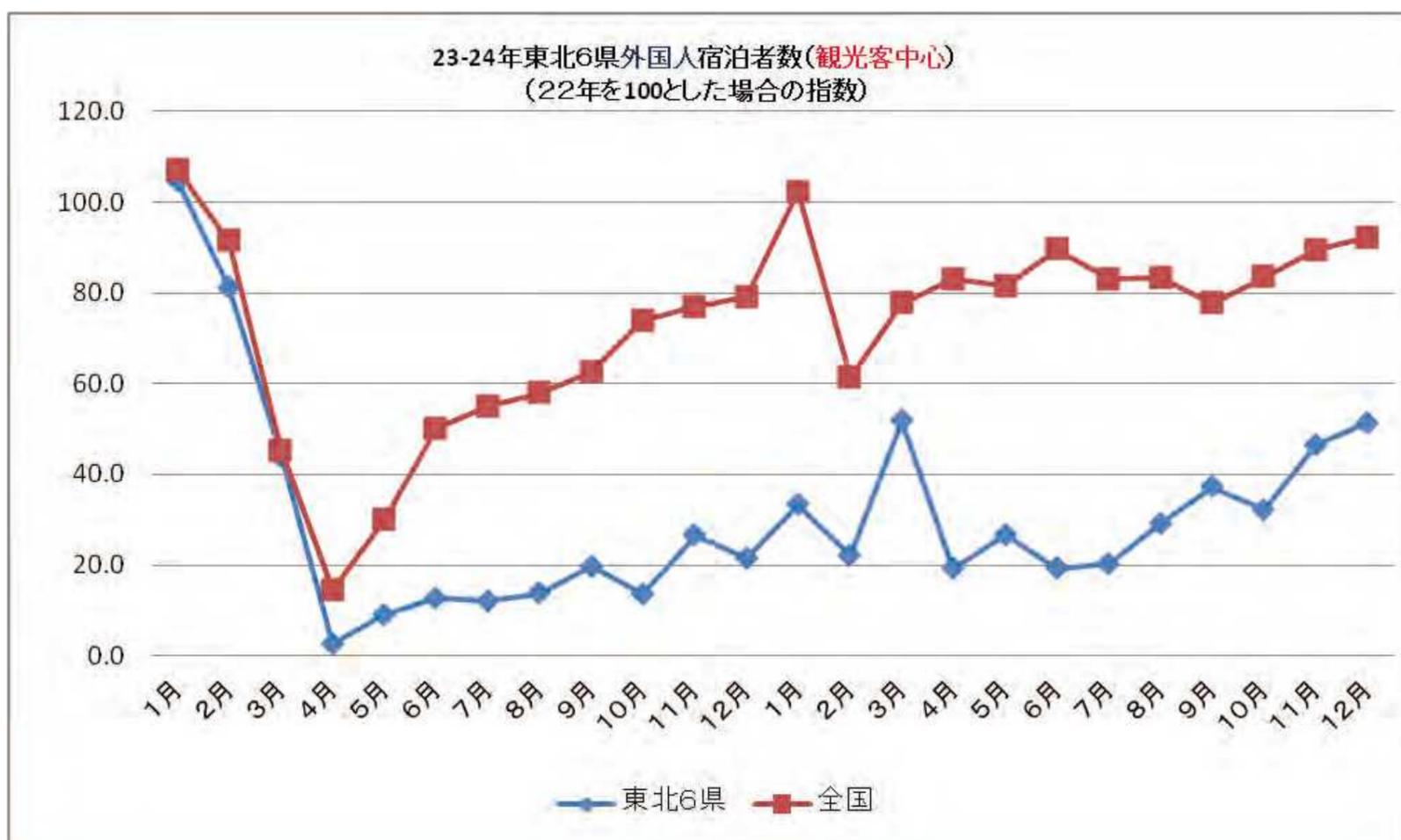
訪日外国人旅行者は、震災直後の平成23年3月は対前年同月比△72.7%と激減し、その後、東北における外国人延べ宿泊者数は激減した状態が継続している。

東北地方の観光施設への入込客数は、東北新幹線の青森延伸、「青森デスティネーションキャンペーン」、平泉の世界文化遺産登録、「いわてデスティネーションキャンペーン」、「東北観光博」等により、平泉周辺地域などの一部では増加したが、風評被害が大きい福島県をはじめ東北全体として宿泊数は戻っていない状況である。

