

# 東北紀行

Tohoku Travelogue

第 24 号 / 2018 年 6 月 / 編集：山口泰史（フィデア総合研究所）

## 東北の観光の現状と課題等

日本銀行仙台支店営業課長 船木 雄

JITR(Japan Institute of Tourism Research)-Tohoku  
でも、秋田県は、2017 年は全国 42 位とワーストクラス  
にまで順位を落としているのは残念である（下表）。

▽延べ宿泊者数ランキング(上位5都道府県・東北各県)

(単位:百万人泊)

| 2010年 |      |       | 2014年 |      |       | 2017年(速報値) |      |       |
|-------|------|-------|-------|------|-------|------------|------|-------|
| 順位    | 都道府県 | 実数    | 順位    | 都道府県 | 実数    | 順位         | 都道府県 | 実数    |
| 1     | 東京都  | 41.9  | 1     | 東京都  | 54.2  | 1          | 東京都  | 58.1  |
| 2     | 北海道  | 23.2  | 2     | 北海道  | 30.9  | 2          | 北海道  | 34.6  |
| 3     | 大阪府  | 19.6  | 3     | 大阪府  | 28.3  | 3          | 大阪府  | 32.6  |
| 4     | 千葉県  | 18.3  | 4     | 千葉県  | 21.2  | 4          | 千葉県  | 22.9  |
| 5     | 静岡県  | 15.6  | 5     | 静岡県  | 21.0  | 5          | 沖縄県  | 21.0  |
| 14    | 福島県  | 7.8   | 13    | 福島県  | 11.0  | 13         | 福島県  | 10.3  |
| 16    | 宮城県  | 7.2   | 14    | 宮城県  | 10.2  | 17         | 宮城県  | 8.9   |
| 27    | 岩手県  | 4.2   | 27    | 山形県  | 5.8   | 26         | 岩手県  | 5.9   |
| 28    | 山形県  | 4.2   | 28    | 岩手県  | 5.8   | 30         | 山形県  | 5.2   |
| 32    | 青森県  | 3.5   | 32    | 青森県  | 4.5   | 32         | 青森県  | 4.5   |
| 36    | 秋田県  | 3.1   | 37    | 秋田県  | 3.7   | 42         | 秋田県  | 3.1   |
|       | 全国   | 348.8 |       |      | 473.5 |            |      | 498.1 |

(出所)観光庁「宿泊旅行統計調査」

### 1. 日本人旅行者の動向

2017 年の東北地方の観光入込客数は約 2,700 万人で、日帰り、宿泊とも震災前（2010 年）の水準まで漸く戻っている。観光産業は、海外を含む地域内外の交流人口の増加や、それに伴う消費活動の活性化、農林水産業をはじめとする他の産業への波及などが期待され、各自治体等が成長戦略として取り組んでいる。全国に先駆けて人口減少、高齢化が進む東北地方において、インバウンドを含む観光産業の育成・発展は、地域の衰退を防ぐ重要な施策と考えている。

東北の観光資源を項目別にみると、「自然」と「温泉・健康」が、全国と比べて優位にある。秋田の玉川温泉は病気療養で有名であるし、乳頭温泉郷や蔵王温泉なども全国的に有名である。温泉宿泊施設の数も、東北地方は全国に引けを取らない。

郷土料理も豊富で、特に清酒は、5 月の IWC（インターナショナル・ワイン・チャレンジ）2018 で、日本酒部門の 9 つのカテゴリーのうち 6 つで東北の酒造メーカーが最高賞を獲得した。

一方で、東北で最も人が集まるのは夏祭りである。昨年の青森ねぶた祭では、6 日間で 282 万人の人が集まった。県の人口が 140 万人弱であるから、その 2 倍以上の人が、わずか 6 日間で集まった計算になる。その他、昨年の統計で 100 万人以上が集まった夏祭りには、仙台七夕まつり、弘前ねぶたまつり、八戸三社大祭、五所川原立佞武多、盛岡さんさ踊り、秋田竿燈まつりなどがある。山形花笠まつりも 99 万人と健闘している。

しかしながら、宿泊者数の全国ランキングで東北の位置を見ると、福島、宮城以外は下位に低迷している。中

なお、旅行目的を「観光目的」と「ビジネス目的」に分けると、例えば福島県は、2010 年→2013 年→2016 年と、ビジネス目的が増え、観光目的は減っている。おそらく、前者は復興工事関連業者の影響、後者は風評被害の影響が考えられる。それに対して、山形県は、観光目的もビジネス目的も増えており、本来はこうした動きが望ましいといえる。

また、日本人旅行者が旅行先でどのくらい消費しているかをみると、2017 年の観光庁統計で、東北地方は 1 人当たり約 62,000 円となっている。これは、地方別では中部地方に次いで少ない。最高額の北海道が約 8 万円なので、東北地方はそれより 2 割以上少ない。つまり、せっかく豊富な観光資源があるにもかかわらず、うまく売り込めていないということかと思われる。

### 2. インバウンドの動向

インバウンドは各県で取り組んでいるが、まず数字（観光庁統計）をみると、震災直前の 2010 年には、東北 6 県で、外国人の延べ宿泊客数は約 50 万人であった。しかし、震災があった 2011 年には約 20 万人に落ち込んだ。その後は、各県の取り組みの成果もあり、右肩上がりで増え、2017 年には 101 万人まで増加した。特に顕著な伸びを示したのが青森県で、2017 年には 25 万人と、青森市の人口に近い水準にまで増えた。

