

インバウンド後進地からの脱却 ～魅力ある観光地域づくりの促進～

地域政策コンサルティンググループ

研究顧問 石田 照雄
主任研究員 大森 綾信

■2016年に入っての東北観光の動向

東北地方創生の礎となる観光活性化をテーマに、第1回目は「東北観光の現状と課題、取組の方向性」についての考察を行い、第2回目は東北観光推進に携わる関係者座談会を開催、「東北観光の現在地、隘路、今後の展望」についての議論を著した。そして新年に入り、本特集もいよいよ最終回を迎えた。表題に入る前に、16年に入っての東北観光動向の概括から始める。

【16年（1～9月）の国内旅行の概観】

（1）国内旅行全般の動向

16年に入って9月までの総延べ宿泊者数は37,168万人で、前年同期比602万人減（1.6％減）となった。15年1～9月には前年同期比1,611万人増（49.7％増）の驚異的伸びを示した外国人延べ宿泊者数は、16年1～9月は566万人増（11.7％増）に留まり、前年同期比1,168万人減（3.5％減）と大きく落ち込んだ日本人延べ宿泊者数減をカバーできなかった。（図表1）

（2）日本人の国内旅行動向

16年（1～9月）延べ宿泊者数は31,745万人で、北海道・沖縄を除く全域で前年を下回り、前年同期比3.5％減（1,168万人減）と再び減少に転じた。日本列島を襲った記録的な暖冬、地震、火山、台風、豪雨等異常気象により旅行環境が著しく悪化したことに加え、増効果要因（消費税増税落ち込みの反動増、円安等による海外から国内旅行へのシフト傾向の継続、ゴールデンウィーク・シルバーウィーク日並びの良さ、北陸新幹線開通、ふるさと旅行券施策効果等）の減少に起因する。（図表2）

（3）訪日外国人の旅行動向

LCCの路線拡大、燃油値下がりによる航空運賃の低下、継続した円安基調がもたらした訪日旅行の割安感、

ビザ発給要件の緩和・消費免税制度の拡充などの政府施策等が重なり、15年（1～10月）の訪日外客数は1,632万人と、前年同期比48.2％増（531万人増）の驚異的伸びを示した。しかし、16年（1～10月）の訪日外客数は2,011万人で、前年同期比23.3％増（380万人増）に減速した。前年増加人員の43％を占めた中国からの訪日が大きく減速（伸び率112.9％→28.7％。増加人員227万人→123万人）したことが大きい。一方、中国以外の地域においては、台湾を除き強弱あるものの堅調な伸びを示している。2か月を余して、政府目標「2,000万人」を達成しており、年間では2,400万人に達するものと思われる。（図表4）

16年（1～9月）の延べ宿泊者数は、円高による節約志向、外国クルーズ船寄港の大幅増（前年同期比50％増の1,176回）等が重なり、訪日外客数の伸び23.3％を下回る11.7％増（566万人増）の5,423万人に留まった。なお、3大都市圏を除く地方での宿泊者数構成比は14年35.5％、15年38.3％、16年（1～9月）40.3％と地方への分散は徐々に進んでいる。（3大都市圏：東京、神奈川、千葉、埼玉、愛知、大阪、京都、兵庫）（図表3）

【16年（1～9月）の東北旅行の概観】

16年（1～9月）の総延べ宿泊者数は2,956万人で、前年同期比7.3％減（234万人減）と一転して大幅に落ち込んだ。

日本人延べ宿泊者数は2,908万人で、前年同期比全国平均3.5％減を大きく上回る7.6％の大幅減（240万人減）で推移している。暖冬・台風・豪雨等の異常気象による旅行環境の悪化と、東北各県が競って展開したふるさと旅行券の反動が主たる減少要因といえる。しかし、北海道・沖縄では前年を上回っていること、また、関東を除くすべての地域より東北の減少幅が大きくなっていることを注視して、活性化方策を講ずる必要がある。

