

2017年3月16日

## 政策研究レポート

## 被災地における復興ツーリズム振興には何が必要か

内部要因では、人員の不足、商品開発力の不足が課題。外部要因では、災害についての記憶の風化、他の地域との競争激化が課題。

研究開発第2部 兼 観光政策室 研究員 丸川 正吾

観光政策室では、災害が発生した地域におけるツーリズム(当時の状況を見て知るための語り部ツアー、ダークツーリズム、消費を誘発するためのツアー、学習目的のスタディーツアー(修学旅行・企業研修等)、地域の一次産業等支援のためのボランティアツアー等を含む。以下、「復興ツーリズム」とする。)の取組について、アンケート、ヒアリング調査を実施した。

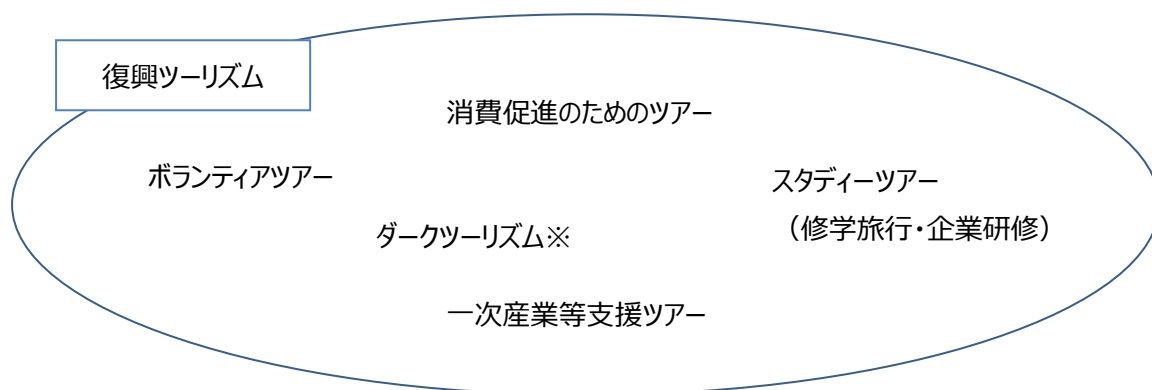
アンケート結果からは、復興ツーリズムを行う旅行事業者・団体が抱える課題として、内部要因では人員の不足や商品開発力の不足等、外部要因では、観光地としての魅力の低下や、他の地域との競争激化等が挙げられた。また、ヒアリングでは、その対策として、日頃から受け入れ態勢の整備を行っておく、リピーターやファンを作り出すための工夫、ニーズに合わせてプログラムを作りこむ、古くからの資源との組み合わせによる魅力づくりを「広域」で実現する、がポイントであることが確認された。

## 1. 調査の趣旨

平成 23(2011)年 3 月に発生した東日本大震災から 6 年が経過するが、その後も、(代表的なものだけでも)台風 26 号による伊豆大島の被災(平成 25(2013)年 10 月)、広島の高雨による土砂災害(平成 26(2014)年 8 月)、御嶽山噴火(平成 26(2014)年 9 月)、関東・東北豪雨(平成 27(2015)年 9 月)、熊本地震(平成 28(2016)年 4 月)、鳥取県中部地震(平成 28(2016)年 10 月)など、多くの自然災害が発生している。

本調査では、東日本大震災の被災地におけるツーリズムを考察することで、災害が発生した地域全般に生かせる取組課題や対応策の示唆を得ることとしたい。

図表 1 復興ツーリズムの概念図(記載は例)



確たる定義は為されていないが、多くの死者が発生した場所や事故などがあった場所を訪れ、そこで起きた事を知り、教訓を得ることで、その記憶を継承する営みの総称。戦跡、津波や震災などの被災地、事故現場等がダークツーリズムの対象とされる。

2. 被災と観光の関係(東北を事例に)

