

# 東北の観光復興状況に関する調査 ヒアリング調査－中間とりまとめ<2> (夏の状況) ー

2011年11月 財団法人日本交通公社

## 目次

1 調査の目的と方法	1
2 東北の観光復興状況の4タイプの変化	2
3 (1)津波被災地域における観光復興状況	3
(2)復興事業支援地域における観光復興状況	6
(3)通常観光可能地域における観光復興状況	10
(4)福島県及びその周辺の状況	14
4 6ヶ月間の観光復興の取り組みから見えてきたこと	18
5 東北の観光復興に向けたシナリオ	19
参考資料	
東北各県へのヒアリング記録	20
2011年4月～6月の東北の宿泊旅行の状況	31
東北の旅館・ホテルを利用している避難者数の推移	34
被災県で活動するボランティア数の推移	36



# 1 調査の目的と方法

## 目的

- ◆ 東日本大震災(以降、震災)後の観光復興の取り組みを、年間を通して記録し、今後も想定されるであろう観光地における自然災害からの観光復興施策の基礎資料としていく。

なお、本調査は、財団法人日本交通公社の自主研究(公益事業)として実施している。

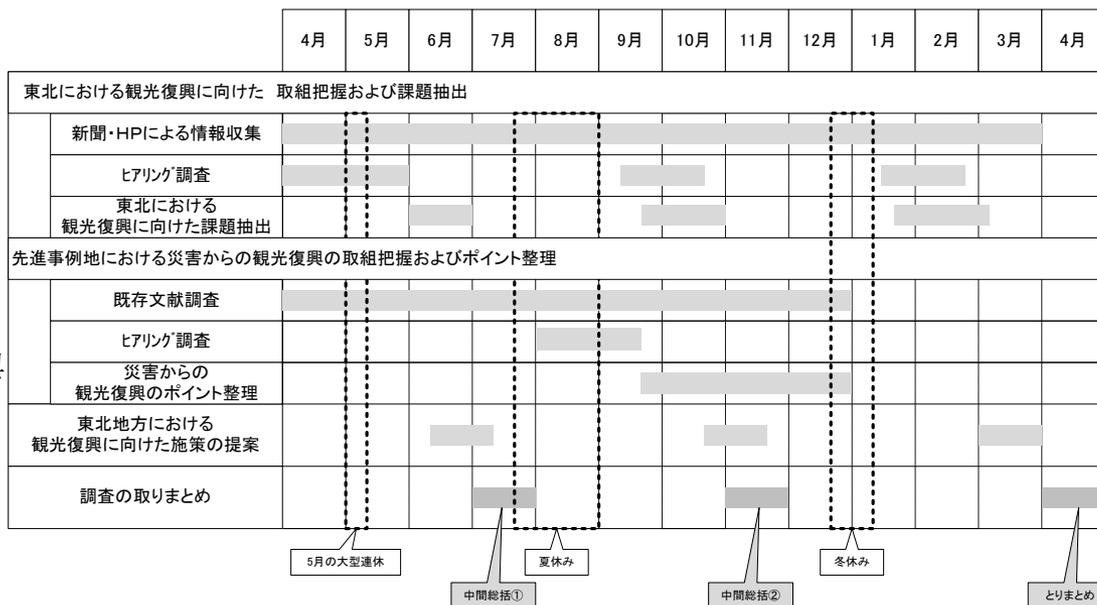
## 方法

- ◆ 新聞や東北各県・団体のHP等から観光復興に向けた施策を整理するとともに、東北各県および主要な観光地を有する自治体の観光担当課や観光関連団体、民間事業者等に対してヒアリング調査を行い、東北地方における観光復興に向けた取り組みを整理する。

中間取りまとめ<2>は、9月中旬から10月中旬にかけてヒアリング調査を行っており、夏休みの状況及び秋に向けた地域での取り組み状況をまとめたものである。

## 今後のスケジュール

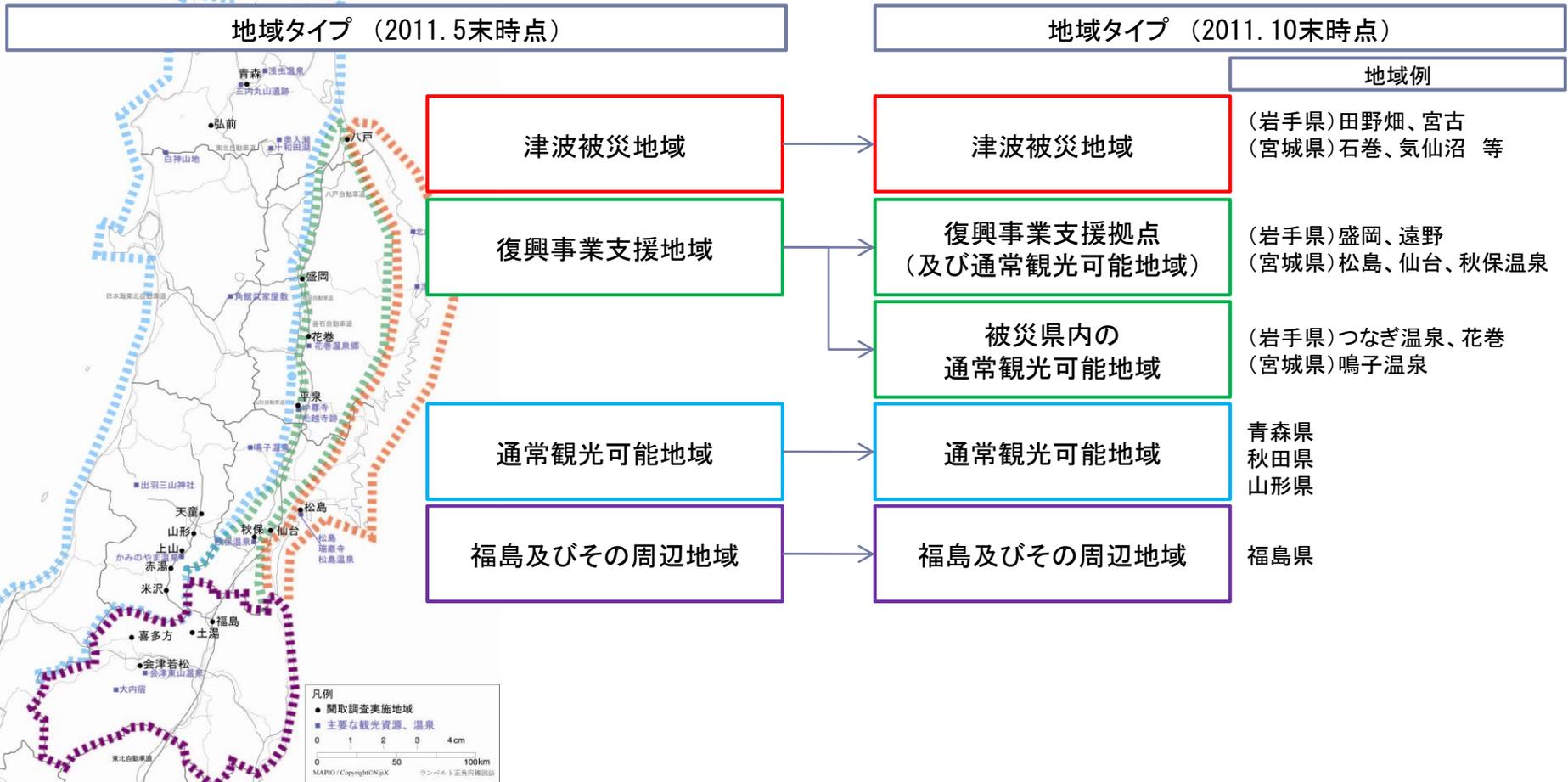
- ◆ GW、夏休み後、冬休み後にヒアリング調査を実施し、年間を通じて、観光復興の取り組みを追っていくこととする。



## 2 東北の観光復興状況の4タイプの変化

2011年5月末時点の東北地方の観光復興状況より、震災による被災状況や被災地からの立地や交通条件等によって4タイプに分類された地域区分は、10月末時点で、以下のように変化している。

各タイプともに観光復興にむけた取り組みは進んでいるが、特に復興事業支援地域は、復興関係者や被災者の宿泊施設利用が減少した。それに伴い、残った復興関係者は、盛岡や遠野、松島、仙台等の被災地までのアクセスが良い地域「復興事業支援拠点」に集約され、残りの地域は「通常観光可能地域」となった。



### 3 (1) 津波被災地域における観光復興状況

津波被災地域の観光復興状況は、下図のようになる。なお、津波被災地域については、岩手県・宮城県へのヒアリング調査及び新聞報道等を参考に、主に岩手県田野畑村・宮城県南三陸町、仙台市の状況を元に以下のように整理された。

同地域では、被災者の受入が減少していくにつれ、復興事業支援地域に滞在していた復興事業関係者が、津波被災地域の宿泊施設に移動してくるというケースも起きており、ビジネス系宿泊施設を中心として、復興事業関係者の受入は継続されている。その一方で、一般観光客の受入も再開しており、一部の地域では、教育旅行の受入も始まっている。

		4ヶ月	5ヶ月	6ヶ月
津波被災地域	宿泊施設利用客の状況			
	観光復興に向けた取組			
	外部環境	6.26平泉・松島が訪日外国人旅行者の受入環境整備に関する外客受入地方拠点に選定 7.1-9.30仙台・宮城【伊達な旅】キャンペーン 7.16浄土ヶ浜遊覧船 営業再開 7.29「サツパ船アドベンチャーズ」 営業再開	8.5浄土ヶ浜パークホテル、グリーンピア三陸みやこ 営業再開 8.9ホテル観洋 営業再開	9.1東京都による岩手・宮城・福島の「被災地応援ツアー」が開始

## 夏休み以降の宿泊客の動向（岩手県田野畑村・宮古市、宮城県気仙沼市・南三陸町）

- 津波被災地域は、もともと宿泊容量が少ない地域であった上に、津波により宿泊施設も被害を受け、利用可能な宿泊施設が限られてしまった。さらに、地域内の宿泊施設は避難所として利用されていたことや、被災地に近く利便性の高い宿泊施設は復興関係者の利用で占められていたことから、**一般の観光客を受け入れることができない状況にあった。**
- 岩手県では、8月末に全ての避難所を閉鎖、宮城県・福島県でも仮設住宅や民間借り上げ住宅の確保が進み、県内の避難所の閉鎖が進んでおり、**被災者の宿泊施設利用がほぼ終了している。**
- 一方で、復興関係者は、仮設住宅の建設完了に伴い減少しているが、道路や港湾等の土木事業は今後も継続されることから、**一定程度の復興関係者が複数年に渡り地域に滞在することとなる。**
- 同地域において、宿泊施設の利用は難しかったことから、復興関係者や宿泊を伴うボランティア、観光付きボランティアは盛岡市や仙台市等の復興事業支援地域の宿泊施設を利用しており、復興事業支援地域の宿泊客確保に寄与していた。夏休み以降は、被災者の受入が減少したため、復興事業支援地域の宿泊施設を利用していた復興関係者が、津波被災地域に移動してきている。それにより、復興事業支援地域での復興関係者の受入は減少している。
- 大型の宿泊施設が再開され始め、一般の観光客の受入が可能となったことから、秋以降、**被災地応援ツアー等を利用した宿泊客は増加していくと考えられる。**
- しかし、宿泊容量がそれほど大きくないことやインフラ整備が未だ充分ではないことから、当面は、**復興事業支援地域を拠点として日帰りで津波被災地域を来訪する観光スタイルが中心となる。**そのため、宿泊拠点となる復興事業支援地域との連携により、観光客を間延びさせないような移動方法や移動時間の過ごし方の提案、内陸部と沿岸部をつなぐテーマの設定等が必要となってくる。
- 現状では日帰りで訪れた観光客の消費の場として、既存施設や仮設施設を利用して飲食や物販等を提供している。また、同地域では、地域の文化や生業を体験する教育プログラムが展開されていた。今後は、地域としてどのような**観光地を目指していくのか地域で共有し、**観光施設だけでなく漁業や水産加工等の体験学習の場も含めて、**施設整備**を行っていくことが必要である。
- 一般観光客の受入が再開し、既に今回の震災について学ぶ教育旅行も行われ始めている等、津波被災地域の視察は、今後更に増加していく可能性が高い。津波被災地の視察は、復興の妨げにならないような振る舞いはもちろんのこと、地域住民の感情に十分に考慮した取り組みとすることが必要である。今後は、既に視察ツアーを実施している三陸鉄道株式会社等のように地域に根ざした団体だけでなく、様々な団体が視察ツアーを実施していくことが想定されるため、一定のガイドラインを設ける等内容や質を管理していくことが課題となってくる。
- 津波被害を受けた建造物やがれき等が撤去され地域が復旧に向かって進んでいくなか、何をどのように残していくのか、世界中に震災による教訓をどのように伝えていくのか、津波での被害だけでなく復旧に向かっていくプロセスを含めた内容、映像や写真等の収集・保存、災害遺構の保存、語り部の育成等の仕組みの検討を進めていくことが早急に求められている。

## 観光復興に向けた民間事業者等の取り組み

### (市の再開)

- ゆりあげ港(名取市)は、震災により壊滅的な被害を受けたが、震災から2週間後には「ゆりあげ港朝市」を復活させた。全国の18地域でつくる「ぼうさい朝市ネットワーク」が開催する福興市(南三陸町)は4月29日より開催されている。このような市は、震災により店舗を失った事業者にとって、重要な販売拠点となっているとともに、津波被災地域において観光スポットとなっており、ボランティアツアー等の立寄地点となっている。

### (従来の観光の取り組みを再開)

- 田野畑村では、サップ船(※)を利用したアドベンチャークルーズを実施していたが、震災により、小型船8隻のうち6隻が津波で流された。震災後、中古船5隻を購入し、7月29日より「サップ船アドベンチャーズ」を再開している。また、震災による津波の被害を伝える語り部ガイドを育成し、震災に関連したプログラムも実施されている。 ※漁師が使う小船

### (被災地視察への対応)

- 三陸鉄道株式会社(宮古市)は、5月2日より、三陸鉄道の職員をガイドとして、三陸地区の震災による被災状況を視察し、復興の支援につなげることを目的とした「被災地フロントライン研修」を実施している。
- 帝京大学(東京都)は、ホテル観洋(南三陸町)を会場として、東北の被災地でボランティアをするとともに、観光を通じた地域活性化等に関するワークショップを行う「東日本大震災に学ぶ特別教育プログラム」を9月中旬に開催し、約400名の学生が参加した。他にも、東京都の私立桐朋中学が宮古市田老地区を訪れる等、被災地で防災を学ぶ教育旅行が始まりつつある。

