

熊本地震からの九州観光復興に向けて ～ “トリプルボランティア” と “魅せる修復” ～

<要旨>

この度の平成28年熊本地震により被災された皆様方に、心よりお見舞い申し上げます。

- 本レポートは、東日本大震災など過去における国内外の大地震発生後の観光客数の動向や、復興に向けた取り組みを紹介することで、熊本地震からの復興への示唆を得んとするものである。
- 2016年4月14日、16日に発生した平成28年熊本地震では、熊本のシンボルである熊本城の損壊や南阿蘇地区のインフラ寸断など、地域の観光資源が多大なダメージを受けた。これらの観光資源が受けた被害の復旧、復興には長期間かかるとの声もあるが、地域経済への影響を鑑みると早期の復興が望まれる。
- 地震で実際に被災した観光施設は熊本と大分の一部に限定されている。しかしながら、地震への風評により熊本・大分両県はもとより、長崎県や鹿児島県など九州他地域にも旅行の予約キャンセルが発生しており、国内外への正確な情報発信が求められる。
- インバウンド客に関しては、国・地域によって地震への感じ方が異なるため、国・地域ごとの特色に応じた誘客策をとる必要がある。
- 東日本大震災では、観光目的の宿泊者数は国内外ともに減少したものの、復興需要に係るビジネス客の増加により、宿泊者総数のマイナス影響は緩和された。また、東北六県の祭りを一堂に集めて開催する「六魂祭」などの復興イベントにより、地域経済にも大きな影響をもたらした。
- 阪神・淡路大震災では、復興の象徴として神戸ルミナリエを1995年より実施。毎年300万人以上を集客する一大観光イベントへと成長している。
- 2011年のカンタベリー地震（ニュージーランド）では地震発生直後こそ同国への観光客数が落ち込んだが、同年秋開催のラグビーワールドカップに多くの観戦客が海外から訪れたため、同国全体への観光客数への影響は軽微。しかしながら被災地へのインバウンド客減少は未だに回復していない。
- 熊本地震の観光復興対策として、政府、自治体、旅行会社それぞれが旅行券を発行。また、企業の大規模会議やイベントを九州で開催する等の動きがみられる。
- 短期的には、ソーシャルメディアの情報発信力を活用した“トリプルボランティア”や各種旅行支援策により、観光客数の回復と風評被害を払拭することが重要となろう。
中長期的には、熊本城や阿蘇神社などの文化財修復過程を価値化した“魅せる修復”を試みては如何だろうか。

1. 平成28年熊本地震の概況

- 2016年4月14日および4月16日に熊本地域にて発生した2つの地震(M6.5、M7.3)は共に最大震度7を観測、住宅、工場、社会インフラ等を破壊、地域経済に甚大な被害をもたらした【図表1】。
- 交通・社会インフラへの影響も甚大で、地震直後には新幹線、在来線、高速道路、空港が被災、電気、ガス、水道も停止。インフラ復旧には数か月要するとの声もあったが、関係者の懸命な努力の結果、当初想定よりは早期に復旧した。（4月末時点で上記インフラはほぼ復旧）
- ただし、建物や一般道、橋梁、ローカル鉄道など依然として復旧の目途がたっていないものも多い。特に石垣や櫓が崩壊した熊本城や阿蘇大橋が崩落した南阿蘇地域の復旧には長期間要すると言われているが、地域観光産業への影響は甚大であるため早期の復興が望まれている。

【図表1】地震発生地域の交通インフラ等の状況



(出所)国土交通省資料・新聞記事等をもとにDBJ作成

2. 熊本地震による九州観光への影響

- 九州観光は県をまたいで九州各地を回る周遊型ツアーも多く、影響は被害の大きかった熊本、大分両県以外にも広がっている【図表2】。
- ゴールデンウィーク期間（4月29日～5月8日）中の宿泊予約が相次いでキャンセルされ、旅客数も熊本・大分を中心に減少した【図表3】。
- 九州へのインバウンド客の約4割を占める韓国人客は59%減少、同3割強の中国は1ヵ月間九州への渡航自粛を通知しており、韓国客、中国客減少の影響は大きい【図表4】。

【図表2】九州各県の観光客数への影響

県	GW期間中の影響
長崎県	県全体の観光入込客数は前年比15%減。修学旅行などの団体キャンセルは6万人以上。
熊本県	黒川温泉では旅館の多くが営業を再開しているが、宿泊者数は半減。
大分県	県全体の観光入込客数は前年比47%減となり、宿泊客数は35%減。フェリー上陸者数は30%減。空港降客数は22%減。
宮崎県	宿泊施設キャンセル数は約6万3千人。高千穂峡来場者数は前年の3分の1。
九州全体	地震発生後から5月8日までに九州全体で約70万人分（熊本・阿蘇除く）の宿泊キャンセル発生。損失額は約140億円と推計。

(出所)各自治体HP、新聞記事等

【図表3】旅客数への影響

分類	GW期間中の影響
鉄道	九州新幹線の乗客数は、博多-熊本で前年より18%減、熊本-鹿児島中央で45%減となり、いずれも2011年の開業以降最少。
航空	熊本空港発着では旅客数が7%減、大分空港発着は13%減。
高速バス	福岡発着の熊本、大分便を中心に旅客数が約2割減。
その他	高速道路では、九州道など主要8区間の走行台数が9%減。 高速船は、博多-釜山の利用者数が30.7%減。 クルーズ船の寄港数は特段減少なし。

(出所)新聞記事等

【図表4】熊本地震を受けての海外の対応

国・地域	熊本地震を受けての反応
韓国	博多-釜山を結ぶ高速船で旅行キャンセルが相次ぎ、韓国人旅客数は59%減。
中国	熊本への渡航禁止、九州への渡航自粛（～5/16解除）を通知。
香港	熊本県への「黄警告（渡航注意勧告）」発令。 黄警告は3段階の渡航警告のうち最低レベル。
マカオ	市民に対し熊本県への渡航見合わせ、九州への渡航も慎重に判断するよう呼びかけ。

(出所)新聞記事、各国関係機関HP

3. 過去発生した大地震との比較

- 平成28年熊本地震が記録した最大震度7は東日本大震災以来の激震である。
- 今回の地震が地域に与える影響や今後の復興への課題・ヒントを探るべく、過去に我が国で発生した震度7クラスの地震（阪神大震災（1995年）、新潟中越地震（2004年）、東日本大震災（2011年））と比較した【図表5】。
- 今回発生した熊本地震は、被災規模は新潟県中越地震に近いが、人口密集地かつ観光圏の被災といった点では阪神・淡路大震災と共通点がある。

【図表5】 過去の震災との比較

	阪神・淡路大震災	新潟県中越地震	東日本大震災	平成28年熊本地震
発生日時	1995年1月17日	2004年10月23日	2011年3月11日	2016年4月14日、 4月16日
震源	兵庫県淡路島北部	新潟県中越地方	三陸沖	熊本県熊本地方
マグニチュード	7.3	6.8	9.0	6.5(14日) 7.3(16日)
最大震度	最大震度7 (兵庫県)	最大震度7 (新潟県)	最大震度7 (宮城県)	最大震度7 (熊本県)
被害の甚大な 都道府県	兵庫県	新潟県	岩手県、宮城県、 福島県、茨城県	熊本県、大分県
死者数	6,434人 [6,402人]	68人 [68人]	15,842人 [15,800人]	49人 [49人]
行方不明者数	3人 [3人]	0人 [0人]	3,481人 [3,478人]	1人 [1人]
負傷者数	43,792人 [40,092人]	4,805人 [4,795人]	5,890人 [5,089人]	1,676人 [1,610人]
全壊及び 半壊棟数	249,180棟 [240,956棟]	16,985棟 [16,985棟]	353,927棟 [339,530棟]	16,910棟 [16,876棟]
被害額	9.6兆円(内閣府試算)	約3兆円(新潟県試算)	16.4兆円(当行試算) 16.9兆円(内閣府試算)	最大4.6兆円 (内閣府試算)

