

3

March
2022

公明

KOMEI

特集

大震災11年。教訓を未来へ

現場に寄り添い、福島の創造的復興を叶える

「仙台防災枠組」の現況と課題

「産官民学金報」連携で復興・創生の加速を

東北の観光資源を育て地域活性化の起爆剤に

平穏への願いが作り出す忘却と対峙せよ

新妻 秀規

小野 裕一

小沢 喜仁

鈴木 勝

関谷 直也

オミクロン株流行 うつさない対策が重要

岩崎 博道

ポストコロナ——

多様性を包摂し社会の深化促す「総合知」

香坂 玲

NATO拡大巡り米口は勝者なき衝突危機に

下斗米 伸夫

GDPに代わる新たな経済指標「新国富」

馬奈木 俊介

<著者が語る>「くじ引き民主主義」

吉田 徹

政治家改革の視点

「議員力」を徹して磨き抜こう

編集部

露骨な党史の改ざん・歪曲の日本共産党<上>

飯竹 憲弘

東北の観光資源を育て 地域活性化の起爆剤に

追い風となる海外の高い評価。震災後の官民連携による賜物

大阪観光大学名誉教授
元・桜美林大学教授
鈴木 勝

「1」はじめに

東日本大震災から丸11年を迎える。政府による「東北6県」のインバウンド目標は「2020年に、延べ外国人宿泊者数150万人泊」であったが、これを1年前倒しで2019年に達成した(図表1)。東北の観光需要を喚起するため官民一体となり、出遅れた訪日客も回復させ、10年を経て観光による地域活性化の基礎がかなり出来上がった。他方、日本人の国内旅行はもう一押しであるが、本格的な観光面で

の伸びはこれからだ。本論では大きな期待がかかるインバウンドに焦点を当て、被災を受けた東北の10年の実績を見つつ、今後の観光活性化に向けてどのように進めばよいかを考えたい。

多言語案内や滞在プランなどの工夫で、受け入れ態勢も整い訪日客は増加した。他方、「東京2020オリンピック・パラリンピック」は観光復興を目指す東北にとって、絶好のチャンスであり世界に向け魅力を発信することになっていた。しかし、新型コロナウイルスの世界的な広がりでその機会が断たれ、

競技などは無観客で実施され期待の効果は得られなかった。さて、今後、観光立国日本の一翼を担う「デスティネーション・東北」はどうすればよいか。「強靱な観光プラットフォーム作り」を目指すべきだと思う。基礎がかなり出来た「東北6県」が中・長期的に志向し進めば、他地域に比肩するほどの実績を挙げられる(図表2)。

「2」東北観光への追い風

近ごろ、矢継ぎ早に海外から「東北」の高い評価が届いている。震災後の東

北の官民の努力の賜物であり、今後、これらの評価を生かせれば東北インバウンドの追い風になる。

さらに、少し先だが「北海道新幹線延伸2030」は、東北にとりメリッとは大きい。

「海外の評価」米国の有力誌「ナショナルジオグラフィック」は、「2020年に訪れるべき25の旅先」で東北を「冒険部門」で選出。東京から鉄道を利用し3時間で行ける原生林、渓谷、

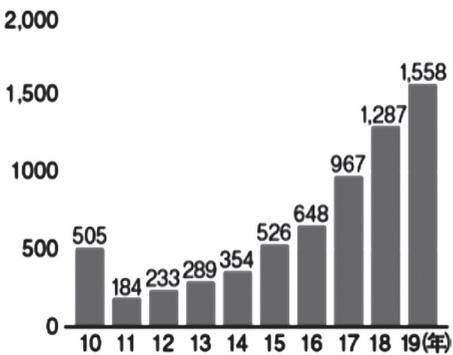
火口湖などの自然、1000年の歴史を持つ寺院や神社、伝統的な祭りが特徴だと紹介した。次に、世界的な旅行ガイドブック「ロンリープラネット」が推薦旅行先ランキング「Best in Travel 2020」で、「東北」を2020年に訪れるべき世界の10地域の3番目に選出。豊かな自然、祭などの文化遺産、アドベンチャー好きの旅行者に好