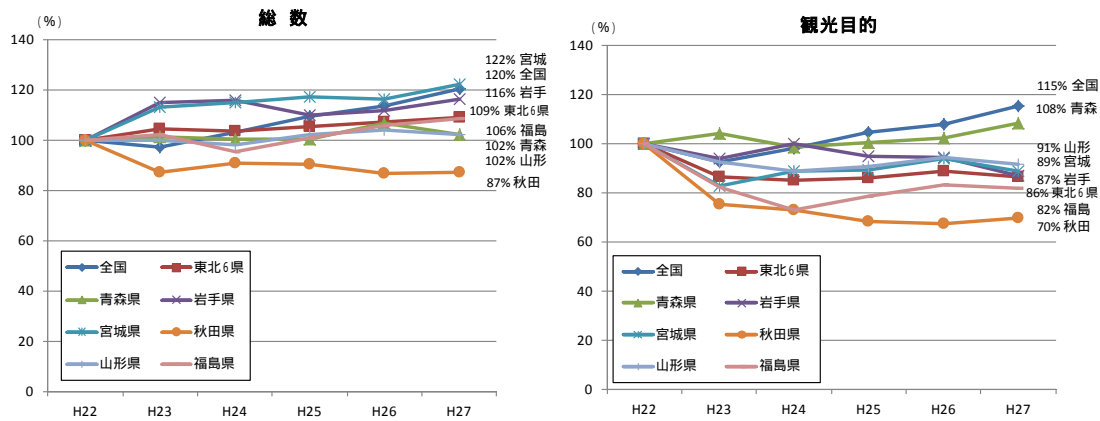
未曾有の大災害であった東日本大震災は、その後の観光の在り方に大きな影響を与えていると考えられるため、この5年における東北のデータをもとに、被災と観光の関係について整理する。

観光目的の宿泊者数は震災前の水準には届いていない

宿泊旅行統計調査によれば、震災前の平成 22(2010)年と比較した場合、総数では平成 27(2015)年時点では東北 6 県のうち秋田を除いた 5 県が震災前の水準まで回復している。それに対して観光目的(観光目的の宿泊客が 50%以上の施設における延べ宿泊者数)では、青森以外の県では震災前の水準までは回復していない。(図表 2)

これは復興事業に伴うビジネス宿泊需要の増加が寄与しているものと推察される。インバウンドの増加等により全国での延べ宿泊者数は大きく伸びている一方で、観光客を受け入れる体制がまだ十分に整っていないことも一因であると推察される。

図表 2 東北各県における延べ宿泊者数の推移(平成22年比)



(資料)観光庁「宿泊旅行統計調査報告」

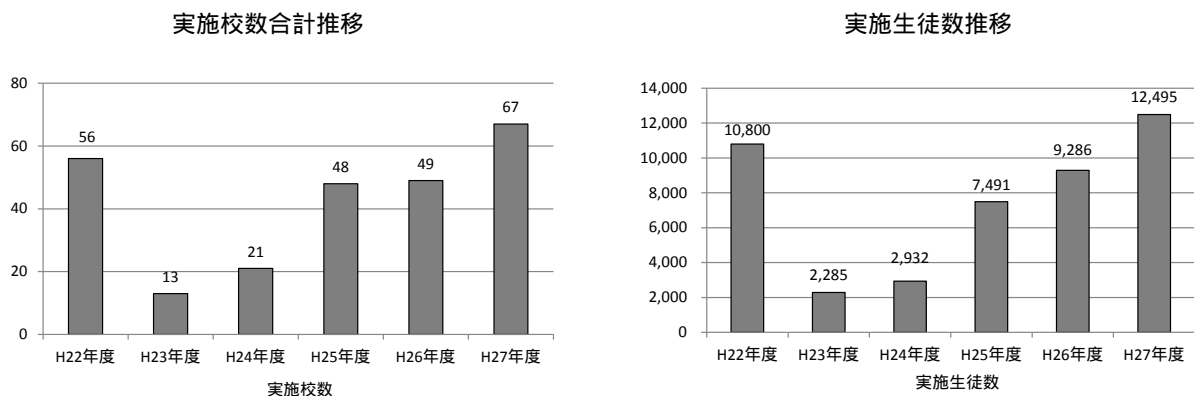
従業員数10人以上の宿泊施設の延べ宿泊者数。

観光目的 = 観光目的の宿泊客が50%以上の施設における延べ宿泊者数

修学旅行は震災前の水準を回復

教育旅行の実施数(公立高等学校の修学旅行)について見てみると、震災直後は教育旅行に限らず、旅行の自粛が広がり、修学旅行についても生徒の安全確保、被災者への配慮等から大きく減少したが、平成 27(2015)年度には実施校数、実施生徒数とも、震災前の水準を超えた回復が見られる。(図表 3)