### (主要な大型宿泊施設の再開状況)

宿泊施設名	所在地	客室数	再開状況
ホテル羅賀荘	岩手県田野畑村	86室	営業の目処は立っていない
浄土ヶ浜パークホテル	岩手県宮古市	73室	8月5日
グリーンピア三陸みやこ	岩手県宮古市	63室	8月5日
ホテル観洋	宮城県南三陸町	244室	8月9日

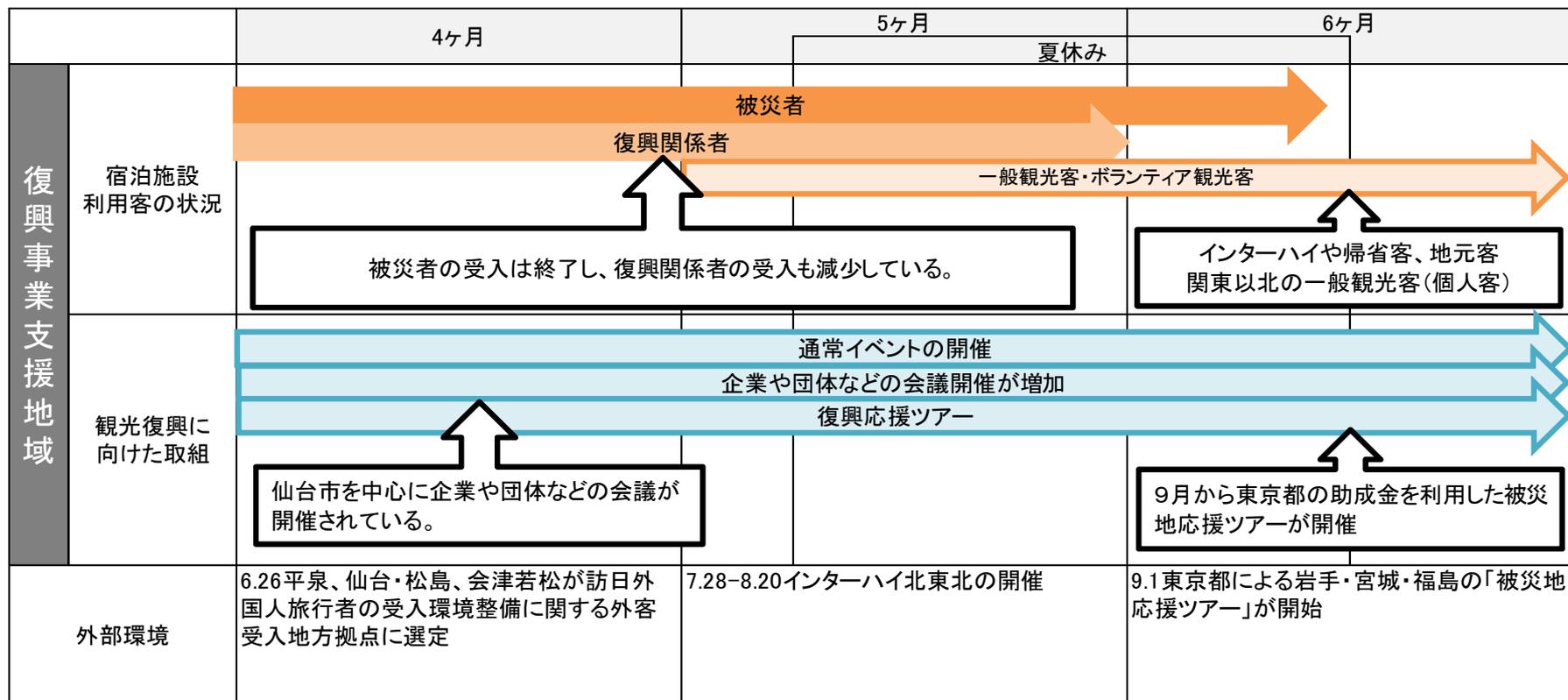
### (津波被害の痕跡の記録保存)

- 4階まで津波に襲われた岩手県宮古市田老のたろう観光ホテルは、高台に再建して営業再開を目指すのが、津波による被害や教訓を後世に伝える象徴として被災した建物を保存していくことが検討されている。
- 「桜ライン311実行委員会」は、岩手県陸前高田市内で浸水した区域を囲むようにして桜を約1万7000本を並べ、津波到達地点を目に見える形で残していくことを構想している。

### 3 (2) 復興事業支援地域における観光復興状況

復興事業支援地域のうち、ヒアリング調査を実施した岩手県花巻市、宮城県秋保温泉における現在の観光復興状況は、下図のようになる。

同地域は、復興関係者の減少や被災者の受入終了に伴い、復興関係者は「復興事業支援拠点」(盛岡、遠野、仙台、松島、秋保温泉等)に集約され、その他の地域は、通常(「被災県における通常観光可能地域」)に戻っている。「復興事業支援拠点」となっている地域では、夏休みまでは宿泊施設の予約が難しい状況が継続されていたが、秋以降は一般観光客も併行して受け入れられるようになってきている。



## 夏休み以降の宿泊客の動向（岩手県盛岡市・花巻温泉郷、宮城県仙台市・秋保温泉・松島）

- 東北新幹線沿いの沿岸部までのアクセスが良い地点やまとまった宿泊容量のある復興事業支援地域は、津波被災地域に宿泊できなかった復興関係者や被災者が利用していたことから、一般の観光客を受け入れることが難しい状況にあったが、8月末を目途に避難所の閉鎖が進み、被災者の宿泊施設利用は、ほぼ終了している。それに伴い、津波被災地域の宿泊施設に空室が出てきたため、夏休み以降、復興関係者は津波被災地域や、よりアクセスのよい盛岡や遠野、仙台や松島等の「復興事業支援拠点」に移動しており、復興事業支援地域では一般観光客の受入が可能となった。
- 8月以降は、春に実施予定であった企業・団体の会議等の振り替えや応援ツアー、パッケージ型の被災地応援ツアー等の団体が動いており、一部の大型旅館では対前年同月比がプラスになるほどで、観光客回復の足がかりとなっている。
- 夏休みの地元及び近隣からの個人客は、帰省と併せて東北に居住する家族や親戚で内陸の宿泊施設を利用する慰安旅行や、太平洋側沿岸部から内陸部へ、福島から東北の他県へ、と行き先を変更する代替旅行が行われていた。
- 首都圏の個人客は、高級旅館で対前年同月比6割程度、大型旅館で対前年同月比5割程度に戻りつつあるが、中部以西からの観光客は戻ってきていない。夏休みに需要が回復しなかったことから、長距離の遠方客の回復には3年程の時間を要すると推測される。
- 平泉の世界遺産登録による効果は、アクセスの良い仙台市周辺で来訪者の増加に寄与したように見受けられる。
- 7月17日18日に仙台で開催された「東北六魂祭」を皮切りに、東北各地で通常通り夏祭りが開催された。イベントや祭りの人手は戻ってきているが、例年に比べると地元客中心の客層となっていると想定される。
- 一般観光客の旅行マインドが回復しないなか、被災者や復興関係者の受入は、宿泊施設にとって経営継続の要素となった。特に、中小規模の宿泊施設では対前年同月を上回る利益を得る施設も出ていた。湯治宿では、長期滞在を前提とした宿泊施設であることから生活用品の売店や自炊施設もあり被災者の受入をスムーズに行うことができた一方で、大型旅館や高級旅館での復興関係者や被災者の受入は、一般観光客に比べ単価の低いことから利益を確保することが難しく、従業員削減やコスト削減を行いながら受入を行う施設や、小規模高級旅館では休業に踏み切る施設がでた。被災者を対象とした2泊3日程度の短期間の受入は、宿泊施設側の採算が考慮されており、避難者や復興関係者の受入を行っていない宿泊施設にとっては、宿泊者の回復が遅れる中で、収入を得る重要な機会となっていたと推測される。
- 秋までは、大型施設を中心に企業・団体客の予約が入っており、対前年同月に比べて好調であるが、東北観光のオフ期となる冬以降の見通しは立てづらい状況となっている。震災以降、猶予となっていた金利や返済の支払いが求められ始めていることから、体力のない事業者は厳しい状況になっていくと推測される。
- また、被災地応援ツアーや東北応援のための持ち回り会議等の来訪者は、一時的な需要の増加であるため、その特需が終わった後に、震災を経験した東北としてどのようにお客さんと呼んでいくか、何が魅力なのか、地域の観光戦略を見直す必要がある。
- 津波被災地域では復興に向かって少しずつ進んでいる状況ではあるが、宿泊施設等を含めた観光インフラが整備されるまでは、盛岡や仙台等の被災地までのアクセスが良く宿泊施設が集積している地域に宿泊し、津波被災地域を来訪するという被災地応援ツアーが主流となることから、このような地域と津波被災地域が連携して進めていくことが重要である。被災地までのアクセスの良い地域に立地する宿泊施設では、被災地を視察したいという要望を受けることが多くなっているため、直近で取り組まなければならない事項として、津波被災地域の住民感情に十分配慮しつつ、津波被災地域に直接お金が落ちる被災地視察の仕組みを築いていくことが必要である。

## 観光復興に向けた民間事業者等の取り組み

### (MICE開催)

- 仙台市は、MICE誘致を積極的に進めており、8月には、APEC(アジア太平洋経済協力会議)の防災ワークショップが開催された。12月には、ASEAN(東南アジア諸国連合)の財務相次官級会合、2012年4月にはWTTC(世界旅行ツーリズム協議会)の総会など国際会議の開催が複数件確定している。
- 8月6日・7日に開催された「仙台七夕」祭りでは、約203万人(対前年比86.3%)が来場したが、交通機関の完全復旧していないなかで団体ツアーが例年並みには催行されず、仙台市周辺の宿泊施設では「仙台七夕祭り」での宿泊人数は例年の約半数となった。

名称	開催地	開催日時	2011年度入込み人数	対前年比
青森ねぶた祭	青森県青森市	8月2日－7日	291万人	-9.1%
秋田竿燈まつり	秋田県秋田市	8月3日－6日	130万人	-3.7%
盛岡さんさ踊り	岩手県盛岡市	8月1日－4日	136.1万人	0.7%
山形花笠まつり	山形県山形市	8月5日－7日	91万人	-9.0%
仙台七夕まつり	宮城県仙台市	8月6日－8日	203.3万人	-13.7%
福島わらじまつり	福島県福島市	8月6日	23万人	-17.9%

※入込み客数及び対前年比は、日本銀行青森支店・日本銀行秋田支店・日本銀行仙台支店・日本銀行福島支店による「東北の主要夏祭りの動向」(2011年9月9日)を使用

### (クーポン券の配布)

- 岩手県は、県内の観光施設への入り込み回復を目的として岩手県内及び近隣県の観光施設のスタンプを集めて宿泊施設利用券などをプレゼントする「がんばろう岩手！復興応援スタンプラリー」を実施している。
- 岩手県観光協会では、首都圏からの観光客の回復を目的として「好きです岩手！つなげようサポーターズ1万人キャンペーン」を2011年7月15日～2012年1月31日まで実施する。首都圏のキャンペーン対象旅行会社経由で予約した岩手県内の旅館・ホテル等に宿泊する10,000名を対象に、1,000円相当のクーポン券を配布する。東京都が実施している「GO！TOHOKU被災地応援ツアー」との組み合わせも可能となっており、通常よりも手頃な価格で来訪できる仕組みを作っている。

### (観光施設再生支援)

- 宮城県では、震災により被災した観光事業者の再建・復旧を支援することにより、多くの観光客を迎え入れ、地域経済及び地域社会を活性化することを目的として、被災した施設及び設備の復旧に要する経費について、観光施設再生支援事業補助金を交付する。上限1,000万円、下限100万円の1/2補助で、本年度予算は10億円となっている。本事業は、2013年度まで継続される予定となっており、本年度は復興事業支援地域内の観光施設の活用を想定している。(津波被災地域については、本年度は復興計画が策定されている最中であることから、次年度以降の利用を想定している。)

### (情報発信)

- 宮城県では、従来はデスティネーションキャンペーンの事業報告のために発行していた「むすびまる通信」を、震災復興の状況を伝える手段として利用し、「むすびまる便り」として隔週で発行し、県内の施設再開やイベント情報などをHPを通じて発信している。

### (被災者・復興関係者と一般観光客の受入の両立)

- 岩手県の復興関係者を受け入れていた宿泊施設では、いち早く被災者を受け入れた施設を視察し、観光客と被災者の受入を両立させるには、別棟にするなどの対応が必要となることから、施設的に対応できないと判断し、復興関係者のみを受け入れることとした。
- 岩手県の被災者を受け入れていた大型宿泊施設では、一般観光客を受け入れる際に事前に被災者を受け入れている旨連絡し、フロアを分けるなどで対応した。当初は、被災者と一般観光客との受入の両立を懸念していたが、施設が大型であったことや、被災者の受入数が一般観光客の1割程度であったことから、両者にとって支障なく受け入れることができた。

### (地元客の誘致)

- 岩手県の宿泊施設では、地元客誘客強化のため、地元及び近隣客向けに新聞広告を利用して宣伝し、無料送迎バスによりお得感を出して誘客を行った。
- 仙台や首都圏マーケットを中心に受け入れていた岩手県の宿泊施設では、震災後遠方客の減少により、初めて地元客を対象とした誘客を行い、新聞広告を利用した宣伝を行ったところ、想定以上に集客することができている。

### (コスト削減)

- 大型の宿泊施設では、団体客の減少等により宴会等付帯施設の利用が無いことから客室1室当たりの総消費額が減少しており、客室は埋まっても売上は減少する状況になっている。そのため、宮城県で復興関係者を受け入れている旅館では、震災以降、コスト削減のため部屋食からビュッフェ形式に食事提供方法を変更する等、食事場所や内容・値段を試行錯誤を繰り返しながら、お客様に満足してもらえる方法とコスト削減を両立できる方法を工夫している。また、岩手県で復興関係者を受け入れていたホテルでは、震災後、売上が7割で推移すると予測し、単価を変えずに部屋食からビュッフェ形式に変更、お膳の種類・絞込みなど食事内容・提供方法を工夫している。復興関係者の受入の場合、提供するサービスが簡素化することから、従業員を削減することで経営を維持する方策がとられており、地域雇用の減少、ホスピタリティ人材の他産業への流出が懸念される。