適な旅行地と評価。また、震災後の観光地や観光インフラの復興なども高く評価した。3番目に、米国の大手旅行誌「コンデナスト・トラベラー」(英国版)の「2022年ベストホリデー・デスティネーション」に、「八戸圏」が選ばれた。「みちのく潮風トレイル」が2019年に開通したが、青森県八戸市から福島県相馬市まで1000kmである。

「世界文化遺産認定」「北海道・北東北の縄文遺跡群」が2021年に世界文化遺産に登録された。登録直後は観光客が増えるが、継続させるのは難しい。17遺跡群が北海道、青森県、岩手県、秋田県と散在状態で緊密な連携での情報発信やプロモーションが欠かせない。

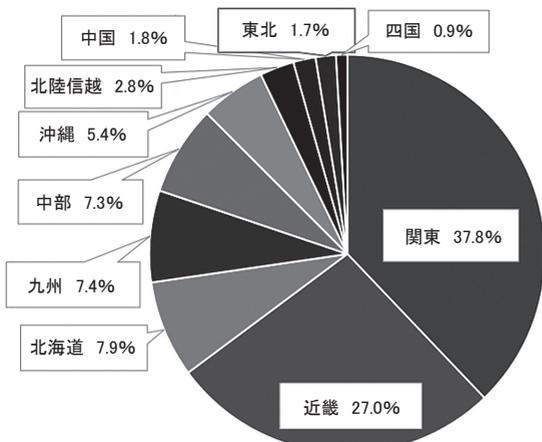
「北海道新幹線延伸」2030年に新幹線が札幌まで延

図表1 東北6県外国人延べ宿泊数推移



資料：トラベルジャーナル(2020.3.16) 単位千人泊

図表2 ブロック別外国人延べ宿泊者割合



資料：国土交通省東北運輸局「訪日プロモーション事業2021年度東北ブロック方針」

図表3 東北の「産・学」比較

項目	自治体数	「産」(旅行者)						「学」(大学)			参考
		1種	2種	3種	地域限定	合計	割合%	観光系学部/学科(数)	割合%	訪日客割合%	
北海道	1	20	124	154	15	313	3.1	7	5.8	7.9	
東北	6	22	238	223	28	511	5.2	10	8.2	1.7	
関東	8	423	1096	2615	38	4172	42.6	38	31.4	37.8	
北陸信越	4	24	264	261	34	583	6.0	10	8.2	2.8	
中部	5	54	308	623	22	1007	10.3	7	5.8	7.3	
近畿	6	66	398	1068	39	1571	16.1	24	19.9	27.0	
中国	5	18	175	214	19	426	4.4	7	5.8	1.8	
四国	4	63	123	111	18	265	2.7	3	2.5	0.9	
九州	7	38	240	444	38	760	7.8	12	9.9	7.4	
沖縄	1	13	56	90	16	175	1.8	3	2.5	5.4	
合計	47	691	3022	5803	267	9783	100.0	121	100.0	100.0	

注1)「旅行者」はJATA日本旅行業協会「数字が語る旅行業2020版」から抜粋。
 注2)「観光系学部/学科(含:隣接分野)」は上記「2018版」(P.101~103)から抜粋。
 注3)「訪日客割合」は2019実績。観光庁宿泊旅行統計/国土交通省東北運輸局2020

売し、きめ細かなオペレーションを行う柔軟な組織だ。デステイネーションは商品開発から考えれば制限はなく、「日本」である。例えば、旅行会社JTBは数年前からDMCへの脱皮を唱えている。日本の旅行会社(図表3:第1~3種、地域限定など)は日本人の海外旅行や国内旅行に重心を置き、インバウンド取扱額は日本全体で5%程度であり東北も同様だ。将来、インバウンドで地域活性化を目指すならば、どうしても東北に「戦略的DMC」が必要である。JTBなどの全国展開の旅行会社と競合になるが、時には協力連携する面もある。東北の日本型DMOでは不可能