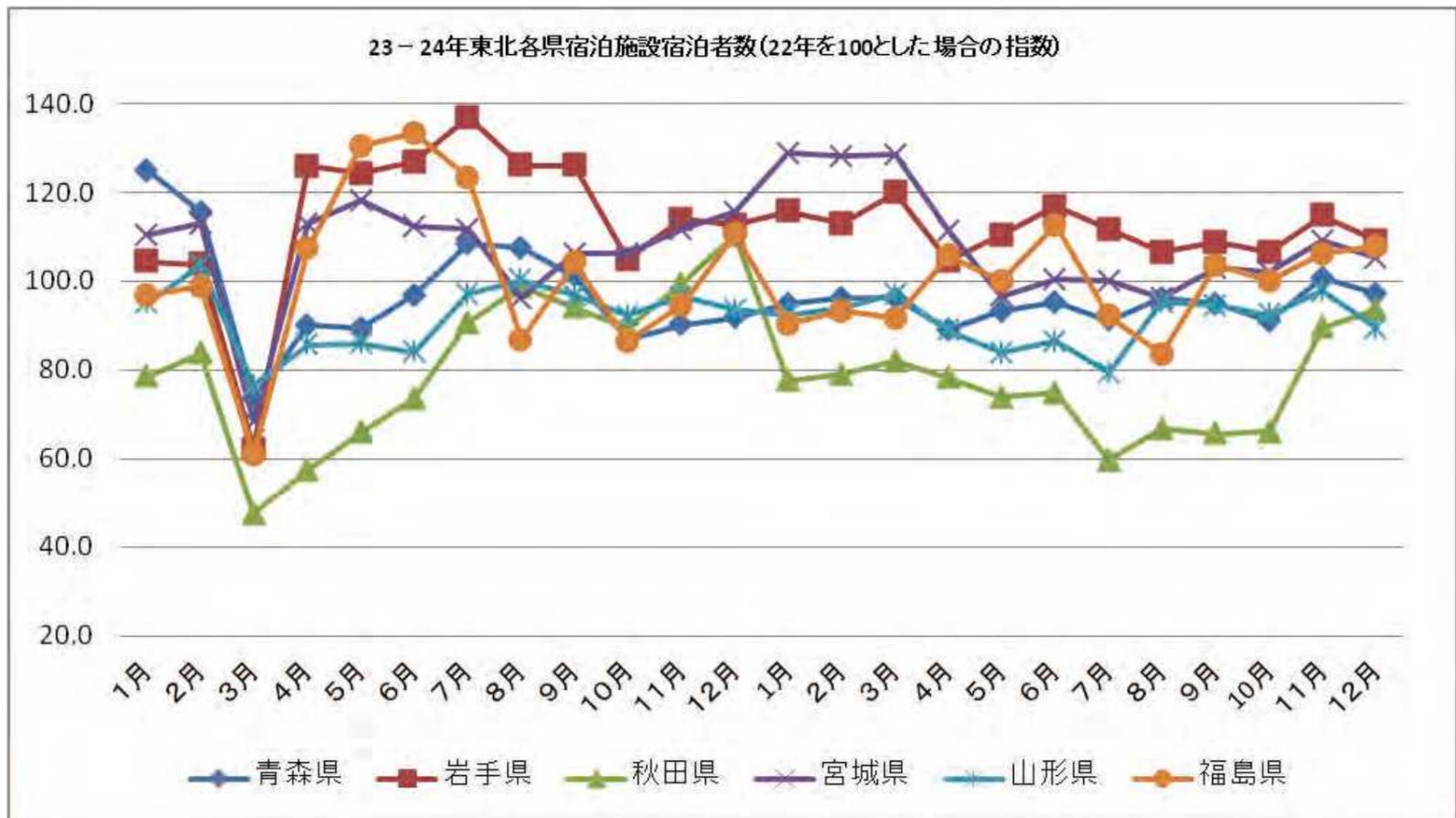
このような状況の中、沿岸地域を含めた政府登録国際観光旅館・ホテルの施設被害状況調査を踏まえ、ホームページで情報発信がなされるとともに、東北全体の観光復興に向けた取組みが行われてきた。



注) 平成 23 年は「確定値」、平成 24 年は「暫定値」を用いている。 資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」



