

ウィズコロナ時代におけるポストコロナを見据えた東北観光の振興に向けて

2020年10月

東北観光金融ネットワーク
Financial Network of TOHOKU Tourism

 DBJ 日本政策投資銀行  東邦銀行  山形銀行  77七十七銀行  岩手銀行  秋田銀行  青森銀行

要旨

1. 東北地域における新型コロナの感染拡大は首都圏に比べ比較的穏やかな動きとなっているが、政府の緊急事態宣言等を背景とする移動自粛や「三密」（密閉・密集・密接）回避等から全国と同様に東北の観光産業にも打撃を与えた。
2. 東北地域は、観光におけるインバウンド客への依存度が首都圏など他地域に比べ小さいことなどから宿泊客数の減少率（前年同月比）は、全国に比べ抑えられている。しかしながら、東北経済における観光産業のプレゼンスは他地域よりも高いものとみられ、東北経済の牽引役として早急な回復が願われる。
3. こうした中、アジアや欧米豪における海外旅行経験者から見た日本への旅行の人気はポストコロナにおいても依然として高いことが、株式会社日本政策投資銀行（以下「DBJ」という。）・公益財団法人日本交通公社（以下「JTBF」という。）によるアンケート結果から明らかになった。

そのなかでポストコロナにおける東北訪問希望者の主な特徴として以下の2点がみられた。

- ◇東北訪問希望者を国・地域別の割合をみると台湾がトップであり、その割合は訪日希望者全体における台湾の割合を上回ること
- ◇東北訪問希望者は、滞在日数の長期化、予算の増加を見込む割合が海外観光旅行希望者全体の割合よりも高いこと

このほか、東北を訪れるインバウンド客が複数回にわたり日本を訪れたことのある訪日リピーターが多いことを踏まえ、ポストコロナにおいて東北での旅行に期待したいことについて「東北訪問**希望者**」と「東北訪問**経験者**」に分け、そのニーズを整理したところ、いずれも「ウイルス対策全般の継続」と「観光地のアクセス改善」が上位に挙げられた。その中でも特に「ウイルス対策全般の継続」、「リーズナブルな宿泊施設の拡充」、「観光地やレストラン、宿泊施設などでの英語・多言語による案内、表示のブラッシュアップ」などに両者の大きなギャップがみられ、「東北訪問**経験者**」がそれらへの対応に対する期待が高い姿となった。

ビフォーコロナ時代を知る「東北訪問**経験者**」に対しては、特に、既にウイルス対策が施され、継続されていることについてわかりやすく且つ丁寧に伝えること、そして宿泊施設や食事では訪れる客層を踏まえつつその質と価格の適切なバランスを改めて探ること、さらにインバウンド客向けの案内や表示の英語・多言語化についてはエリア設定も含めて一層のきめ細かな対応などの必要性がうかがわれる。

海外渡航の本格的再開のタイミングにおけるスタートダッシュに向け、様々な課題解決に向けた検討と実行が望まれよう。

4. 新型コロナウイルスと異なる面はあるが、過去の地震災害の復旧プロセスをみると、宿泊客数の回復には数ヶ月から概ね1年を要している。東日本大震災では観光産業の復旧プロセスにおいて様々な情報発信等の試みが行われた。感染症は地震の復旧と異なり、感染状況が目に見えないが故に情報発信の重要性は高く、これまでの実績と経験をアドバンテージとして活かし、IT技術も駆使した情報発信が期待される。

-
5. 足下においてインバウンド客の早急な回復は見込めないが、国内の人口減少は着実に進んでおり、将来的なインバウンド客の誘客の準備も不可欠であり、海外渡航が本格的に再開した際には、これまで培った東北地域におけるインバウンド客増加の勢いをつなぐ迅速なスタートの態勢構築が重要となる。
 6. インバウンド客拡大は東北地域における観光産業の課題の「季節繁閑」の緩和をもたらし、さらには収入機会の増加ももたらすなど様々な課題解決に寄与することが期待される。特に長期滞在による広域観光の増加を実現させれば、観光産業全体の収入増加と収益基盤の強化、さらには地域全体の活性化にもつながるものとみられる。そのためにも東北地域らしいポストコロナ時代のニーズにマッチした新たなサービスの開発・提供が求められよう。
 7. 今後においては、国内客、インバウンド客ともにウィズコロナを背景とした日常空間の変化に伴い非日常空間たる観光に求める要素も変化することが想定される。それら非日常空間に求められる要素を東北は兼ね備えており、新たなニーズに合わせて、公民が連携した新たな観光商品やサービス開発などに向けた挑戦も望まれる。
同時に、このような新たな試みを後押しする行政側での規制緩和の推進や、民間事業者側でも既に進められている各種の規制緩和の制度の積極的な利用などを通じた新たな観光産業の構築が望まれる。
特に2次交通問題については、様々な社会実験が進められているところだが、例えばITを活用した乗り合いタクシーの利用などが期待されよう。
 8. 2021年度は、東北地域を対象としたDC（デスティネーション）キャンペーンが予定される。過去にはDCを契機とした観光資源の新たな発掘と継続的な発展に繋げている地域もあり、東北における観光の新しい姿を国内外に発信する絶好の機会といえる。ポストコロナ時代に相応しい東北独自の新たな価値を観光客に提供し、観光産業の継続的な発展につながることが期待される。

以上

目次

	Page
1. 新型コロナの感染拡大と観光産業への影響	6
2. 海外から見た日本・東北への旅行に関する意識等	19
3. 過去の地震災害の復旧プロセスにみる新型コロナの対応方向	29
4. インバウンドのリスタートによる東北における観光の課題解消に向けて	36
5. ウイズコロナ時代における感染防止等に向けた先進事例	41
6. 課題解決と今後の進化・発展に向けた参考事例	50
7. 今後に向けて～観光産業の回復・新たな発展に向けて～	56

本レポートにおける用語

本レポートにおいて使用する用語		
本レポート中の表記	正式名称等	備考
新型コロナ	新型コロナウイルス感染症（COVID-19）	2019年12月末に中国湖北省武漢市で発症が確認された原因不明の肺炎
インバウンド客	訪日外国人旅行者	日本を訪れた外国人旅行者
国内旅行	日本国内居住者による国内旅行	インバウンドと対比して国内居住者による国内旅行について述べる際は「国内旅行」として表記
ビフォーコロナ		新型コロナ感染拡大前の状況
ウィズコロナ		新型コロナ感染拡大がみられ、終息していない状況
ポストコロナ		新型コロナ完全終息後の状況

本レポートにおける用語

本レポートにおける地域区分 ※特段のコメント無き場合は本地域区分を使用	
北海道	北海道
東北	青森県、岩手県、宮城県、秋田県、山形県、福島県
北関東甲信	茨城県、栃木県、群馬県、山梨県、長野県
首都圏	埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県
北陸	新潟県、富山県、石川県、福井県
東海	岐阜県、静岡県、愛知県、三重県
近畿	滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県
中国	鳥取県、島根県、岡山県、広島県、山口県
四国	徳島県、香川県、愛媛県、高知県
九州・沖縄	福岡県、佐賀県、長崎県、熊本県、大分県、宮崎県、鹿児島県、沖縄県