外国人延べ宿泊者数は47万人で、全国平均前年同期

比11.7％増を上回る16.6％増（6.7万人増）で推移している。しかし、東北地区同様ゴールデンルートから外れている北陸信越・中国・四国・沖縄地区においては、20％～40％の伸びを示していることを注視して、日本人国内旅行同様、活性化方策を急ぎ講ずる必要がある。県別に見ると図表5に示した通り、青森県が37.3％、福島県が52.8％増と大きな伸びを示したが、東北の全国に対するシェアは相変わらず1％未満で（図表3）、

依然としてインバウンド後進地の現況に変わらない。

■「世界がそして日本が訪れたい東北」の実現に向けて

前項で再確認された喫緊の課題「日本人旅行者の減少局面の打開およびインバウンド後進地からの脱却」を図るためには、「本特集第1回」で著した活性化取組の大まかな方向性並びに「本特集第2回」の関係者

図表1 地域別総延べ宿泊者数 (万人、％)

	2014年	2015年				2016年		
	年 間	年 間	前年増減率	1～9月	構成比	1～9月	前年増減率	構成比
全 国	47,350	50,408	6.5	37,770	100.0	37,168	▲ 1.6	100.0
北 海 道	3,098	3,259	5.2	2,486	6.6	2,648	6.5	7.1
東 北	4,138	4,289	3.6	3,189	8.4	2,956	▲ 7.3	8.0
関 東	12,998	13,834	6.4	10,383	27.5	10,153	▲ 2.2	27.3
北陸信越	3,854	4,219	9.5	3,232	8.6	3,068	▲ 5.1	8.3
中 部	5,510	5,955	8.1	4,448	11.8	4,366	▲ 1.8	11.7
近 畿	7,047	7,547	7.1	5,581	14.8	5,597	0.3	15.1
中 国	2,471	2,584	4.6	1,920	5.1	1,904	▲ 0.8	5.1
四 国	1,283	1,298	1.2	982	2.6	959	▲ 2.4	2.6
九 州	4,937	5,415	9.7	4,013	10.6	3,783	▲ 5.7	10.2
沖 縄	2,014	2,006	▲ 0.4	1,534	4.1	1,734	13.1	4.7

出典：宿泊旅行統計調査（観光庁）を基に作成 ※単位以下四捨五入、以下同様

図表2 地域別日本人延べ宿泊者数 (万人、％)

	2014年	2015年				2016年		
	年 間	年 間	前年増減率	1～9月	構成比	1～9月	前年増減率	構成比
全 国	42,868	43,846	2.3	32,913	100.0	31,745	▲ 3.5	100.0
北 海 道	2,709	2,695	▲ 0.5	2,071	6.3	2,126	2.7	6.7
東 北	4,098	4,228	3.2	3,149	9.6	2,908	▲ 7.6	9.2
関 東	11,127	11,312	1.7	8,492	25.8	8,173	▲ 3.8	25.7
北陸信越	3,725	4,026	8.1	3,087	9.4	2,893	▲ 6.3	9.1
中 部	5,202	5,409	4.0	4,037	12.3	3,950	▲ 2.1	12.4
近 畿	5,962	5,955	▲ 0.1	4,405	13.4	4,244	▲ 3.7	13.4
中 国	2,402	2,468	2.7	1,836	5.6	1,800	▲ 2.0	5.7
四 国	1,255	1,254	▲ 0.0	951	2.9	914	▲ 3.9	2.9
九 州	4,613	4,862	5.4	3,624	11.0	3,364	▲ 7.2	10.6
沖 縄	1,775	1,638	▲ 7.7	1,262	3.8	1,372	8.8	4.3

出典：宿泊旅行統計調査（観光庁）を基に作成

図表3 地域別外国人延べ宿泊者数 (千人、％)

