

2 東北

国内宿泊者数は震災後からほぼ横ばい
東北観光復興に向け各地でデスティネーションキャンペーンを展開
被災地ではジオパーク指定や『あまちゃん』効果に期待

(1) 都道府県レベルの旅行者動向

13年1月から12月の東北地方の延べ宿泊者数については、東北地方全体で前年比1.6%増の4,136万人泊となった。復興需要により宿泊者数が急増した11年(4,053万人泊)から、ほぼ横ばいの数字となっている(図IV-2-1)。

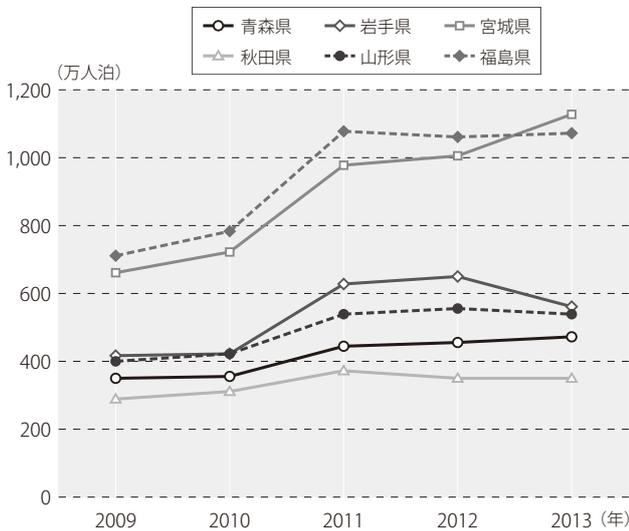
しかしながら県によって宿泊者数の増減に差が見られた。延べ宿泊者数が増加したのは宮城県(前年比12.9%増)、青森県(同4.7%増)、福島県(同1.5%増)、秋田県(同0.9%増)、減少したのは岩手県(同14.2%減)、山形県(同2.3%減)と

なっている。特に宮城県の増加率と岩手県の減少率が大きく、被災地のなかでも、都市部とその他地域との間で、格差が顕著になりつつある。

外国人延べ宿泊者数については、震災前の水準(10年:51万人泊)には回復していないものの、東北地方全体で前年比26.9%増の35万人泊となった。

東北6県全てで外国人延べ宿泊者数は増加しており、青森県(前年比47.3%増)、岩手県(同42.0%増)、秋田県(同31.0%増)、宮城県(同18.0%増)、山形県(同16.3%増)、福島県(同12.4%増)の順に増加率が高い。特に北東北での増加率が高く、このうち青森県は6万2,000人泊と、震災前の水準(10年:5万9,000人泊)に戻っている。逆に福島県は4万2,000人泊と、震災前の水準(10年:8万7,000人泊)の半分程度であり、原発事故のマイナスイメージが大きく影響しているものと見られる(図IV-2-2)。

図IV-2-1 延べ宿泊者数の推移(東北)

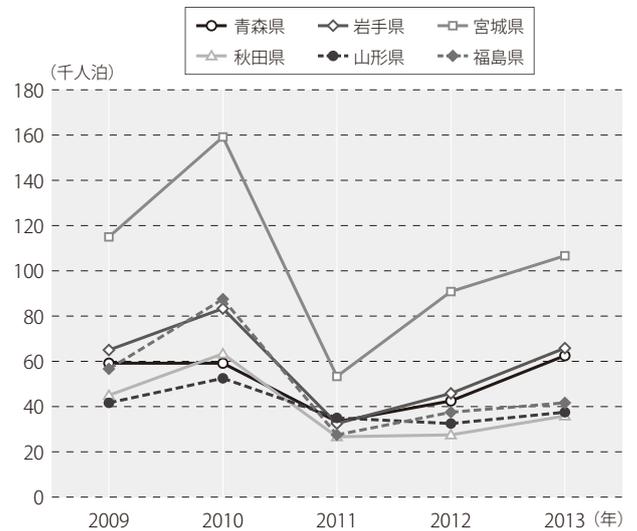


青森県	347	354	448	455	476
岩手県	416	426	631	652	559
宮城県	661	724	979	1,004	1,133
秋田県	290	313	372	346	349
山形県	400	426	543	556	543
福島県	712	782	1,080	1,059	1,075