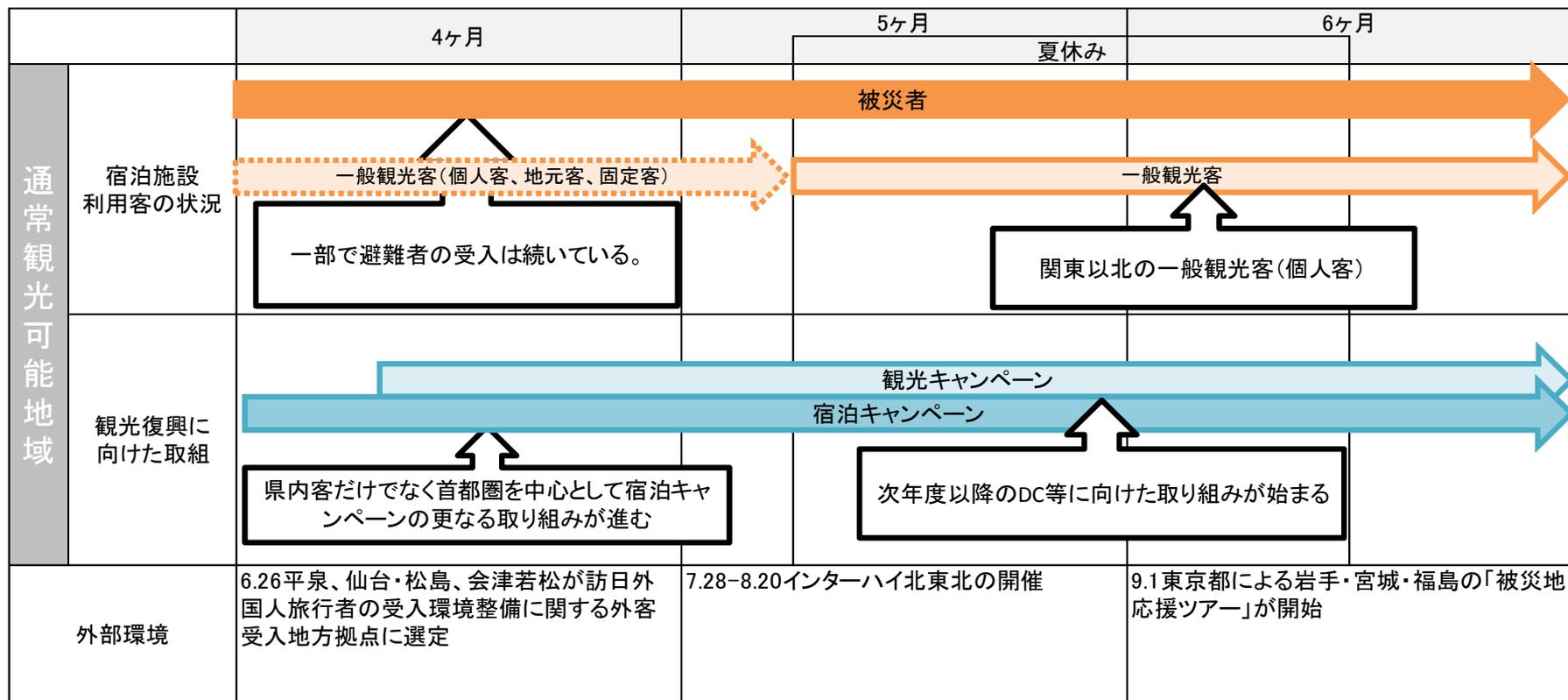
### (戦略転換)

- 「震災前に戻す」という考え方と、「震災以前とは違う観光を目指す」という考え方が出てきている。宮城県の宿泊施設では、震災により舵取りを変えなければならないという危機感を持ち、行政の観光復興計画の中で、観光地としての魅力向上を練り込み、新たな観光地づくりを目指している。
- 岩手県の宿泊施設では、震災を機に、ダウンサイジングを実施し、売上よりも利益確保を重視する戦略に転換している。

### 3 (3) 通常観光可能地域における観光復興状況

通常観光可能地域のうち、ヒアリング調査を実施した青森県、山形県、秋田県における現在の観光復興状況は、下図のようになる。

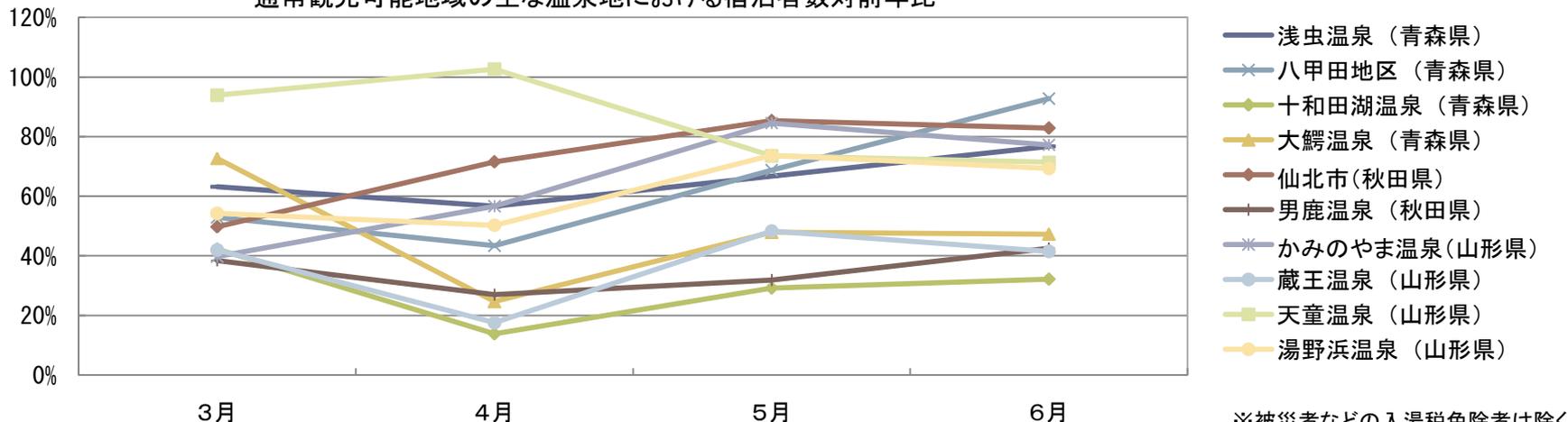
同地域は、一般の観光客を受け入れられる状況にあるが、前年度と比較して観光客の来訪が減少していることから、近隣客を中心とした宿泊キャンペーン等の観光復興に向けた取り組みが進められた。秋以降は、首都圏等遠方客に向けて宿泊キャンペーンを展開する等、通常化にむけた取り組みを進めている。



## 夏休み以降の宿泊客の動向（青森県・秋田県・山形県）

- 秋田県は、5月から来訪者が増加し対前年比7割に回復した。7月・8月は、夏祭りや北東北インターハイにより施設によっては、前年度以上の入込客となる施設もあった。4月17日から5月9日まで開催された仙北市の「角館桜祭り」は、入場者は例年と比べ6割減となったが、普通車での来訪は例年以上となった。
- 青森県は、4月対前年比7割に落ちたが、青森デスティネーションキャンペーン（以下、DC）や「JR東日本パス」「大人の倶楽部休日パス」などの影響により、宿泊施設の入込客は4月に対前年比4.5割程度であったが7月には対前年比9割程度に回復した。
- 通常観光可能地域では、5月のGW以降回復傾向となり、一部の施設では夏休みの来訪者が対前年比を超える程回復している。秋田県や山形県では近隣客を対象とした宿泊キャンペーンを実施しており、近隣県を中心とした客層により回復したと推測される。また、青森県では、東北新幹線再開後、「はやぶさ」を使ったツアーが増加しており、その効果により観光客が回復したと推測される。
- 通常観光可能地域の主な温泉地における宿泊者数対前年比（下図）をみると、八甲田地区や仙北市では東北新幹線の再開の影響により8割程度に回復してきているが、団体客や首都圏からの来訪客の多い温泉地（十和田湖温泉、蔵王温泉）や日本海側の温泉地（大鰐温泉、男鹿温泉）での宿泊客の回復が遅れている。
- 夏休みは、福島県の住民が原発事故の影響の少ない東北他県に旅行するリフレッシュ旅行や、太平洋沿岸部でのマリレジャーができないことから日本海側への海水浴客の増加もあった。冬期は、福島周辺のスキー場を利用していた仙台マーケットが日本海側のスキー場利用に振り替える可能性に期待したい。
- 県の施策や民間事業者の努力により夏休みまでの宿泊客は回復していたが、秋の団体客は戻ってきておらず、特に、関西・中部からの団体が戻っていない。また、復興事業支援地域での通常観光が可能となったことから、市場側は東北旅行の宿泊先として被災県を選択しがちであるため、秋以降の集客は苦戦することが予想される。日本海側（秋田県・山形県・新潟県）で連携して新たな需要を掘り起こしていく取り組みが進められているが、それと併行して被災県を来訪する観光客が通常観光地域にも回遊するような仕組みを構築していくことが望まれる。

通常観光可能地域の主な温泉地における宿泊者数対前年比



※被災者などの入湯税免除者は除く  
資料: 各県の旅館ホテル生活衛生同業組合資料よりJTBF作成

## 観光復興に向けた民間事業者等の取り組み

### (海水浴場の入込み状況)

- 被災県からの来訪者が増加したこと、天候に恵まれたことにより山形県の海水浴場の入込み客数は、27.1万人となり、前年比13.3%増となった。

### (交通機関の取り組み)

- 東日本旅客鉄道株式会社は、東北新幹線新青森開業記念として、6月23日～7月5日までの間JR東日本全線及び青い森鉄道線、IGRいわて銀河鉄道線等の普通自由席が4日間乗り降りできる大人の休日倶楽部パスを販売した。

### (宿泊促進)

- 秋田県は、県内需要を喚起するため、宿泊補助券や県産品を最大30,000名にプレゼントする県内宿泊創出応援キャンペーンを県内客や近隣客を対象に実施した。あわせて、旅行会社に対する商品造成補助等に取り組み、近隣客を中心に宿泊客が回復していった。
- 秋田県仙北市では、在京の仙北市出身者を対象に「夏休み里帰りキャンペーン」(主催:田沢湖・角館観光連盟)を実施し、ふるさと会の会員等にダイレクトメールを送付し、里帰りの際に利用できる宿泊クーポン券や地域で利用できる商品券の配布を行った。
- 山形県は、東北6県と新潟県民を対象に、抽選で山形県内の宿泊施設や観光施設で利用できるクーポン券を2,000名に配布する「やまがた夏の観光キャンペーン」を実施した。
- 青森県では、国内客国外客問わず、青森県内の宿泊施設利用者に対して1泊2,000円の助成を行う「県内宿泊ツアーに係る商品造成支援事業」(予算規模4,000万円)を実施している。

### (雇用対策)

- 秋田県は、震災後の宿泊予約のキャンセルなどにより発生した人員削減に対して、一時的な雇用を確保するため、地域の植栽や遊歩道整備・情報発信等を行う緊急雇用対策を行った。

### (新たな連携)

- 日本海側の地域連携を創造・強化するため、秋田県・山形県・新潟県は共同で「サンセットスタンプラリー」として、期間中(7月30日～10月30日)に秋田、山形、新潟の3県をまわり、スタンプを集めて宿泊券やご当地名産品をプレゼントするキャンペーンを実施した。

## (大型観光キャンペーンの実施)

- 青森県は、震災の影響により、一部内容を変更しつつ、東北復興をサブテーマとして、当初の予定通り青森デスティネーションキャンペーンを実施した。期間中(4月23日～7月22日)の観光施設等入込数は264.1万人(対前年比87.8%)となった。

表 震災以降、東北で実施されるデスティネーションキャンペーン

開催時期	開催県	名称	進捗
2011年4月～7月	青森県	青森デスティネーションキャンペーン	終了
2012年4月～6月	岩手県	岩手デスティネーションキャンペーン	今年7月よりプレDCを実施している。
2013年4月～6月	宮城県	仙台・宮城デスティネーションキャンペーン	震災後、「仙台・宮城【伊達な旅】復興キャンペーン」として、年間を通じた情報発信を実施している。
2013年10月～12月	秋田県	秋田デスティネーションキャンペーン	本年度は、DC準備として「食・農・観のキャンペーン」を開催し、来年秋にプレDCを実施する。

## (インバウンドの誘客)

- 山形県の県国際観光推進協議会は、5月に山形県を訪れたことのある外国人を対象に、安全性をアピールするはがき約1万枚を送る「やまがた桜押花メールプロジェクト」を展開し、県内の宿泊名簿に載っている外国人の住所宛にハガキを送付した。
- 青森県では、隔週で韓国・台湾のマスコミやエージェントなどのキーパーソンに対して、県の担当者より直接メールで県内観光情報を発信している。

表 東北の空港における国際線の再開状況

空港名	路線	再開日
青森空港	定期路線: 青森ーソウル	10月30日
いわて花巻空港	チャーター便: 花巻ー台湾	9月16日-19日
仙台空港 ※国際チャーター便は6月下旬から再開	定期路線: 仙台ーソウル	9月25日
	定期路線: 仙台ーグアム	10月2日
	定期路線: 仙台ー台北	10月30日
秋田空港	定期路線: 秋田ーソウル	5月2日
	チャーター便: 秋田ー台北	9月8日
福島空港	定期路線: 福島ー上海 定期路線: 福島ーソウル	再開の見通しは立っていない

### 3 (4) 福島県及びその周辺の状況

ヒアリング調査を実施した福島県会津若松市・福島市土湯温泉における現在の状況は、下図のようになる。

復興関係者の受入は継続されているものの避難者の受入が終了し、通常観光を再開できる状況となってきているが、福島第一原子力発電事故の影響を受け、一般観光客の来訪は非常に厳しい状況が続いている。夏休みの主な客層は、県内在住の子どもを対象とした宿泊・体験補助事業が開始され、事業を利用した団体や少しでも放射線量の少ない地域を訪れたいという県内客(家族客)の利用となった。

特に、福島県観光の主要なマーケットであった教育旅行の落ち込みは大きく、また、回復の見込みも立っていない。

		4ヶ月	5ヶ月	6ヶ月
福島県及びその周辺地域	宿泊施設 利用客の状況		夏休み	
		<p>避難者 復興関係者(原発関係・警察関係) 一般観光客</p> <p>県内客中心(浜通りや中通りの住民が会津へ) 中通り:個人の応援客、会津:県外客は少しずつ回復</p>		
	観光復興に 向けた取組	<p>営業可能な施設から順次再開 有料道路の無料開放</p> <p>会津を中心に観光復興に向けた取組があるが、原発事故の影響により、福島県およびその周辺地域では、厳しい状況が続く。</p> <p>県内客を中心に有料道路の利用増加。 周辺の宿泊施設では、1人客やバイク客が増加。</p>		
その他の取組	<p>福島県在住の子どもを対象とした宿泊・体験活動の補助(県教育委員会)</p> <p>会津地方を中心に利用が多く、夏休みの需要を支えた。</p>			
外部環境	6.26平泉、仙台・松島、会津若松が訪日外国人旅行者の受入環境整備に関する外客受入地方拠点に選定		9.1東京都による岩手・宮城・福島の「被災地応援ツアー」が開始	10.1スパリゾートハワイアンズ一部再開