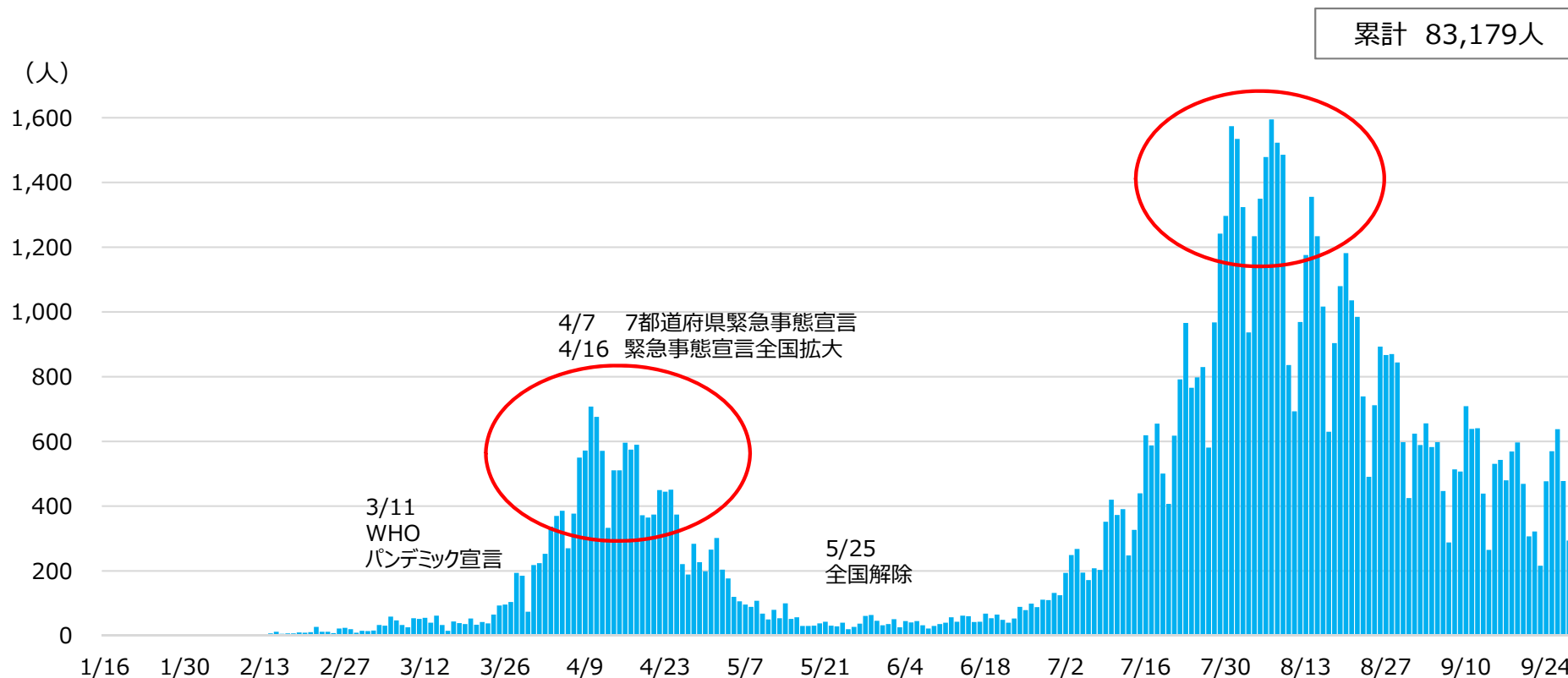
1. 新型コロナの感染拡大と観光産業への影響

1. 新型コロナの拡大拡大と観光産業への影響

(1) 新型コロナの感染状況

- ✓ 全国の新型コロナの感染推移をみると、陽性者数は累計で83,179人千人である（9/30時点）。
- ✓ 陽性者数は、4月に増加し、その後に落ち着きをみせたが、8月に再び増加した。

陽性者数の推移



注) 各報告日時点の集計値を記載しているため、各自治体のホームページ等で公表されている数値と異なる場合がある。

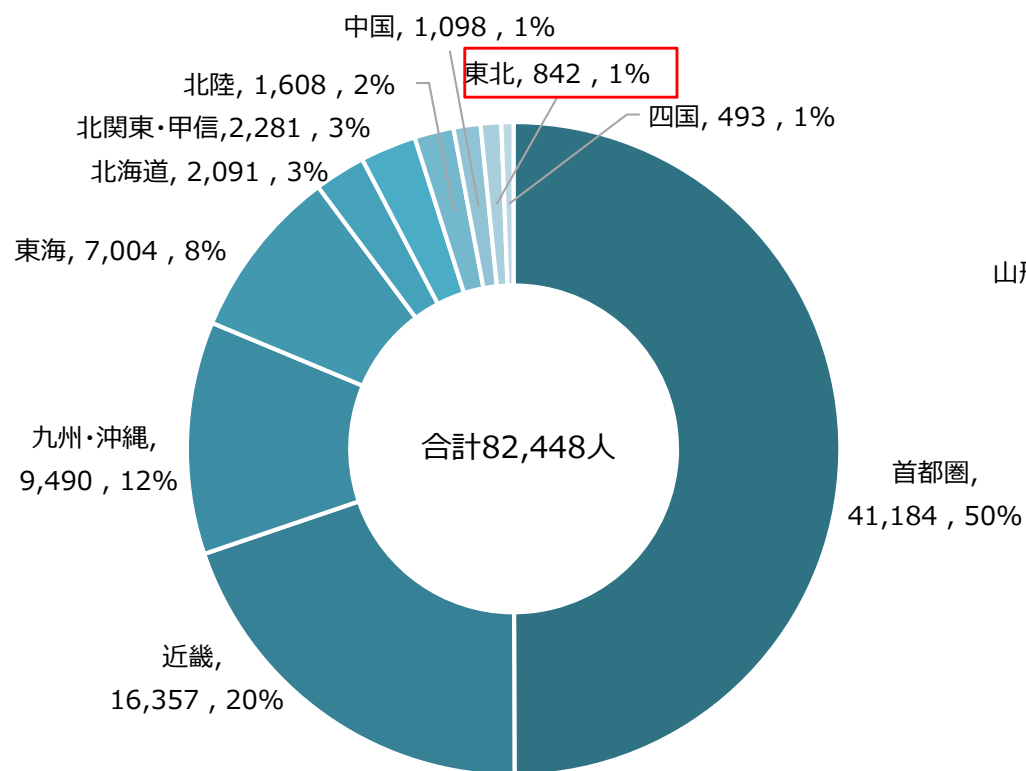
出典) 厚生労働省 ホームページ (2020/9/30時点) より作成

1. 新型コロナの感染拡大と観光産業への影響

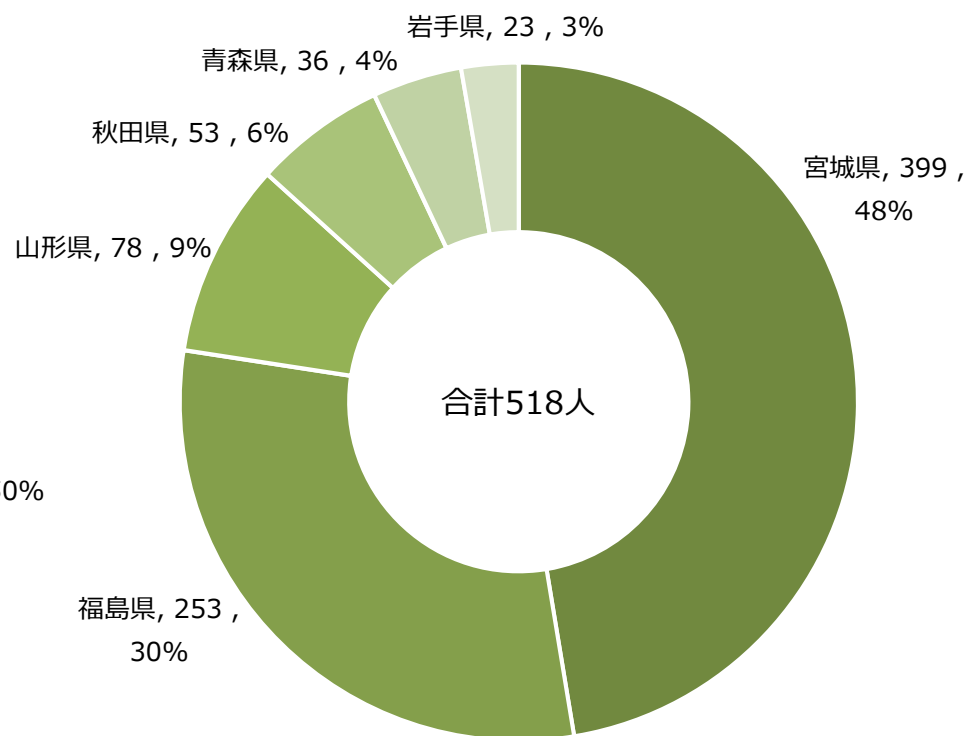
(1) 新型コロナの感染状況（地域別）

- ✓ 国内の新型コロナ感染者数の約半数は首都圏で発生しており、次いで近畿が20%、九州・沖縄が11%と続いている、東北の新型コロナ感染者数は842人で、国内全体の1%である。
- ✓ 東北6県の内訳をみると、宮城県が399人、次いで福島県253人、山形県78人になっている。