(備考) [] 内の数値は、①阪神・淡路大震災では兵庫県、②中越地震では新潟県、③東日本大震災では岩手県、宮城県、福島県の3県合計、④熊本地震では熊本県における内数を記載

被害総額には、原発の風評被害の影響等は含まれていない。当行算出の被害総額は、岩手県・宮城県・福島県・茨城県の4県における被害額の合計値。熊本地震における被害総額は、熊本県・大分県の合計値。

(出所)内閣府HP『阪神・淡路大震災教訓情報資料集』

(http://www.bousai.go.jp/1info/kyoukun/hanshin_awaji/earthquake/index.html)、

内閣府『東日本大震災における被害額の推計について』(2011年6月24日発表)、

兵庫県『阪神・淡路大震災の復旧・復興の状況について』(2011年1月17日発表)、

警視庁『平成23年東北地方太平洋沖地震の被害状況と警察措置』(2011年12月15日発表)、

北陸地方整備局HP『新潟県中越地震』

(<http://www.hrr.mlit.go.jp/saigai/H161023/chuetsu-jishin/1/1-2-3.html>)、

内閣府『平成28年（2016年）熊本県熊本地方を震源とする地震に係る被害状況等について』等を元に作成

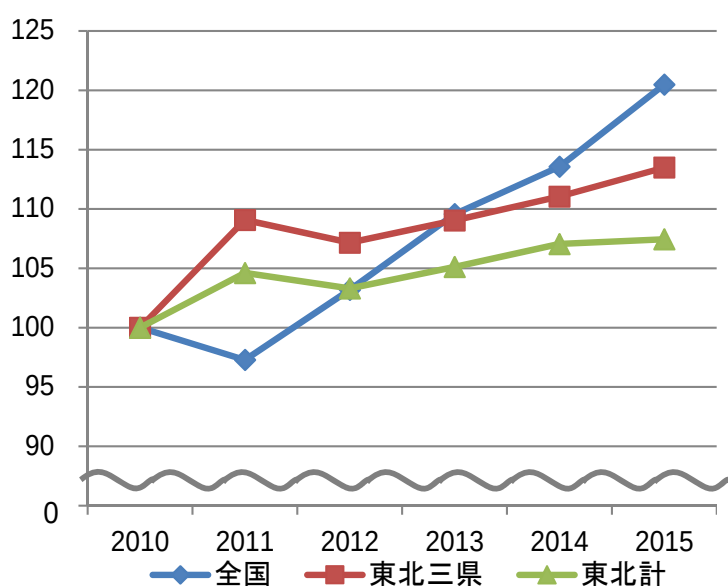
4. 過去の震災の影響と取り組み事例（東日本大震災①）

- 延宿泊者総数の推移を見ると、東北三県（岩手、宮城、福島）、東北全体ともに震災前の水準を上回っており、その後も増加基調にある【図表6】。
- 東北全体における延宿泊者数を宿泊目的別に見ると、2011年からビジネス客が大幅に増加している。これは、各地からのボランティアや復興需要等による宿泊者の増加が要因とみられる【図表7】。
- 他方、観光目的の宿泊者数は日本人・外国人ともに減少。日本人客は2割程度の落ち込みだが、外国人客は震災前の3分の1程と激減している。
- 近年の訪日外国人急増を受け、東北においても2015年に外国人客は震災前の水準をほぼ回復した。しかし、2014年までは震災前の水準の7割を下回っており、外国人客のマイナスイメージ払拭には相当の時間を要している。

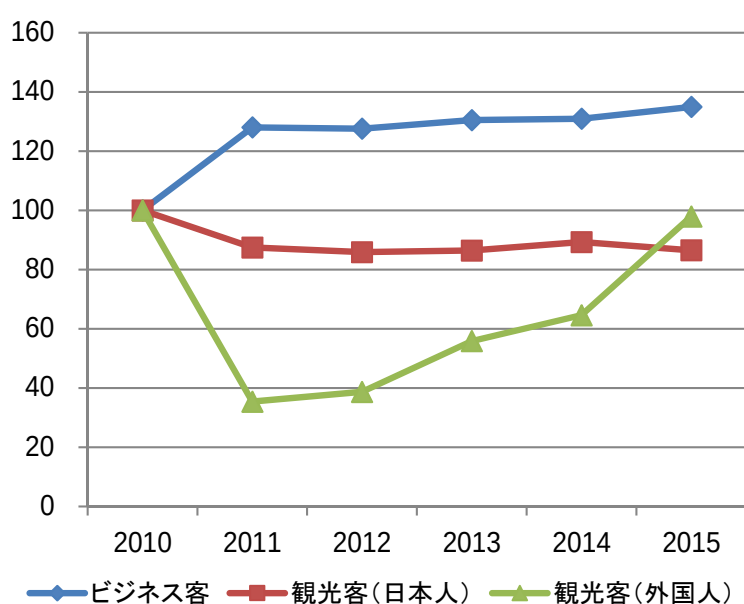


- 「観光客」にのみ着目した場合は減少は否めないが、広く「宿泊者」ととらえた場合はマイナスの影響は緩和される。
- 宿泊客数の回復には、①復興需要等によるビジネス客数の増加、②日本人観光客数の回復、③外国人観光客数の回復の3つのステップがある。

【図表6】 全国・東北三県・東北全体の延宿泊者総数
(2010年を100とした指数の推移)



【図表7】 東北全体の目的別延宿泊者数
(2010年を100とした指数の推移)



(備考)2010年4月に集計方法が変更されたため、対象を揃えるべく従業員10人以上の宿泊施設を対象
2015年の数値は速報値
(出所)観光庁『宿泊旅行統計』より作成

4. 過去の震災の影響と取り組み事例（東日本大震災②）

東北六魂祭

- 東北の六大祭りである「ねぶた祭り(青森市)」、「竿燈祭り(秋田市)」、「花笠祭り(山形市)」、「さんさ踊り(盛岡市)」、「七夕祭り(仙台市)」、「わらじ祭り(福島市)」が一堂に介するイベント【図表8】。
- 東日本大震災の犠牲者の追悼と復興への決意を全国にアピールするために、当時の仙台市長と青森市長が中心となり考案した。
- 2011年7月の仙台市からスタートし、2016年は青森市で開催され東北6県を一巡する。これまでの5年間で137万人以上が訪れた。
- 主要な旅行会社がパッケージツアーを組むなど、観光を始め、地域経済へも大きな影響をもたらした。
- 2014年には観光客誘致や地域産品の販路拡大を目的とした、東北六市連携観光物産フェア「RISING TOHOKU FOOD FAIR」を米国にて開催するなど海外観光客取り込みに向けた取り組みを開始している。
- 2015年には東京23区がスポンサーとして2,300万円を寄付し、双方でPR活動を連携するなど、東北と東京の相互連携が進んでいる。