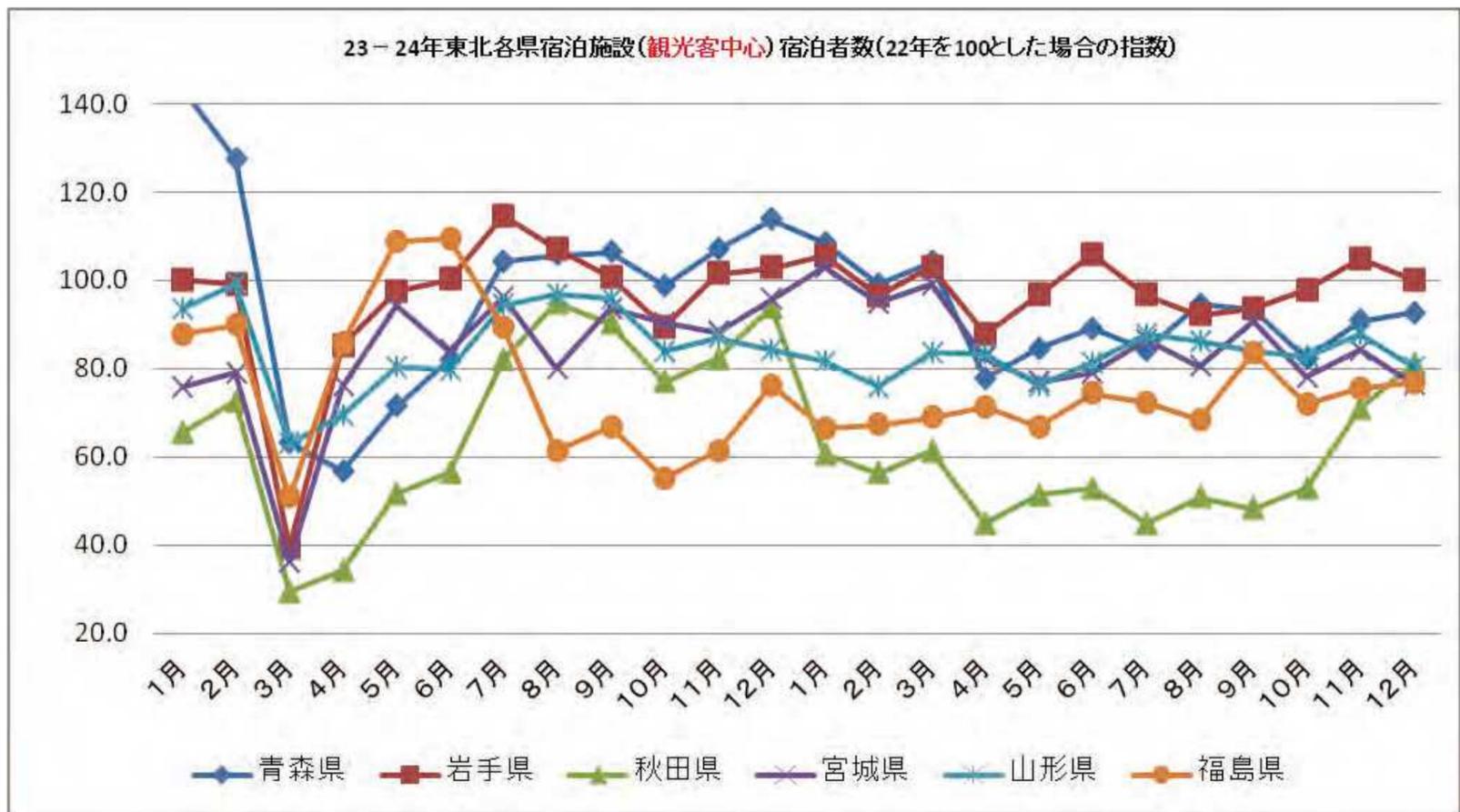
注) 平成 23 年は「確定値」、平成 24 年は「暫定値」を用いている。 資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

