

# 東北紀行

## Tohoku Travelogue

第 30 号/2019 年 6 月/編集：丸岡泰（石巻専修大学）

### 仙台・東北の観光を取り巻く状況と仙台市の戦略について

仙台市前観光交流部長 柳津 英敬

はじめに

我が国は人口減少局面に突入し、少子高齢化が進行している。こうした状況の中、地方自治体において、今後の成長に向けた施策として交流人口拡大への期待が高まっている。そこで今回は、交流人口を切り口に仙台・東北の現状等について各種統計や調査等の結果を用いて課題や可能性の分析を行うとともに、仙台市が策定した新たな観光戦略の考え方について紹介する。

#### 1) 交流人口拡大の意義

観光庁の資料によると、2017 年における定住人口 1 人当たりの年間消費額は約 125 万円である。これを来訪者の属性別に換算すると、外国人宿泊者で 8 人分、国内宿泊者で 25 人分、国内日帰り客だと 80 人分になる。つまり、定住人口が 1 人減った分を外国人宿泊者が 8 人分で補完できるということであり、人口減少に悩む自治体は、交流人口拡大を重要政策と位置付け、積極的な取り組みを進めている。

#### 2) 東北の外国人延べ宿泊者数の推移と課題

2018 年の我が国の訪日外国人数は対前年比 8.7%増の約 3,120 万人、延べ宿泊者数は約 7,900 万人となった。一方、東北 6 県における外国人延べ宿泊者数は約 121 万人となり過去最高を記録。伸び率も対前年比 26%増加し全国平均（8%）を大きく上回るなど、やっと勢いが出てきたところだが、全国のシェアは依然として約 1.5%と低迷している。人口減少・少子高齢化が顕著な東北においては、今後さらなる努力と戦略的な取り組みが求められるところである。

#### 3) 仙台市の外国人延べ宿泊者数の推移と課題

2018 年の仙台市の外国人延べ宿泊者数は 20 万人（対前年比 21.2%増）を超え過去最高を記録した。近年順調に推移しているものの、全宿泊者数に占める割合は数%程度にとどまっており、全国的な傾向からみるとまだ少ない状況である。地域別の内訳をみると、台湾が最も多く全体の 4 割を占め、アジア地域が全体の 3/4 を占める。これは仙台空港からの直行便の有無が影響していると考えられるが、今後、欧米豪など、他の地域の開拓も課題である。

#### 4) 仙台市の宿泊者数の推移と課題

2018 年の仙台市の延べ宿泊者数は約 587 万人（対前年比 2.5%増）となった。震災後からの推移をみると、2014 年頃に復興需要が落ち着き、その後、観光需要の伸びとともに増加傾向にあることがうかがえる。しかし、内訳をみると、3 つの偏りが確認できる。まず、宿泊者の 8 割超が関東・東北（県内含む）の在住者であり、西日本からの宿泊者が少ないこと、2 つ目は、宿泊が土曜日に集中し、平日の稼働率が低いこと、3 つ目は、繁忙期と閑散期の稼働率の差が大きいことである。今後、戦略的なプロモーションやコンテンツの開発により、こうした偏りを平準化していくことが課題である。

#### 5) 観光行動と距離に関する考察

1：仙台市が実施した「仙台市観光客動態調査」において、来訪主目的を尋ねた（択一）ところ、観光的要素と都市的要素の二面性を持つとともに、居住地によって異なった目的を持っていることが明らかとなった。

要素	観光的要素	都市的要素
居住地		
東北	温泉	買い物 文化・スポーツ
域外	歴史、自然、食	ビジネス

2：同調査において仙台市の情緒イメージについて尋ねた（複数回答）ところ、「歴史がある」52.6%、「伝統がある」38.0%、「文化的な」25.6%となったが、これらは域外の居住者に支持される傾向が強く、東北域内の居住者は「親しみのある」「心地よい」「楽しい」を支持するなど、イメージの面でも居住地による違いが確認できた。