2015年までに開催された東北六魂祭の経済効果は合計200億円以上

【図表8】東北六魂祭の実績

	テーマ	開催地	開催期間	来場者数 (推定)	経済波及効果
第1回	祈	仙台市	2011年7月16～17日	約36万人	約103億円
第2回	希	盛岡市	2012年5月26～27日	約24万人	20～30億円
第3回	福	福島市	2013年6月1～2日	約25万人	約37億円
第4回	起	山形市	2014年5月24～25日	約26万人	約25億円
第5回	輝	秋田市	2015年5月30～31日	約26万人	約31億円
第6回	跳	青森市	2016年6月25～26日	—	—

（出所）とうほう地域総合研究所,復興に向けた福島県経済の現状と課題について
 フィデア総合研究所,「東北六魂祭2014 山形」の経済波及効果
 秋田経済研究所,「東北六魂祭2015秋田」開催における経済波及効果
 公益財団法人日本交通公社,旅行年報2014および各種報道を元にDBJ作成

4. 過去の震災の影響と取り組み事例（東日本大震災③）

デスティネーションキャンペーン

- デスティネーションキャンペーンとは、JRグループが企画する、全国から対象地域に観光客を呼び込むための大型観光企画である。
- JRグループが各自治体と共同で実施し、首都圏の駅や電車などに観光を呼びかけるポスターを設置するほか、テレビコマーシャルも制作するなど官民が連携したキャンペーンとなっている。
- 2011年3月の東日本大震災をきっかけに被災地復興や被災地への誘客につながるキャンペーンを実施している【図表9】。
- 2011年4月～7月の青森県から始まり、2015年4月～6月の福島県までで、東北6県すべての県でのデスティネーションキャンペーンが実施された。
- 九州では2015年7月～9月に大分で実施され、その経済効果は約133億円と推計。
- 2016年10月～12月には、長崎県でデスティネーションキャンペーンが実施予定となっている。

東北六県でのデスティネーションキャンペーンの経済効果は 合計600億円以上

【図表9】震災後に東北で実施されたデスティネーションキャンペーンと効果

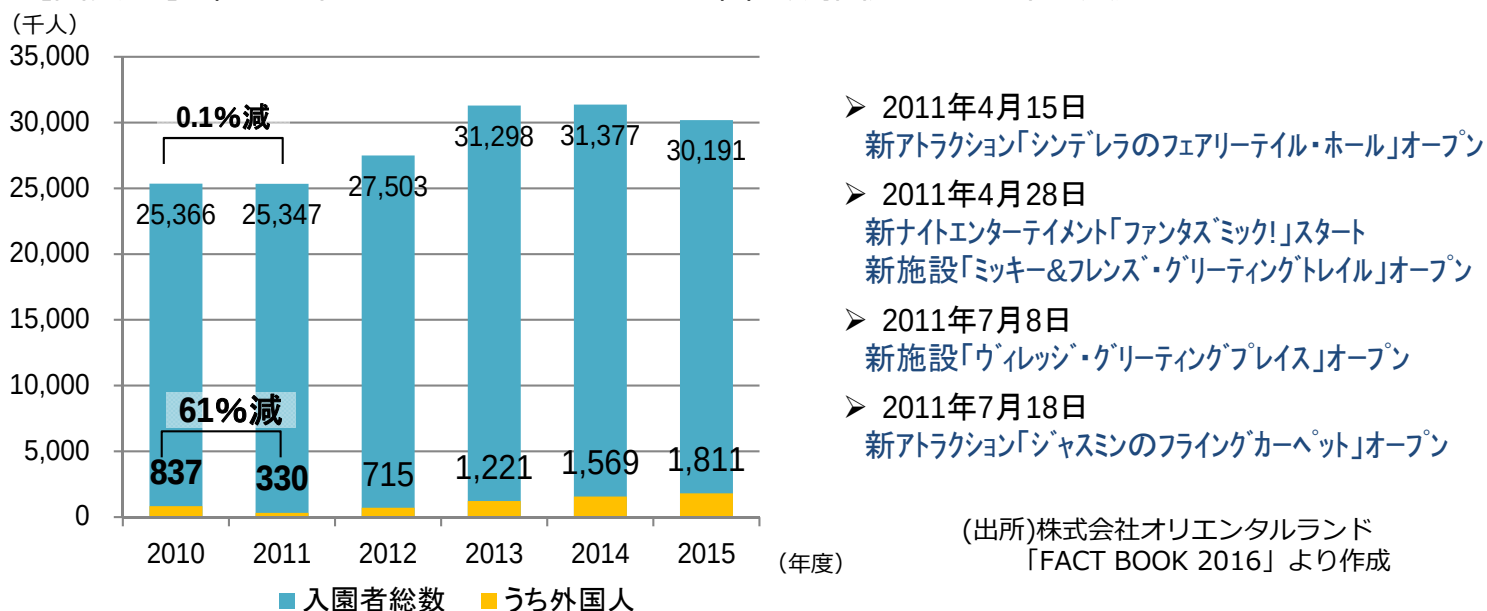
実施期間	県	入込数 (千人)	前年同期比	経済波及効果
2011年4月～7月	青森県	11,319	86%	不明
2012年4月～6月	岩手県	7,369	156%	約104億円
2013年4月～6月	宮城県	14,430	114%	約103億円
2013年10月～12月	秋田県	6,590	119%	最大約35億円
2014年6月～9月	山形県	20,232	117%	約125億円
2015年4月～6月	福島県	未発表	未発表	約295億円

(備考)岩手県の前年同期は、陸前高田市・大槌町・山田町のデータ無し
 (出所)七十七銀行、調査月報2013年7月号
 日本銀行秋田支店、「秋田県の観光の現状と課題」
 山形銀行、調査月報2015年3月号
 とうほう地域総合研究所、「福島の進路」2015年10月号
 ほか新聞報道および各県観光統計を元にDBJ作成

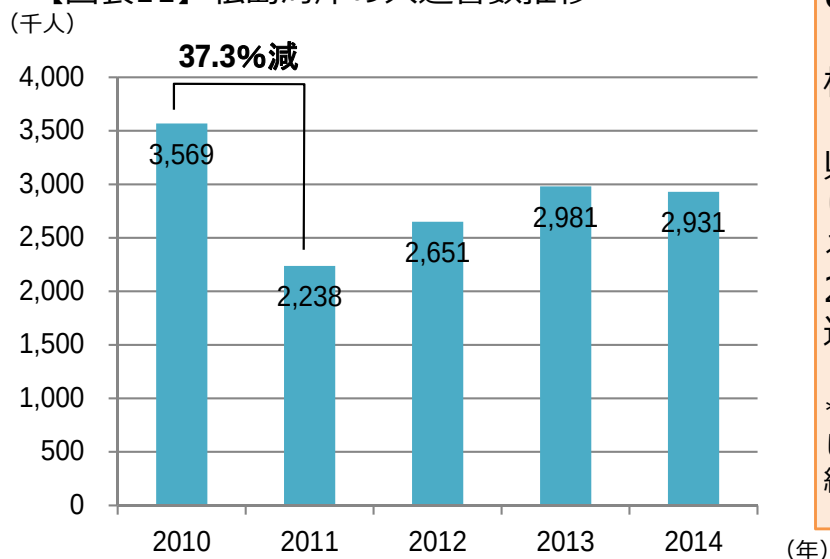
4. ＜参考＞東日本大震災における観光地の入込客動向

- 東京ディズニーランド・ディズニーシーでは、東日本大震災の影響を受け、外国人入園者数が前年比6割減と激減したが、日本人客を含む総入園者数は震災前の水準を維持。背景にはディズニーシー開園10周年に伴うイベントや新アトラクション等の導入などがあり、震災後の不安や自粛ムードの払拭に効果的に作用したものと考えられる。
- 一方、日本三景の一つとして数えられる宮城県の松島海岸は、津波被害から早期に立ち直ったものの、自粛ムードや風評被害により観光客が激減。2014年時点でも震災前の水準を回復するに至っていない。観光復興に向け、宮城県と松島湾エリア3市3町は、2014年2月に「再発見！松島”湾”ダーランド構想（下記）」を共同宣言。今後の広域的な観光振興が期待されている。