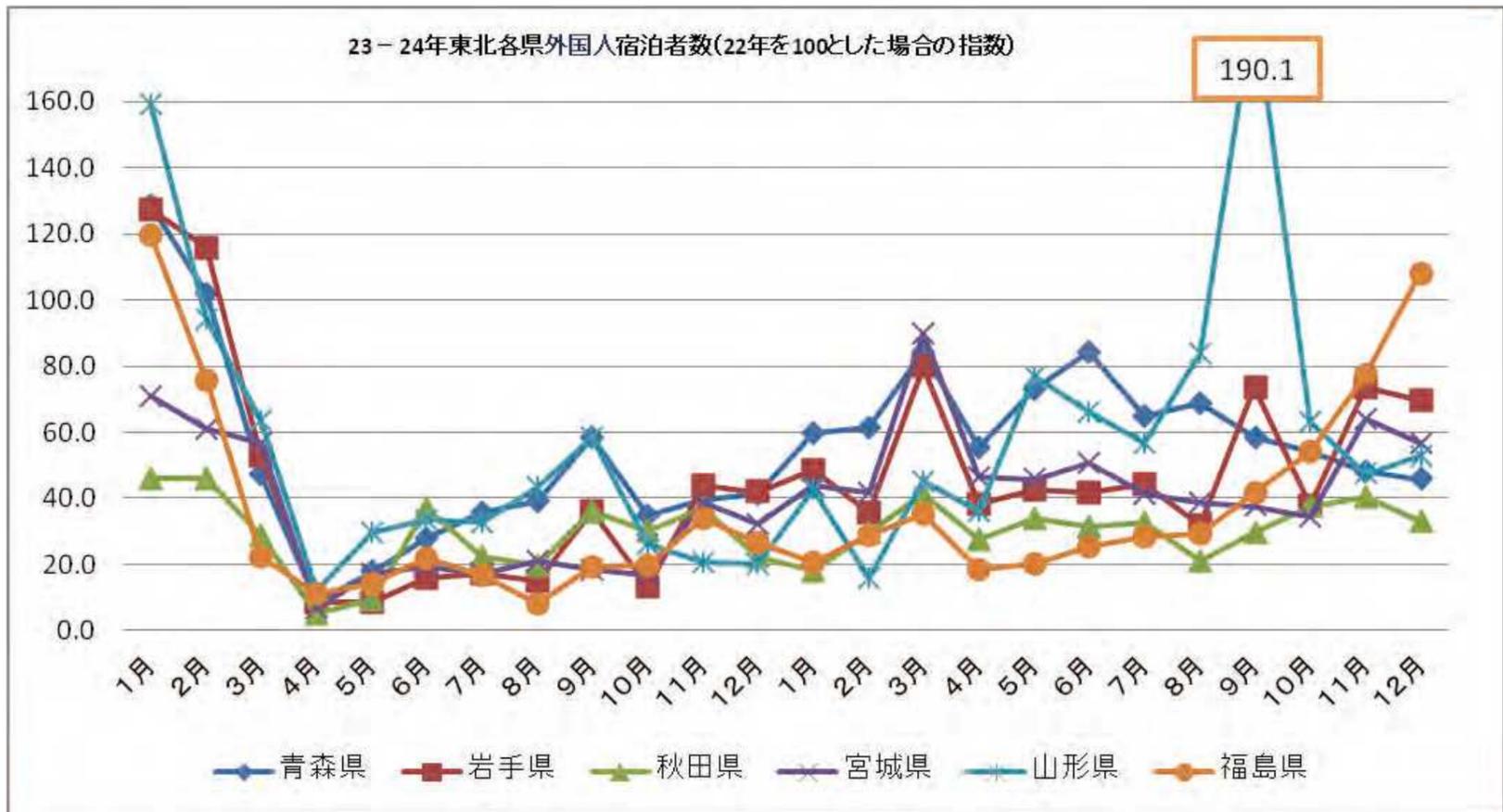


注1) 平成23年は「確定値」、平成24年は「暫定値」を用いている。

注2) 震災による二次避難者を含む。

「二次避難」とは、仮設住宅など安定的な住居が確保できるまでの「つなぎ」として、大部屋型の避難所からより居住環境の良い施設等へ避難すること。

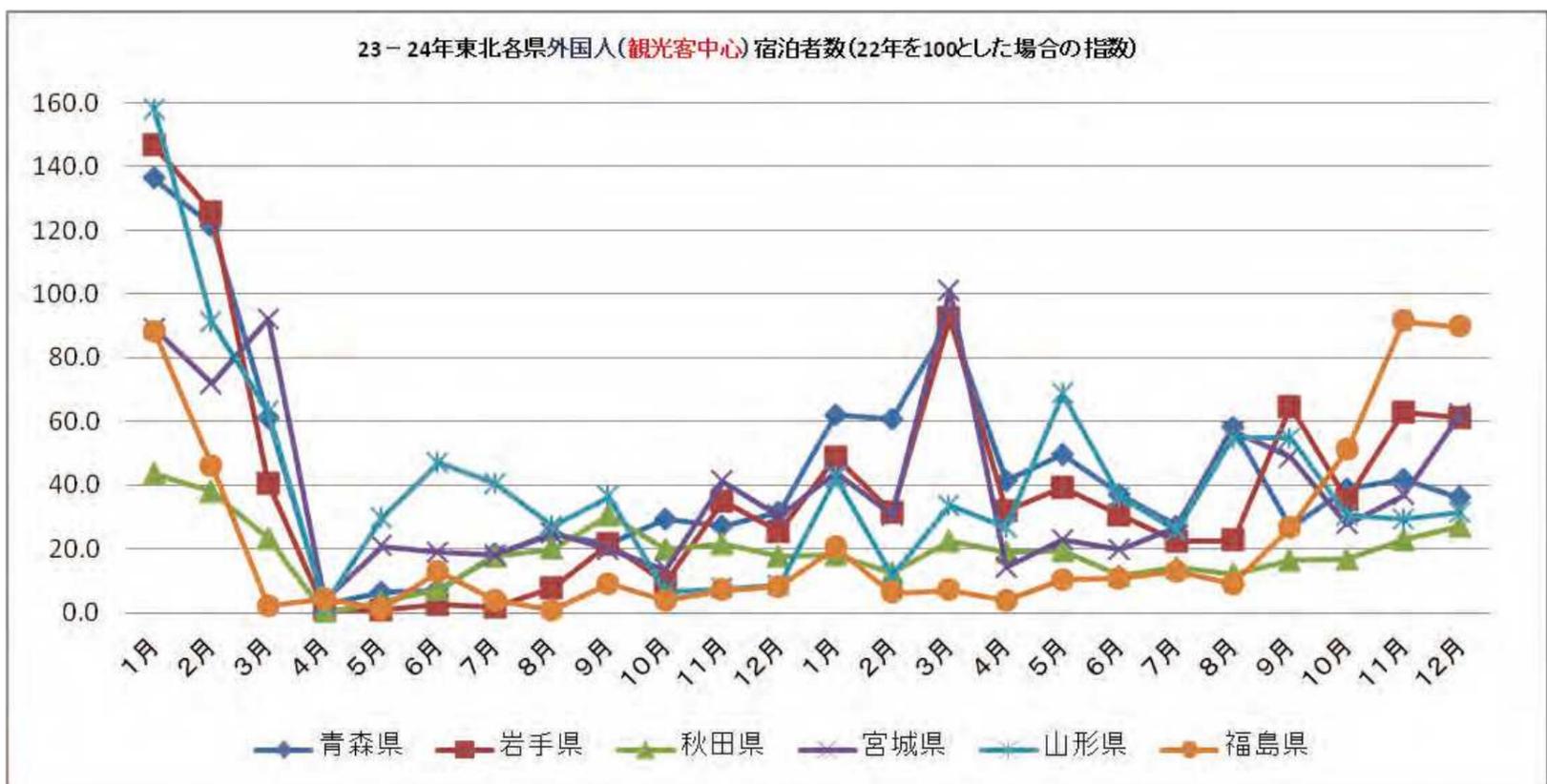




資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

注1) 平成23年は「確定値」、平成24年は「暫定値」を用いている。

注2) 山形県の平成24年9月には、ピックアップした宿泊施設で外国人の企業研修や農業研修による連泊があった。



注) 平成23年は「確定値」、平成24年は「暫定値」を用いている。 資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

## 1-2 震災を受けての課題

### ① 被災地への旅行需要の喚起、記憶の風化や復興需要の減少への対応

岩手県、宮城県、福島県の太平洋沿岸地域では、政府登録国際観光旅館・ホテル38施設のうち、震災後約2ヶ月で半数以上が休業を余儀なくされ、宿泊できるキャパシティが大幅に減少した。

また、被災地では、自然景観等の観光素材の多くが沿岸部に位置していたことから、津波により壊滅的な打撃を受け、観光地としての魅力が著しく低下した地域も見受けられる。