## 夏休み以降の宿泊客の動向(福島県)

- 宿泊施設の避難所利用は、会津若松市(会津)・土湯温泉(中通り)においては、8月末でほとんどの利用が終了している。福島県内の宿泊施設における避難者数は、11月2日現在400名程度となっている。いわき市(浜通り)のスパリゾートハワイアンズは10月1日に一部営業再開しており、県内の宿泊施設での一般観光客の受入は可能となっている。
- 原発事故による関東の放射線量の公開や農作物や水産物の出荷自粛等、原発事故の影響や被害が明らかになってきており、原発に対する嫌悪感が高まっている。そのため、東北の他県に比べ観光客の回復状況は遅く、原発事故の収束・除線が終了するまでは厳しい状況が続くと予想される。
- 会津若松市は、4月頃は観光団体客は皆無であったが、9月に入り沿岸部に旅行予定であった団体等の行き先変更による需要があり、少しずつではあるが回復している。夏休みは、県内の幼児、小・中学生を対象として県内の宿泊施設の利用等に1泊7,000円を上限とした補助を行う「ふくしまっ子夏の体験活動応援事業」(福島県教育委員会、予算規模30億円)を利用した家族連れや学校利用が増え、県内客は対前年比を上回っている。
- 土湯温泉では、震災後、被災地視察に訪れる1人客や有料観光道路(磐梯吾妻スカイライン・磐梯山ゴールドライン・磐梯吾妻レークライン)無料化に伴いバイク客が増えている。
- 土湯温泉では、震災以降、廃業した宿泊施設が5軒、長期休業が1軒となり、温泉地としての宿泊容量が半減し、さらに秋の予約は、対前年比5割減となっている。宿泊容量や需要が小さくなったことから、温泉地全体としてダウンサイジングさせていくことで、福島の観光が復興するまで経営を維持させる方策が必要となっている。また、避難所として利用されてきた宿泊施設では、避難者の受入期間が長期化したことで、観光のピーク時の夏休みに収益を確保することができなかった。冬場は観光がオフ期になることから、経営を維持できず廃業となる宿泊施設が出てくる可能性が高い。廃業した施設による空家や空地は、景観や治安の悪化を招く要因となってしまう可能性があるため、廃業施設の撤去や活用方法について、既存の法律の枠を超えて検討していくことが必要となってくる。地域の復興ビジョンを作り、廃業施設をどのように利用していきたいのか共有し、特区などを活用してまちづくりを進めていくことが求められる。
- 福島県は、教育旅行の誘致に熱心に取り組んでいたが、原発事故の影響によりキャンセルが相次いでいる。会津若松市では、例年、宮城県からの教育旅行が最も多く、昨年度は仙台市より110校が来訪していたが、本年度は4校となっている。旅行先として福島を選択することに父兄の理解を得られにくくなっており、教育旅行の回復は当面厳しい状況が続くと予想される。
- 福島県においては、放射線量の低い会津地域から観光復興していくと推測されるため、当面は、会津(会津東山、磐梯熱海、猪苗代等)を中心として、県外客や教育旅行の回復に向けた取り組みを進めていくことが望まれる。中通り(岳温泉、土湯温泉、飯坂温泉等)は、県内客を中心として、観光復興まで事業継続していくこととなると考える。浜通りのいわき湯本温泉では、原発関係者を受入を継続していくことで、当面の事業継続を図っていくこととなるため、強力な経営支援策が必要である。観光客集客の中心となるスパリゾートハワイアンズは、当面は県内客や応援客を中心に事業の継続策をとっていくこととなるだろう。
- 原発事故の影響により、一般観光客を従来と同じプロモーション手法で誘客することは難しいと懸念される。福島県では県内各地で放射能を測定、情報を公開しているが、県内の情報を正確に発信し続けることが必要である。また、スパリゾートハワイアンズの一部再開等の明るいニュースを、行政が観光団体のHPや新聞報道だけでなく、Twitter等を利用し、あらゆる方法で一般観光客も含め様々な方面から正確な情報を発信し続けることが必要である。
- 今後の原発事故収束を見極めつつ、首都圏への誘客宣伝を行っていくタイミングとしては、来年3月からの観光復興を期待したい。現状のなかで来訪してくれている客層の特性を市場調査により把握し、それを地域情報共有して商品企画やプロモーションに活かしていくことが必要である。

## 観光復興に向けた民間事業者等の取り組み

### (避難者受入)

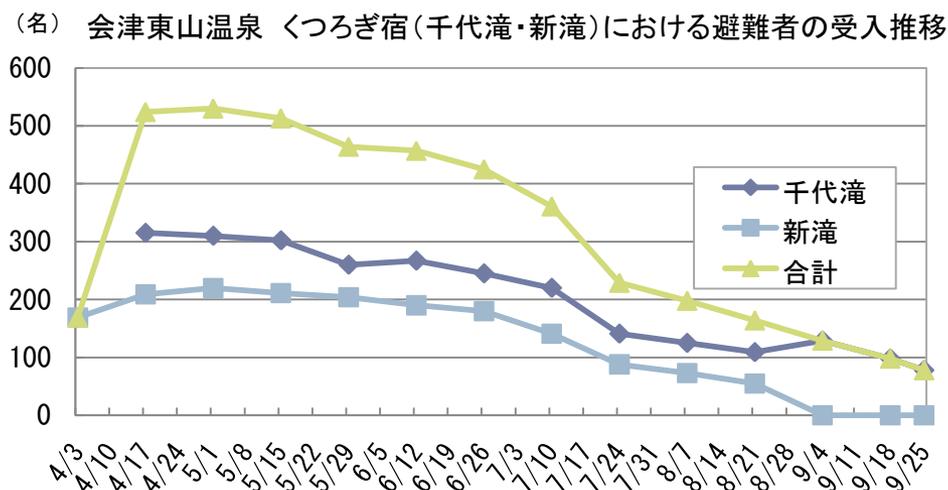
- 会津若松市では、大熊町からの避難者を市内のホテル等で受け入れていた。一時は、稼働は100%近くになっていたが、宿泊施設の避難所利用は8月末でほぼ終了している。  
(参考 左上図:会津東山温泉 くつろぎ宿(千代滝・新滝)における避難者の受入推移)
- 土湯温泉では、約1,000名の避難者を受け入れていたが、8月末までにほとんどの施設で受入を終了している。

### (教育旅行マーケットの回復に向けた取り組み)

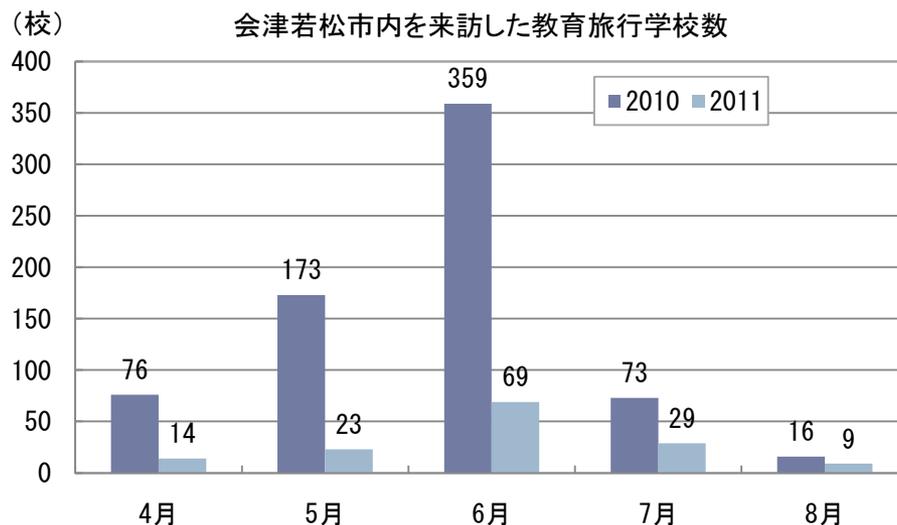
- 会津若松市内を来訪する教育旅行は、震災以降激減しており、回復の見通しは立っていない。会津若松市では、市内の現状を原発からの距離図や写真等を使って説明している。福島県としても、教育旅行の回復はすぐには見込めないが、何もしないことで観光や教育旅行の誘致をあきらめたとと思われるように、説明会等を継続している。  
(参考 左下図:会津若松市内を来訪した教育旅行学校数)

### (観光復興キャンペーン)

- 福島県は、県内の全59市町村、観光業界、マスコミなど98団体で組織する福島県観光復興キャンペーン委員会を10月28日に設立した。2013年度までを観光復興旧期に位置付け、2012年度に開催される「東北観光博」と連動したキャンペーンの開催や、2013年に放送予定のNHK大河ドラマ「八重の桜」を核とした観光キャンペーンを展開していく予定である。当面は福島からの観光情報の発信強化や福島への全国大会や国際大会の誘致に力を入れる。



くつろぎ宿提供資料よりJTBF作成



### (コスト削減)

- 会津若松市の避難者を受け入れていた宿泊施設では、食事内容や提供方法、シーツ交換の回数等を工夫し、食費や人件費のコスト削減を行った。その一方で、人員削減は行わず、従業員には、長期休暇を取得させ「自分のホテルと同程度の他の宿泊施設に泊まる」、「海外旅行に行く」等の人材育成の期間とした。数名の従業員を他県のホテルで研修させ、研修先と人件費を折半することで、コスト削減を行った。

### (被災者と一般観光客受入両立の工夫)

- 会津若松市の避難者を受け入れていた宿泊施設では、避難者を受け入れていることを事前に一般観光客に通知していたことから、来訪者は理解のあるお客様となった。受入の際は、サービス内容が異なるため、夕食のみ食事場所を分けた。また、避難者の人数が減少し、避難所としての利用が減少していくなかで、他の宿泊施設を利用していた避難者を集約する、宿泊施設ないで複数棟利用していた避難者を一棟に集約させる等の工夫も行っている。

### (その他)

- 福島県を来訪する観光客が減少していることから、県内や地域内で低下価格競争が起きている。1泊2食の商品を1泊朝食のみに変更してコストを下げ、素泊まりにしてコストを下げる等により、価格を下げている。
- 地域では、イベントやモニターツアー等を実施しているが、地元以外からはなかなか集客はできていない。福島県は、まずは県民向けのイベントや事業を実施して、人の流れを作り、今後は、隣接県やリピーター等を対象として一般観光客の誘致を図っていくことを検討している。

## 4 6ヶ月間の観光復興の取り組みから見えてきたこと

6ヶ月間の東北各県の観光復興にむけた取り組みから以下のような点が明らかになってきた。

- ◇地理に明るく、地域の情報を入手しやすい層「地元客」「固定客」「近隣客」から回復してくる。「地元客」が情報を受け取りやすい新聞広告や地元マスコミ等による宣伝は有効に働く。
- ◇地域の出身者や居住経験者、姉妹都市の居住者等地域に縁やゆかりのある層は、応援したいという気持ちが大いいため、地域の現状を正確に伝えることで、来訪を促すことができる。
- ◇遠方客や一見客に対しては、被害のあった地域との位置関係や交通状況等を把握しづらいため、旅行先の選択肢としては選ばれにくい。そのため、被災地域との位置関係や交通機関の状況等を図や写真を用いつつ、丁寧に説明していくことが必要である。それに加え、なぜわざわざ遠方に旅行に行くのか意義付けをしっかりとさせることも必要である。
- ◇安心・安全を保証できない状況下では、旅行会社からの送客は難しいため自己責任で行動する「個人客」が中心となってくる。また、被災地見学のように、テーマが明確でかつ周りへの配慮を要するものには「1人客」が増加してくる。「1人客」に対応するため、二次交通の確保や宿泊プラン、被災地の案内ガイド等、受入側の仕組みが必要となってくる。
- ◇企業や団体の持ち回り会議では、東北の復興に寄与するため、応援需要として、震災後集中して東北や被災県が選ばれる。しかし、東北の順番を先送りして来訪しているため、利益の先取りとなることを充分に理解しておく必要がある。
- ◇震災以降、「東北の復興応援のため」という価値観で消費行動を選択するエシカルな層が増加している。東北物産品の購入等様々な選択肢があるが、積極的に「東北旅行」を行う消費者やボランティアツアーに参加する層は、平時とは違う状況を受け入れた上で来訪しているため、地域の状況に理解があり、観光復興の回復にむけて、重要な層となってくる。エシカルな消費者に対して、正しい情報を発信していくことが必要である。

※「エシカル (ethical)」とは、社会や地球を考慮した「倫理的に正しい」消費行動やライフスタイルを指す。

- ◇インフラ整備等が整い、需要側の旅行マインドが戻ってくると、被災地応援ツアー等の利用者が増加してくる。被災地応援ツアーには、エシカルな側面がある一方で、補助金等により平時よりもお手頃となっていることが多いため、一般観光客の利用も増加してくる。補助金を活用した宿泊キャンペーンは、一般観光客の需要を回復させる手段としては有効である。
- ◇津波被災地域等でいち早く観光復興にむけた動きを加速させた地域は、震災以前から地域内で観光事業者や他の産業との連携体制ができており、住民と一緒に観光まちづくりに力をいれてきた地域であった。また、避難者と一般観光客の受入の両立にあたっては、被災者を受け入れる施設を集約していくなど地域内で調整しつつ、一般の観光客の受入にむけた取り組みを進めている。常時からの協力態勢が有事に力を発揮するため、地域内での協力態勢を整えていくことは非常に大切である。

# 5 東北の観光復興に向けたシナリオ

- <自粛期>
  - 観光客は自粛となり入り込みが激減するが、復興関係者やボランティアなどが地域へ流入。宿泊施設では、被災者の受入が始まる。
- <回復期(助走)>
  - 宿泊施設の避難所利用が減少し、宿泊割引などの施策により、地元客や個人客から観光需要が回復し始める。
  - 低価格プランや宿泊客の属性の変化などにより、宿泊施設の総消費額等が減少する。
- <回復期>
  - 応援ツアーや時期的な振り替え需要等により、一般の観光需要が回復する。
  - 従来の客層に回復しはじめるが、それと併行して新たな価値観を持った客層が訪れるようになる。遠方客等の回復には時間を要する。
  - 東北観光博覧会等の実施により、団体客を含めた一般観光客が回復していく。
- <転換期>
  - 回復期に展開されるイベント等を機に、震災以降の社会的状況の変化や客層、消費者意識の変化を踏まえ、量より質へ(短時間の周遊型観光から滞在観光へ、売上よりも利益確保へ)変化させた新たな東北観光に転換させていく。