【図表10】東京ディズニーランド・シーの入園者数推移と2011年の実施イベント



【図表11】松島海岸の入込客数推移



● 松島”湾”ダーランド構想

松島湾は2013年12月に日本で初めて「世界で最も美しい湾クラブ*」に加盟。県と関係3市3町が連携して広域観光に取り組み、当地の認知度・魅力の向上を図るもの。2016年3月には、構想を具体化すべく推進計画が策定された。

*フランスに本部を有する非政府組織。湾を活用した観光振興や環境保護、観光資源の保全に取り組む。

(出所)宮城県観光統計より作成

4. <参考>東日本大震災における外国人客への影響（国籍別）

- 震災が外国人の訪日旅行に与える影響を、当行が実施している「アジア8地域・訪日外国人の意向調査」から見てみると、「震災直後には日本旅行を控えていたが、今はそう思わない」との回答が全体の37%となっている【図表12】。
- 国別に見ると、韓国・香港では2014年まで「現在も日本旅行を控えている」の回答割合が最も高くなっており、震災による不安払拭に時間を要していることがわかる。
- 他方、台湾・タイ・シンガポール・マレーシアでは「震災があったが日本旅行を控えようと思わない」の回答割合が最も高くなっており、震災による日本旅行へのマイナスイメージは他国より小さいものと思われる。
- 九州インバウンド観光の復興にあたっては、こうした国・地域ごとの特色に応じた誘客策をとる必要がある。

【図表12】震災後の日本旅行に対する意識

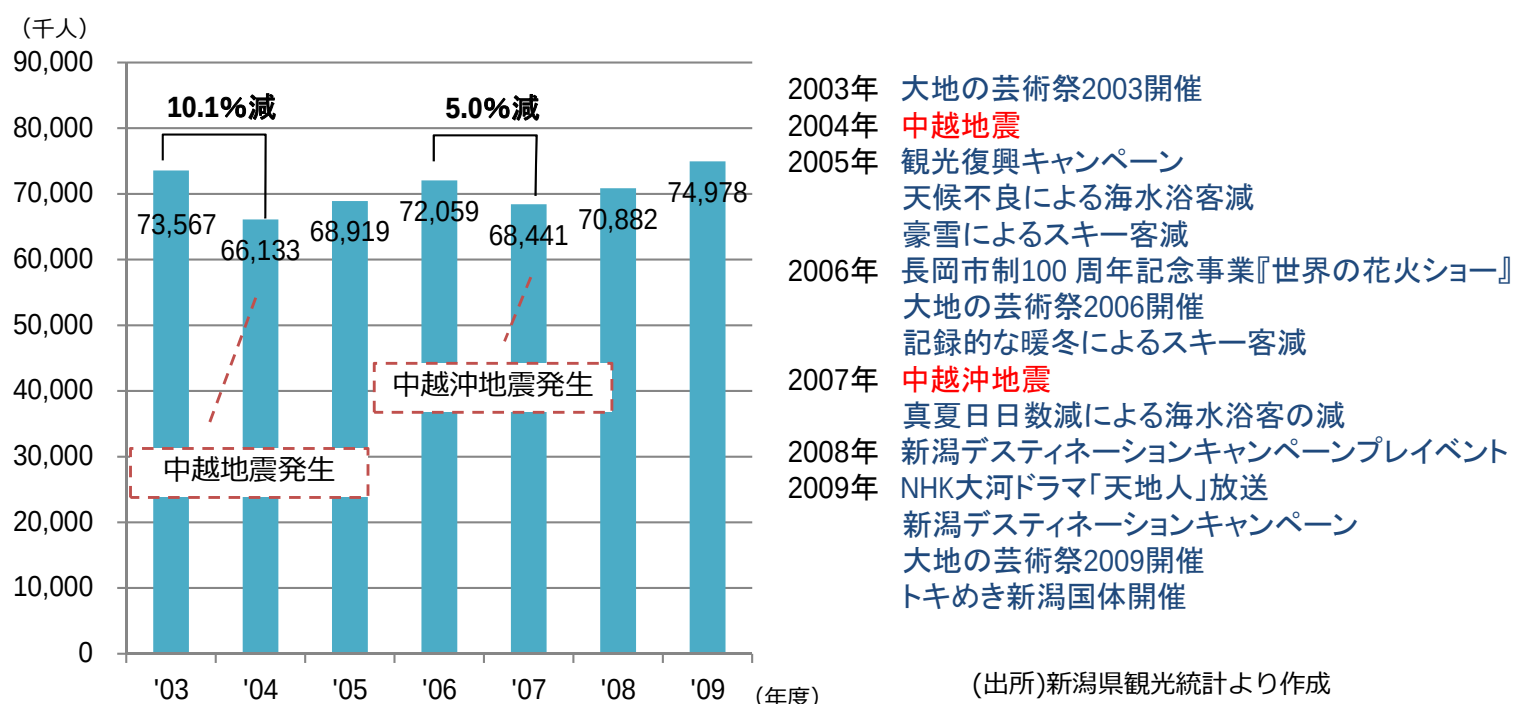
回答者→ サンプル数	全体			韓国			中国			台湾			香港			タイ			シンガポール			マレーシア			インドネシア		
	4000	4000	4,111	500	500	530	500	500	514	500	500	510	500	500	517	500	500	502	500	500	515	500	500	515	500	500	508
	2013 調査	2014 調査	2015 調査	2013 調査	2014 調査	2015 調査	2013 調査	2014 調査	2015 調査	2013 調査	2014 調査	2015 調査	2013 調査	2014 調査	2015 調査	2013 調査	2014 調査	2015 調査	2013 調査	2014 調査	2015 調査	2013 調査	2014 調査	2015 調査	2013 調査	2014 調査	2015 調査
震災があったが、日本旅行は控えようと思わない	37%	39%	36%	14%	23%	19%	24%	29%	33%	50%	53%	42%	26%	28%	28%	61%	58%	53%	39%	39%	42%	48%	44%	41%	32%	34%	32%
震災直後は日本旅行を控えていたが、今はそう思っていない	32%	34%	37%	23%	25%	33%	45%	49%	46%	27%	31%	32%	30%	29%	47%	30%	32%	30%	29%	26%	33%	27%	33%	35%	42%	45%	41%
震災後から、今でも日本旅行を控えている	25%	23%	17%	51%	45%	33%	25%	17%	14%	13%	8%	9%	42%	40%	18%	7%	8%	11%	29%	32%	19%	21%	21%	15%	16%	16%	17%
震災と関係なく、日本旅行はしたいと思わない	6%	5%	10%	13%	7%	15%	6%	5%	7%	10%	8%	17%	2%	2%	8%	2%	2%	6%	4%	3%	5%	3%	3%	10%	10%	5%	11%

(備考)・アジア8地域訪日外国人意向調査にて、「日本で起きた東日本大震災に関連して、日本旅行に対する考えは変化したか」の問いに対する回答を3カ年比較したもの。
・2015年調査は、公益財団法人 日本交通公社と共同で実施している。