※～2010.3 従業員10人以上の宿泊施設を調査対象とする 単位:万人泊
2010.4～ 全ての宿泊施設を調査対象とする

資料:観光庁「平成25年宿泊旅行統計調査」をもとに(公財)日本交通公社作成

図IV-2-2 外国人延べ宿泊者数の推移(東北)



青森県	59	59	34	42	62
岩手県	65	83	33	46	65
宮城県	115	159	54	90	107
秋田県	45	64	27	28	36
山形県	42	53	35	32	37
福島県	57	87	28	37	42

※～2010.3 従業員10人以上の宿泊施設を調査対象とする 単位:千人泊
2010.4～ 全ての宿泊施設を調査対象とする

資料:観光庁「平成25年宿泊旅行統計調査」をもとに(公財)日本交通公社作成

表IV-2-1 東北夏祭りの来場者数

祭事名	開催地	来場者数				2013年度概要
		2010年度	2011年度	2012年度	2013年度	
青森ねぶた祭	青森県青森市	297万人	266万人	282万人	285万人	祭りの踊り手である「ハネト(跳人)」への参加者数が、例年に比べて増加。各ねぶた団体が実施していた、ハネトを増やす取り組みが功を奏したと見られる。
盛岡さんさ踊り	岩手県盛岡市	135万人	136万人	122万人	130万人	踊り手の参加団体数は253団体と過去最多となった。
仙台七夕まつり	宮城県仙台市	236万人	203万人	200万人	206万人	2日目に降の好天により、来場者数は前年を上回ったものの、震災前の水準までにはまだ回復していない。
秋田竿燈まつり	秋田県秋田市	135万人	130万人	139万人	141万人	土曜日から火曜日までと日並びが良く、天候にも恵まれたために、来場者数は過去最多だった昨年を上回った。
山形花笠まつり	山形県山形市	100万人	91万人	100万人	90万人	平日開催と悪天候が影響し、来場者数は例年より少ない水準にとどまった。
福島わらじまつり	福島県福島市	28万人	23万人	25万人	24万人	来場者数は昨年とほぼ変わらない水準となった。14年2月には、震災支援への感謝と観光客誘致のため、台湾・南投県のイベントで祭りを披露するなどの取り組みも行われている。

資料:各種資料より(公財)日本交通公社作成

(2) 主要観光地の動向

●東北夏祭り(青森市、盛岡市、仙台市、秋田市、山形市、福島市)の開催

東北6県の主な夏祭りの観光客数は1,495万人と、震災前に比べて4.2%減となった。東北六魂祭などのPR効果もあり観光客は徐々に回復してきたものの、被災地をかかえる地域では回復がやや遅れている。

そうしたなか、秋田竿燈まつりは、日並びが良く天候にも恵まれたため、来場者数が過去最多を記録した(表IV-2-1)。

●東北六魂祭(山形市)の開催

東北六魂祭は東北各県の代表的な夏祭りが集結するイベントで、東日本大震災からの復興を願って、11年より毎年開催されている。14年の会場は山形市で、被災3県(岩手県・宮城県・福島県)以外では初めての開催となった。祭りの期間中は山形市内のみならず、周辺の天童温泉やかみのやま温泉の宿泊施設も予約でほぼ満室となり、例年通りのにぎわいを見せた(表IV-2-2)。

14年は、東北六魂祭の他にも、「音楽の魂が、山形に集結!!」をテーマに、人気アーティストが楽曲を披露する「六魂Fes!」が新たに企画されている。

表IV-2-2 東北六魂祭の開催概要

	2011年度	2012年度	2013年度	2014年度
開催地	宮城県 仙台市	岩手県 盛岡市	福島県 福島市	山形県 山形市
開催日程	7月16日(土) 17日(日)	5月26日(土) 27日(日)	6月1日(土) 2日(日)	5月24日(土) 25日(日)
来場者数	約37万人	約24万人	約25万人	約26万人
経済効果	約103億円	20億~30億円	約37億円	25億円

資料：各種資料より(公財)日本交通公社作成

●青森県弘前市

○弘前さくらまつりの開催

弘前さくらまつりの14年の入込客数は230万人で、桜の開花時期と開催期間がずれることなく重なったことと期間中の天候に恵まれたことで、前年比13.9%増となった。

○弘前路地裏探偵団の活躍

「弘前路地裏探偵団」は、市内の弘前城をはじめとした定番観光スポットではなく、「路地裏」に代表される街の生活空間にスポットを当て、まちあるきの企画や情報発信を行う団体で、13年5月からは地元TV局でまちあるき番組『路地裏探偵団がゆく! サードシーズン』が放送されるなど、ますます人気となっている。