	自粛期 震災直後～GW前	回復期(助走) GW～夏休み	回復期 秋～	転換期(萌芽) 2013. 冬以降
人の動き	被災地には復興部隊が流入 交通手段が確保されてから一般のボランティアが流入 被災地周辺で収容しきれなかった復興部隊やボランティアが周辺地域に流入	復興関係者は少しずつ減少し始めるが、一定程度はインフラ整備が整うまで長期に渡って地域に滞在 ボランティアは、観光を兼ねたスタイルへ	復興関係者は、一定程度が長期に渡って滞在 ボランティアは、観光を兼ねたスタイルへ	—
観光客の動き	団体客や教育旅行などを中心に一般の旅行はキャンセル 地元客や固定客などの限定された客層が来訪	企業や団体の持ち回り会議などの利用が増加 通常観光可能地域から、ディスカウントプランや被災地応援ツアーなどを利用した一般の観光客が回復	春に実施予定であった教育旅行が秋に振り返られ、教育旅行の増加(一部では、防災教育の実施) 宴会や婚礼などの振り分け需要の増加 国際会議などのMICEが増加	社会状況の変化や消費者意識の変化などから、量よりも質を求める、エンカルの層が増えていく。
観光復興に向けた取り組み	風呂の開放や炊き出しなどの被災者支援 ディスカウントプランなどの提供 地元客向けのディスカウントキャンペーンの展開 従来イベントの実施	首都圏などの遠方客に対する誘客宣伝 ディスカウントキャンペーンなどの展開 イベントの開催や新規イベントの創出	震災からの1周年に向けて、集客の仕掛けや新たな東北観光にむけた取り組み(人材育成、情報発信など)の推進	売上重視から利益確保重視への経営改善

**参考資料**  
**東北各県へのヒアリング記録**

## 青森県～県・観光連盟～

	青森県観光国際戦略局観光交流推進課・社団法人青森県観光連盟
ヒアリング日時	2011. 10. 3
観光客の動向	DC効果により、期間中の観光施設の入り込みは、264.1万人となった。 震災の影響により4月の入り込み客は厳しい状況であったが、5月以降は「さくら祭り」やJR東日本の「はやぶさ」を使ったツアーなどが実施され、さらに青森DCの効果が下支えたことで回復傾向となった。
被災者の受入	県内の旅館・ホテル・一般家庭で受け入れた。141施設がエントリーし、実際に受け入れたのは42施設。青森市・弘前市・八戸市の施設が中心だった。 旅館・ホテルでは、121世帯、286人を受け入れた。9月末現在、0人。発地は福島県が多かった。最長60日間滞在、その後は青森県内の公営住宅等へ移る。 一般家庭での受入状況は、義援金や日用品の支給のための申請をしてもらうことで把握した。 受入は県の支援事業として行い、観光庁の支援は使わなかった。
インバウンド	海外では、震災の「被害情報」は多く報道されているが、東北が「回復してきたという情報」が報道されていないことが問題であり、正確な情報発信が重要である。こうしたことから、県のインバウンド担当者が、2週間に1回、各国(韓国、台湾)のエージェント担当者(キーパーソン)へ直接メールで情報発信をしている。 7月には韓国・台湾のエージェントを訪問した。また、実際に青森を見て状況を理解してもらうことが重要なので、韓国・台湾のエージェント・メディア招聘事業も行っている。 知事がビデオレターで、観光・物産についてPRしている。10月には韓国・台湾を訪問する。 11月には、観光連盟が中心となって、韓国・台湾の一般のお客様を対象に、モニターツアーを実施する。 インバウンド需要の減少と円高という状況で、海外エージェントから宿泊料金の値下げ圧力がかかっている。これに対して宿泊施設は、国内客が戻りつつある中で、そこまでしてインバウンドを取りに行かなくてもという雰囲気がある。また、秋田県が、ソウル便維持のために取っている施策(秋田県内に宿泊する場合、1泊2千円を助成)の影響で、県境近くの宿泊施設は秋田サイドにお客様を取られるといった懸念がある。 インバウンド対応としては、特に弱い11月～2月に、旅行会社向けにモニターツアーの実施や商品造成支援を行う。
その他	ロコミ効果も期待して、県民向けに「県内宿泊キャンペーン」を実施予定で、県内での宿泊に使える5千円の金券を支給する。

	岩手県商工労働観光部観光課・財団法人岩手県観光協会
ヒアリング日時	2011. 9.20
観光客の動向	<p>避難者を受け入れていた宿泊施設では、7月中旬頃から順次営業再開しており、復興関係の業務やFITを中心に受け入れている。沿岸部でも、田野畑サップ船や浄土ヶ浜遊覧船等が再開している。</p> <p>夏のインターハイの受入の際には、大型宿泊施設で受け入れていた被災者に中小規模の宿泊施設へ移動してもらい、インターハイ関係者を受け入れるようにしていたようだ。(復興局が調整)</p> <p>平泉では、7月3連休の入込調査で前年2万人回から今年4万人回になっており、世界遺産効果があるようだ。ただし、宿泊は前年の8割強となっていることから、日帰り客が大半だと想定される。平泉をメインで訪れる観光客は、花巻や一関に宿泊している。遠野は災害支援拠点となっており、宿泊客の受入はこれからとなっている。</p> <p>旅行会社のネット販売状況を聞いたところ、5月までは前年割れとなっていたが、大きな宿泊施設では7月以降は前年並みに戻ってきているとのこと。ただし、小さな宿泊施設は厳しい状況が続いているようだ。</p> <p>秋の企業団体はぼつぼつと入ってきているようだ。</p> <p>夏休みは、県内の日帰り観光地やプールはかなり人が入っていたようだ。</p> <p>JRは帰省による利用があったようだ。沿岸部は仮設住宅であるため、帰省と併せて内陸部の宿泊施設でお盆を過ごす方が多かったのではないかと。ただし、宿泊予約は様子を見ながらの予約となり、間際予約となったようだ。</p> <p>宿泊施設では、宴会需要がないため総消費額は減っている。</p>
観光復興に向けた県・観光協会の取り組み	<p>首都圏客を対象とした「好きです。岩手」(宿泊キャンペーン)を展開。まだまだ動きがみられないが、東京都の実施している被災県での宿泊補助(「GO!TOHOKU!」被災地応援ツアー)と併せて実施していきたい。「好きです！岩手」は、現金利用客だけでなく、クレジットを利用する方も使えるようにしており、利用者にかなり使い勝手が良いような形にしている。岩手県では、県内需要の促進や近隣県に対する需要促進の施策は実施せず、首都圏に絞って宿泊促進を実施している。</p> <p>平泉以北においてどのように人を動かすかが、課題となっており、本年度は試行的にロングステイの商品造成に取り組んでみた。岩手県に支社がある企業に対して「ロングステイ商品」を売り込んだ。単身赴任家庭を想定して、父親がいる岩手で夏休みを過ごすという切り口でやってみた。商品造成は、岩手県内の様々な地域で作られている着地型旅行商品をオプションで組み込むという形でやってみた。</p> <p>教育旅行の受入に関しては久慈市の広域観光協会(広野町、普代村、野田村)が積極的に取り組んでいる。これまでも津波教育の取り組みが進んでいた田野畑村等で、積極的な動きがある。津波の語り部の養成については、これまで観光ガイドに取り組んでいた方等をピンポイントで集め、講習を行う形で養成をしている。</p> <p>教育旅行は、原発の影響や余震の心配から北海道からの戻りが悪い。北海道は、修学旅行要領の変更は行っていないが、要領よりも安全性を重視しているようだ。岩手の修学旅行需要は、首都圏と北海道が8割を占めており、説明会等は北海道と首都圏を対象に実施してきた。</p>
DC	7月よりプレDC「いわてDCプレキャンペーン」を実施している。観光客には、沿岸部にいってお金を落としてほしいと考えており、商品化できているものを集めていくという作業を行っている。特に沿岸部は2次交通が弱いと、県内バス会社の協力により2次交通の整備に取り組んでいるところである。沿岸部の市町村は観光の人手が足りない状況のため、特に南の沿岸部に対しては2次交通の手配等で支援をしていきたい。沿岸部で動けるところは、宿泊施設等が残っている久慈市・田野畑村・宮古市が中心となる。
インバウンド	9月16日に台湾とのチャーター便が運行された。アウトバウンドが主たる目的であったが、台湾からの便も満席となった。東京都が行うファミトリップに東北もプレゼンの機会を与えられており、そこに参加してPRを行っている。
その他	物産展の出品に関してお声掛けがあり、物販は好調である。

# 岩手県～民間事業者～

## 岩手県内宿泊施設

ヒアリング日時

2011. 9.14

回復状況

個人客の減少を復興工事企業団体と応援団体旅行(農協その他)で埋めて、人数は前年比を超えた。個人客は宮城、岩手、首都圏が主力となっている。地元は新聞広告と送迎バスで集客した。首都圏は少ないが平泉効果でやや戻りつつある。ネット、旅行会社等は単価を変えずに売っている。夏の間際予約は宮城と岩手、福島が多かった。首都圏は間際予約はなく、6月頃までには予約が入っていた。復興工事団体は7月でほとんど抜けた。8月はインターハイやお盆の関係で連泊利用が難しく復興関係者の利用は少なかったのではないかと。また、沿岸部の宿泊施設の利用が可能になってきたことから移動していると考えられる。8月以降の団体客は、応援団体(JAなどの全国規模の団体)、ボランティアと観光ツアー等、応援の各種大会、その他となった。ボランティアツアーは釜石・大船渡・陸前高田から遠野ルートで動いている。

自社の顧客組織(地元と宮城)はあまり動いていない。被災者も多いので精査して8月にDMを送付したが、9月からの企画商品案内のため今のところ反応はあまりない。関東以西からの入込の減少が大きい。

消費単価は減少した。特に売店と夜の売り上げ減のため、客数が目標人数に達しても売上は8割水準となる。純粋な個人観光客は7割水準で推移している。

首都圏の個人客主体で高価格層である施設は4月中旬から営業再開。復興関係者・避難者の受入は一切しなかった。全体の45%が首都圏であるが、人数7割水準(8月)で推移しており、価格は落としていない。

事業継続のための取り組み

3月末の支払い銀行金利と返済ストップ、買掛金も交渉してストップした。現金を積み上げ、仕入れも全て現金決済で実施した。資金繰りに余裕があると良いアイデアや前向きの姿勢が生まれる。給与を支払えることを確約できる。これが経営者のマインドに最も大事と感じた。売上げ7割で推移すると予測、目標は8割水準に置いて、収支構造を変えた。従業員自宅待機と解雇。売上げ増加より利益確保に戦略を転換した。客室を埋めることよりも利益確保を重視し、コスト削減のため、食事はバイキングとお膳一種類に絞り込んだ。食材の原価率25%は22%に。一般経費は人件費削減・その他で65%となった。

高価格層の施設では、従業員を6割に減らし、休館日を増やしてやりくりしている。大型旅館では従業員を3割に減らし、順番出勤させている。被災者の受入にあたっては、いち早く受け入れた施設を視察して、観光客と被災者の同居は無理と判断。受け入れるのであれば、100か0しかない。全館被災者受け入れた場合、従業員をカットしないと受入は無理である。ただし、別館があるところや自炊旅館は可能なので、そちらに任せた。実際、湯治旅館・自炊旅館は素泊まり3,500円なのでかえって経営はプラスとなったようだ。滞在向け(生活品売店や自炊施設有り)なので利用者も使いやすい。被災者5,000円受入については、最低6,500円にすべきだった。そもそも災害支援法では金額の基準はなかった。5000円では要員をカットしないと旅館での受入は無理である。また、客室で生活していたため、終了後の現状復帰(客室の修繕)が大変である。花巻市は交渉の結果、義援金の一部を修繕費として1,500円/人分を支給することになった。岩手県は、まだ修繕費の扱いを検討している最中である。

今後の予測

11月・12月の予約は良い。春の自粛団体や大会が秋から冬に延期実施するのではないかと。

10月のトップシーズンの個人観光客の動きが純粋に観光復興の試金石となるので注視している。これが8割なら2012年は8割をベースとした事業計画たてる。金融期間には秋まで待たないと出せないと言っている。遠距離の観光客の回復には3年～5年かかると見ている。破綻懸念先だった沿岸部の旅館を大手建設会社が5年間借り上げ契約し、要注意先に昇格した。

観光復興に向けて必要な施策

2012年のDCへ向けて沿岸部の復興方針が出ていない。現地の観光課の人手不足と地元への遠慮から、動きが遅い。

商品造成よりイベントで情報発信して東北のアピールをすべき。客が動かなくても東北の宣伝になる。イベントでマスコミを動かしてアピールしておかないと旅行商品を作っても売れない。

再生ファンドが必要ではないか。東北復興ファンドも地銀側が債権処理の決断がつかないから動きが遅い。

旅館は今をチャンスとして収支構造と財務構造を変えないといけない。特にコスト管理。売上げを伸ばすのは無理だから利益確保をするしかない。しかし経営者の反応が鈍い。次世代経営者中心にダウンサイジングの手法を勉強させることが必要である。