一部では、ボランティアと観光を組み合わせたツアーや震災の経験を学び伝える教育プログラムも実施されてきたが、今後、被災地向けの継続した旅行需要の喚起が求められている。

こうした中で、震災の記憶の風化を防ぐとともに、復興需要の減少も見込まれることから、旅行需要の掘り起こしを図る対策が必要である。

### ② 東北全体での誘客プロモーション、正確な安全・安心情報の発信

震災後の宿泊者数については、復興関連事業に依るところが大きく、特に観光客中心の宿泊施設においては依然として厳しい状況が続いており、特に訪日外国人旅行者については、震災直後と比較すると戻ってきてはいるが低迷している状況である。

東北各地においてキャンペーン、プロモーション等を実施しているが、東北全体としての観光客の落ち込みは続いており、東北地方が一丸となった誘客活動が求められている。

また、風評被害が大きい福島県の落ち込みを回復するために、更なる安全・安心に関する正確な情報発信が重要である。

## 1-3 東北地方における従来からの課題

### ① 他産業との取組み、地域住民を含めたおもてなしの醸成

観光には、地域の観光協会、宿泊施設、旅行会社、土産物店、交通機関の従事者など、多くの人々が携わっている。

一方、重要な観光資源である「食」に携わる農業や水産業、また、商工業についても、観光への取組みが必要である。

また、旅行者が「また来たい」と思えるような「おもてなし」は重要であるが、宿泊施設の従事者のみならず、地域住民も含めて、地域に来て下さった方々を心から歓迎し「おもてなし」の心を持って接する必要がある。