13年度、路地裏探偵団で企画されたまちあるきツアーは、雪化粧した洋館を巡る「冬のライトアップ洋館散歩」、夕方のバル街を楽しむ「夕暮れ路地裏散歩」、街のなかに自然とある歴史建造物を巡る「土手町界隈ぶらぶら散歩(女子限定)」などであった。また、弘前さくらまつりの時期には、「弘前城夜桜探偵団」なども企画された。

路地裏探偵団の試みは広がりを見せ、北海道函館市でも、弘前路地裏探偵団からのれん分けした「函館だいもん路地

裏探偵団」による、函館大門地区の街歩きツアーが開催された。

○映画『奇跡のリンゴ』を生かした取り組み

13年度、弘前市のリンゴ農家 木村秋則氏が、リンゴの無農薬栽培を実現するまでの実話を映画化した『奇跡のリンゴ』がヒットしたことで、ロケ地を訪れる観光客が増加した。映画は全て青森県内で撮影されており、弘前市の町並みや岩木山、弘前ねぶた祭りなど、数多くの観光資源が登場する。

弘前フィルムコミッション実行委員会は、弘前を訪れる観光客用に、ロケ地を紹介する「弘前ロケーションガイドマップ」を作成、配布した。また、津軽・ひろさき街歩き観光推進実行委員会は、撮影の裏話や木村秋則氏のリンゴを使った料理を楽しむロケ地を巡るツアーを企画するなど、映画を生かした取り組みが数多く行われた。

(3) 注目すべきトピック

●東北レストラン鉄道「TOHOKU EMOTION」の運行

列車に乗ることを楽しむ、列車に乗ることが目的の一つのような旅。デザイン、食、アート、景色を楽しむ新しい列車として、東北レストラン鉄道「TOHOKU EMOTION」(東北エモーション)が、八戸~久慈間に13年10月から投入された。同列車はオープンキッチンも備えており、車窓に広がる三陸の海を眺めながら、東北の食材をふんだんに使ったメニューを楽しむ旅行商品が人気を博している。

表IV-2-3 「TOHOKU EMOTION」を利用した旅行商品

設定日	2013年10月19日~2014年3月30日の 土曜・日曜・祝日の33日間
商品概要	<p>①八戸駅発着コース 旅行代金:3号車(オープンダイニング車両)ご利用の場合 【片道利用】八戸駅⇒久慈駅(ランチコース付) 大人7,000円、子ども6,400円 【片道利用】久慈駅⇒八戸駅(デザートbuffet付) 大人4,000円、子ども3,400円 【往復利用】八戸駅⇄久慈駅 (ランチコース・デザートbuffet付) 大人10,600円、子ども9,400円</p> <p>②日帰りコース ・首都圏・仙台エリアから八戸駅までの往復の新幹線と「TOHOKU EMOTION」の利用をセット ・往復東北新幹線「はやて号」利用代金+「TOHOKU EMOTION」利用代金 ・旅行代金:東京駅発着 (3号車利用・往復「TOHOKU EMOTION」を利用の場合) 大人1名様25,800円~27,000円</p>

資料：JR東日本広報資料より(公財)日本交通公社作成

●三陸復興国立公園の創設と、みちのく潮風トレイルの一部開通

13年5月、環境省の「グリーン復興プロジェクト」の核として、青森県の種差海岸から宮城県の松島までの沿岸部における六つの自然公園を再編し、「三陸復興国立公園」が創設された。各地では、震災遺構を保存した震災メモリアルパークや国立公園インフォメーションセンター、被災したキャンプ場の整備などが順次進められている。

また、その土地の自然や文化、地域の人との触れ合いを楽しむ、長距離自然歩道「みちのく潮風トレイル」の一部が13年11月に開通した。青森県八戸市～岩手県久慈市間の約100kmを結び、各地の景勝地や、観光施設、漁港や市場、集落などが組み込まれている。みちのく潮風トレイルは15年度中には全線が開通する予定となっている。