	2014年	2015年				2016年		
	年 間	年 間	前年増減率	1～9月	構成比	1～9月	前年増減率	構成比
全 国	44,825	65,615	46.4	48,565	100.0	54,228	11.7	100.0
北 海 道	3,891	5,641	45.0	4,152	8.6	5,220	25.7	9.6
東 北	402	608	51.2	404	0.8	471	16.4	0.9
関 東	18,709	25,221	34.8	18,908	38.9	19,799	4.7	36.5
北陸信越	1,286	1,935	50.4	1,450	3.0	1,745	20.4	3.2
中 部	3,084	5,465	77.2	4,116	8.5	4,162	1.1	7.7
近 畿	10,850	15,922	46.7	11,760	24.2	13,529	15.0	24.9
中 国	689	1,167	69.3	842	1.7	1,044	24.0	1.9
四 国	281	442	56.9	317	0.7	447	41.0	0.8
九 州	3,244	5,529	70.5	3,892	8.0	4,187	7.6	7.7
沖 縄	2,389	3,685	54.3	2,724	5.6	3,624	33.0	6.7

出典：宿泊旅行統計調査（観光庁）を基に作成

座談会での議論でも示された通り、東北が一体感を持ち、観光組織体をはじめオール東北で共有された活性化取組が強く望まれるところである。

そのためには、すでに示されている「東北観光アドバイザー会議」の提言をベンチマークとして共有し、

「東北観光推進機構」を中心に始められた取組、仕組みづくりを推進するとともに、何よりも各地の観光拠点地域ごとの受入体制の強化が必要である。

そして、一刻も早く、成功事例を作り、それをテコにブレーク・スルーしていくことが肝要と考える。

図表 4 訪日外客数の推移(各年 1 ～10月)

	2014年	2015年	伸率(%)	2016年	伸率(%)
総 数	11,008,967	16,316,729	48.2	20,112,950	23.3
韓 国	2,245,381	3,226,594	43.7	4,169,039	29.2
中 国	2,011,723	4,283,705	112.9	5,512,724	28.7
台 湾	2,381,315	3,114,765	30.8	3,588,051	15.2
香 港	734,488	1,236,091	68.3	1,497,057	21.1
タ イ	513,282	627,108	22.2	724,777	15.6
シンガポール	153,432	203,577	32.7	242,630	19.2
マレーシア	182,534	215,702	18.2	286,546	32.8
インドネシア	123,588	161,574	30.7	208,212	28.9
フィリピン	146,461	211,239	44.2	276,513	30.9
ベトナム	105,953	160,459	51.4	202,639	26.3
インド	73,595	86,892	18.1	104,321	20.1
英 国	184,678	217,501	17.8	248,152	14.1
フランス	152,313	183,696	20.6	220,515	20.0
ドイツ	118,374	137,684	16.3	157,244	14.2
イタリア	67,420	87,583	29.9	102,269	16.8
ロシア	53,968	44,859	- 16.9	45,478	1.4
スペイン	53,043	67,301	26.9	79,928	18.8
米 国	744,886	854,639	14.7	1,033,934	21.0
カナダ	148,989	188,623	26.6	224,497	19.0
豪 州	242,892	297,253	22.4	360,587	21.3
その他	570,652	709,884	24.4	827,837	16.6

