

東北紀行

Tohoku Travelogue

第9号/2016年7月/編集:志賀秀一((株)東北地域環境研究室)
ご挨拶

石巻専修大学 大浪健一

私は38年間旅行会社に勤務、海外旅行の企画、販売が担務でした。海外旅行ブームが始まり、大学生の「卒業旅行」の旅行先として、ヨーロッパが一番人気の時代です。海外を訪れ、見聞を深め社会へと巣立って行きました。

1970年代からの海外旅行ブームが、日本を世界有数の国に育て上げる一つの要因になったと考えるのは、性急でしょうか？海外に行くことは、諸外国を見聞するだけでなく、日本を伝える役目も担っています。物事は、双方向で見聞することで、より客観的に理解できると思います。

相互交流は、文化、思考などを体験し、両者の違いを知ることです。訪日外国人客数と海外旅行客数が、同じペースで増大することが、社会の健全な発展をもたらします。

昨年、訪日外国人客数が1,974万人、海外旅行客数が1,621万人と、1970年(訪日外国人客数854千人、海外旅行客数663千人)以来、初めて数値が逆転しました。昨今の状況をみると、海外旅行客数は減少傾向です。特に20才代前半(20才から24才)の若者の相対的な低迷が顕著になっています。その世代の海外旅行客数は、1989年(平成元年)、全渡航者の12.6%、1,214千人(男・432千人、女・782千人)、1996年(平成8年)は、全渡航者の12.1%、2,016千人(男・654千人、女・1,361千人)を境に、2014年(平成26年)には、全渡航者の7.1%、1,195千人(男・412千人、女・783千人)のように、減少傾向です。

昨年、訪日外国人客数と海外旅行客数が逆転しました。これは、日本ブーム、円高そして政府主導による各種のインバウンド施策(ビザ要件の緩和策など)等により訪日外国人客が増大したものと考えられます。そのことに異論をはさむつもりはありません。しかし、相互交流が、どちらかに偏れば、考え方も自ずと偏る傾向になると思います。ツーリズムの正しい発展はツーウェイ・ツーリズムの発展が鍵となっていると思います。

1967年に寺山修司が書いた評論集「書を捨てよ、町へ出よう」が、再度思い返される今日この頃です。

日本政府は東日本大震災から5年目を迎える本年を、「東北観光復興元年」とし、東北の訪日外国人宿泊客数を2020年までに150万人泊とする目標を発表した。同時に、同年までに2,000社の海外の旅行会社を招聘するファムトリップを実施することとした。私は、これらの取り組みに関連する事業の実務を担当しており、安倍晋三首相の観光推進策により直接的な影響を受けている。東北観光推進機構でこのような仕事をするとはいえなかった。

昨今、インバウンドはひとつのトレンドとなっており、全国的にその活動は顕在化しつつあるが、2003年にビジット・ジャパン・キャンペーンが実施されてから今年で12年目となり、2006年には「観光立国推進基本法」が施行され、翌年に「観光立国推進基本計画」が政府目標として掲げられたが、世界的に見ると日本のインバウンドへの具体的な取り組みは、実施されてまだ間もない状況にある。

政府がインバウンド政策に注目している理由として、経済効果への期待が挙げられる。2014年のデータでは、日本の一人当たりの年間消費額は125万円に対し、訪日外国人観光客は1人当たり15万1,000円以上の消費をしている。これは定住人口が1人減っても訪日外国人観光客9人で補える計算である。このようなこともあり、政府は観光を基幹産業の1つとして位置付けようとしている。

東北の人口は現在900万人を切っており、今後も人口が減少していくことを踏まえると、インバウンド誘致は効果的と考えられるが、この試算が東北においても同様に有効かどうかという研究は現在のところ着手されていない。

全国のインバウンドの状況は、2015年は累計約1,974万人の訪日外国人入込数を記録しており、45年ぶりにアウトバウンドを超えた。反面、アウトバウンドを取り扱っている旅行会社は苦戦を強いられている。

一方、東北のインバウンドは正確に把握されていない。これは入国した外国人が都道府県に入込数としてカウントされる反面、東北以外から入国し東北を訪れた外国人数が正確に把握されていないことが主な理由である。そのため、入込数に対しての目標は設定されておらず、延べ宿泊数のみ目標を設定しているのが現状である。

日本へのインバウンドが増加傾向にあるが、全国に対する東北の割合は低く、2010年の全国宿泊者数に対する東北の割合は2.1%、15年は0.9%にすぎない。これは全国