5. 過去の震災における影響と取り組み事例（新潟県中越、中越沖地震）

- 新潟県では、2004年10月に中越地震（最大震度7）、2007年7月に中越沖地震（最大震度6強）が発生。当地の観光にも大きな被害をもたらした【図表13】。
- 中越地震が発生した2004年度は、観光客入込数が前年比10.1%減となったが、2006年に開催された「大地の芸術祭」などの効果により、震災後2年で震災前の水準をほぼ回復している。
- その後、2007年に中越沖地震が発生し再び観光客は減少したが、2年後の2009年には「大地の芸術祭」やNHK大河ドラマ「天地人」の放送などがあり観光客が大幅に増加。同年の観光客数は、中越地震前の2003年実績を上回った。

【図表13】新潟県の観光入込客数の推移及び観光客数の増主な減要因



● 大地の芸術祭（2000年以降3年に1度開催）

新潟県十日町市、津南町を舞台に開催されている世界最大級の国際芸術祭。

中越地震後の2006年は、来場者数約35万人、経済波及効果は約57億円*。

中越沖地震後の2009年は、来場者数約38万人、経済波及効果は約36億円**。

● NHK大河ドラマ「天地人」放映（2009年1月～11月）

主人公である直江兼続ゆかりの地として、新潟県が舞台となった。

放送前に日本銀行新潟支店が行った試算によれば、「天地人」放映による新潟県への観光客増加数は約200万人、経済波及効果は約204億円。

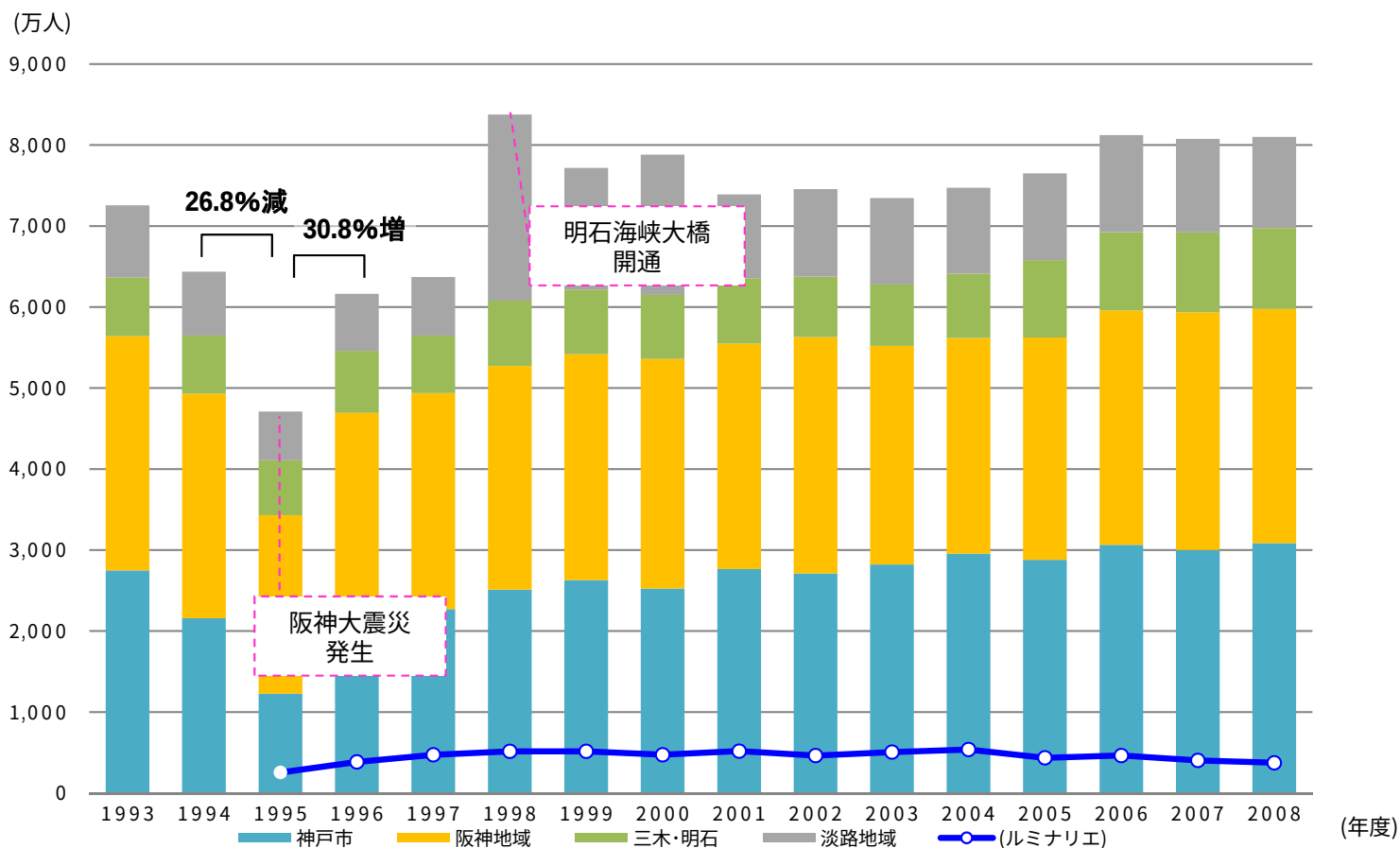
* 新潟県試算

** 大地の芸術祭実行委員会試算

6. 過去の震災における影響と取り組み事例（阪神・淡路大震災①）

- 震災前後の兵庫県内罹災地域の観光客数は、震災直後の95年度、前年比▲26.8%と大幅に減少している【図表14】。
- 早期の観光復興に向け、兵庫県・観光連盟等による「観光ひょうご」復興キャンペーン推進協議会が発足。CMやイベント開催などに取り組んでいる。
- また、市街地の復旧に加え、95年12月より開始した神戸ルミナリエ（次頁）の効果もあり、96年度の観光客数は前年比+30.8%と急速に回復した。
- さらに、98年度には明石海峡大橋開通により淡路地域の観光客が急増(前年比317.6%)したことも手伝い、震災前の観光客を上回る観光客数となっている。