確定患者数（全国）



確定患者数（東北6県）



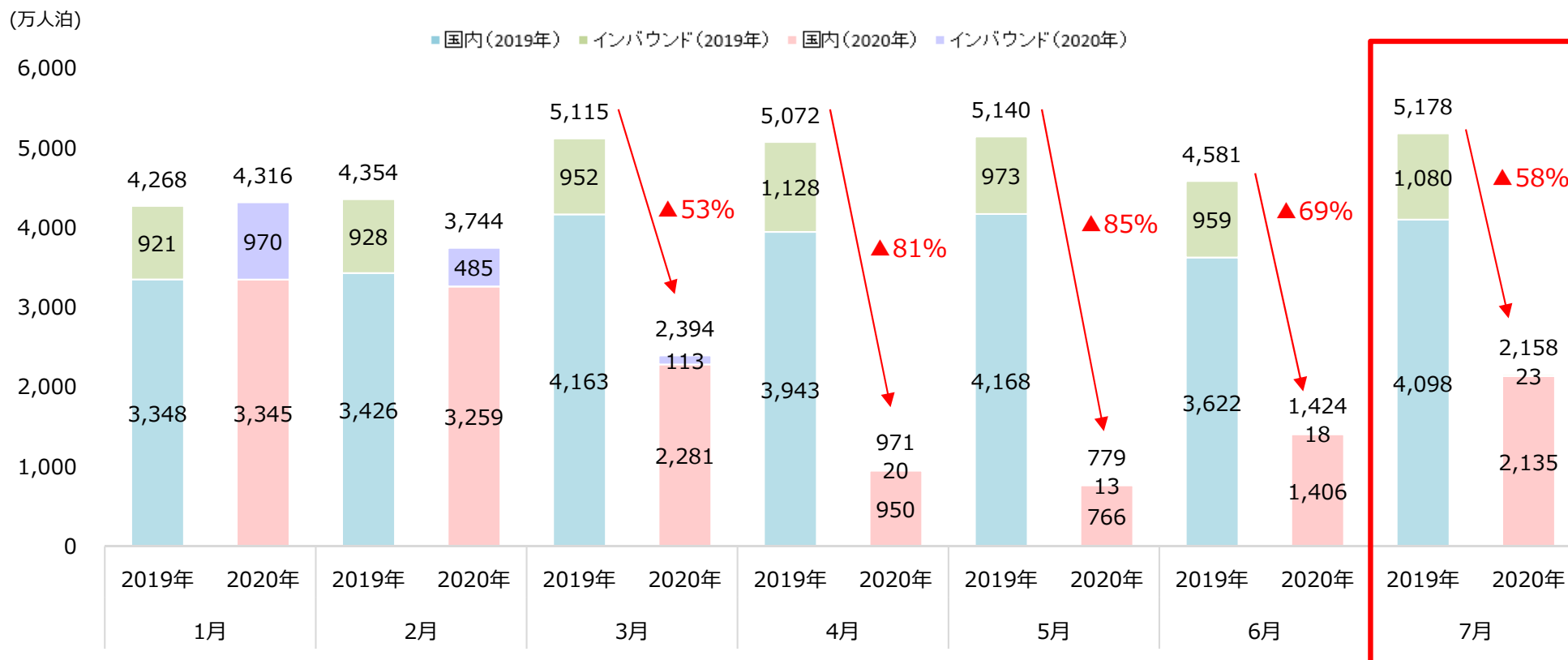
注) 各報告日時点の集計値を記載しているため、各自治体のホームページ等で公表されている数値と異なる場合がある。
出典) 厚生労働省 ホームページ (2020/9/30時点) より作成

1. 新型コロナの感染拡大と観光産業への影響

(2) 月別宿泊者数推移(全国)

- ✓ 新型コロナが発生した前後の延べ宿泊者数（全国）をみると、2020年1月までは概ね前年と同水準を維持していたが、2月～5月は減少が続き、前年を大きく下回った。しかしながら、緊急事態解除宣言後の6月には増加に転じ、7月には前年同月比▲58%と引き続き厳しい状況にあるものの、6月の1,424万人泊から7月には2,158万人泊まで回復した。
- ✓ 6月以降は、全国の自治体において主に自県内の県民を対象とした宿泊割引事業の展開が広がったことに加え、政府の「Go To トラベル事業」の開始(7/22～) など政策的な下支えもあり、直近では持ち直しの傾向がみられる。

新型コロナ前後の延べ宿泊者数推移（全国）



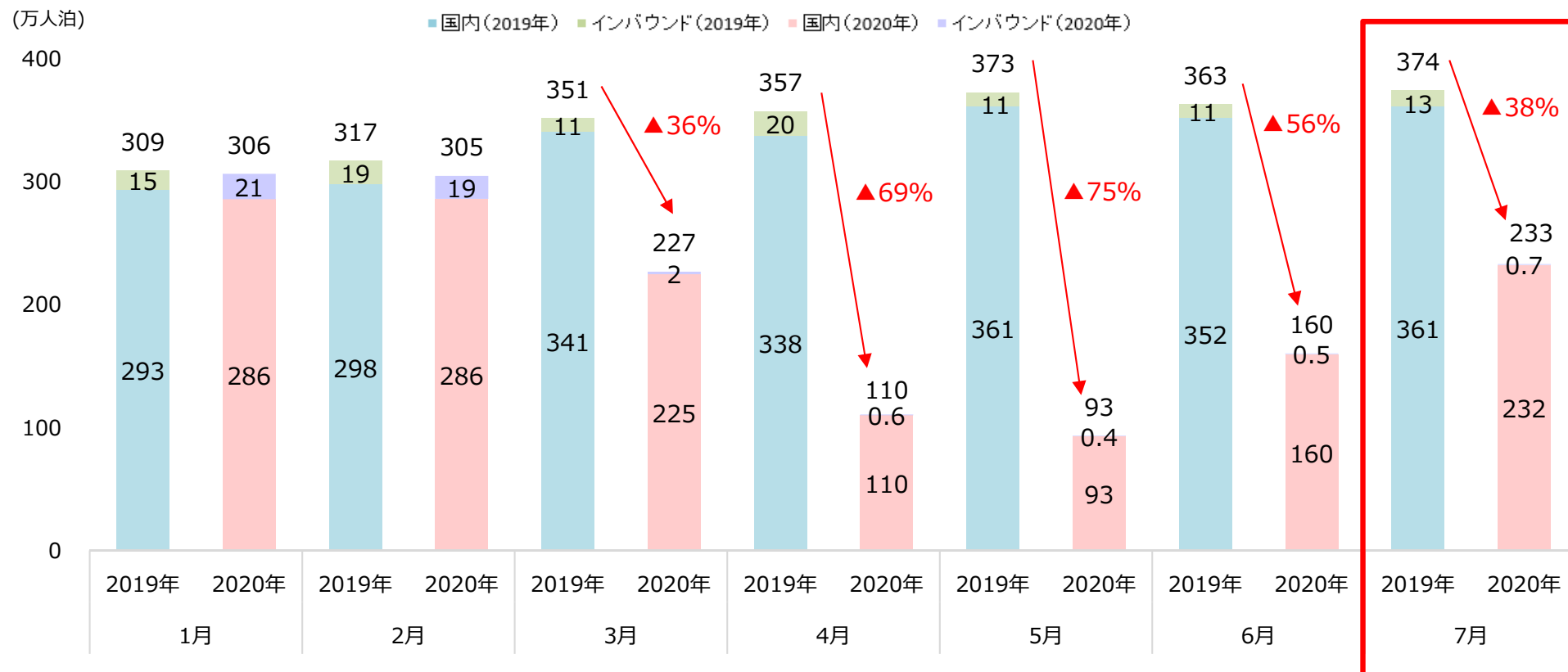
出典) 観光庁「宿泊旅行統計」(第二次確報値)

1. 新型コロナの感染拡大と観光産業への影響

(2) 月別宿泊者数推移(東北地域)

- ✓ 東北地域においては、少雪の影響等からスキーヤーを中心に入込みが振るわず1月から既に前年同月を下回り、3～5月は全国と同様に前年同月を下回る状況が続いたが、直近公表の7月の延べ宿泊者数は全国同様に持ち直し、その減少幅は全国に比べ抑制された。
- ✓ 6月以降は、政府や自治体の政策的な下支えに加え、一般社団法人東北観光推進機構が「東北・新潟応援！絆キャンペーン～旅を楽しもう～」を6月下旬から展開し、東北・新潟の大自然、歴史・文化を伝える動画の配信や各地域の応援メニューや魅力的な観光コンテンツの紹介などを行い、それらを通じた情報発信の強化が図られたことなども持ち直しに寄与しはじめたものとみられる。