図表 3 東北への公立高等学校の修学旅行 震災前後の推移



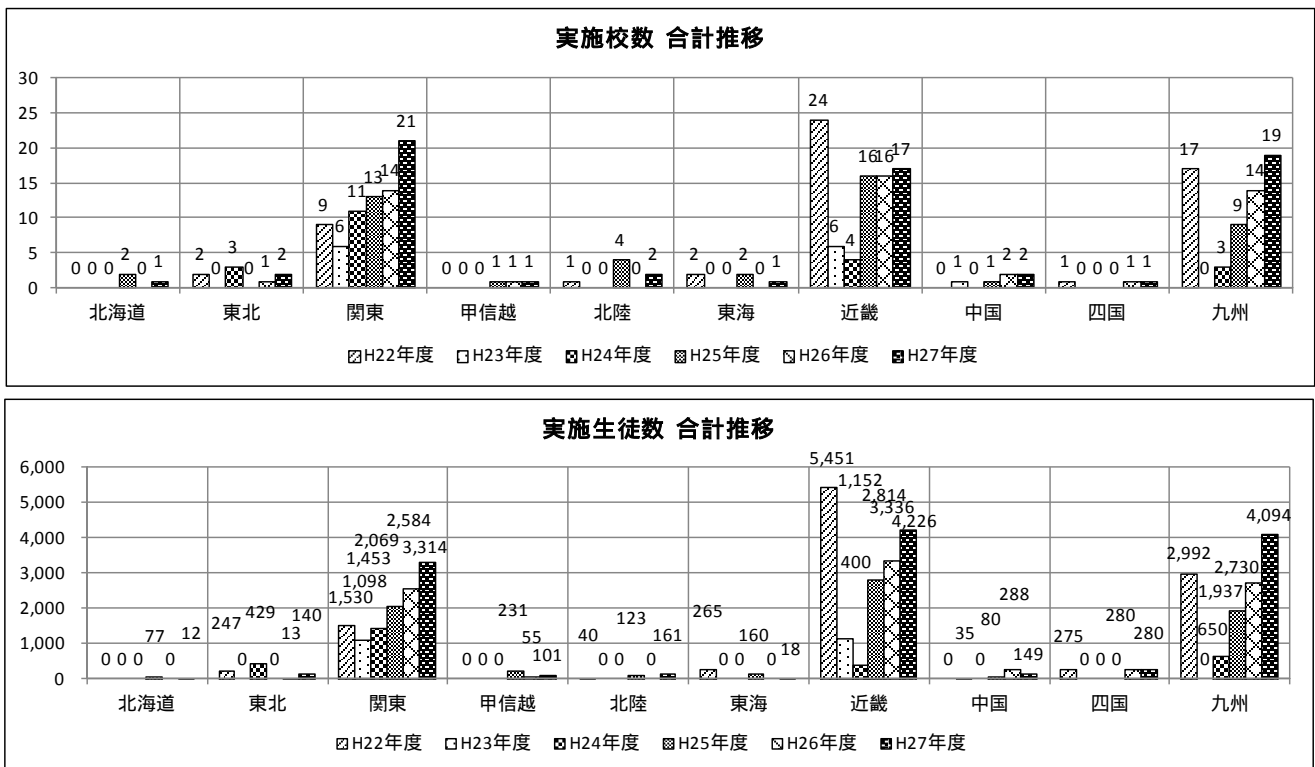
(資料)公益財団法人全国修学旅行研究協会「公立高等学校 修学旅行方面別実施状況」

地域別では関東からの修学旅行が増えている一方、近畿からは減っている

地域別で見ると、東北への修学旅行は近畿、九州、関東が中心であったが、震災後の平成 27(2015)年度を見ると、関東と九州で実施校数・実施生徒数とも震災前の水準を回復している。(図表4)

特に関東においては、震災前の倍の水準になっており、他地域から東北への修学旅行に切り替えている学校が一定数あることが推察される。一方、近畿からの修学旅行は回復傾向にはあるものの、震災前の水準を回復するには至っていない。

図表 4 東北への修学旅行実施校数、実施生徒数(地域別)



(資料) 公益財団法人全国修学旅行研究協会「公立高等学校 修学旅行方面別実施状況」

### 3. 民間事業者等による観光の取組(アンケート調査から)

これらの状況を踏まえたうえで、復興ツーリズムの質的な変化や具体的な取組に焦点を当てるべく、平成 29(2017)年1月13日～27日の期間に全国40の旅行事業者・団体にアンケート調査を実施した(うち、10社・団体から回答があった。回収率25%)。この調査は、復興ツーリズムを実施するにあたっての課題について内部要因と外部要因とに分け、何が目下の課題となっているかを明らかにするとともに、課題への取組としてどのようなことを実施しているかを知ること、ヒアリング調査先を絞り込むことを目的として実施した。