【図表14】 阪神・淡路大震災被災地域における観光入込客数推移

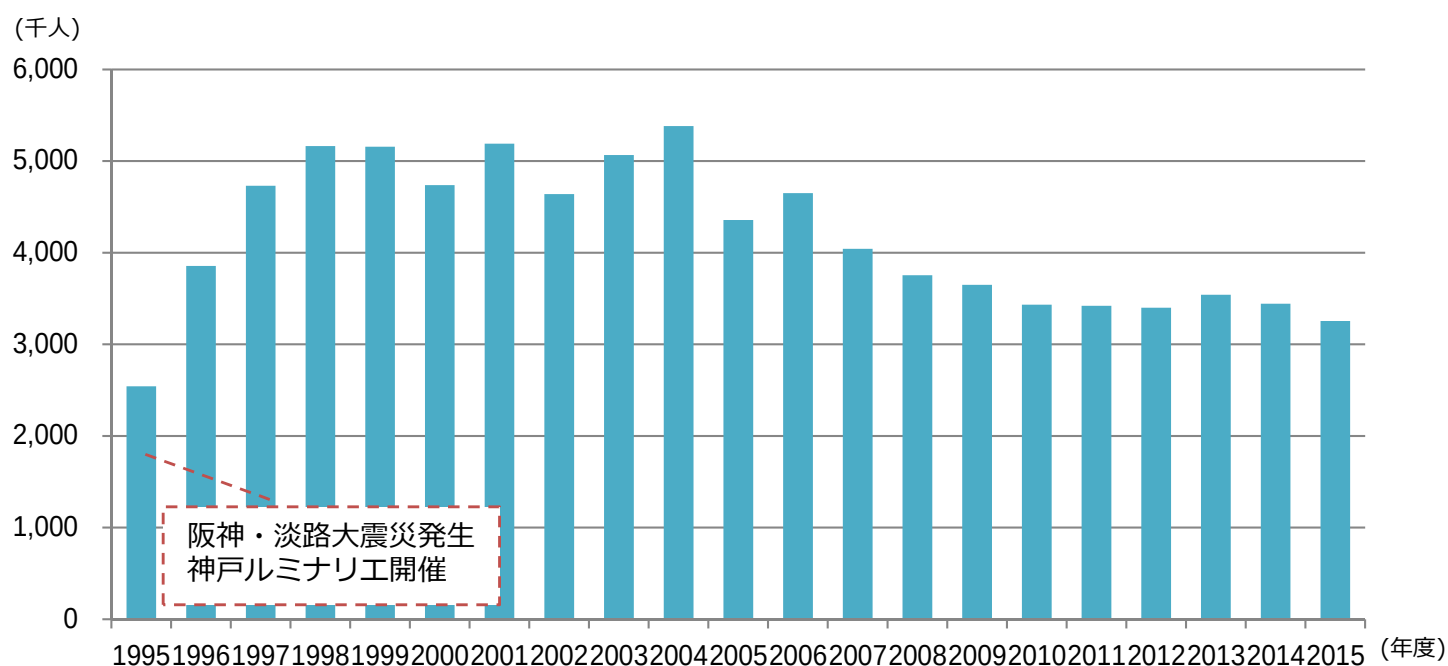


(出所)兵庫県『観光客動態調査』(2010年10月25日発表)、神戸ルミナリエHP(<http://www.kobe-luminarie.jp/>)、兵庫県『指標等からみた復興10年の成果収集調査』(2004年12月発行)を元に作成

6. 過去の震災における影響と取り組み事例（阪神・淡路大震災②）

- 神戸ルミナリエとは、震災犠牲者への鎮魂と都市の再生復興の願いを込めた神戸市中心部における光の彫刻によるイルミネーション展示。開催期間は12月上旬～中旬の約2週間。
- 震災のあった1995年から毎年開催されており、多い年で500万人以上を集客する一大イベントへと成長した【図表15】。
- 神戸市の観光地毎の推移を見ると、神戸ルミナリエは95年で構成比の18.1%、98年で構成比の19.5%を占めており、震災後の神戸市観光客の押し上げに大きく寄与していたことがわかる【図表16】。
- 被災の記憶そのものが新たな観光資源として魅力を持った事例であると言える。

【図表15】神戸ルミナリエの来場数推移



(出所)神戸ルミナリエHP(<http://www.kobe-luminarie.jp/>)を元に作成

【図表16】神戸市の観光地別観光入込客数推移

(左: 万人、右: %)

	1994年		1995年		1998年		2000年		2009年	
	観光客数	構成比	観光客数	構成比	観光客数	構成比	観光客数	構成比	観光客数	構成比
神戸市街地	831	34.1%	243	22.6%	810	32.0%	836	33.2%	1,249	41.4%
神戸港	217	8.9%	56	5.2%	159	6.3%	152	6.0%	190	6.3%
六甲摩耶	732	30.0%	225	20.9%	497	19.7%	482	19.1%	503	16.7%
有馬	172	7.0%	102	9.5%	136	5.4%	128	5.1%	147	4.9%
須磨舞子	344	14.1%	157	14.6%	324	12.8%	393	15.6%	473	15.7%
西北神	144	5.9%	97	9.0%	110	4.4%	104	4.1%	134	4.4%
神戸ルミナリエ	-	-	194	18.1%	492	19.5%	424	16.8%	319	10.6%
合計	2,440	100.0%	1,074	100.0%	2,528	100.0%	2,519	100.0%	3,015	100.0%

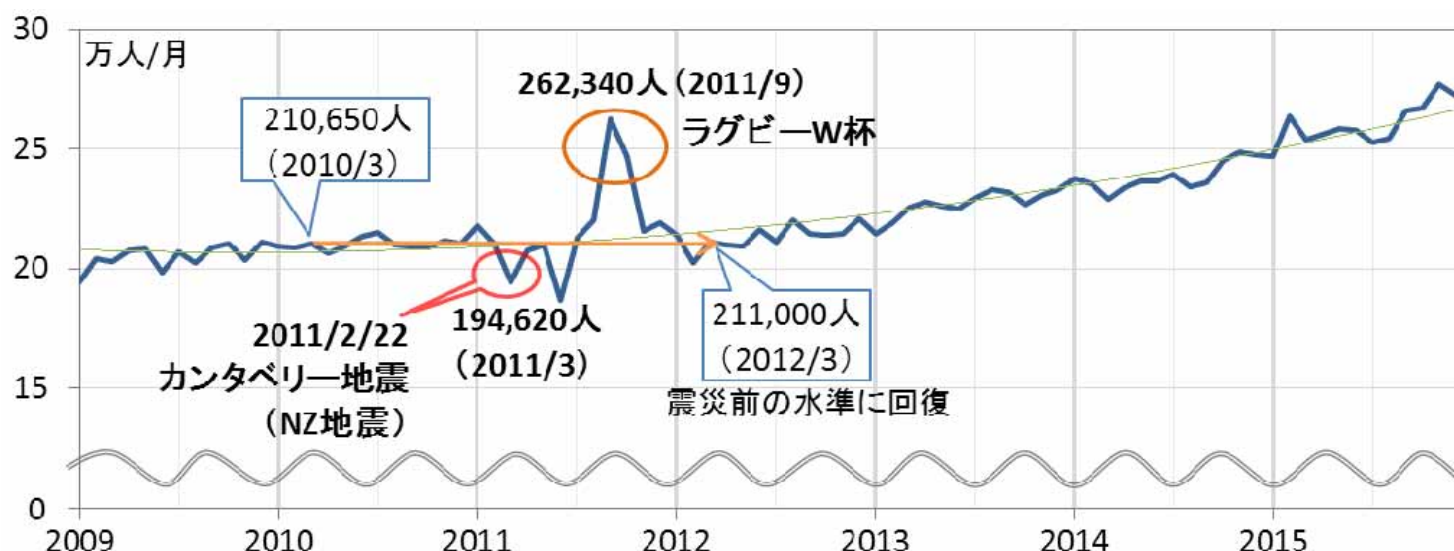
(備考)神戸ルミナリエの観光客数は、神戸ルミナリエへの来場者のうち、当地を主目的として訪れた人数

(出所)神戸市HP(<http://www.city.kobe.lg.jp/information/data/statistics/sightseeing/data/index.html>)を元に作成