●魅力のある特産品や土産物が多かった

順位	2012年	単位 (%)	2011年	単位 (%)
1	沖縄県	66.3	沖縄県	68.8
2	京都府	62.2	京都府	62.8
3	北海道	57.0	長崎県	61.3
4	高知県	56.9	高知県	58.9
5	長崎県	54.5	北海道	58.1
6	青森県	53.3	石川県	57.1
7	広島県	51.3	鹿児島県	56.5
8	鹿児島県	51.2	宮城県	56.3
9	香川県	50.9	宮崎県	55.8
10	和歌山県	50.5	香川県	52.2

●地元の人のホスピタリティを感じた

順位	2012年	単位 (%)	2011年	単位 (%)
1	沖縄県	45.2	沖縄県	49.4
2	山形県	32.9	宮崎県	36.5
3	秋田県	31.0	鹿児島県	34.3
4	福島県	30.9	青森県	32.5
5	岩手県	29.1	宮城県	31.9
6	長崎県	28.7	岩手県	31.0
7	宮城県	27.7	山形県	30.9
8	愛媛県	27.7	京都府	30.8
9	京都府	27.2	島根県	30.0
10	熊本県	26.1	秋田県	29.7

資料:「じゃらん宿泊旅行調査2012」(リクルートじゃらんリサーチセンター調べ)

## ② 広域観光ルートの形成

東北においては、近隣の市町村・観光地間の連携が必ずしも十分ではなかった。魅力ある旅行先となるためには、複数の特色ある観光地が連携して、一度に訪問してもらうことも重要である。

このため、複数の市町村・観光地間の連携を図り、広域観光ルートを形成していく必要がある。

## ③ 東北を訪問したくなるような情報発信

これまで長年にわたり、東北のさまざまな関係者が、首都圏などに情報発信を行ってきたが、残念ながら、東北の真の魅力が、首都圏をはじめとする旅行者の多い地域の人々に十分届いていないとも言われている。特に、大阪から西になると、さらに東北の魅力が知られていない。東北を「訪問したくなる」ためには、まず東北の魅力を「知ってもらう」ことが最低限必要である。

そのため、情報発信のあり方を見直し、東北を訪問したくなるような効果的な情報発信のあり方について検討する必要がある。

宿泊観光地の目的地(現住所地域別)

目的地 (%)

居住地

	北海道	東北	関東	甲信越	中部	関西	中国	四国	九州
北海道	70.6	4.2	11.8	0.8	1.7	4.2	2.5	-	3.4
東北	5.2	46.1	29.5	4.7	1.6	3.1	1.0	-	5.2
関東	4.2	9.9	36.6	19.1	15.8	6.3	1.2	0.6	4.0
甲信越	3.3	6.5	31.7	33.3	12.2	5.7	3.3	1.6	2.4
中部	2.6	3.0	14.3	9.1	33.3	20.1	2.4	4.5	4.1
関西	3.3	1.0	6.9	4.6	13.5	46.8	8.1	4.2	9.4
中国	2.4	1.6	12.6	0.8	3.1	24.4	32.3	3.9	18.1
四国	3.6	1.2	12.0	3.6	4.8	30.1	13.3	16.9	12.0
九州	1.7	0.4	7.5	1.3	1.7	6.7	8.8	4.6	65.4