新型コロナ前後の延べ宿泊者数推移（東北）



(参考) 一般社団法人東北観光推進機構による 「東北・新潟応援！絆キャンペーン～旅を楽しもう～」について

- ✓ 一般社団法人東北観光推進機構では、新型コロナウイルス感染症の影響で落ち込んだ、東北・新潟域内の観光需要の早期回復を目的に自治体や関係事業者と連携し、「東北・新潟応援！絆キャンペーン～旅を楽しもう～」を6月下旬より実施中である。
- ✓ 新型コロナウイルス感染症での社会情勢を踏まえ、まずは東北・新潟域内の住民が域内の魅力を再発見し、相互に訪問し合う域内流動の活性化に取り組んできた。
- ✓ 今後は、GoToトラベルキャンペーンや 2021年4月から開催する東北デスティネーションキャンペーン等の全国的な東北・新潟への誘客につなげていく。

◇ キャンペーンコンセプト

東北・新潟域内の自治体や観光地域づくり法人、宿泊施設等が取組む、各地域の応援メニューや魅力的な観光コンテンツ等の情報を発信することで、安全・安心な東北・新潟を知っていただくとともに、東北・新潟の魅力を再発見してもらい、旅行の気運を醸成する。

◇ 対象地域

青森県・岩手県・宮城県・秋田県・山形県・福島県・新潟県

◇ 期間

2020年6月下旬～2021年3月

◇ 実施概要

(1) 特設サイトにて魅力的な観光情報の発信

- ① 東北・新潟域内の観光事業者からのメッセージ動画
 - ② 各地域の魅力的な観光コンテンツの紹介
 - ③ 東北・新潟域内へのお得な旅行商品の紹介
 - ④ GoToキャンペーン等を活用したお得な旅の楽しみ方の紹介
- 【URL】<https://www.tohokukanko.jp/kizuna>

(2) プロモーションの実施

Web プロモーション、域内メディアキャラバン、雑誌記事掲載
東北新潟域内及び首都圏での交通媒体を活用した広告

(3) 安心して旅行できる環境づくり

ポスター掲示やマスクケース配布によるコロナ禍での新しい旅行形態の提案



←特設サイトによる
情報発信
(GoToキャンペーンとの連携)

7県タウン誌への
記事出稿→



←7県知事等と
東北観光推進機構の共同宣言

駅や道の駅等での
ポスター掲示→



←県政記者クラブ
での会見(左)
←サイトイメージ(右)



マスクケースによる
新しい旅行の
環境づくり→

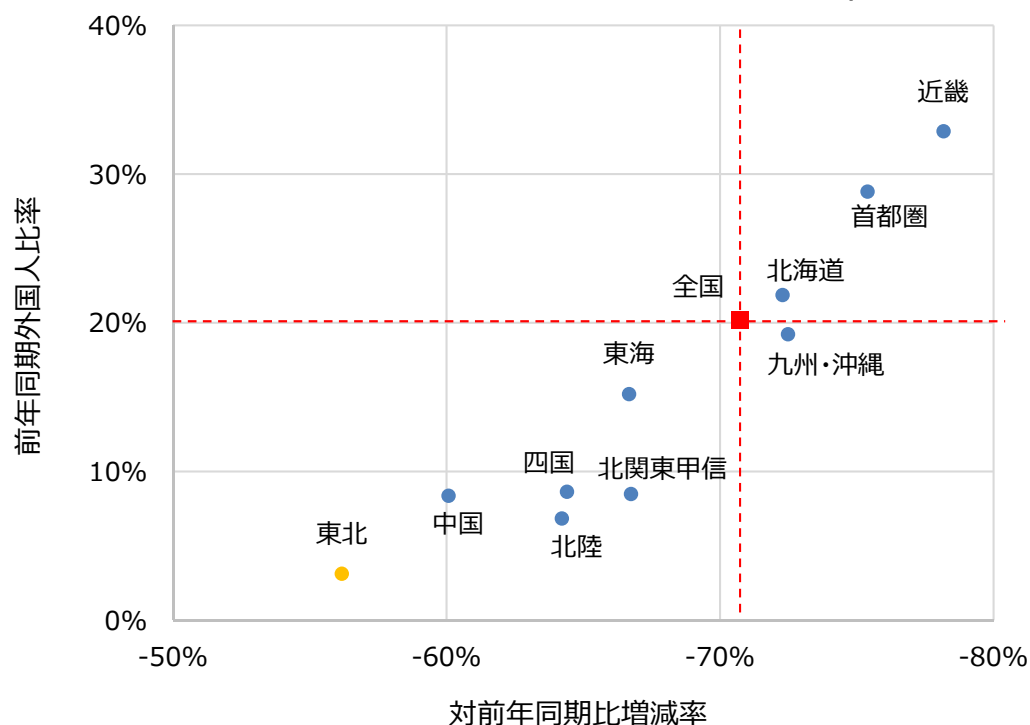


1. 新型コロナの感染拡大と観光産業への影響

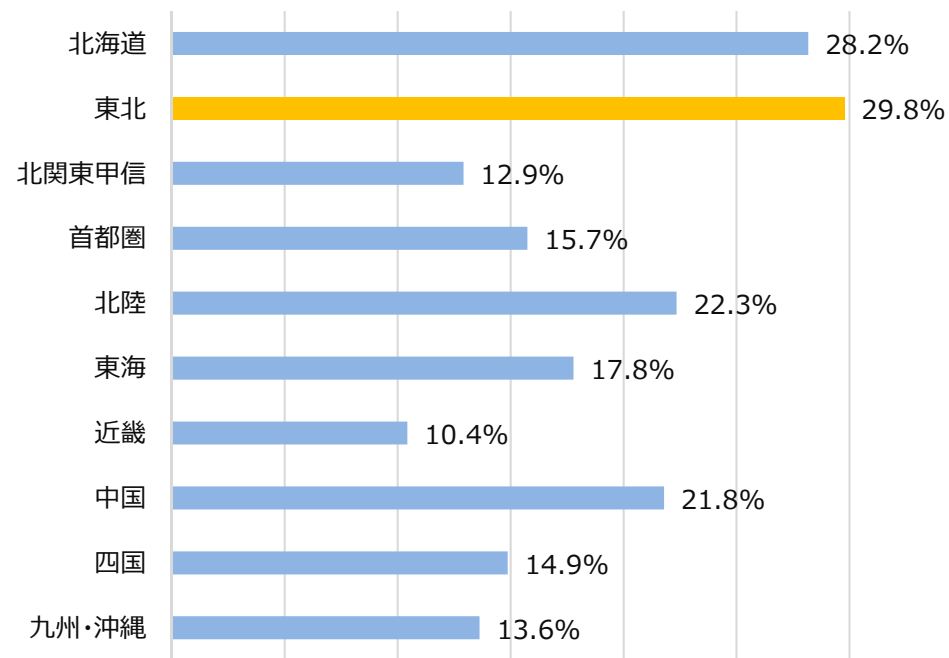
(3) 東北地域の減少率が全国に比べ抑えられた要因

- ✓ 5～7月の対前年同期の月平均延べ宿泊者数における増減割合について、インバウンド客との関係を見ると、国内客も含めた全体の延べ宿泊者に対するインバウンドの割合が昨年高かった地域ほど、5～7月平均の延べ宿泊者数は前年同期を大きく下回る傾向がうかがわれる。東北地域については、前述のとおり、インバウンド客の増加過程あるものの、その割合はゴールデンルートに代表される首都圏や近畿等に比べ低いこともあり、他地域に比べ減少率は比較的抑えられていることがうかがわれる。
- ✓ さらに比較的抑えられた要因として「農閑期における慰労の場として地元住民が温泉を利用する文化が根付いている」（有識者談）ことから、温泉を有する宿泊施設を中心に地元客の利用割合が従来から比較的高かったことも想定される。