な分野、不得手な業務を担う組織である。重点的には「東北」をデステイネーションとしつつも、同時に「東北+首都圏」、「東北+北海道」、「東北+他地域」をビジネス範囲とする。また、政府推奨のビジネスイベント「MIC E」の国際会議やインセンティブツアーに対し、誘致以外に広域の会議前後ツアー手配に力を発揮する。まずは、東北固有の観光コンテンツや得意のマーケットからスタートしたかどうか。東北は「シェア1・7%」(図表2)を大きく超え、北海道、九州に比肩するポテンシャルを持っている。

「関係人口拡大」関係人口とは「移住した定住人口でもなく、観光に来た交流人口でもない、地域や地域の人々と多様に関わる人々」(総務省)である。地域が好きになり、度々訪れる人、地域を喜んで宣伝する人を東北は増やしたい。最近はやりの「ワーケーション」(Work + Vacation 職場と違う場所で

伸される予定だが、この延伸が東北観光の追い風となりそうだ。東京から道南までのルートで、東北での滞在時間の延長につながる可能性が高い。また、陸上に加え、海上のクルーズでも新幹線や航空との組み合わせで、「東北+北海道」の連携の可能性がある。

「3」今後、力を入れたいこと

「東北6県の連携&人材養成」「デステイネーション・東北」では、まず、官民の「日本型DMO(デステイネーション・マーケティング/マネジメント・オーガニゼーション)」の連携が欠かせない。「稼ぐ力を持つ観光地経営組織」に期待したい。東北の広域連携DMO(一社)東北観光振興機構がある。また、各県に数カ所の地域連携DMOがあるが、特に、県や市の横断的な連携が必要だ。東北では、単なる観光よりも教育旅行、産業(モノづくり)観光、アドベンチャーツアー

ズムなどを推進したいが、「東北・観光プラットフォーム」の力が問われる。DMOには様々な経歴の人々がいるが、変化の激しい海外情勢に、いかにスピード感ある政策が出されるかが重要である。この分野はガイドや通訳の数と共に質を高めたい。東北では、自然・文化・歴史などのコンテンツを語るガイド、震災の語り部、エコツアー&ネイチャーガイド、レンジャー、グリーンツーリズム(農林漁村滞在体験)コーディネーター、国際会議通訳などが欠かせない。また、ホテルや旅館、旅行会社などの経営マネジャー、着地型観光プランナーも不足している。東北での大学で、観光マネジメントやホスピタリティ教育は足りていないだろうか。残念ながら、多様な観光専門家が必要とされるが教員も学生も少ない。近年、首都圏や関西圏の観光系大学が増加している。加えて、最近、表面に現れない観光教育がある。大学

の「経済学部」や「経営学部」などが「観光経済論」や「地域観光論」を取り入れる実態だ。その結果、観光協会などが主催する「観光論文」や「観光まちづくり」コンテストで優秀賞を受けるゼミや学生には、「経済学部」や「経営学部」出身が多い。また、コロナ禍の2021年4月に、関西圏(兵庫県豊岡市)に公立「芸術文化観光専門職大学」が開学した。今後、「東北・観光プラットフォーム作り」には、観光系大学を増やす強靱化を第一義的にするが、一般大学で観光科目をカリキュラムに入れる手法も提案したい。

「戦略的DMCの構築」近年、「日本型DMO」が観光振興の司令塔として期待されているが、公的な補助金や出向人事もあり「デステイネーション」や「事業」は限定される。この組織に対し、「観光マネジメント会社(DMCデステイネーション・マネジメント・カンパニー)」があるが、その会社に

働きつつ休暇取得する仕組み)や「ロングステイ(長期滞在)」もそうだ。

地域での気軽な交流会や互いに往来しやすい二次交通の整備などもポイントだ。

震災5カ月後のこと、学生15人と「観光ボランティア」で仙台へ行った。東北学院大学の災害ボランティアセンターの好意で大学に泊まり、活動を仙台商工会議所に依頼した。現場は「仙台七夕祭り」で2011年以降も毎年継続した(現在、大学で形態を替えボランティアを実施中)。ところで、首都圏や関西に観光や地域活性化に関心を持つ学生が多い。東北6県、DMOやDMCは大学に連携を呼び掛けたらどうか。ボランティア以外にも、交流会、インターンシップなどがある。若い世代が魅力を感じる森林・林業の創造に向けて「みやぎ森林・林業未来創造カレッジ」が2022年に完成する予定だが、全国の観光系大学や学生が関心