## 宮城県経済商工観光部観光課

ヒアリング日時	2011. 9.20
観光客の動向	<p>県の統計は年間でまとめるが、2011年度はきちんとしたデータが取れていない。 東北観光推進機構の復興WGで主要施設の状況確認を行っており、その結果としては、夏休み前半の観光施設は前年比5割となったようだ。「六魂祭」は32万人の人出となった。開催時期は、県内の宿泊施設は避難者や復興関係者で満室となっていたため、山形に宿泊していたのではないかと。</p> <p>8月6日・7日の「七夕祭り」の人出は、203万人。対前年比86.3%。予想は175万人であったため予想を超えた人手となった。 被災者の受入は、鳴子温泉・登米市・南蔵王・川崎・白石で受け入れている。 短期の受入は災害救助法利用の1泊5,000円。1泊5,000円では宿泊施設側が採算がとれないため、2泊3日の設定となった。短期被災者受入は、温泉で取り合いとなり、避難所で温泉地のPR等も行っていただ。</p> <p>沿岸部では、観光ガイドだった方が震災の語り部となり、教育旅行の受入が始まっている。南三陸町のホテル観洋では、すでに教育旅行を受け入れているようだ。気仙沼大島でも教育旅行の受入を積極的に進めている。宿泊が難しい場合は、日帰りでの受入も行っている。緊急雇用制度を活用して、観光施設の片づけ等を進めたようだ。 観光復興にむけては、沿岸部でも早くから動いており、南三陸の復興市は4月末から取り組まれている。ゆりあげ港の朝市も3月末から実施している。 石巻等は、本業の建て直しで精一杯で観光までなかなか進められていない。</p>
観光復興に向けた県の取り組み	<p>9月28日より災害復興再建補助の事業が始まる。対象施設は、宿泊施設や商業施設等、中小企業支援の財源を活用。施設の修繕等に対して、2分の1補助で上限1,000万円・下限100万円。2011年度予算規模10億円。2012年度・2013年度まで継続予定。予算規模は同等かそれ以上を想定。沿岸部は、建築制限がかかっていることから、どこにどのように再建するのか確定できないところが多く、本年度の活用は難しいだろう。 沿岸部の施設は来年度以降に利用が増えると考えている。 宮城県では、観光施設等のハード整備の補助を中心としており、宿泊割引等のキャンペーンは行わない方針である。 むすびまる便りは、震災復興の状況を伝えるため今年度より開始。これまではむすびまる通信としてDC等の開催報告を行っていた。今年・来年とMICEが増加する予定(WTTC、日中韓観光会議、IMF、国連の防災会議等)。宮城県では受入体制整備を整えている。</p>
DC	<p>2011年度は7月～9月に実施する予定で事業を進めていた。震災を受け、プレDCの期間を限定して実施することはないのではないかと、宮城は元気だということを常に情報発信していくことが必要ではないかと、年間を通じて情報発信をしていくことになった。DC期間は、夏・秋・冬と期間を分けて情報発信。冬は既存のイベントを活用していく。 DCキャンペーンは、PRに注力しており、他の取り組みにはなかなか手が付けられていない。 PRについては、これまでは単県での取り組みだったが、隣県にも声をかけて一緒にPRを行う等東北としてのまとまりは強くなっている。プロスポーツ等を活用してPRしていく予定である。また、宮城県ゆかりの有名人が宮城県をPRするはがきを配布していく予定。 震災の影響により、海の食材が少ないことが秋のPR効果の弱いところである。</p>
インバウンド	9月25日に国際線の再開
その他	2012年度以降は、植樹や花壇整備等簡単なボランティア等で被災地を訪れるツアー等を行っていききたい。

## 宮城県～民間事業者～

### 宮城県内宿泊施設

ヒアリング日時	2011. 9.20
回復状況	<p>復興部隊の受入れにより5月以降の売り上げは、ほぼ昨年並み。コスト削減の努力により利益幅は若干ながら伸びている。</p> <p>9月20日時点でまだ復興部隊の受入は継続している。(警察関係者を受入)</p> <p>七夕や六魂祭では、地元客が中心となったのではないかと。七夕の宿泊人数は昨年度の約半分で、催行されたツアーも半分となった。</p> <p>企業団体などは被災地の視察を希望されるが、被災状況が深刻であった地域は移動に時間を要するため、移動に利便性の高い仙台空港周辺を案内している。</p> <p>5月～7月末まで温泉地で義援金プラン(お客様負担1泊500円+宿側負担500円)を行い、8,000名が利用し80万円集まった。それに20万円を加えて、100万円の義援金を赤十字に寄付する。</p> <p>震災以降、外国人観光客の利用は全くなくなった状態が続いている。</p> <p>温泉地の被災状況は表には出していないが、建物への被害は結構出ており、一部の施設では休業している。被害の大きかった建物は使わずに営業を続けている施設もあり、全館オープンとしていない施設もある。</p> <p>松島での一般の観光客の回復は3割～3.5割。レストランは週末100人～120人は入っていたが、9月17日～19日の3連休で初めて100名を超えた。</p>
事業継続のための取り組み	<p>人員削減は行わず、食事提供の場所・値段・内容を工夫している。震災以降、部屋食からビュッフェに食事提供方法を変える等の試行錯誤を繰り返して、どのような方法を取れば満足してもらえるか手応えが出てきた。</p> <p>宿泊と食事(内容・場所・値段)の組み合わせによりお客様に満足してもらえる価格で販売している。直販と外部の予約サイトを利用した場合、200円の差額をつけている。今はインターネットで、どのサイトでどのような料金で販売しているか全て見ることができると、お客様はその差額を理解した上で予約している。</p> <p>41%が県内客となっているため、仙台市民に足を運んでもらえるような温泉を目指していく。</p> <p>大震災以降、「震災前に戻す」と考える方と「3.11以前とは違う観光を目指す」という方が出てきている。仙台市の復興計画のうちの観光部分で、秋保温泉の再生を目玉にしていくよう仙台市と検討している。街並み整備などで秋保温泉の魅力を向上させ、これまでにない新たな旅館を目指していきたい。震災により舵取りを変えなければならないという危機感を十分に持った。</p>
今後の予測	<p>秋は企業団体の予約が入っているが、持ち回りで実施している会議の順番を早めて東北に来ているため、利益の先取りとなっている。</p> <p>年明けの見通しは全く見えていない。銀行からは通常営業に戻るよう指導が入っており、ストップしていた金利なども支払いが発生し始めている。個々の施設で回復状況などが異なるため、施設ごとに金利の支払いの戻り状況は異なる。体力のない施設は厳しい状況となるだろう。</p> <p>復興のお見舞い需要は、来年の3.11までだと考えている。円高や増税などの社会的状況が不安定になっているため、来年以降どのようにお客様を呼ぶのが課題。現状では、お見舞い需要でお客様が入っているが、その反動に向けて準備が必要である。</p> <p>被災地を被災されたガイドに案内してもらいながら観たいという要望が多いが、観光事業者から被災地ツアーをつくりにくい。そのため観光事業者ではない機関が実施するようなスキームが必要である。</p> <p>東北の宿泊施設はハラールフードに対応できていない施設が多いが、今後はイスラム教徒など幅広い外客に対応していく必要がある。</p>
観光復興に向けて必要な施策	<p>被災地では復興公園などの計画がされているが、仙台への出張帰りに立ち寄ることができるよう仙台市内に復興モニュメントとしてのハコモノが必要だと感じている。</p> <p>東北復興のために様々な特区が検討されているが、どぶろく特区のようなものではなく社会の仕組みをかえるような特区が必要である。西洋医学と東洋医学を融合させた総合医療特区として、秋保で採れた野菜などを活用した漢方をつくるなどの取り組みを進めていくべき。肘折温泉のように1つの宿泊施設の取り組みではなく、温泉地として取り組むべき。農業と観光を組み合わせた土産物の開発などを考えている。</p> <p>国の事業の場合、県などの地方行政が間に入り、やりたいことや意思疎通が悪くなってしまう。国と直接できる事業が好ましい。</p>

# 秋田県～県・角館観光協会～

	秋田県産業労働部観光課	一般社団法人角館町観光協会
ヒアリング日時	2011.9.15	2011.9.15
観光施設等の被害状況	<p>地震による被害はほとんどなし。 震災後から3月末までは、観光の通常業務は完全にストップ。4月に入ってから、県内の観光事業者の状況を聞くようになった。3月から4月まではオフ期にあたるため、観光客が少ないが、キャンセルが相次いでいることや、5月の予約が入っていないという状況を確認。 県内主要施設の個別ヒアリング、宿泊施設が集積している十和田、角館・田沢湖、栗駒などでエリア情報交換会を開催し、施設の状況把握を行った。その時点ですでに人員削減をしている施設、自宅待機とさせている施設が出ていた。</p>	<p>飲食店、宿泊施設ともに休業や倒産の影響は出ていない 仙北市では、福島からの避難者を受け入れており、まだ受け入れは続いている。復興関係者の利用はなし。</p>
観光客の動向	<p>3月・4月は、対前年比5割程度となっていたが、5月から来訪客が増え始め対前年比7割となった。7月・8月は、祭りやインターハイの影響で前年度以上の来訪となった。 ただ、秋の団体客は、戻ってきていない。</p>	<p>花見は、大型車は対前年減であったが、普通車に関してはかつてないほど渋滞した。震災疲れや花見を取りやめるところもあったなかで角館は開催ということになり、復興応援という意味で来訪客がきていたのではないかと。 台湾・韓国からのインバウンドはストップしてしまった。 台北の北投温泉と玉川温泉が温泉協定を締結し(2011.3.25に予定していたが震災の影響により、8月に延期)台北を訪れトップセールスを行ってきた。11月には台湾の政府関係者30名が角館を訪れる予定。</p>
観光復興に向けた取り組み	<p>県内の自粛ムードを払拭させることが必要だということで、国内誘客対策として緊急キャンペーン第一段を実施(キックオフキャンペーン5,000円の宿泊補助券・県産品カタログプレゼント)。キャンペーンの効果もありGWは、個人客・近隣客を中心にお客様がはいた。 GW後、県議会臨時会があったが、そこで震災対策予算をあげて、「日本の笑顔は秋田からキャンペーン」を実施することとした。予算は通常のPR予算も大きく、約4億円。 10月からはJR東日本の「重点販売地域」となっていることから、4月から9月末までは、「ニッポンの笑顔」秋田から！推進事業による施策で何とか誘客を図っていく。</p>	<p>2005年に市町村合併(角館町、田沢湖町、西木村)し、それぞれの市町村にある観光協会上位組織として田沢湖・角館観光連盟を2011年6月25日に設立。市からの補助金で運営しており、8月から事業実施。震災後の誘客キャンペーンとして「夏休み里帰りキャンペーン」「秋田美人100人キャンペーン」を実施。 「夏休み里帰りキャンペーン」では、合併前のふるさと会会員、市内高校の同窓会、計1900名程度にDMを送付。現在120名がチケットをクーポンに変えている。他のチラシ展開と比べるとリターン率が良い。 「秋田美人キャンペーン」市内企業から100人集めて、10月からのミニDCに併せてキャンペーンを展開。首都圏で宿泊か商品券3,000円割引を配布予定。 連盟としては今後年末年始に併せてキャンペーンを実施する予定。 角館町観光協会ではJRびゅうと、「雪ざくら小京都 角館」として冬の商品を展開予定。</p>

## 山形県～県・県観光協会～

	山形県観光交流課・社団法人山形県観光物産協会
ヒアリング	メール及び電話によるヒアリング
観光復興に向けた県の取り組み	<p>やまがた観光キャンペーン推進協議会及び山形県は、夏の観光誘客を活性化し、本県の観光振興、東北の復興支援を図ることを目的に、山形県、青森県、岩手県、宮城県、秋田県、福島県及び新潟県の近隣県に居住する方を対象として、県内の宿泊施設や観光施設などで使える優待利用券(10,000円券または5,000円券)を抽選で(計2,000名、総額1,500万円分)プレゼントする夏の観光キャンペーンを実施。GW以降、近県(宮城、福島)マーケットを中心に誘致を行ってきたが、秋からは首都圏を重点とした「温泉と食による観光元気プロジェクト事業」など施策を実施していく予定。</p> <p>元気な山形の姿を伝えるとともに、夏の誘客を目的として1万枚のダイレクトメールを県内やまがた観光キャンペーン推進協議会会員の各旅館・観光施設より発送。</p> <p>山形県観光物産協会では、仙台市で「山形県物産展」を開催し、買い物客128名に山形県への日帰りツアーのプレゼントを行った。</p> <p>山形県観光物産協会は、「山形県における国際的観光需要創出にむけた調査事業」の一環として、首都圏からのバスツアー・着地型商品バスツアーに助成を行う。</p>
教育旅行	<p>震災以後、蔵王温泉スキー場では、来るウインターシーズン(2012年1月～3月)の教育旅行がすべてキャンセルになるとともに、2012年度(2013年1月～3月)の教育旅行も予約ゼロの厳しい状況になった。関西地区からのスキー商品の造成と販売エージェント及び教育旅行エージェント向けに東北3スキー場(安比高原スキー場、アルツ磐梯スキー場、蔵王温泉スキー場)合同で関西地区へのプロモーションの実施と関西地区のエージェント訪問を実施し、各スキー場の安全性を強調したが、エンドユーザーである父兄を納得させられる情報発信の要望が強く出た。</p>
インバウンド	<p>香港・広州を対象として、国際旅行博(ITE)に併せて、東北観光推進機構などと連携して、現地の旅行会社を訪問。安全性を訴えながらプロモーションを実施。</p> <p>東北観光推進機構、青森県、秋田県、新潟県と連携し、日本海側の「北前国際観光ルート」を造成するため、台湾エージェント8社、メディア1社を招聘。県内の遊佐町、酒田市、湯野浜温泉、羽黒山を視察。</p> <p>山形県知事が台湾を訪問しトップセールスを実施。航空会社や旅行会社との観光交流会を開催して、山形県の安全性を訴え、チャーター便運航への働きかけを行った。</p>

	福島県観光交流課・福島県観光物産交流協会
ヒアリング日時	2011. 10.3
観光客の状況	<p>スパリゾートハワイアンズでは避難者を受け入れていた。</p> <p>夏休みの状況としては、県外からお客様が来るという状況はなかったようだ。</p> <p>「ふくしまっ子夏の体験活動事業」は、予算30億円で9月30日までに消化できず、秋以降も実施が確定した。(2012年3月末まで延長)</p> <p>有料道路(磐梯吾妻スカイライン・磐梯山ゴールドライン・磐梯吾妻レークライン)無料化により、個人客やバイク客が増えたようだが、日帰り客が中心のようだ(有料道路は、3本で3,000円+駐車場代金がかかっていたが、全て無料)。交通量は、対前年比1.6倍になっており、利用者は増えてきているので、人の流れはできつつある。また、関西ナンバーも見かけるようになってきた。無料開放は、7月16日から11月15日まで実施。今年度の統計について、市町村に統計調査は実施する旨伝えているが、市町村では災害対策本部に人員が割かれているようで進んでいない。現在、2010年度を取りまとめ中。統計調査は、有料施設やカウンターが設置されている所で行っている。</p>
観光復興に向けた県の取り組み	<p>観光地266箇所て放射能値のデータを集めており、それらの数値は旅行会社に伝えている。旅行会社からは、「安全宣言」が出れば観光客を送客できると言われている。</p> <p>「リアル宝探しイベント コードF」は県民客を主たる対象としており、チラシ配布なども県内に配布している。PR方法としては、県内のマスコミ、HPでの周知となっている。福島県民は、嫌がらせなどを怖がって福島県外に出にくい状況になっている。</p> <p>現状では、県外客を対象とした宿泊キャンペーンなどを実施しても効果が薄いと想定される。観光有料道路の無料化や宝探しイベントでまずは人の流れを作っていく。今後は、隣接県やリピーター、高齢者などをターゲットに一般観光客の誘致を図っていききたいが、どのようにPRしていくのかまだ検討中である。</p> <p>イベントを実施しても誘客に繋がっていないため、全国レベルのイベントをやっていくべきだと考えている。</p> <p>現状では、地縁者や理解のある層しか福島に来ないため、その層に対してアピールしていくことが必要。ファンクラブ(6,000名)の活用などを検討している。</p> <p>福島県観光物産協会では、10月～12月は、楽天・じゃらんなどを使って、誘客キャンペーンを行う予定。特集ページやメルマガなどを使ってPR。宿泊割引などのキャンペーンの併行はしない。</p> <p>情報発信として、本来は4半期に一度発行している「うつくしま本物の旅」(発行:うつくしま観光プロモーション推進機構)を震災以降は毎月発行している。</p> <p>これまでは教育旅行で70万人が訪れていた。現状で、教育旅行の誘致は難しいが、何もしなければ福島は観光をあきらめたとと思われるため、校長会に行って説明を行っている。</p> <p>廃業した旅館の活用について各地で検討されているが、県として補助するなどの動きはない。</p> <p>福島県内の大規模コンベンション施設である、ビックパレット(@郡山)は地震による被害で利用することができない。また、再開の目処がたっていない。また、毎年行っているMICE誘致の補助金「福島県コンベンション開催支援事業」についても、申請はなかなか挙がってきていない。</p>
その他	<p>原発事故により福島県に対する見方が厳しくなっているが、このような状況だからこそ、福島県を理解してもらうために観光の重要性を感じている。</p> <p>今、どのような方が福島を訪れているのか把握できていないため、市場調査が必要だと感じている。</p>