2020年5～7月の対前年同期の月平均延べ宿泊者数における
増減割合と前年同期外国人比率（地域別）



域内からの宿泊者比率（2019年）

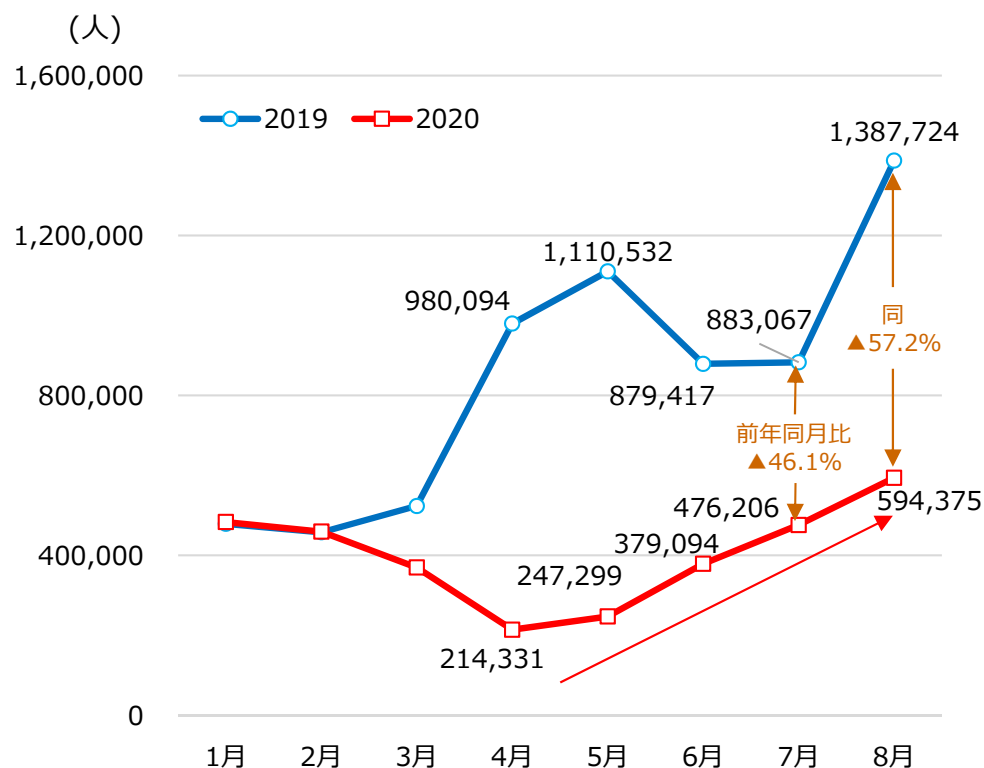


1. 新型コロナの感染拡大と観光産業への影響

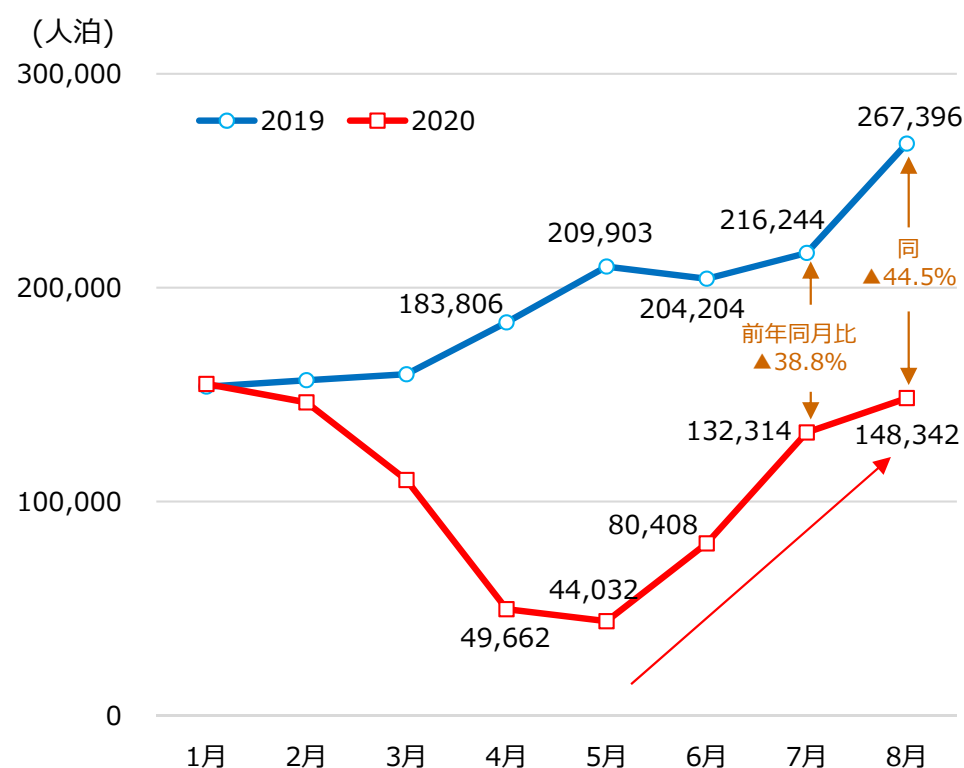
(4) 東北地域の主要観光施設入込客数と宿泊客の動き～青森県を例に～

- ✓ 東北地域の中でも観光関連統計の公表の早い青森県における、主要観光施設の入込客数・延べ宿泊客数の状況を見ると、主要観光施設・主要宿泊施設ともに、2020年3月以降の客数は前年同月を大きく下回るが、前月比ベースでは持ち直しの動きが見られる。
- ✓ 8月については、例年において宿泊客数が1年の中でも最も多い月であり、今年度は「青森ねぶた祭り」など県内各地の夏祭りの中止が響いたことなどから、対前年同月比の延べ宿泊客数の減少率は再度拡大している。

青森県主要観光施設(35施設)注 入込客数



青森県主要宿泊施設(76施設)延べ宿泊客数



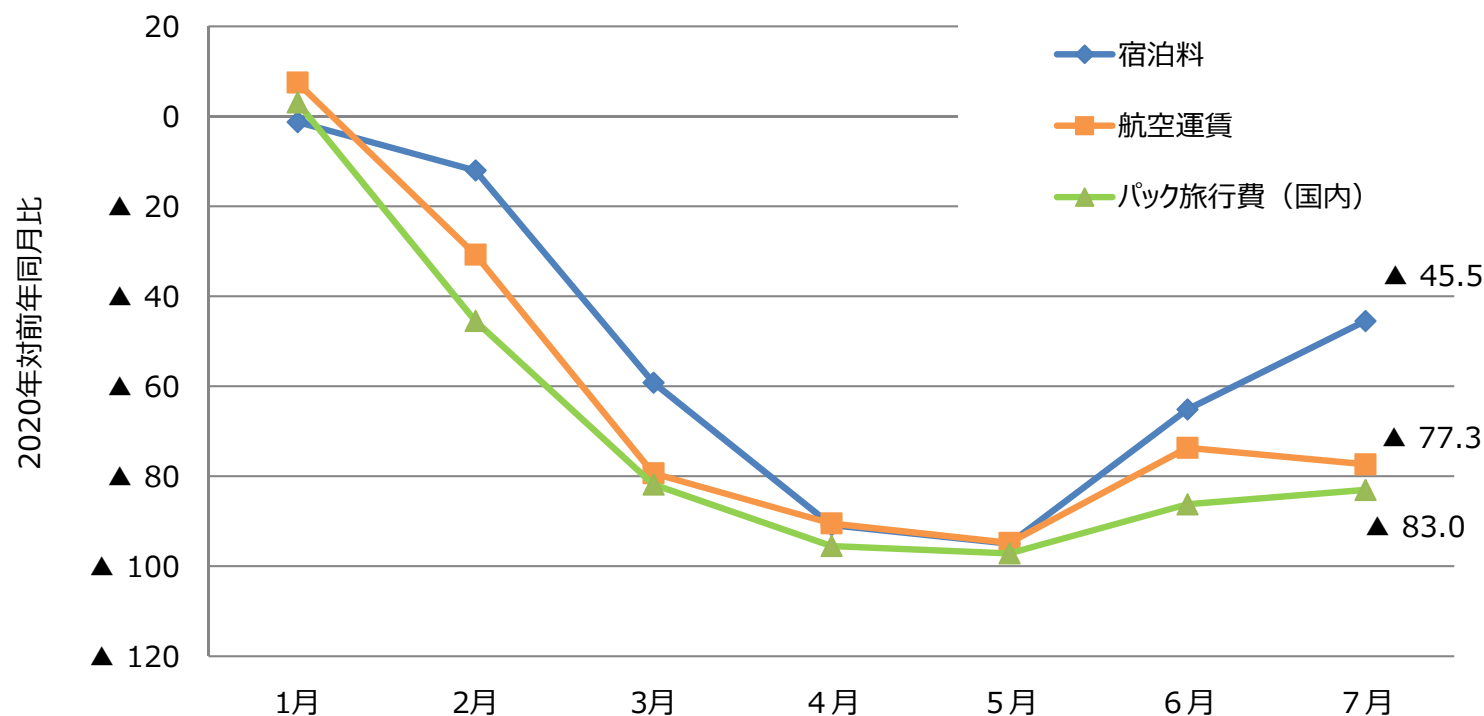
注) 主要観光施設(35施設)とは「八食センター」、「アスパム」、「弘前市立観光館」、「浅虫水族館」、「青森県立美術館」など
出典) 青森県「月例観光統計」

1. 新型コロナの感染拡大と観光産業への影響

(5) 家計消費からみた観光関連消費の動向 (全国)