出典：日本政府観光局（JNTO）

図表 5 東北地域の県別宿泊者数の推移

	2014年	2015年				2016年			
	年 間	年 間	前年増減率	1 ～ 9 月	構成比	1 ～ 9 月	前年増減率	構成比	
東北計	41,381	42,887	3.6	31,892	100.0	29,555	▲ 7.3	100.0	
日本人	40,979	42,279	3.2	31,488	98.7	29,084	▲ 7.6	98.4	
外国人	402	608	51.2	404	1.3	471	16.6	1.6	
青森県	4,511	5,006	11.0	3,699	100.0	3,456	▲ 6.6	100.0	
日本人	4,437	4,887	10.1	3,624	98.0	3,354	▲ 7.5	97.0	
外国人	74	119	60.8	75	2.0	103	37.3	3.0	
岩手県	5,889	6,156	4.5	4,563	100.0	4,545	▲ 0.4	100.0	
日本人	5,812	6,050	4.1	4,495	98.5	4,471	▲ 0.5	98.4	
外国人	77	106	37.7	68	1.5	74	8.8	1.6	
宮城県	10,260	10,821	5.5	7,998	100.0	7,425	▲ 7.2	100.0	
日本人	10,143	10,630	4.8	7,866	98.3	7,289	▲ 7.3	98.2	
外国人	117	191	63.2	132	1.7	137	3.8	1.8	
秋田県	3,761	3,457	▲ 8.1	2,595	100.0	2,487	▲ 4.2	100.0	
日本人	3,720	3,397	▲ 8.7	2,555	98.5	2,448	▲ 4.2	98.4	
外国人	42	60	42.9	39	1.5	39	0.0	1.6	
山形県	5,899	5,973	1.3	4,492	100.0	4,010	▲ 10.7	100.0	
日本人	5,850	5,898	0.8	4,438	98.8	3,946	▲ 11.1	98.4	
外国人	48	76	58.3	54	1.2	63	16.7	1.6	
福島県	11,061	11,473	3.7	8,545	100.0	7,632	▲ 10.7	100.0	
日本人	11,017	11,417	3.6	8,509	99.6	7,577	▲ 11.0	99.3	
外国人	44	56	27.3	36	0.4	55	52.8	0.7	

出典：宿泊旅行統計調査（観光庁）を基に作成

(1)「東北観光アドバイザー会議」からの提言

16年 1 月、「東北観光復興元年」として、東北観光促進取組の強化に向け、官民の有識者の意見を聞くことを目的として「東北観光アドバイザー会議」が復興庁に設置された。そして 4 月に、官民が連携して進めていくべき東北観光復興取組の方向性について提言が

なされた。官民個々の戦略でなく、オール東北で「東北観光アドバイザー会議の提言」を活性化取組のベンチマークとして共有し「世界がそして日本が訪れたくなる東北」の早期実現を図っていくべきと料する。「東北観光アドバイザー会議」の提言概要（東北観光推進機構まとめ）は以下の通りである。

①東北のブランドイメージの創出～スター観光地の発掘・育成～

- ・ニセコ、白馬に並ぶ第 3 のスノーリゾートとしてブランド化
- ・雪を突破口としつつ、温泉、桜、新緑、紅葉、祭りなどブランドの複層化、通年での旅行需要の創出
- ・観光復興予算等を活用し、観光地域づくりやプロモーション等を官民連携して集中的・重点的に展開

②受入体制強化～成功事例の創出と受入機運の醸成～

- ・東北観光推進機構を中心とした広域観光周遊ルートの強化
- ・北海道、関東のブランドの活用や、北海道新幹線沿線での途中下車観光の充実
- ・古民家を活用したファームステイなど、住民との日常生活レベルでの交流のある観光地域づくり

③「学びの場」としての魅力づくり～将来の観光を見据える～

- ・農林漁業体験やアウトドアのアクティビティなど教育旅行の幅広いニーズに応えるコンテンツ整備
- ・震災復興等のスタディツアーの実施や会議等の誘致により、当該分野の先端地域としてのブランド力を構築
- ・海外との学校間交流の促進などあらゆる交流機会の活用

④仙台空港を中心としたゲートウェイ機能強化～3 つのゲートウェイと立体観光～

- ・LCC拠点化等の仙台空港のゲートウェイ機能強化。仙台と北は函館、南は成田・羽田からのルート構築
- ・空路、陸路に次ぐ第 3 のルートとしてのクルーズ船誘致
- ・仙台周辺地域を「復興拠点都市圏」として重点支援し、その成功モデルを東北の各都市に普及・展開