内部要因では、人員の不足、外部要因では、観光地としての魅力の低下、他の地域との競争激化等が課題  
アンケートの結果から、内部要因(社内・団体内)の課題としては、人員の不足や、販路の開拓不足、資金繰りの悪化などが挙げられ、外部要因の課題としては、災害についての記憶の風化や、旅行者のニーズの減少、他の地域との競争激化などが挙げられている。他にも魅力的な観光地が多くある中で、地域ぐるみで差異化を図ることができるが、旅行プログラムの継続のための大きな課題となっていることが推察される。(図表5)

図表 5 旅行事業者・団体の課題(アンケートより)

内部要因(社内・団体内)の課題	外部要因の課題
・人員の不足	・災害についての記憶の風化
・商品開発力の不足	・他の地域との競争激化
・販路の開拓	・旅行者のニーズの減少
・資金繰りの悪化	・補助金等の打ち切り
・社内の組織風土・雰囲気	・旅行者の予算の減少
・後継者の確保	・地域の人口減少
・一時的な人員不足と人員過剰	・地域の方々の記憶の風化
	・旅行者の嗜好の変化

効果のある取組は、顧客ごとのニーズに沿った対応の強化、U・Iターン人材の採用等

アンケートに回答した事業者・団体の具体的な取組において効果があったこととしては、顧客ごとのニーズに沿った対応の強化、外国語対応のためのIターン者の登用、ターゲットの絞り込み、地域内の異業種との連携・役割分担などが挙げられている。(図表6)

図表 6 旅行事業者の取組で効果があったもの(アンケートより)

内容	具体的な取組
顧客ごとのニーズに沿った対応の強化	・お客様のご要望を伺いながら個別に対応 ・英語対応可能とすることで、多様な顧客を獲得
U・Iターン人材の採用	・英語対応の事務局長としてIターン者を登用
地域内への展開	・百貨店とのコラボレーション企画の実施
首都圏等大都市への展開	・大都市からのお試し移住プログラムの実施 ・人材開発に投資できるのは首都圏の大企業が殆ど
新たな業種への展開	・企業研修への特化 ・学習旅行への特化
高齢者の活用	・震災語り部として高齢者を登用

アンケートに回答した事業者・団体の多くは、取組開始時点と比べたときに、旅行プログラムの内容について質的な向上が見られたとしており、その理由は事業を継続する中でノウハウを蓄積することができたこと、被災地の情報をこまめに取り入れて旅行者のニーズに対応できたことだとしている。

また、今後継続的に事業を続けていくうえで必要なことは、資金、メディア露出等の対外発信の活動、付加価値向上に取り組む時間、地域での協力・連携となっている。

#### 4. 復興ツーリズムへの示唆(ヒアリングから)

アンケート結果をもとに、観光事業を行っている5事業者・団体にヒアリングを実施した。その中から、復興ツーリズムを推進するために必要な取組、考え方は以下のとおりであることが確認された。

日頃から受け入れ態勢の整備を行っておく  
 リピーターやファンを作り出すための工夫  
 ニーズに合わせてプログラムを作りこむ  
 古くからの資源との組み合わせによる魅力づくりを「広域」で実現する

日頃から受け入れ態勢の整備を行っておく

##### 【南三陸の教育旅行受け入れの事例】

被災地のツーリズムにフォーカスを当てると、被災後にプログラムを作成したと考えられがちであるが、南三陸町ではグリーンツーリズムが全国的に流行した平成12(2000)年ごろ、廃校になった小学校を改修して民営による廃校校舎利用宿泊施設として全国初の取組をスタートさせた。グリーンツーリズムブームの終わりなどにより、平成16(2004)年には事業改善計画を策定することになったが、その過程で独自の商品開発や情報の発信等の取組に着手していた。

これらの取組によって、被災後もいち早く多くの教育旅行を受け入れる態勢がすでに出来上がっていた。たとえば、民泊を受け入れる家庭を募る仕組みができていたため、100人以上の教育旅行でも対応が可能であり、隣の登米市との連携の仕組みもできていること等が、宮城県でのトップランナーになっている要因である。