## 福島県～主要な観光地の状況～

	会津若松市	土湯温泉
ヒアリング日時	2011.9.30	2011.10.2
ヒアリング対応	会津若松市 等	土湯温泉観光協会 等
観光客の状況	<p>4月頃は観光の団体客はゼロであったが、沿岸部からの振り替えて福島を選んで来訪するなど、徐々に回復している。また、友好都市からの応援需要があった。9月頃から一般の個人客は回復し始めている。</p> <p>市内観光施設は、「鶴ヶ城」のみ持ち直しているが、その他の観光施設はまだまだお客様の来訪が回復していない。</p> <p>インバウンドは対前年比で95%減少した。</p> <p>教育旅行は、宮城県からの来訪が最も多かった(昨年度は仙台市より110校が来訪)が、本年度は4校しか来ていない。会津若松市を来訪しない理由としては、原発による影響が最も大きく、今なぜわざわざ福島に行くのか父兄の理解が得られない。</p> <p>「ふくしまっ子夏の体験活動応援事業」(福島県教育委員会)を利用した県内の小学生が多く来訪し、対前年比110%となった。</p> <p>会津若松市では、大熊町からの避難者を受入。市内のホテルなどで受入、稼働は100%近くにだったが、避難者は8月でほぼ終了した。</p>	<p>被災者は1,000名程度受け入れていたが、8月末で引き上げ、9月以降は数名に留まっている。</p> <p>秋の予約は対前年比5割減となっている。</p> <p>「ふくしまっ子夏の体験活動事業」の利用で土湯温泉を訪れたのは369名。ほとんどは会津地方に行ったようだ。</p> <p>道の駅は、震災以降売上は半減しており、観光バスは1台も来ない状況。</p> <p>小売業は9月で回復してきている。福島県内に残っている方々の消費が動き始めたようだ。</p> <p>震災後は、被災地を見に来る1人客が増えてきている。</p> <p>観光有料道路の無料化によって、バイク客が増えた。</p>
観光復興に向けた取り組み	<p>会津若松市から緊急として会津若松観光物産協会に3,000万円の補助があり、芸能人の誘致や教育旅行の説明会を行った。</p> <p>教育旅行に関しては、観光物産協会内に「会津若松市教育旅行プロジェクト協議会」があり、会津若松市の場所や現状を原発からの距離図や写真などを使って説明している。今後は、教育旅行の先進校などに呼びかけを行い、教育旅行マーケットを呼び戻していきたい。</p> <p>ツイッターやブログで情報発信ができる方を対象に「サムライシティ會津」のモニターツアーを実施した。</p>	<p>観光関連業者に限らず商店組合や長寿会、旅館組合などからも参加する再生協議会を立ち上げ、土湯の今後のあり方を検討している。</p> <p>土湯温泉は、市街化調整区域に立地しているため、旅館以外の使用が不可となっており、廃業した旅館の扱いが課題となっている。</p> <p>震災以降、廃業5軒、休業1軒となり、宿泊容量は1,300名減の896名と震災前の半分以下になった(震災前は2,172名)。</p> <p>「天景園」と「富士屋旅館」は東京のファンドに廃却された。</p> <p>中通りでは、土湯温泉が最も厳しい状況になってるのではないかと。一般の観光客が来訪していないため、ライトアップは取りやめている。</p>
その他	<p>会津若松は歴史や文化に関する資源が豊富であるため、「リッチシルバー」を対象に呼び込みをしていきたい。</p> <p>次年度以降から、来訪客は戻ってくるのではないかと。</p> <p>教育旅行のキャンセルが続く中、マスコミが会津若松に教育旅行に行くことにした学校を英雄扱いし、キャンセルした学校を悪者扱いにした記事を出した。学校側から苦情が入るなどしており、マスコミとのつきあい方や発表される内容のコントロールも課題だと感じる。</p>	<p>東電による原発の保障が他県と同様に20%減少されるのはおかしい。県の旅館組合と東電で交渉を行っているが、ひとまず保証金を受け取ってから交渉するか検討しているところ。</p>

## 福島県～民間事業者～

### 福島県内宿泊施設

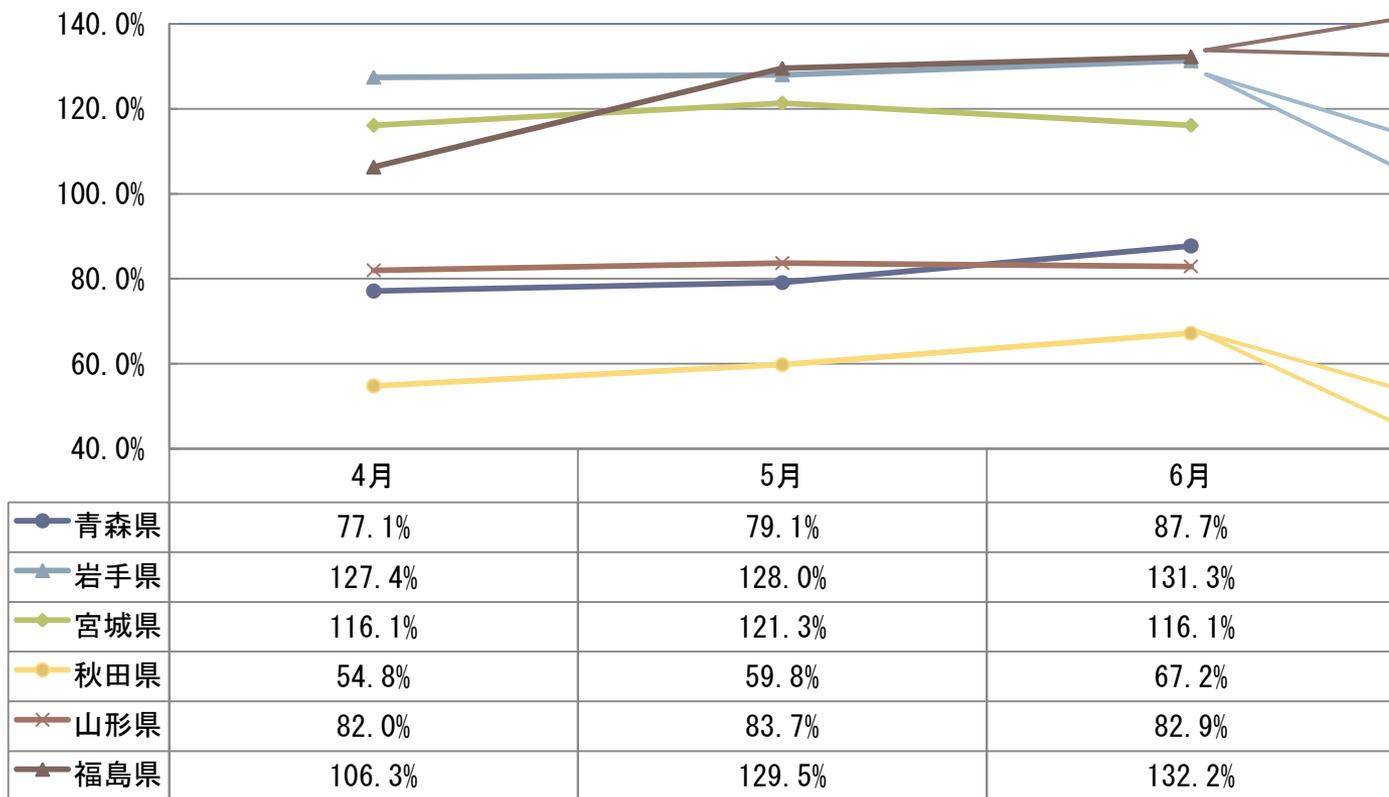
ヒアリング日時	2011. 9.30
被災者受入	<p>3月24日頃には東山温泉として、大熊町に受入の意思を伝え、3月27日頃に県に避難者の受入可能の報告を行った。実際には、4月3日より大熊町からの避難者に110室を提供した(10部屋は一般観光客用に残しておいた)。4月～6月は、大型の団体旅行客は入ってこないと考えられ、キャパシティが大きな東山温泉で受け入れるべきだと考えた。また、経営維持の観点から避難者を受け入れるべきだと考えた。</p> <p>4月～6月は、避難者の入れ替えは若干あったが、ほぼ全員避難者であった。4月～6月(火～木)は教育旅行シーズンであるが、教育旅行がキャンセルとなり、避難者はその穴埋めとなった。4月～6月は、会津若松市内の宿泊施設の3分の2は、避難者が占めたのではないかと考えた。</p> <p>被災者の食事は、ビュッフェ形式とし、シーツ交換は週に1回(自分達で行う)などの工夫により、食事や人件費でコストダウンを図った。</p> <p>避難者の受入期限は、当初7月中旬となっていたが、8月中旬に変更となり、8月に入ると9月までに変更という形で延長していき、結局10月末までの受入となった。夏休みの場合は、避難者を受け入れるよりも一般観光客を受け入れた方が利益が出る(実際は、稼ぎ時の夏は避難者を受入)。一方で、冬は観光シーズンがオフになることから観光客も来ない、避難者受入による収入も入らないという状況になる。そのため、今後は廃業となる宿泊施設が出てくる可能性が高い。会津若松市では大熊町の避難者を受け入れたが、大熊町は、東山温泉には子供のいる家族を中心に避難させていたようだ。そのため、夏休み明けの学校が始まるタイミングで出て行く避難者が多かった。</p>
回復状況	<p>GWは、10部屋程度一般販売を行ったが、問い合わせは多数入った。</p> <p>低価格競争となっているため、1泊2食の商品が売れなければ、1泊朝食でコストを下げる、それでも売れなければ、1泊食事無しにするなどで価格を下げて、今福島に来ているお客様を取り漏れないように努力している。単価を下げて奪い合いの状況となっている。</p> <p>避難者受入期間中に来訪した一般観光客は、避難者を受け入れていることを知っており、理解のあるお客様であった。受入の際は、夕食のみ食事会場を分けていた(朝食と風呂は同じ)。</p> <p>受入を行っていた館で避難者と一般客が同程度になった時点で、避難者の方の食事会場を集約していった。8月に入り、避難者の受入を終了させた宿泊施設から避難者を引き継いだ。9月に入り、避難者が少なくなったため、分かれていた25家族80名を集約させた。</p>
販売手法	<p>2011年春からの旅行エージェントのパンフレットは、旅行催行条件が全て変わってきているため、エージェントを通じた販売はできない。そのため、ルート販売は大手、中小含め減少。ネットでの販売が中心となっている。</p> <p>7月に大手エージェントから福島応援プランの販売の話があったが、宿泊単価が低すぎて参加しなかった。</p> <p>震災後、価格以外は特に宿泊プランの変更は行っていない。</p>
事業継続の取り組み	<p>食事提供方法や従業員の長期休暇などによりコスト削減を行い、人員削減は行わなかった。</p> <p>従業員には、休みをとってもらい、「自分のホテルと同程度の他の宿泊施設に泊まる」、「海外旅行に行く」などの人材育成の期間とした。</p> <p>北海道のホテルに研修。人件費は、研修先と折半するため、コスト削減に繋がった。</p> <p>震災後、社員にも不安が広がったが、経営者の腹の括り方で社員のモチベーションは保つことができる。</p> <p>1泊3食5,000円という枠について、中規模施設であればこの金額での受入で問題はない。大規模施設で、付帯収入が大きい施設の場合は5,000円での受入は難しいだろう。家族単位で運営している小規模施設の場合、1泊3食での受入は食事の用意が負担となるため、食事部分を切り離して大規模施設に集約させるなどの工夫は必要ではないかと考えた。</p>
観光復興に向けて必要な施策	<p>大物タレントが来るイベントをやり続けることが必要。有名タレントを呼んだイベントを行ったが、県民向けであり、県外からの来訪者が来ることは少ない。県民だけでなく、県外からの方も来訪できるように・宿泊が発生する仕掛けで、人を集めていくしかないのではないかと考えた。</p>
その他	<p>行政は、今回の問題も自分たちで解決させようとしていたが、民間をもっと活用すべき。民間が保有する空間やスキルを利用する術を磨いておくべきではないかと考えた。震災後、すぐに避難者を無料で受け入れる旨を伝えた。まずは、被災者に安心安全を提供すべき。</p> <p>宿泊施設の用途変換を検討したが、用途変換した場合、建築基準法等の既存法律の枠組みから不適合となることや、被災地側の条件からも外れるため、リスクが大きく、断念した。</p>

## 参考資料

2011年4月～6月の東北の宿泊旅行の状況  
(観光庁 宿泊旅行統計調査より)