- ✓ 全国ベースの1世帯当たりの旅行関連支出の対前年同月比をみると、宿泊料、航空運賃、パック旅行費(国内)いずれも前年同月を2月以降、下回っている状況が続く。こうしたなか、6月以降は持ち直しの動きがみられるが、その持ち直しの度合いにはばらつきがみられる。航空運賃やパック旅行費(国内)については、宿泊料に比べて概ね緩やかに持ち直す姿となっている。
- ✓ 航空機を利用した遠出や、パック旅行については慎重な姿勢が見受けられる。パック旅行については、添乗員など様々なサービスが含まれる「フルパッケージツアー」と、交通手段と宿泊施設のみを提供する「ダイナミックパッケージ」に分類され、そのツアー形態によっても状況は異なると推測される。

1世帯当たり旅行関連支出の対前年同月比

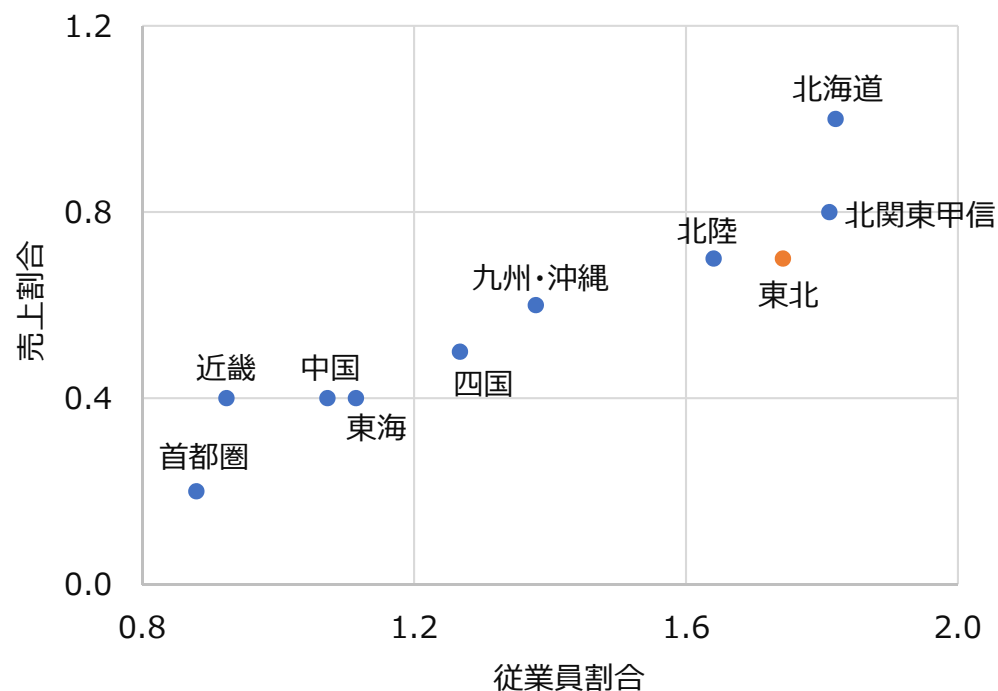


1. 新型コロナの感染拡大と観光産業への影響

(6) 東北地域における観光産業のプレゼンスと影響①

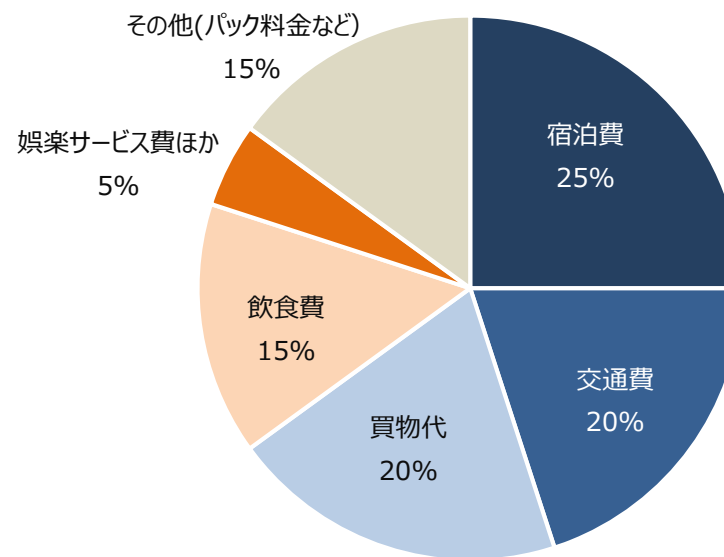
- ✓ 観光産業は運輸業や宿泊業、飲食業、小売業など様々な産業から成り立っている。観光産業は需要側からみた産業であるため、観光産業の経済規模の変化を地域別に且つ継続的に示した公的な統計は存在しない。
- ✓ 旅行者の様々な消費の中でも宿泊費は比較的大きな割合を占める。そこで全産業に対する宿泊業の売上や従業員の占める割合を地域別にみると、東北地域は、売上、従業員ともに他地域に比べ高く、観光産業が運輸業や飲食業、小売業との関わりを有することを勘案すると、東北において観光産業が相応のプレゼンスを有することが推測される。
- ✓ 観光産業は東北経済の牽引役の一つともいえ、新型コロナ感染拡大に伴う落ち込みからの早急な回復が願われる。

全産業における宿泊業の売上・従業員割合



出典) 経済産業省「平成28年経済センサス-活動調査」

国内観光客の支出構成比 (東北地域)



注) 東北6県の平均値を採用

出典) 観光庁「旅行・観光消費動向調査」(2019年)

1. 新型コロナの感染拡大と観光産業への影響

(7) 東北地域における観光産業のプレゼンスと影響②

- ✓ 新型コロナの影響で、東北の3大祭りである青森ねぶた祭、秋田竿燈祭、仙台七夕まつりを含めて全て中止等になっている。
- ✓ 東北の延べ宿泊者数は8月がピークであり、夏の東北3大祭の中止がもたらした地域経済への影響は大きく、東北6県で1,264億円の観光消費額が失われ、総合波及効果は合計2,634億円と試算されている。付加価値の減少額は1,452億円にのぼると推計され、東北6県合計の名目生産額(2016年)において経済活動別の「運輸・郵便」「宿泊・飲食サービス」(2兆4,820億円)の5.9%に相当する。

県名	新型コロナの影響で中止になった祭(例)	開催時期	動員数 (2017-2019 3年平均)	観光消費額	総合波及効果
青森県	- 青森ねぶた祭 - 弘前ねぶたまつり - 八戸三社大祭 - 五所川原立佞武多	8月上旬 8月上旬 8月上旬 8月上旬	282万人 164万人 145万人 124万人	584億円	1,227億円
岩手県	- 盛岡さんさ踊り - 北上・みちのく芸能まつり	8月上旬 8月上旬	139万人 30万人	164億円	350億円
宮城県	仙台七夕まつり	8月上旬	202万人	182億円	362億円
秋田県	- 秋田竿燈祭 - 全国花火競技大会 - 土崎港曳山まつり - 花輪ばやし	8月上旬 8月下旬 7月中旬 8月中旬	131万人 75万人 28万人 24万人	149億円	316億円
山形県	- 山形花笠まつり - 新庄まつり	8月上旬 8月24・25・26日	98万人 53万人	101億円	209億円
福島県	- 郡山うねめまつり - 福島わらじまつり - 相馬野馬追	8月上旬 8月上旬 7月下旬	30万人 29万人 15万人	84億円	170億円
				合計1,264億円	合計 2,634億円

1. 新型コロナの感染拡大と観光産業への影響

(8) 国内観光需要の見直しの動き

- ✓ 海外渡航の本格回復にはなお時間を要するものとみられる。こうした中で、観光産業は政策的な下支えもあり、宿泊業を中心に持ち直しの動きがみられる。旅行先も自県内の日帰りから近隣への宿泊を伴う旅行へとその範囲の拡大がみられる。
- ✓ このような中、近隣県との相互送客に自治体が補助する動きも拡がり、9月には東北地域においても東北6県と新潟県の知事など自治体の首長と東北観光推進機構会長により「東北・新潟共同メッセージ」が発せられ、補助対象を東北・新潟内の県外にも拡大している。
- ✓ また航空路線では、首都圏の路線再開に加え、地域と地域を結ぶチャーター便運航の動きが10月以降拡がりつつある。
- ✓ さらに新型コロナの影響から修学旅行先を変更する動きもあり、例えば岩手県の大手温泉旅館においては東北域内の修学旅行者数（小中高生）が2020年9月末時点で昨年度の6.6倍に急増している。修学旅行も含めた相互交流が深まれば、国内観光の裾野の拡大にも繋がり、観光産業の早期回復にも寄与するものとみられる。