##### 【漁村留学・漁村観光を進めるうえでの課題】

被災により就業人口が減り、危機的な三陸の沿岸部で「イマ、ココプロジェクト」(7日間からできる漁村留学)を進めるピースポートセンターいしのまき(宮城県石巻市)では、国内外併せて年間300人超の若者(首都圏、近畿からが多い)を送り込むとともに、体験プログラムを作っている。漁村留学や就業体験で多くの人々を受け入れるためにはトイレや駐車場の整備といった、観光誘客に必須の条件を整える必要が生じてくる。また、課題のひとつとして、受け入れ側の理解も必要だとしている。漁業で得られる収入には変動があり、今までとちがう取組(観光客の受け入れによる交流人口の拡大と販路の拡大)は、その収入の変動を補うために必要だと、受け入れ側が理解すること無しに、取組を進めることは難しい。

これらの事例から、「被災地だから」という理由で観光客を呼ぶのではなく、常に地域の魅力をブラッシュアップし、地域ぐるみで受け入れ環境を整備することで、いつでも受け入れることができる態勢を作っておくことが重要である。

### リピーターやファンを作り出すための工夫

被災後に、語り部体験やダークツーリズムに取り組むだけでは、リピーターやファンを作り出すことは困難である。被災後、今までになかった場所ができ、人材が集まった石巻の市街地では、たとえば、地元の高校生たちが自ら取材・編集して街の魅力を掘り出す「まちなかポスタープロジェクト」や、ファッションの好きな高校生が服のデザインを行って、衣装を自作し、ファッションショーをまちなかで実施する「イシノマキコレクション(マキコレ)」が行われている。

これらについて学びたい北九州市の高校生が修学旅行の行程として石巻を訪れ、まちの変化を知るために、場所の写真を撮って、その場所にキャッチフレーズを付けるというワークショップを実施した(図表7)。このプログラムの狙いは、自ら行動し、考えることによって、学びを修めるといふ本来の旅行の趣旨に合致するものになるだけでなく、先進事例としての石巻に学ぶことで地元を持ち帰って、まちづくりについて考えるきっかけとすることができる点である。(そのため、家が近い生徒が同じグループとなるようにグループが編成されており、旅行終了後もメンバーと継続して考えられるように配慮されている。)

図表 7 いしのまき学校による教育旅行ワークショップ風景



### ニーズに合わせてプログラムを作りこむ

みやぎ観光復興支援センターによれば、当初は語り部のプログラムへのニーズが多かったが、学生に考える機会を与えるワーク形式や交流を取り入れたプログラムへのニーズが多くなっているということである。

社会問題の現場に触れることができるツアーを多く組成し、教育旅行や研修旅行として提供する株式会社 Ridilover(東京都文京区)は岩手県釜石市への一泊二日の教育旅行プログラムを実施している。プログラムの多くの時間はグループワークに充てられており、一次情報を自ら獲得して、生徒同士、また大学生のファシリテーターと議論やロールプレイをすることで、生徒の成長や気づきを促している。

生徒の感想には「想像していたものと現実が違っていた」「学習意識が変わった」「自分もボランティアとしてかかわってみたい」といったものがあり、自主的に考えることで成長することが教育旅行の中心的な価値として教師や保護者にも理解されている。

同じプログラムを提供し続けるのではなく、ツアー参加者のニーズに合わせて内容を変えていくことが、復興ツーリズム継続のための重要な要素となっている。

古くからの資源との組み合わせによる魅力づくりを「広域」で実現する

前述の北九州市の高校生は、東北でのスキー合宿に追加する形で石巻での学びの機会を選択している。自地域に単独で学習旅行や企業研修を呼び寄せるだけの強い魅力やキャパシティが不足している地域であっても、古くからある定番の資源と組み合わせることで、今までにないプログラムを組成できる可能性がある。

宿泊についても、前述の南三陸町のように、近隣自治体と連携する仕組みを作り、生徒を分散させてもリスクを管理できるようにすれば、むしろ大人数一括での受け入れよりも満足度を高めることができ、リピーターの獲得につなげることができる。

以 上

- ご利用に際して -

- 本資料は、信頼できるとされる各種データに基づいて作成されていますが、当社はその正確性、完全性を保証するものではありません。
- また、本資料は、執筆者の見解に基づき作成されたものであり、当社の統一的な見解を示すものではありません。
- 本資料に基づくお客様の決定、行為、及びその結果について、当社は一切の責任を負いません。ご利用にあたっては、お客様ご自身でご判断くださいますようお願い申し上げます。
- 本資料は、著作物であり、著作権法に基づき保護されています。著作権法の定めに従い、引用する際は、必ず出所:三菱UFJリサーチ&コンサルティングと明記してください。
- 本資料の全文または一部を転載・複製する際は著作権者の許諾が必要ですので、当社までご連絡ください。