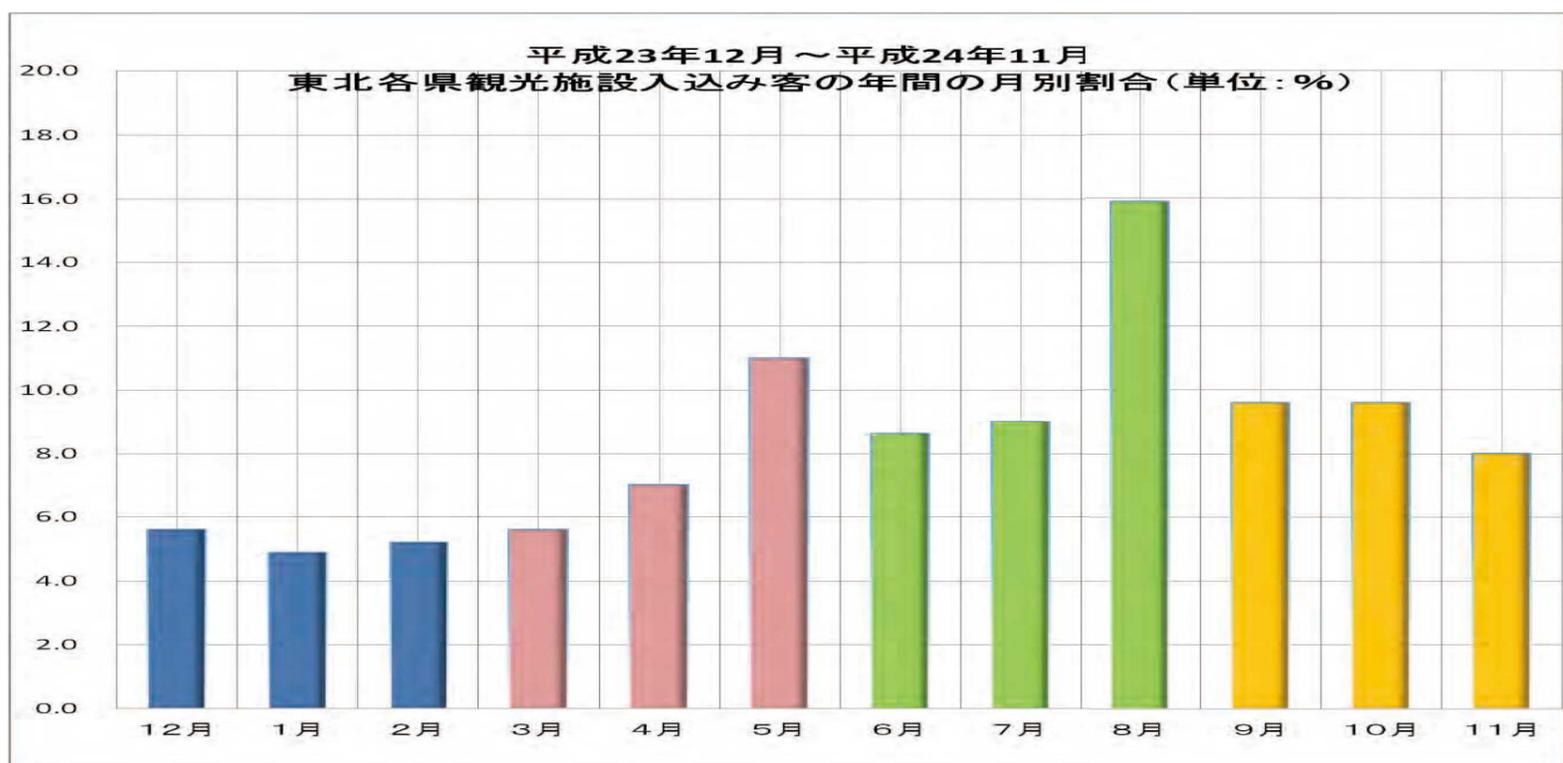
資料：社団法人日本観光振興協会「平成23年度版 観光の実態と志向」

#### ④ 冬の観光客が少ない

東北は、春の桜、初夏の新緑、夏祭り、秋の紅葉等は多くの観光客を呼び込んでいる。

一方、冬にも、さまざまな「冬まつり」があるにもかかわらず、十分に知られていないこと、魅力あるスキー場が存在するもののスキー人口等が減少していること、また、冬は日本全体を通してオフシーズンとなる上、東北の冬は寒いというイメージがあることから、冬の観光需要が少なくなっている。このような状況で、冬の観光需要の喚起が必要となっている。

また、雪などは、北海道や上信越などの他地域においても見られることから、「東北ならではの」冬の魅力を打ち出していく必要がある。



資料：東北運輸局による東北各県主要観光施設31箇所への調査

### ⑤ 中高年齢層の増加に伴う対策

いわゆる団塊の世代が定年退職を迎えてきたこともあり、特に旅行意欲が旺盛な元気な高齢者を含め中高年齢層人口の増加が見込まれる。

特に中高年齢層の旅行ニーズとしては、「温泉」「自然景観」「癒し」等を好む傾向があるとされており、東北の魅力とマッチしていることから、これまで以上に大都市圏からの多数の来訪が期待できる。

そのため、中高年齢層のニーズを踏まえた魅力的な地域づくりをする必要がある。

年齢 \ 旅行	温泉観光	祭り・イベント観光	リゾート	ドライブ観光
15～17歳	40.2	38.1	33.0	15.5
18～19歳	54.9	23.5	35.3	35.3
20～24歳	65.3	25.3	33.3	30.7
25～29歳	65.1	37.9	33.8	24.1
30～34歳	67.4	30.4	38.6	24.5
35～39歳	70.0	31.8	37.9	22.4
40～49歳	72.9	29.5	36.8	29.0
50～59歳	77.3	28.1	21.4	29.1
60～69歳	73.7	23.8	15.7	21.9
70歳以上	74.8	16.2	7.7	16.0

資料：社団法人日本観光振興協会「平成23年度版 観光の実態と志向」

### ⑥ 教育旅行・若者の旅行の促進

若者の旅行離れが全国的に言われているが、東北においても例外ではない。太平洋沿岸地域での防災・減災を中心とした修学旅行、東北の歴史、文化、自然等に重点を置く修学旅行等の誘致促進が必要である。