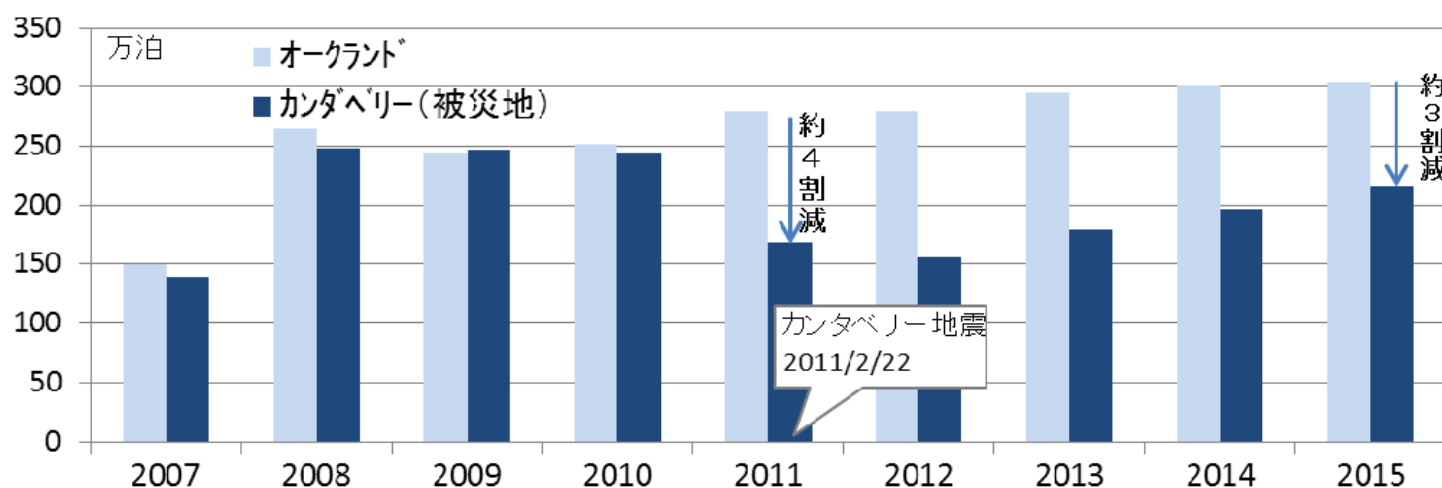
7. 過去の震災における影響と取り組み事例（ニュージーランドの事例）

- ニュージーランドは人口約459万人、GDP1,917億米ドル（2014末、約23兆円）と、人口1,282万人、GRP約44兆円の九州と比較して約半分の人口、経済規模である。
- 2011年2月22日に発生したカンタベリー地震では現地最大の都市クライストチャーチに語学留学していた日本人も28人が犠牲になった。
- NZ地震により地震直後の2011年3月の同国のインバウンド客数は前年同月比で-7.6%減少したものの、約半年後に開催されたラグビーW杯という世界的イベントに多くの海外観戦客が来訪、同国全体のインバウンド客数は地震の影響を帳消しにする形で推移している【図表17】。
- 一方、震災前に被災地カンタベリーとインバウンド宿泊数が同規模だった都市オークランドを比較すると、震災が起きた2011年にカンタベリーは4割宿泊客が減少、徐々に回復はしているものの、震災4年後の2015年でもオークランドより約3割少ない水準までしか回復しておらず、インバウンド客の回復に時間を要していることがわかる【図表18】。

【図表17】 ニュージーランドへの観光客・移民数の推移（季節要因調整後）



【図表18】 震災前にインバウンド客宿泊数が同規模だった都市(オークランド)と被災地(カンタベリー) の比較



出所: <http://www.stats.govt.nz/infoshare/>

8. 九州の観光復興に向けた取り組み

- 最も観光客が多い夏季に向け、九州観光復興に向けた取り組みが動き始めている。
- 今後期待される取り組みとしては、「九州観光支援旅行券」の発行、国内外で行われる旅行博でのPR活動、「長崎デスティネーションキャンペーン2016」の実施などがある。
- これら取り組みの効果を最大化するためには、九州内外へはもとより国内外へ広く認知されるよう、強力な情報発信が重要となろう。

● 九州観光支援旅行券の発行による誘客促進

九州7県、九州観光推進機構が共同して発行（財源は政府の補正予算180億円）。

九州7県への旅行者に宿泊代などを補助。旅行会社などで額面より安い価格で購入して利用する（例えば、割引率50%の場合、額面1万円の旅行券を5,000円で購入できる）。

割引率は、熊本、大分両県では平均50%、最大70%。両県以外の割引率は平均20%。割引の実施期間は7月から12月まで。早期に旅行需要を回復するため、10～12月の割引率は熊本、大分が25%に、それ以外は10%に下がる。

なお、当施策とは別に、九州の各自治体や企業が独自で発行する旅行券もある。

(出所)新聞報道

● 国内外の旅行博における九州観光のPR

旅行博とは、一般消費者や旅行関係業者などへ向けた旅行の展示会。

国内では、世界最大級の旅行博である「ツーリズムEXPOジャパン」が2016年9月22日～25日に東京ビッグサイトにて開催される。世界各国・日本全国から多くの出展者が参加し、九州からも観光団体などが出展する予定。

国外では、2016年6月16日～19日に香港、7月14日～17日にタイで現地主催の旅行博が開催予定であり、九州観光推進機構などが出展する。特にタイの旅行博は国内最大級規模となっており、九州観光をPRする好機となる。

(出所)ツーリズムEXPOジャパンHP、九州観光推進機構HP

● 「長崎デスティネーションキャンペーン2016」の実施

デスティネーションキャンペーン（DC）とは、地元自治体・観光関連団体などとJRグループが協力して行う国内最大規模の観光キャンペーン。首都圏の駅や電車などに観光を呼びかけるポスターを設置するほか、テレビコマーシャルなども制作する。

2016年10月～12月にかけて長崎県で実施予定。キャッチフレーズは「旅さきは、ながさき」。当地の世界遺産や夜景、歴史・文化の魅力などをテーマに情報発信を強化する。

2015年7月～9月には大分県で実施されており、県内宿泊客数及び観光施設の入込客数は大幅に増加。大分DC実行委員会が試算した地元への経済効果は約133億円とあり、長崎DCにおいても地元経済へ大きなプラス効果を生み出すことが期待できる。

(出所)長崎観光ポータルサイト「ながさき旅ネット」、新聞報道

8. 九州の観光復興に向けた取り組み（ヒアリング結果）

- 当行では、足下の影響や今後の取り組みを把握するべく、経済団体及び旅行代理店にヒアリングを行った【図表19】。
- 両者とも九州へのインバウンド観光（特に韓国）の減退を危惧。今後は、東日本大震災の際の取り組みなどを参考に、積極的な情報発信・キャンペーン実施を予定している。

【図表19】 地震の影響と復興への取り組み（ヒアリング結果）

地震の影響	【経済団体】 ➢ 韓国人は地震に敏感で、一時は東京でも旅行キャンセルがあったほど。九州内でも韓国人旅行者の減少が目立つ。 【旅行代理店】 ➢ 韓国やシンガポールは減少が目立つが、台湾やタイの旅行客は大きな減少はない印象。 ➢ 修学旅行のキャンセルは、①長崎への修学旅行を取りやめ他の地域へ、②鹿児島への修学旅行を延期し九州内で再検討、という2パターンが生じている。
過去の災害時の対応	【経済団体】 ➢ 東日本大震災からの東北観光復興へ向け、九州内のサービスエリアで東北観光のPRや東北製品の販促活動を実施。 ➢ 東北の経済団体は、観光復興に向けたシンポジウムを継続的に開催。 【旅行代理店】 ➢ 東日本大震災時には、ボランティアツアーを実施。現在も東北キャンペーンを継続している。
今後の復興に向けて	【経済団体】 ➢ 政府への支援要望活動を実施した。 ➢ 九州観光の約半数は九州内の観光客も多いため、地元メディアを活用し九州向けの観光促進広告を掲載。 【旅行代理店】 ➢ 社内会議の九州内実施や、社員向け九州ツアーを企画し、社として積極的に風評被害の払拭に取り組む。 ➢ 国・自治体のクーポンとは別に、グループ会社が独自で宿泊クーポンを発行。 ➢ JR九州のデスティネーションキャンペーン（2016年10～12月、長崎県）と連携した誘客に取り組む。