- 3：同調査において居住地別の訪問回数を尋ねたところ、東北域内の居住者の約 8 割は訪問回数「5 回以上」と回答している一方、中部・関西の居住者の半数は「訪問経験なし」と回答している。また、訪問しない理由について、上記 2 地域では「訪問するには遠すぎるから」が最多となった。
- 4：東日本大震災後に運行を再開した仙台～台北便の月毎の座席数と台湾人の宿泊者数を分析したところ、強い正の相関がみられた。また、仙台～台北便の直行便（16 便/週）のうち 12 便が LCC であるほか 3 社の競合路線であることから価格面での競争も生じている。
- 5：首都圏の大学において仙台～東京間の時間距離（新幹線利用）についてアンケートを行ったところ、「名古屋」（正解）と回答した学生は 44%と最も多かったが、「京都」と「大阪」を合わせると 40%に上る。

#### 6) 重力モデル的解釈による交流人口拡大

以上のように、距離には「物理的」なものほか、「時間的」「价格的」「心理的」な距離が存在し、観光行動に影響を与えている（距離の相対性）。この関係を重力モデル的に解釈すると、交流人口拡大を図っていくためには、観光コンテンツ(C)の拡充や旅行者(T)へのプロモーションはもとより、その間の距離(D)を十分に考慮した総合的な施策展開が必要である。



- C=コンテンツの魅力・訴求力
- T=観光者の興味・関心
- D=(C)と(T)の時間的・价格的・心理的距離

#### 7) 地域ブランドと都市観光の可能性

仙台市は、「杜の都」「学都」「中枢都市」といった都市個性を生かしながら発展をしてきた。また、「地域ブランド調査」は、1000 の自治体を対象としたアンケート結果を定量化したもののだが、総合指標である「認知度」は 13 位、「魅力度」10 位、「情報接触度」9 位。観光関連の指標である「観光意欲度」は 9 位、「産品購入意欲度」3 位と極めて高いブランド力が認められた。今後、交流人口の拡大を図るためには、観光的要素はもとより都市個性やブランド力など様々な資源を組み合わせる視点が重要である。

#### 8) 仙台市の今後の戦略

仙台市は、交流人口を拡大させ、それを消費拡大や地域経済活性化につなげる戦略として、2019 年 3 月に「仙台市交流人口ビジネス活性化戦略」を策定した。2021 年までに延べ宿泊者数を過去最高の 600 万人泊にすることを目指す。その実現のために「マーケティング戦略」「コンテンツ重視」「事業者育成・支援」の 3 つ方向性を掲げ、6 つのプロジェクトを実施する。

《6 つの重点プロジェクト》

##### 1：日本一の体験プログラム

仙台ならではのコンテンツや他都市と競争できる新たなコンテンツを発掘・創出するとともに、既存の資源の磨き上げを行う。

##### 2：宿泊促進・閑散期誘客

仙台での滞在時間や宿泊日数の延伸を図るとともに、平日やオフシーズンの魅力向上及び情報発信を強化する。

##### 3：交流人口ビジネス・イノベーション

既存事業者の取組や新たな事業者の発掘・育成を図るほか、関係事業者・団体等の連携を促進し、経済効果を広く地域に波及させる。

##### 4：ターゲット重視型マーケティング

多彩なコンテンツを活用した効果的なプロモーションにより、国内外からの誘客とリピーター増加を図る。

##### 5：ビジターズ・フレンドリー仙台

旅行者が安心・快適に滞在できる環境づくりを推進するとともに、インバウンドへの対応を強化し、受入体制の充実を図る。

##### 6：東北ゲートウェイ推進

東北の交通・情報のゲートウェイとしての機能を強化するとともに、東北一体となったプロモーションや環境整備を図る。

おわりに

新しい時代「令和」がスタートした。これからの 3 年間は極めて重要な期間である。2019 年はラグビー W 杯、2020 年は東京オリンピック・パラリンピックが開催され、国内外から多くの旅行客が全国を周遊する。そして 2021 年、大震災から 10 年が経過する。ここまでにしっかり準備を行い、本格的な人口減少・少子高齢社会に備えなければならない。現代において、「観光」は大きな可能性を見いだせる数少ない分野である。今後、様々な主体が資源を持ち寄り、戦略的な役割分担を行いながら未来を創っていかなければならない。

\*2019 年 5 月 19 日仙台市講演の要約。