# 東北6県の延べ宿泊数前年同月比（2011年4月～6月）

東北6県の延べ宿泊数対前年同月比



福島県は、47都道府県の中で、対前年同月比増の割合が最も高かった。

岩手県は、4月時点で回復が最も早く、6月時点でも47都道府県中2番目の対前年同月比増。

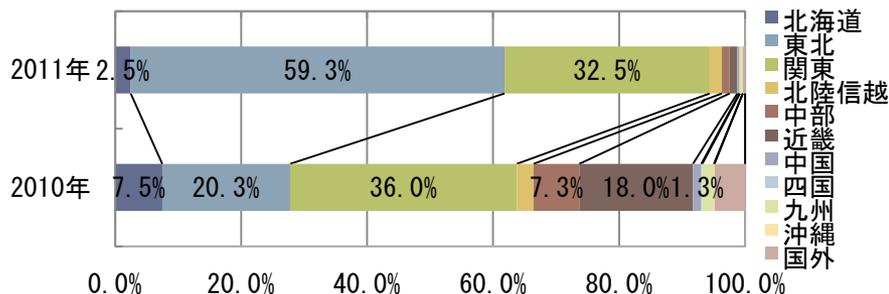
秋田県は、6月時点で47都道府県中最も回復が遅れている。

資料：観光庁 宿泊旅行統計調査(2011年4月～6月)より作成

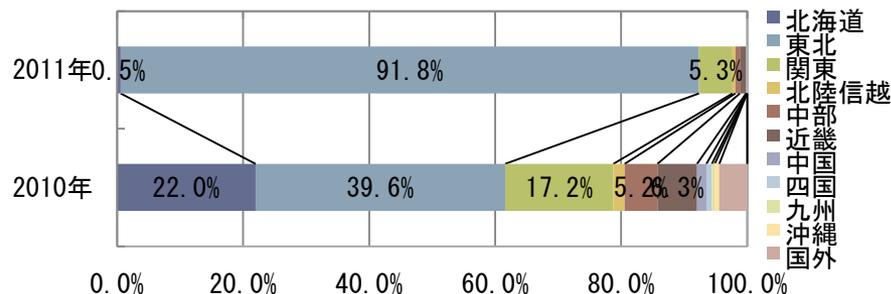
- ・復興関係者の利用があった岩手県・宮城県・福島県では、対前年同月を上回る利用となった。
- ・青森県は、4月は前年同月比約23%減となっていたが、4月23日から始まった青森DC等の取り組みにより、秋田県・山形県と比較すると回復が早く6月には対前年同月比約12%減となった。

# 観光目的50%以上の宿泊施設における宿泊者（4月～6月）の居住地内訳

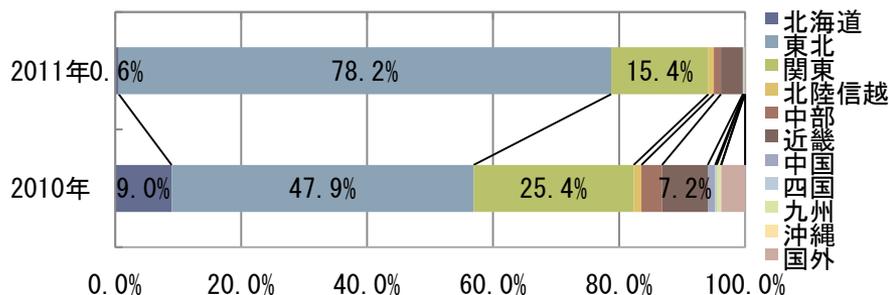
## 青森県



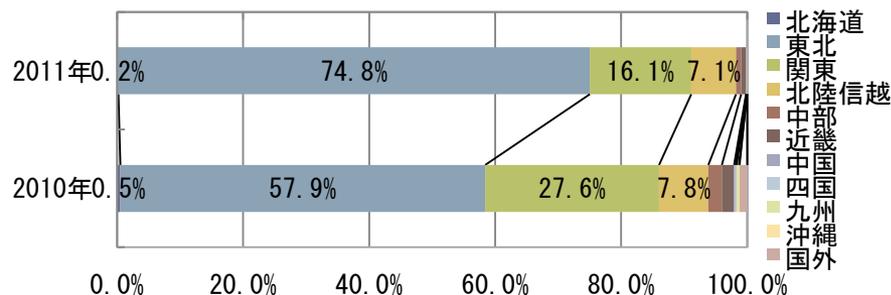
## 秋田県



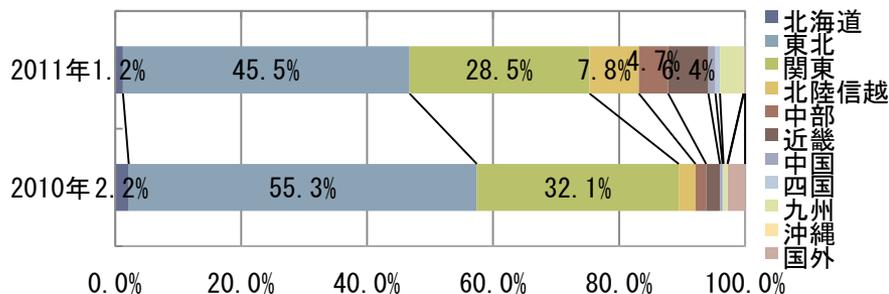
## 岩手県



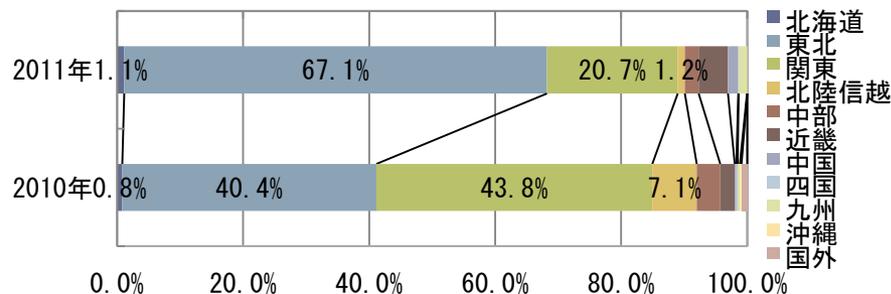
## 山形県



## 宮城県



## 福島県



資料：観光庁宿泊旅行統計よりJTBF作成

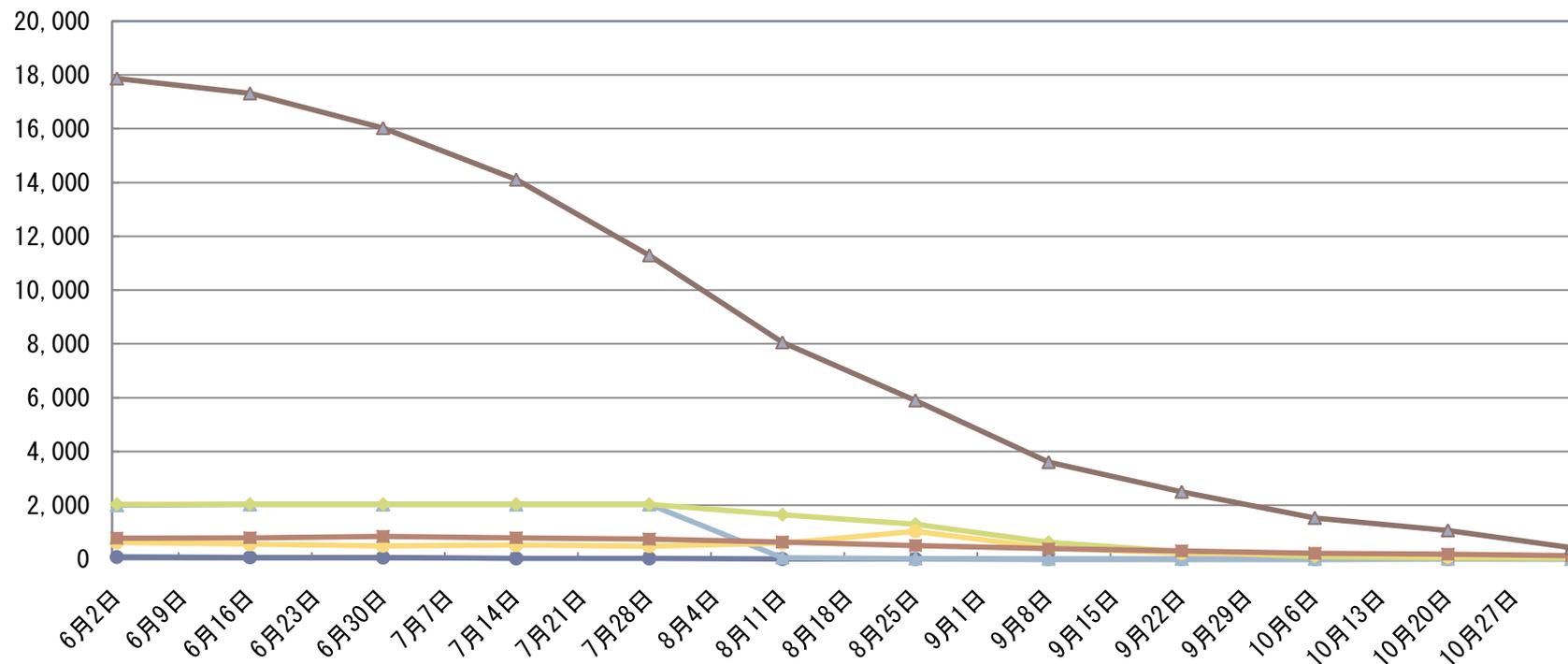
- ・復興関係者の利用があった岩手県・宮城県・福島県では、北陸・信越、中部などからの利用者もあるが、青森県・秋田県・山形県では、東北・関東以外の利用者は減少しており、近隣客（東北）の利用が増加している。
- ・秋田県や岩手県において北海道からの利用客が減少しているが、春先の修学旅行キャンセルの影響であると推測される。

## 参考資料

東北の旅館・ホテルを利用している避難者数の推移  
(東日本大震災復興対策本部事務局資料より)

# 東北の旅館・ホテルを利用している避難者数の推移

(人)



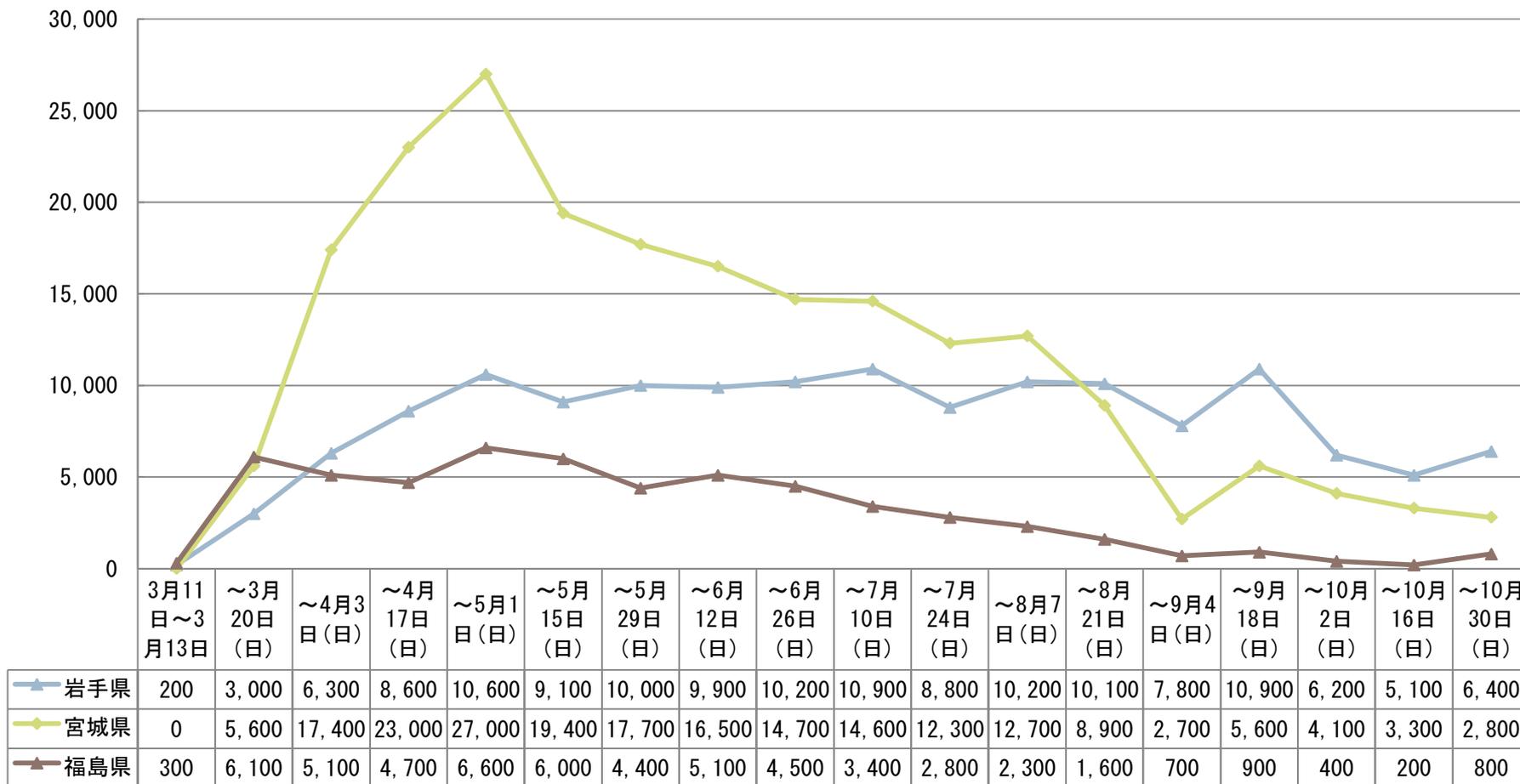
	6月2日	6月16日	6月30日	7月14日	7月28日	8月11日	8月25日	9月8日	9月22日	10月6日	10月20日	11月2日
● 青森県	78	66	59	28	26	9	9	0	0	0	1	1
▲ 岩手県	2,007	2,032	2,032	2,032	2,032	54	16	8	8	8	8	0
◆ 宮城県	2,035	2,035	2,035	2,035	2,035	1,648	1,294	619	286	88	43	25
● 秋田県	619	553	496	521	485	594	1,037	418	221	192	104	104
■ 山形県	779	794	845	794	744	635	508	388	302	216	182	129
▲ 福島県	17,874	17,319	16,029	14,114	11,294	8,062	5,903	3,604	2,501	1,533	1,070	421

## 参考資料

被災県で活動するボランティア数の推移  
(社会福祉法人全国社会福祉協議会資料より)

# 被災県で活動するボランティア数の推移

(人)



・3月11日以降のボランティア数の累計は、岩手県:291,200名、宮城県:412,900名、福島県:119,100名となっている。

資料:社会福祉法人全国社会福祉協議会  
注)各市町村に設置された災害ボランティアセンターを經由して活動された方の人数

東北の観光復興状況に関する調査  
ヒアリング調査－中間とりまとめ<2>9.11現在－

2011年11月

財団法人日本交通公社

〒100-0005 東京都千代田区丸の内1-8-2 第一鉄鋼ビル9階

電話:03-5208-4701(代表)

本研究は、観光文化の振興を目的として、当財団の自主財源をもとに実施したものです。