●「三陸ジオパーク」が「日本ジオパーク」に認定

13年9月、青森県・岩手県・宮城県の16市町村で構成する「三陸ジオパーク推進協議会」の働きかけにより、青森県八戸市から宮城県気仙沼市までの南北約220km、東西約80km、海岸線約300kmにも及ぶ日本一広大なエリア「三陸ジオパーク」が、日本ジオパーク委員会より「日本ジオパーク」として認定された。地質遺産に加え、「たろう観光ホテル」や「大槌町役場跡」「高田松原の一本松」など、震災関連の遺構として29カ所がジオサイトに指定されている。

三陸ジオパークでは、地元サポーターに支えられ、ガイドツアーやイベント開催、観光スポットの清掃活動などが行われている。また、田野畑村では今回の指定を好機と捉え、ご飯、ウニとアワビ、焼き海苔、酢飯、海鮮が重なった「5地層丼」など、地層にちなんだメニューを考案するなど、食の魅力の発信も行われている。

●NHK朝の連続テレビ小説『あまちゃん』の効果

13年度上半期にNHKで放送された朝の連続テレビ小説『あまちゃん』が大ヒットしたことで、ドラマの舞台となった久慈市では、“あまちゃんブーム”とも呼べるさまざまな現象が見られた。

久慈市内の観光施設では、ゴールデンウィーク中の入込客数が前年の約2倍に増加。またドラマのロケ地となった小袖海岸では、観光客が殺到したことなどにより、マイカー規制の対策が必要となる事態となった。観光案内所や海産物販売所を兼ねた海女の拠点施設である小袖海女センターの来場者は、13年4月～9月で14万7,000人と、前年同期比で30倍に増加した。

三陸鉄道北リアス線では、実際にロケで使われた車両を用いた「お座敷列車北三陸号」の運行が行われた他、ロケ地を巡るツアー、観光遊覧船の運航なども行われている(表IV-2-4)。

こうした『あまちゃん』効果による、13年度における岩手県全体への経済波及効果は32億8,400万円と推計されている

(一財)岩手経済研究所)。

14年4月には三陸鉄道が全線復旧を果たした。引き続き、小袖海岸ではドラマの演出でも見られた海女の素潜り実演が人気を集めており、久慈市では14年秋ごろの完成を目指して、小袖海女センターの再整備が進められている。

●松島湾がNGO「世界で最も美しい湾クラブ」に加盟

13年12月、「第9回世界で最も美しい湾クラブ世界会議」において、日本三景にも数えられる松島湾が、湾を活用した観光振興、地球環境保護や観光資源の保全に取り組む「世界で最も美しい湾クラブ」(本部：フランス・ヴァンヌ市)への加盟が日本で初めて認められた。

松島湾周辺の3市3町(塩竈市・多賀城市・東松島市・松島町・七ヶ浜町・利府町)と宮城県では、「再発見!松島“湾”ダーランド構想」を掲げて、「日本三景松島」の魅力を超えた、松島湾全体の観光資源の発掘と磨き上げを行い、これらを有機的に結び付けたテーマ性やストーリー性のある観光地づくりに取り組んでいる。

●仙台・宮城デスティネーションキャンペーンの開催

13年4月～6月には、宮城県と隣接地域(福島県福島市・伊達市、山形県山形市・天童市・最上町、岩手県一関市・平泉町)の県境を越えた観光による地域活性化策として「仙台・宮城デスティネーションキャンペーン」が行われた。キャッチフレーズは「笑顔咲くたび伊達な旅」、テーマは「花、食、復興・鎮魂」。各エリアの特長を生かした旅の提案が行われ、観光の持つ力による震災復興への貢献が掲げられた。

被災地では、「復興ツーリズム(防災・震災学習プログラムなど)」としてさまざまな取り組みが行われた。震災経験者が被災地の各所を巡りながら被災時の経験や復興の状況、防災対策などの説明を行う「語り部ガイド」や「語り部タクシー」には、多くの参加者があった。

語り部ガイドが同乗する「復興応援バスツアー」(南三陸・気仙沼復興応援号/石巻・女川復興応援号/仙台・名取日帰りツアー～被災地慰霊・観光・買い物もできる旅～(南三陸町)学びのプログラム/～三陸復興応援企画～がんばろう三陸!! 気仙沼・南三陸 温泉三昧3日間)も企画され、期間中4,000人以上の利用者を集めた。