また、冬季のスキーやスノーボードなど冬の観光については、特にいわゆるバブル世代が若年層だった頃に比べ、若者の間で人気が低くなっている。冬の観光に限らず、若者の旅行離れの原因としては、若年層の平均的な所得が減少していることもあるが、旅行への関心が低くなっていることも背景にある。旅行に行った時の充実感が他の趣味等に負けないものがあり、お金もそれほどかからず楽しめるものもある、ということを理解してもらう必要がある。

また、教育旅行、若者の旅行を促進することにより、中高年齢層になってからのリピーター増加につながることも期待できる。

## ⑦ 国際観光交流の増大

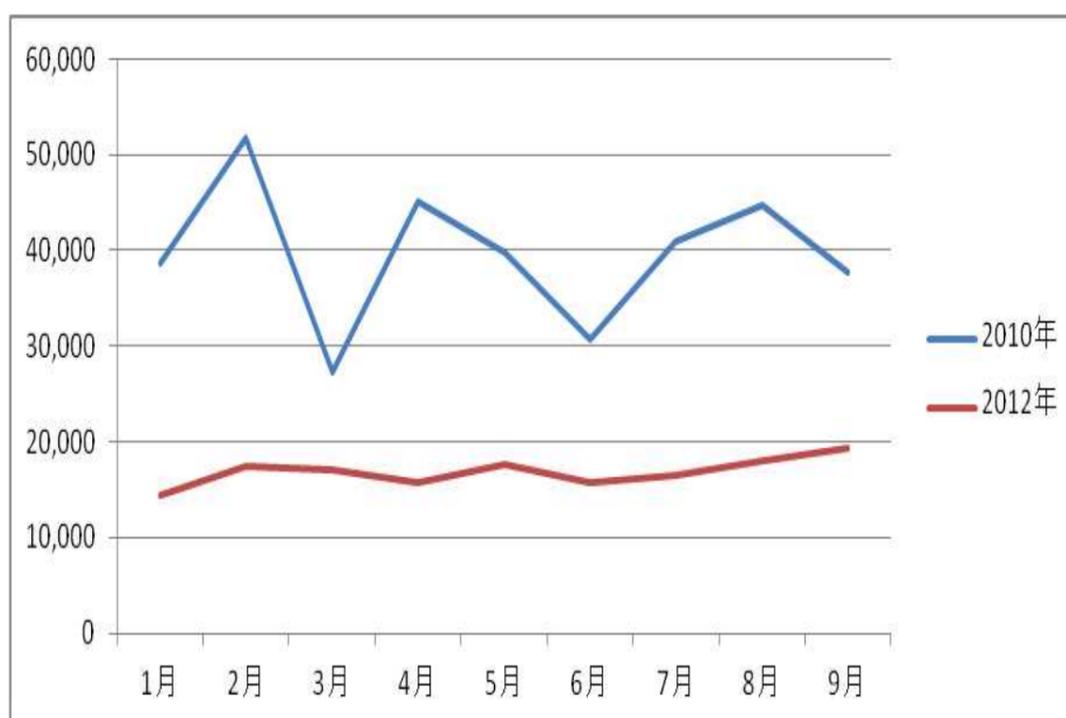
インバウンドについては、放射線量の状況など正確な情報発信に努め、実際に海外の旅行エージェントやメディアを招聘して問題ない状況であることを理解してもらっているものの、訪日外国人旅行者の戻りが鈍いため、回復のための更なる努力が必要である。

また、東北発の出国者も、東北管内の大手旅行代理店によると、平成24年は円高の影響もあり活況であったが、パスポート取得率など、まだまだ他の圏域と比べて低い状況であり、取得率の向上が課題となっている。「東北に来てもらう」だけでなく、「東北から相手の国・地域へ行く」ことによる相互の交流が重要であることから、東北各地からの海外旅行に関する海外の観光地、旅行会社等のブース出展によるイベントの実施等により、海外旅行の機運を盛り上げていく必要がある。

東北における外国人延べ宿泊者数

	2010年	2012年	対10年比
1月	38,720	14,430	37.3%
2月	51,670	17,390	33.7%
3月	27,300	17,170	62.9%
四半期	117,690	48,990	41.6%
4月	45,040	15,660	34.8%
5月	39,750	17,600	44.3%
6月	30,740	15,760	51.3%
2四半期	115,530	49,020	42.4%
7月	41,010	16,530	40.3%
8月	44,640	18,050	40.4%
9月	37,690	19,260	51.1%
3四半期	123,340	53,840	43.7%
1～9月	356,560	151,850	42.6%

資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」