最近のチャーター便運航など地域と地域を結ぶツアーの動き

空港名	目的地	出発月（予定含む）	空港名	目的地	出発月（予定含む）
青森空港	奄美	10月	大館能代空港	南紀白浜	10月
三沢飛行場	能登	10月		長崎	同上
	種子島	同上	秋田空港	種子島	10月
花巻空港	広島ほか	10月		能登	同上
	南紀白浜	10月	山形空港	種子島	11月
	能登	同上	庄内空港	奄美	10月
	広島	同上	福島空港	八丈島	10月
	奄美	同上		種子島	同上
	石垣島	11月		広島	同上
仙台国際空港	南紀白浜	10月		山口宇部	同上
	種子島	11月		奄美	10月
	五島福江島	同上			

注）航空会社は全て（株）フジドリームエアラインズ（本社：静岡県静岡市）
出典）新聞記事や有識者ヒアリング等より作成。出発月が複数月の場合は最初の月を記載。

新規路線開設の動き

空港名	路線	就航月
仙台国際空港	沖縄線	10月
	名古屋（中部）線	12月

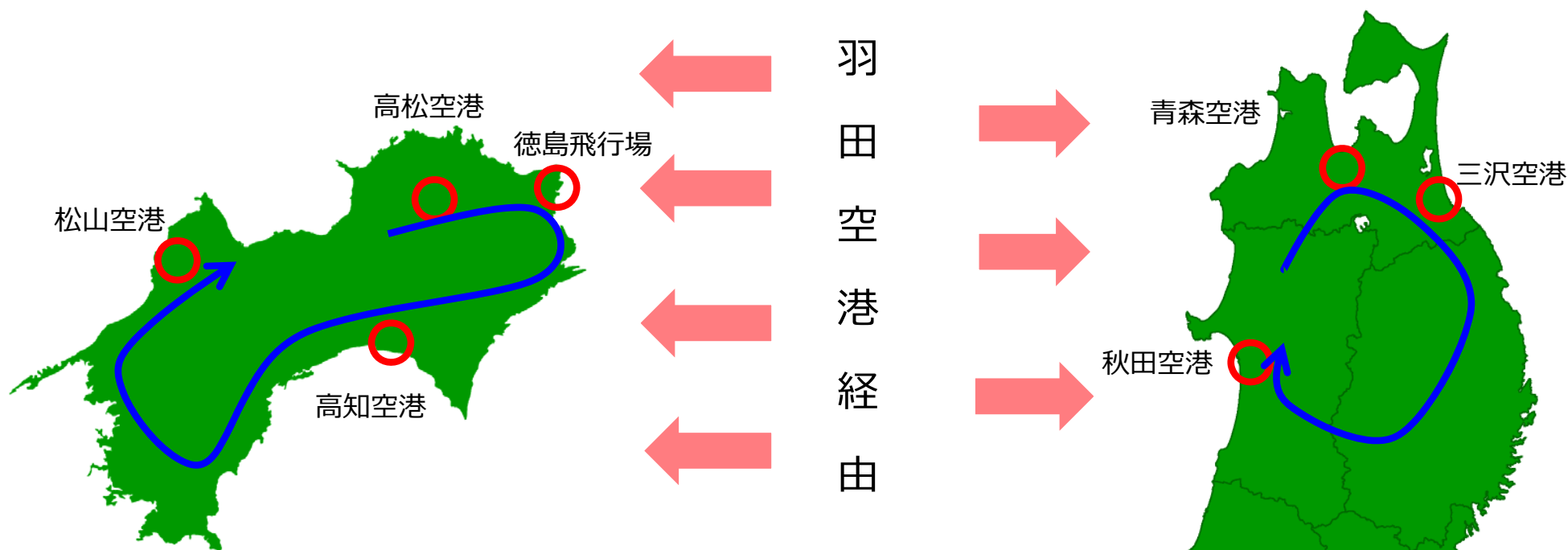
注）航空会社は全てPeach Aviation（株）（本社：大阪府泉南郡）
出典）仙台国際空港ホームページより作成

1. 新型コロナの感染拡大と観光産業への影響

(9) 国内観光需要の見直しの動き

- ✓ 広域周遊を意識した取り組みも生まれつつある。
- ✓ 日本航空(JAL)(本社：東京都) は、東北2県と四国を結ぶ「乗継割引28」を設定。この運賃は、2020年11月から2021年3月の一定期間の搭乗分が対象であり、青森・三沢・秋田空港と、徳島・香川・高知・愛媛間を羽田経由で乗り継ぐ運賃が割引となる。搭乗日の28日前までに予約購入すると、最大74%割引が適用。
往路と復路で異なる発着空港の組合せを選択し、四国エリアまたは東北エリアを陸路で周遊観光する旅程を組むことも可能となる。

イメージ図



出典) JALホームページをもとにDBJ東北支店作成

2. 海外から見た日本・東北への旅行に関する意識等

～「DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査(2020年度 新型コロナ影響度 特別調査)」より～

調査の概要

- DBJは、2012年より、訪日外国人の旅行嗜好等の把握を目的に、海外旅行経験者を対象としたインターネットによるアンケート調査を実施（2015年より（公財）JTBFと共同実施）している。
- 今般、新型コロナが外国人旅行者の海外旅行意向に与えている影響を探るため、以下の通り緊急での調査を実施した。

調査の概要

- 調査方法： インターネットによる調査
- 実施時期： **2020年6月2日～6月12日**
- 調査地域： 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、アメリカ、オーストラリア、イギリス、フランス
 (注) 中国は北京および上海在住者のみ（割合は北京50%：上海50%）
 (注) アメリカ、オーストラリア、イギリス、フランスは2016年度調査から追加
- 調査対象者： 20歳～59歳の男女、かつ、海外旅行経験者
 (注) 中国-香港-マカオ間、マレーシア-シンガポール間、タイ-マレーシア間、アメリカ-カナダ・メキシコ・ハワイ・グアム間、オーストラリア-ニュージーランド間、イギリス・フランス-欧州各国間の旅行については、海外旅行経験から除く
- 有効回答者数： 上記各地域に居住する住民計6,266人
- 協力実査会社： 楽天インサイト株式会社

有効回答者数等

◆有効回答者数 (人)

項目	全体	アジア全体										欧米豪全体				
		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			アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス	
男性	3,177	2,101	266	264	261	252	264	266	263	265		1,076	271	268	259	278
女性	3,089	2,093	263	284	269	259	257	251	257	253		996	249	257	246	244
総計	6,266	4,194	529	548	530	511	521	517	520	518		2,072	520	525	505	522

◆訪日経験別回答者数 (人)

項目	全体	アジア全体										欧米豪全体				
		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			アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス	
訪日経験あり	3,006	2,583	382	419	439	428	316	282	162	155		423	113	123	79	108
訪日経験者（1回）	1,079	866	132	172	93	50	117	117	90	95		213	46	62	48	57
訪日経験者（2回以上）	1,927	1,717	250	247	346	378	199	165	72	60		210	67	61	31	51
訪日経験なし	3,260	1,611	147	129	91	83	205	235	358	363		1,649	407	402	426	414
総計	6,266	4,194	529	548	530	511	521	517	520	518		2,072	520	525	505	522

◆訪日経験別回答者数（割合） (%)

項目	全体	アジア全体										欧米豪全体				
		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			アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス	
訪日経験あり	48	62	72	76	83	84	61	55	31	30		20	22	23	16	21
訪日経験者（1回）	17	21	25	31	18	10	22	23	17	18		10	9	12	10	11
訪日経験者（2回以上）	31	41	47	45	65	74	38	32	14	12		10	13	12	6	10
訪日経験なし	52	38	28	24	17	16	39	45	69	70		80	78	77	84	79