9. まとめ ～九州観光の復興へ向けて～

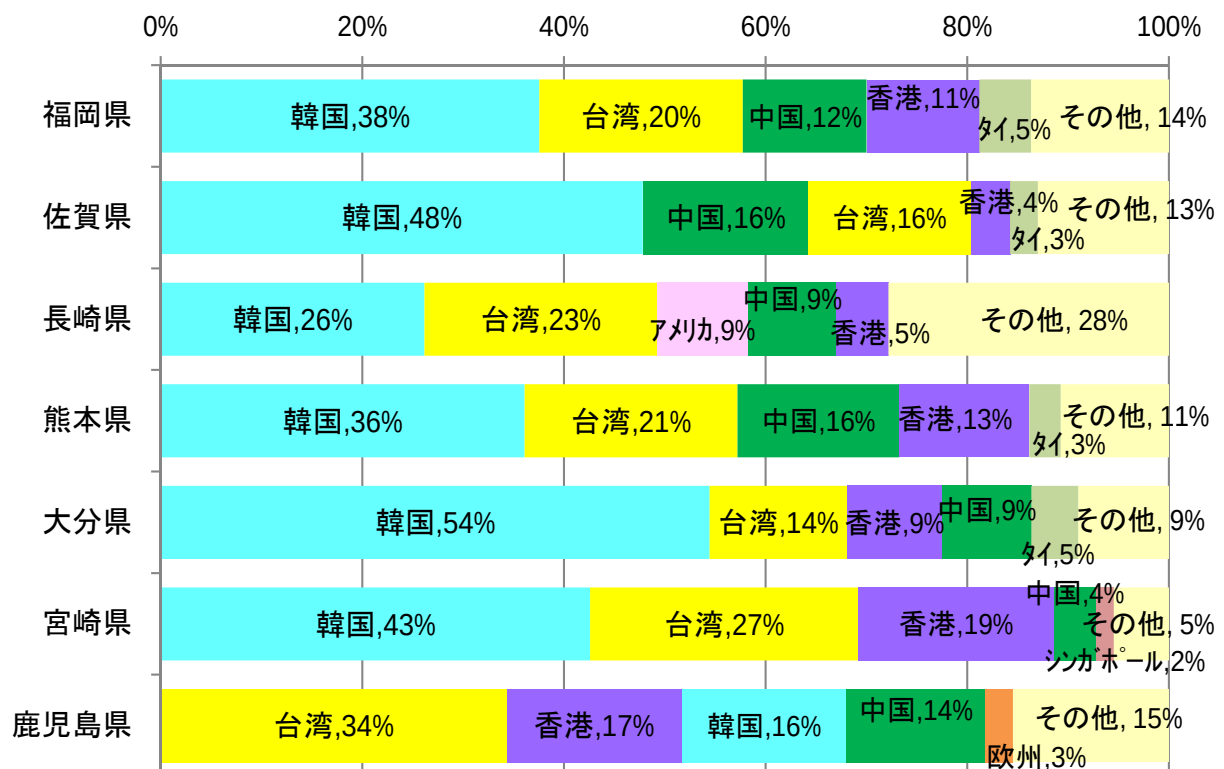
地震による観光客の減少について

- 過去の事例を見ても、震災後の不安や自粛ムードなどから、震災があった年の観光客数は減少しており、その減少幅は「外国人客＞日本人客」となっている。
- しかしながら、ボランティアや震災復興関連の宿泊客増加により、宿泊需要の減少分は一定程度相殺される。
- 九州への外国人旅行者は、韓国をはじめとする東アジア圏が9割を占めている。震災に敏感な韓国客の減少が九州インバウンド観光に与える影響は大きい【図表20】。

被災地におけるイベントの効果

- 観光客の回復に要する期間は地域や観光施設によって異なるが、象徴的なイベントの開催（〇周年イベントや大河ドラマ等）が観光客回復の起爆剤となっているケースが多い。
- 東日本大震災では、東北六県での六魂祭や、JRグループによるデスティネーションキャンペーンにより、地域へ大きな経済効果をもたらしている。
- 復興目的ではないが、ニュージーランドのカンタベリー地震の際は、約半年後に開催されたラグビーワールドカップにより、震災による落ち込みを上回るインバウンド客が来訪、翌年からも震災前以上のインバウンド客が同国を訪れている。

【図表20】九州の外国人宿泊者の国・地域別構成比



(出所)観光庁宿泊旅行統計調査（2015年速報値）

9. まとめ ～九州観光の復興へ向けて～

九州観光の復興へ向けた提言

短期 (～1年)

● “トリプルボランティア”（作業＋観光＋伝達）の推進

トリプルボランティアとは、復旧作業への参加だけでなく、ボランティア参加者が現地を観光し、現地の元気な様子や安全安心を広く情報発信することで、風評や自粛ムードの早期払拭を図るというもの。

ソーシャルメディアの発達を背景に、東日本大震災の際に生まれた新たなボランティアの形であり、今回の熊本地震からの観光復興においても重要な支援策となる。

● ソーシャルメディアを用いた旅行券など復興施策の認知度向上

各施策の効果を最大化するためには、施策の存在・内容を国内外へと広くPRし、施策の認知度を高めることが重要となる。施策を利用した旅行者がソーシャルメディアで国内外の友人・知人へ情報発信すれば、風評の払拭といったトリプルボランティアと同様の効果を得ることができる。

● 社内の大規模会議、イベント等の九州内実施

九州外の企業による大規模会議やイベントを九州で実施し宿泊することで、地元への経済効果が期待される。

中長期 (1年～)

● インバウンド客への積極的誘客活動

韓国などの地震へ耐性がない国に対する現地での誘客活動に加え、そういった国からの来九者にSNS等で自国へ九州の安全安心を発信してもらい、時間をかけて信頼を取り戻すことが重要となる。

● 熊本城など文化財修復過程の価値化 “魅せる修復”

修復に長期間要すると見込まれる熊本城や阿蘇神社に関しては、観光客が修復工事を見学し、歴史・文化を体感できる仕掛けが必要。2019年に開催されるラグビーワールドカップや女子ハンドボール世界選手権大会におけるインバウンド観光にも活用が期待できる。

例えば、兵庫県の姫路城では、平成21年度～26年度に行われた大天守の修復の際、大天守を覆う素屋根を設置。素屋根内には、修復作業の見学スペースや、修復の歴史の展示が設けられた。素屋根設置期間中の入館者数は184万人に上っている。

また、イギリスではNational Trustというボランティア団体が歴史的建築物の保護・修復などを行っている。修復工事現場は一般公開し、カフェなどの収益施設も設けるなど、修復過程を観光資源化する取り組みが進んでいる。



当レポートの分析内容・意見に関わる箇所は、筆者個人に帰するものであり、株式会社日本政策投資銀行の公式見解ではございません。

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。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、当行までご連絡下さい。著作権法の定めに従い、転載・複製する際は、必ず、出所:日本政策投資銀行と明記して下さい。

(お問い合わせ先)
株式会社日本政策投資銀行 九州支店
〒810-0001
福岡市中央区天神2-12-1 天神ビル2F
Tel: 092-741-7737