⑤効果的プロモーション～広域プロモーションの強化・影響力のある者の活用～

- ・海外の市場に影響力のある著名人やブロガーを通じた発言
- ・5 年間で2,000 人規模の海外旅行会社等の招請
- ・G 7 伊勢志摩サミットや関係閣僚会合でのグローバルメディアを活用した魅力発信やエクスカージョンの実施

⑥風評被害等震災の影響の払拭～市場ごとに風評被害の程度を見極め～

- ・風評被害が特に強い国・地域への粘り強い情報発信
- ・外国人の来訪意欲を掻き立てるよう観光地としての魅力を提示
- ・姉妹都市交流、学術交流など、観光に限らない訪問機会の創出
- ・特に風評被害が強く残る福島については、PTA 等に対するファムトリップの実施等教育旅行の強化

⑦観光先進地への新たな試み～全国のモデルを目指す～

- ・「戻す」のではなく、「新たに創り出す」ことにより、観光先進地を目指す新たな試みの実施
- ・インターナショナルスクールや留学生向け教育旅行の開発
- ・東北を知り東北を愛する地域密着型ガイドの養成
- ・東北の魅力がいきる個人旅行者向け商品の開発

⑧持続可能な仕組づくり～長期的な取組が不可欠～

- ・JNTO や東北観光推進機構が中心となったプロモーションと、地域がイニシアティブをとる受入体制強化の役割分担
- ・広域的に連携した取組への東北観光復興対策金の重点的な配分や観光先進地を目指す民間の新たな試みの支援
- ・観光分野での新たなビジネス創出にリスクマネーを供給する民間主導の東北観光ファンドの設置

(2)「東北観光推進機構」による取組

「第2回東北観光座談会」で著したように、東北の誘客拡大に向けて、東北観光推進機構は、JTB他大手旅行業者・地域内観光組織体等と連携し、前記した「東北観光アドバイザー会議」の提言に沿って、「政府目標2020年までに東北6県で150万人泊」達成に向かって下記の取組・仕組づくりを始めている。

①東北ならではの広域観光ルート形成および強化

「第1回東北の観光」に記載した観光庁認定モデル3コース（東北周遊ルート・東北日本海ルート・東北三陸ルート）に加え、新たに東北中央ルート（触って見える東北・自然文化体感コース）、北東北ルート（東北の歴史文化満喫コース）、南東北ルート（東北の食・堪能コース）を策定、東北ならではの四季ごとにテーマ性のある観光コンテンツを組み込んだ。そして、16年度内に下記3項目を実施、5年間のPDCAサイクルで周遊ルートを形成することとしている。

- ・JRフリーパス利用促進・高速バスフリー周遊促進・レンタカーツーリズム等の「受入態勢整備」
- ・多言語ウェブサイトを海外媒体の活用・海外プロモーション等の「情報発信」
- ・滞在型コンテンツ・テーマ性に富んだ体験型・広域周遊コンテンツの充実

②仙台空港をゲートウェイに立体観光を推進

民営化を機に国際線就航路線の増加を図る。（6月台湾LCCタイガーエアライン週4便新規就航。10月台湾エバー航空2便復活）仙台空港の東北へのゲートウェイ化（ハブ化）、青森・秋田空港等その他空港の観光拠点化を促進する。そしてエアラインネットワークを通して仙台から海外各都市・国内各空港への往来、新幹線ネットワークを通して仙台から東北内各都市・東京・函館への往来を促進する。

③各関係団体と連携した海外観光客誘客促進の取組

- ・「ビジットジャパン地方連携事業」による海外プロモーションの実施
- ・「JNTO東北地方へのインバウンド推進による観光復興事業」との連携
- ・海外情報拠点との連携JNTO・自治体・JR海外事務所との連携強化
- ・東北観光推進機構上海・シンガポールサポートデスク強化
- ・JR東日本訪日旅行センター（成田・羽田空港、東京・新宿駅）との連携強化