また、ガイドブックにも、被災地の仮設商店街「復興商店街」や、JR気仙沼線の一部をバス専用道として仮復旧したBRT

表IV-2-4 『あまちゃん』関連の取り組み

主な取り組み	概要
北限の海女 素潜り実演	ドラマの演出でも見られた素潜りの実演。7月から9月末までの土日祝日を中心に、小袖海岸で行われた。
お座敷列車北三陸号	三陸鉄道北リアス線久慈～田野畑間を約2時間で往復する期間限定列車。実際にロケで使われた掘りごたつ座席の車両で、海女のかすりはんてん姿の女性がウニ丼を販売するなど、ドラマさながらの演出がなされた。ロケ地の紹介や被災状況の説明なども行われている。14年も連休などに期間限定で運行されている。
ロケ地巡りツアー	ドラマのロケ地や久慈市内の名所、観光施設を巡る日帰りバスツアー。岩手県北交通が企画。14年も催行されている。
久慈港観光遊覧船	久慈港内を巡る観光遊覧船。(株)ヒカリ総合交通が企画。13年4月から11月末まで運航された。代表的な景勝地である「つりがね洞」や「かぶと岩」などの景観を望むことができる。
あまちゃんハウス	ロケで使用された小道具やロケ風景の写真の展示などが行われている施設。14年2月にリニューアルオープンしている。

資料：各種資料より(公財)日本交通公社作成

(バス高速輸送システム)で途中下車する旅などが紹介された。

●秋田「イメージアップ戦略」と秋田デスティネーションキャンペーンの開催

秋田県では11年3月に「秋田県イメージアップ戦略」を策定し、デザインの力で多くの商品やプロジェクトを成功に導いてきた梅原真氏（梅原デザイン事務所代表）をアドバイザーに、各種事業に取り組んできた。

「あきたびじょん」というキャッチコピーは、秋田という地域に「ビジョン」を持つべきだという思いと、「秋田美人」を掛けた造語で、秋田に残るニッポンの良き農村の豊かさに本質を見いだし、「心地よくその場所を認識する言葉」として、梅原氏が考案したものである。

13年10月～12月にかけて、秋田県全域、青森県弘前市、深浦町、鱒ヶ沢町、岩手県雫石町で開催された「秋田デスティネーションキャンペーン」(以下、秋田DC)でも、梅原氏作の「あきたにしました。」とのキャッチコピーが使われている。「あきたにしました。」には、「震災以後の日本をとらえながら、もういちど日本を考えてみよう！ そのために、(ニッポンがそのままある)「あきた」に行こう！」という深い思いが込められている。

秋田DCでは、秋田が大切に守り、育ててきた豊かな「自然」「食」「温泉」などをテーマに、各エリアの秀逸な素材を活かした旅行商品が企画された他、PRイベントやイベント列車の運行が行われた。また、秋田DCに合わせて、9月には世界的建築家の安藤忠雄氏が設計した「新・秋田県立美術館」が正式オープンし注目を集めた。

秋田DCの実施により、秋田新幹線の利用客や、男鹿・仙北などへの観光客が増加するなど一定の成果が得られた一方で、豪雨で道路が通行止めになった白神や、県南地方では観光客数が伸び悩み、今後の観光振興に課題を残した。

●ふくしまプレデスティネーションキャンペーンの開催

15年4月～6月の「ふくしまデスティネーションキャンペーン」(以下、ふくしまDC)を前に、14年4月～6月、「ふくしまプレデスティネーションキャンペーン」(以下、ふくしまプレDC)が、福島県全域にて、「福が満開、福のしま。」をキャッチフレーズに、花、食、温泉をメインテーマとして開催された。ふくしまプレDCの目的は、DC本番に向けて、観光素材の掘り起こし・磨き上げ、県民の盛り上げ(おもてなし意識の浸透)などにある。

特別企画として、県内の728施設が参加する「福が満開、福のしま。プレゼント&クーポンキャンペーン」や、県内205の花の名所を巡ってスタンプを集めると、抽選で県産品などが当たる「花の王国ふくしまキピタンフラワースタンプラリー」などが実施された。また、おもてなしにも力を入れ、県民みんなでおもてなし缶バッジを着用する運動や観光地を花で飾る取り組みが進められた。

この他、県内の各市町村や観光団体などにより多彩な催しやイベントが繰り広げられた。

15年のDC本番に向けて、全国展開に耐える観光素材(商品)の作り込み、地域が主体となった観光キャンペーンやおもてなしのさらなる実践が求められている。

(川村竜之介・吉澤清良)