しかし問題なのは、インバウンドは全国的に進行したために、全国に占める東北地方の割合が、2010 年の約 2%から、2017 年には 1.3%に低下していることである。つまり、人数は 2 倍以上に増えたのに、全国比はむしろ低下しているのである。今後の伸びしろに期待したい。

都道府県別に外国人宿泊者数ランキングをみると、東北6県はいずれも下位に低迷している。2010年は、宮城県が東北で最も多く、全国でも20位であったが、2017年には34位に順位を落としている。2017年に東北で最も多かった青森県でも、全国順位は33位である。

しかし、青森県の伸び率が非常に大きい点は注目される。2010年は5.9万人だったのが、2017年は25.7万人と4倍以上に伸びている。これは、知事のトップセールスのほか、空路の新設や増便、北海道新幹線開業による青函の観光ルートなど交通面での影響もあるだろう。

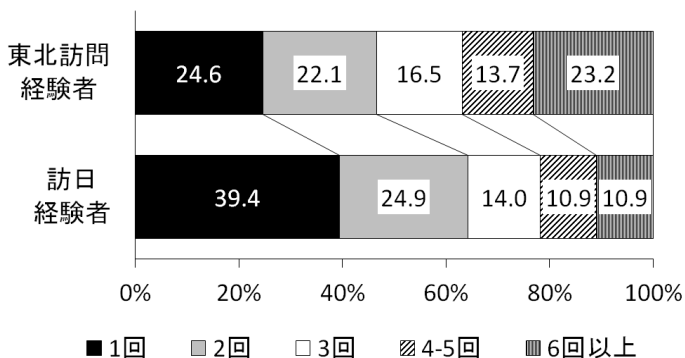
また、全宿泊者に占める外国人の割合(2017年)をみると、トップの大阪府は35.8%で、3人に1人が外国人ということになる。一方、東北6県の平均は2.7%で、外国人は30人に1人である。東京都や京都府も含めた上位の、10分の1の水準である。

東北でインバウンドが低調な要因に、国際便の少なさがある。先ほど青森の話をしたが、青森空港も、国際便はソウルと天津だけである。最も国際便が多い仙台空港でも、同じ地方圏の新千歳空港や福岡空港に比べれば非常に少ない。また、東北で開催された国際会議についてみると、2016年は150回で、2008年の77回と比べて増えてはいるものの、増加分の大半は宮城県で、2016年も150回中120回が宮城県で開催されたものである。

広く東北の良さを知ってもらうためには、国際会議に来ていただいて、自国に戻ってアピールしていただくことも有効な手段だと考えられる。

次に、リピーターの動向についてみると(下図)、東北来訪者は7割以上がリピーターである。これは、訪日全体(約6割)と比べて高い数字である。特に、「6回以上」が23.2%と、訪日全体(10.9%)を大きく上回っている。つまり、一度東北に来た外国人は、訪日全体よ

▽アジア8地域からの東北地方への訪問回数



(出所)日本政策投資銀行東北支店「東北におけるインバウンド(アジア8地域)意向調査(平成29年版)」

りもリピーターになる傾向が高いということである。平たく言えば、東北は“(一度行ったら)くせになる”エリアといえるかもしれない。したがって、いかに東北に来てもらうかが肝要で、例えば、ゴールデンルートの中で東北を売り込んでいくという手法も有効ではないかと思われる。

私どもが親交のある観光関連団体等から話を聞くと、いろいろな課題が指摘される。ここでは6点挙げたい。

1つは「海外での知名度の向上」である。例えば秋田県では、タイやインドネシアの女優・モデルを招き、SNSで積極的に情報発信してもらうプロモーションツアーをうまく活用している。また、青森県ではリンゴを長期保存できる技術を使って、中国や台湾への売り込みに成功している。「リンゴ=青森」というイメージ戦略だ。

2つ目は、「二次交通を中心としたアクセスの整備」である。具体的には、空路で仙台空港に降り立っても、そこからの移動手段が面的に機能していないということである。また、意外とレンタカーへの需要が高いが、台数が少ないのですぐに借りられないという現状がある。そのあたりの対策も必要であろう。

その他、「外国語への対応」「風評被害の払拭に向けた対外PR活動」「取り組みサポート事業」が指摘されている。最後に、「ニーズを捉えた滞在環境の充実化」では、当店では、Twitterから「仙台」というキーワードの入ったデータを抽出のうえ、「仙台」に関連するキーワードを共起ネットワーク分析で解析するなどして、その特徴等をレポートとして公表している。この分析は、インバウンドのニーズ調査にも活用できると思われる。

### 3. 最後に

博報堂が2014年に行った「都道府県別ブランド力調査」によると、東北6県は全て「内部評価」より「外部評価」の方が高いという結果が出た。これは、ある意味では東北人の奥ゆかしさかもしれないが、一方で、郷土愛の不足も指摘される。

したがって、東北地方の観光産業を一段レベルアップするには、まずは県民自らが地域の魅力を理解して内部評価を高め、その上で、外部評価を高めるべく積極的なアピールが求められよう。

\*2018年5月27日の仙台市講演の要約