④国内観光促進の取組

- ・「復興の軌跡」を新たな観光資源に、復興ツーリズムの推進
- ・防災・民泊・体験等を武器に、東北各県・JR各社と連携した修学旅行誘客活動の展開

(3)「観光拠点地域」ごとの受入体制強化の必要性

しかしながら、「東北観光復興アドバイザー会議提言」の実現には、前記「東北観光推進機構を中心とした取組」に並行して、東北各地の観光拠点地域がイニシアティブをとる受入体制強化が欠かせない。そのためは、地域の観光組織体が地域全体を巻き込んだ魅力ある商品の造成と提供を行うことが肝要である。そして、それらの商品をJNTO・東北観光推進機構・大手旅行会社等と連携して複層的・重層的に国内外に情報発信出来る持続可能な観光経営体（日本版DMO他）へと高度化し、大きな役割を果たしていくことが望まれる。

このような状況の下、政府は「明日の日本を支える観光ビジョン」において、「2020年までに世界水準DMOを全国に100組織形成する」という目標を掲げ、その取組支援を進めている。2015年12月に始まった日本版DMOの候補法人の登録は、この1年あまりで当初の24法人から111法人（2016年11月2日現在）まで増加、活発化している。このうち、東北においても11件登録されたところであり、国内外からの東北への誘客に向けて、インバウンド後進地からの脱却に向けて、これからの活動に期待したい。

■山形版DMOの取組と課題

さて、登録件数では既に目標に達している状況となっているなか、登録された法人においては、いかにエッジの効いた企画を立案して国の支援を得るか、そのための組織体制の確立と実効性や継続性の担保が課題となってくる。現時点では日本版DMOとしての取組が始まったばかりということもあり、モデルケースといえる法人はそう多くはない。

ここで、ケーススタディとして、山形市、上山市および天童市の三市が連携して取り組む『山形版DMO』をみてみたい。

山形市、上山市および天童市では、2015年12月に『山形・上山・天童三市連携観光地域づくり推進協議会』

を設立。2016年2月26日には日本版DMO候補法人として登録されている。協議会内には「企画」、「DMC設立」、「旅行商品造成」および「情報・システム」の4つの部会を立ち上げ、国の地方創生関係の交付金を活用して各種事業を展開してきている。2016年度は大きく3つの事業に取り組んでいる。1つ目は「DMO運営事業」で、各種データに基づく観光戦略の企画立案に向け、観光統計の調査事業を実施して観光消費額、リピーター率などのデータ収集を行っているほか、株式会社設立に向けた準備を進めている。2つ目は「受入体制構築事業」で、宿泊施設・交通機関・商店街・農業関係者など多様な産業の連携構築や、人材育成などを進めている。2016年11月には、市内の営農組合と連携して農業体験のモニターツアーを実施して、8日間で694人を受け入れた。関係者は課題とともに手ごたえも感じているという。このほか、インバウンド向けの情報発信事業にも積極的に取り組んでいる。3つ目は「誘客推進事業」で、インバウンド対策として、スマートフォンアプリによる受付・受注・手配・精算等の決済機能のワンストップ化を目指しているほか、仙台空港から山形への直行バスの運行を目指している。

また、2016年度内に「（仮称）株式会社DMCやまがた」を設立し、いずれはこの株式会社が地域内の観光資源のマーケティング・ブランディング・プロモーションを担い、観光客集客事業、サービスの品質管理、観光戦略立案や事業計画のマネジメント機能を兼ね備え、販売・申込・受注・手配・精算業務などを行うことと