を示しそうである。

「国際着地型ツアー」世界中の参加者を集め、現地で集合、現地で解散するツアーがある。イギリスのある旅行会社は「JAPAN BONSAI TOUR」を毎年、催行している。ロンドン発だが世界の都市から参加できる。専門的には「ランド・オンリー(LAND ONLY)」ツアーと呼ばれ、「東京集合&解散」だ。行程は「東京↓京都↓奈良↓岡山↓東京10日間」で国風盆栽展、大宮盆栽ビレッジ、岡山後楽園が含まれる。一般的には日本の旅行会社が作るべきもの。この種のツアーはオーストラリアで多い。アボリジニの聖地エアーズロック(ウルル)などを組み込む「キャンピング・ツアー」だ。例えば、東北のアドベンチャーや酒蔵巡りなどをテーマにし、「戦略的DMC」が催行すれば「東北+他地域」を種々企画することができ。「みちのく潮風トレイル」も魅力的な素材となる。

「ラスト・ミニッツ(間際)戦略」

「間際」訪日客に東北はうまく対応しているだろうか。もっと工夫が必要でないか。旅行の個人化でインターネット予約が激増中だが、今後、積極的に販売するシステムを作りたい。海外に出向き宣伝もいいが「足元」の販売が見落とされている。「東北ツアー首都圏販売」を提案したい。「旅ナカ」販売だ。インターネットで「東北ラスト・ミニッツ商品」を販売する一方、羽田、成田、浅草などで「TOHOKU cafe」を営業し販売する手法がある。東京に多くある「東北アンテナショップ」を生かせないか。また、観光案内所、外国人の多いホテルのコンシェルジュや留学生へのセールス活動もある。時には東北モニターツアーで招いたらどうか。まず手始めに、Shinkansenと言えば東海道だが、「TOHOKU新幹線」をもっと宣伝すればラスト・ミニッツで東北に誘致できる。

「東北観光と越境EC」最近、「越境EC」が盛んだ。まず、「越境EC」とは何か。「国境を超えたECサイト取引で海外消費者に国内商品を販売すること」であり、コロナ禍の現在、地域特産の物流面で地域を元気にさせ、収束後には訪日客誘致を図れること。従来、インバウンド効果は「旅行中の消費高」、「地域経済への波及」、「宿泊業への投資」が前面に出てきた。しかし、現在、「越境EC」で官民が動いている。青森県の越境ECは台湾向けにスタートし、アメリカ、香港、イギリスなどで旅行前後で販売する。(リングなど)青森の魅力を知っている

ただき、将来的にはぜひ青森を訪れていただければ」と県担当者は語る。青森県以外でも東北各県で動き始めている。ポストコロナ期は「観光リピーター」&「越境ECリピーター購入者」の両面で、地域活性化の機会が広がる。「国際観光研修ビジネスの受注」外務省、JICA、観光庁などのODA観光業務に関係を持ちたい。教員時代に、政府の海外専門家研修で講師を務め、イラン観光専門家、ラオス政府・国会議員、中央アジア観光産業、中国内陸部やロシア極東部の観光関係者などと接点があった。各省庁の研修実施の際、公募入札があるが東北として参

すずき・まゆる

1967年、早大卒。日本交通公社(現JTB)入社。シドニー支店(開設)次長や北京事務所長、JTBワールド取締役アジア部長などを経て2000年退社。同年、大阪観光大学助教授、02年教授、08年、名誉教授。08年〜15年まで桜美林大学教授。国連世界観光機関・観光専門家委員。釧路湿原美術館副理事長。専門は国際観光振興論。主著に「観光学オピニオンシリーズ全5巻」(NC「ユニケーションズ」)。



[4] 結び

東北には世界に誇れる観光コンテンツがますます増えている。今後、自分の地域に適した訪日客やマーケットを探したい。ポストコロナ期の活性化には、観光関係者をはじめ東北の人々が海外にもっと足を運び、世界の実態を知ることが必要だ。海外で得た知見と東北の「おもてなし」を備えれば、東北のインバウンドはさらに推進されることは間違いない。