的にインバウンドが急増したことによる東北の割合の低下と、震災の影響などが原因として考えられる。

東北全体のインバウンドは、震災直後は激減したものの、年々回復傾向にある。特に中国、台湾からのインバウンドは際立って増加しており、他のアジア圏からの訪日観光客と比較しても、全国のインバウンド数の伸び率に匹敵するほどである。一方で、韓国、香港からのインバウンドは低水準である。また、韓流ファンの「アイリス」撮影地へのドラマ・ツーリズムがあった秋田県への国際便の運休や、東北全体への国際便が減少しており、インバウンドが伸び悩んでいる要因となっている。

各県ごとに見ると、宮城県が震災前の状況まで回復しており、青森県では震災前よりもインバウンドが増加している。対して、韓国からの直行便がない秋田県、原発事故の影響による福島県が伸び悩んでいる。

このような現状を踏まえ、機構では東北が一体的にインバウンドを誘致するための事業を進めている。具体的には、以下の3つである。

① 連携による東北ブランドの向上

東北のインバウンドが伸び悩んでいる要因として、東北各県の認知度が低いことが挙げられる。この現状を打破すべく、機構では昨年「東北ならではの広域観光周遊ルート」を提唱している。新潟県を含む7県に16箇所の拠点を設定し、それらを結ぶ形で6つのルートを形成した。そしてこれらのルートに対応した国内外向けのモデルコースを提供することで、東北全体に観光客を周遊させ、東北全体の知名度を上げることにより、インバウンドの増加をめざしている。さらに、外国人の目線も取り入れ、海外に発信する取り組みも行っている。

② インバウンドの需要拡大及び国内流動活性化

仙台空港をゲートウェイにしていくことでインバウンドの活性化を図っている。現状では国際線(ソウル、台北、上海、北京)が週10便と札幌はもちろん函館空港よりも少ないが、7月1日からの仙台空港民営化を機に、海外のLCCの国際線を増やしハブ空港として強化されるよう、誘致活動を計画している。同時に、北海道新幹線、フェリーなどを組み合わせた「陸、海、空」からの乗り継ぎによる「立体観光」を推進していく予定である。

③ 統一的なプロモーション

東北の復興を世界にアピールするため、震災3年後、機構、東北運輸局、経済連合会の協力で「Treasureland TOHOKU JAPAN」のロゴ(フェニックスマーク)を作っ

た。

機構としては、独自に、東北6県と新潟を合わせた7県で2016年に100万人泊を目標にしている。14年が47万人泊、15年は67万人泊であるため、伸び率からすると十分に可能性はあると考えられる。しかし、中国経済の低迷による影響や、九州地震が東日本大震災を想起させ訪日を委縮させる効果もあるなど楽観はできない。

機構が継続的に行ってきた事業としては、まず、「ビットジャパン地方連携事業」がある。東北運輸局や各自治体と連携してプロモーション活動を進めている。この他に今年については、東北の観光復興のために50億円の予算が設定され、そのうち復興庁に約6億円、日本政府観光局(JNTO)に10億円、東北6県に、復興交付金として約32億円が予算化されている。東北観光推進機構は直接予算を使う立場ではないが、各県、各組織と連携をして活動していく予定である。

次に、日本旅行業協会(JATA)、日本観光振興協会との連携である。JATA東北支部では、若年層のパスポート取得を支援するキャンペーン活動を行っている。機構はJATA東北支部とともに台湾の航空会社を訪問し、アウトバウンド強化の取組を説明するとともに、東北への定期便増加を要請した。

他にも、海外の情報拠点との連携や、機構独自の予算を用いて海外サポートデスクの機能強化、JRと連携して国内の情報拠点の整備なども行っている。また、国内の復興ツーリズムや教育旅行の誘致、「ツーリズム EXPO ジャパン 2016」に出展するなど、企業・経済団体とも連携して観光促進活動を行っている。

アジア圏からのインバウンドは、国ごとに特徴がある。台湾は前述の通り好調であるが、さらに誘致するために大型旅行博TTE(春)、ITF(秋)等を活用し「B to C」向けのPR活動を進めている。韓国と香港では、風評被害の影響が根強いいため、これらのイメージの払拭が必要である。

また、東南アジアなどの新規市場開拓のための事業拡大や、SNSによる情報発信、Wi-Fi整備などのインバウンド受け入れ体制の強化にも取り組んでいる。

現状からみて、東北のインバウンドの課題は、①国際線の増加、②東北ブランドの向上、③震災・原発によるネガティブなイメージの払拭、④東北のエリアマーケティングの不足、⑤受入民間事業者が限定的なことである。

*平成28年5月、仙台市における講演の要約。