している。事務局では、5年後に株式会社がしっかり自立できるよう、国の支援を投資していきたいと考えている。

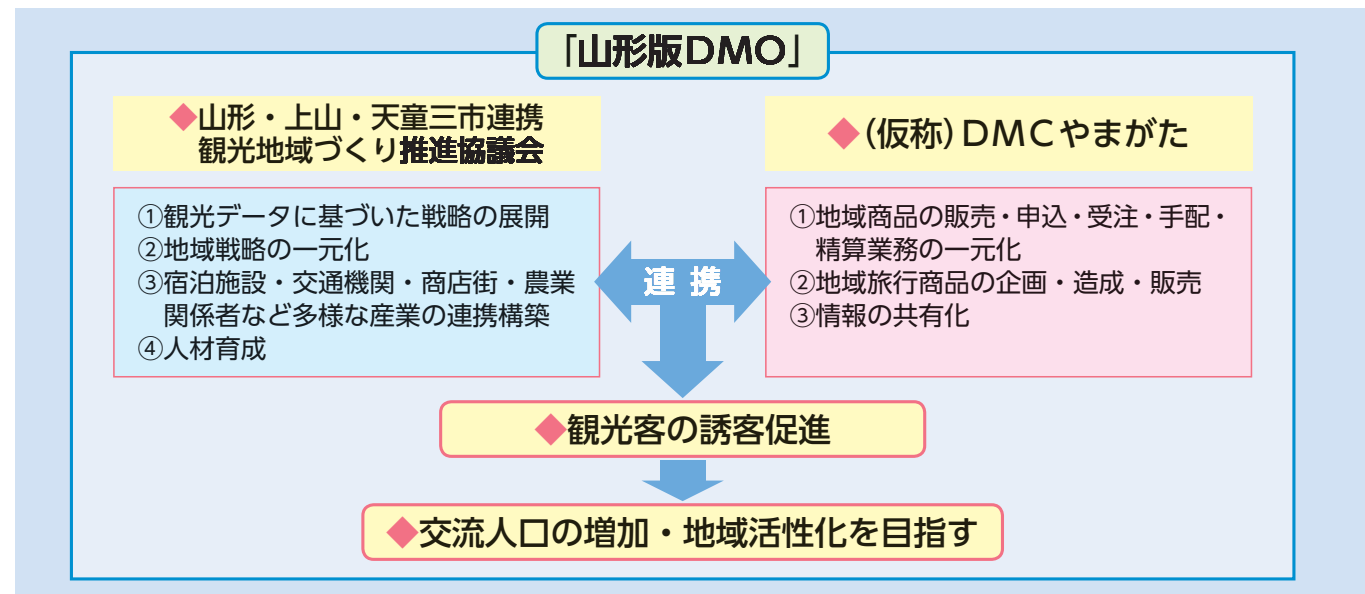
この株式会社と前述した推進協議会はいわば車の両輪であり、両者が連携して観光客の誘客促進に取り組むことにより、交流人口の増加を地域の活性化につなげていくことを目指している — というのが『山形版DMO』の概略である。

以上のように、『山形版DMO』としても取組の半ばであり、まだ具体的成果を提示できるまでには至っていない。しかしながら、日本版DMO形成の肝といえる地域の主体的な意図により集客を図るマーケティング機能と、データに基づいてPDCAサイクルを回す仕組みが構築されつつあることが確認できる。そして、地域内でこれからの観光地経営をどのように進めていくべきかを議論する場ができ、各種試みが行われていることこそ、地域にとって大きな一歩となっているものと考えらる。

一方で、マーケティングやブランディングに関するノウハウを持つ専門人材の確保のほか、その人材が継続的に活動できる安定的な自主財源の確保、いわゆる「稼ぐ手段」の確立が今後の大きな課題といえるだろう。

いずれにしても、DMOの取組は、地域の人々が、旅行者を受け入れることによって、自分たちの地域の価値に改めて気づき、見直すきっかけにもつながってくるものである。今後の『山形版DMO』の取組に大いに期待したい。

図表6 「山形版DMO」の概念図



出典：やまがた市議会報