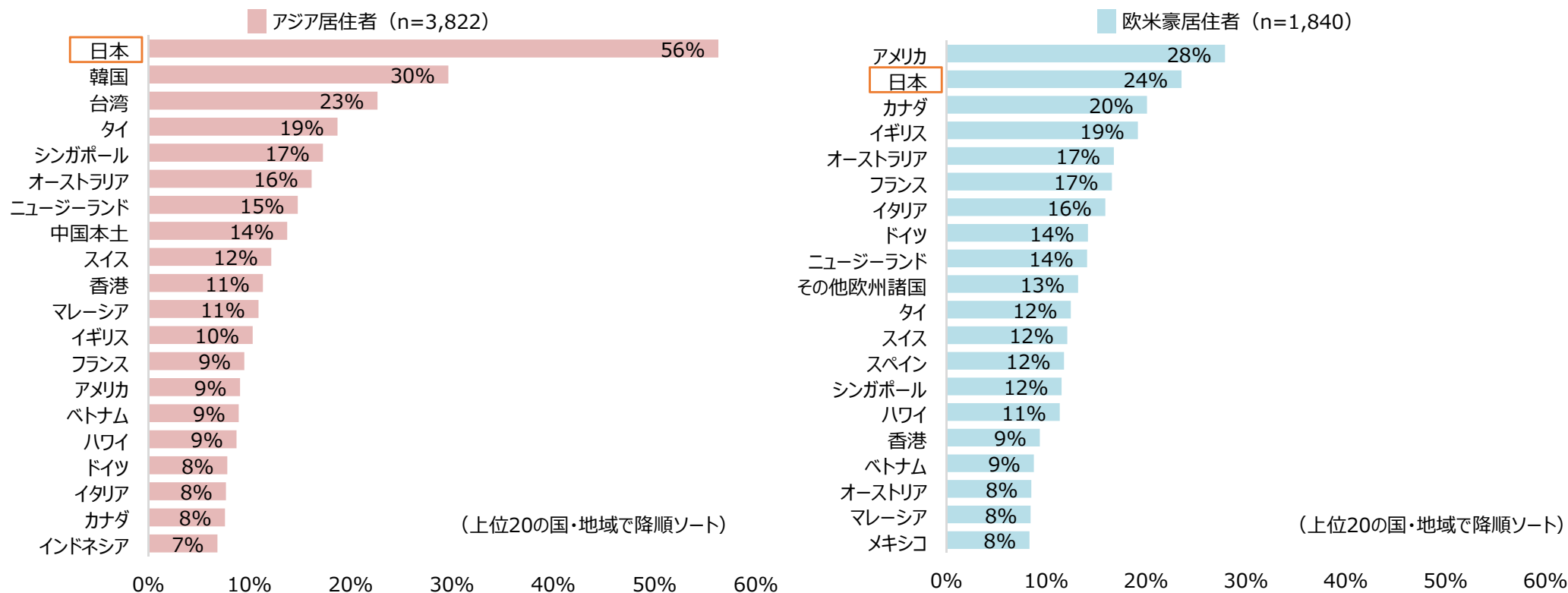
2. 海外から見た日本・東北への旅行に関する意識等

(1) 新型コロナに関するD B J インバウンドアンケート結果の概要分析

全 体

- ✓ ポストコロナにおいて、観光旅行したい国・地域については、日本は人気が高く、アジアでは第1位になっている（56.3%）。欧米豪でもアメリカに次いで第2位となっており（23.5%）、日本の人気は依然として高い水準である。

海外観光旅行希望者※1 新型コロナの流行終息後に、観光旅行したい国・地域※2 （回答はあてはまるもの全て）



※1 新型コロナ終息後の海外観光旅行について「(したい) 思わない」を選択した対象者および次に海外観光旅行の検討を再開するタイミングについて「現在の状況からは海外旅行の検討再開は考えられない」と回答した対象者を除く全員から回答を得た。

※2 「旅行したい国・地域」と「回答者の国・地域」または「近隣国」が同じ場合、当該国・地域の回答はサンプル数から除いている。

2. 海外から見た日本・東北への旅行に関する意識等

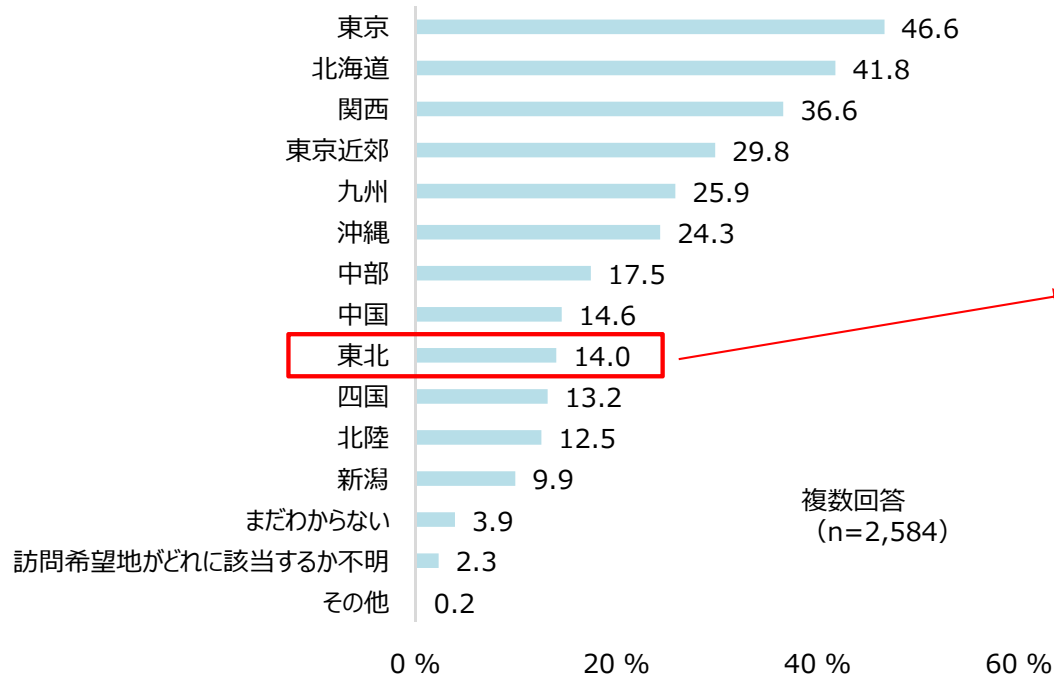
(2) 新型コロナに関するD B J インバウンドアンケート結果の概要分析

全 体

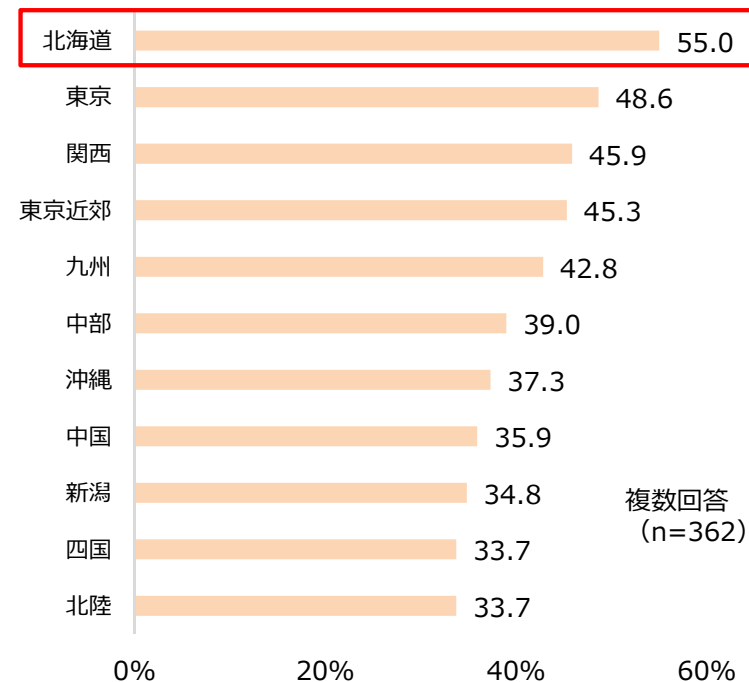
- ✓ ポストコロナにおいて訪問したい地域は、東京、北海道、関西に集中しており、所謂「ゴールデンルート」と北海道の人気引き続き高い。
- ✓ 東北は14.0%と、北海道や九州、沖縄より低いものの、他の非「ゴールデンルート」エリア並みとなっている。ちなみに東北訪問希望者は北海道への旅行も希望しており、北海道との連携や北海道にはない東北の魅力の良さをPRし、差別化を図ることが引き続き重要とみられる。なお、東北の訪問希望者と新潟の訪問希望者を合わせると19.1%となり、沖縄に次ぐ高い割合となる。

訪日希望者※ 新型コロナの流行終息後に訪問したい地域 (回答はあてはまるもの全て)

コロナ終息後に訪問したい地域 (観光目的)



東北訪問希望者が行きたい地域



※ 新型コロナ収束後に海外観光旅行したい地域として「日本」を選択した対象者から回答を得た。

2. 海外から見た日本・東北への旅行に関する意識等

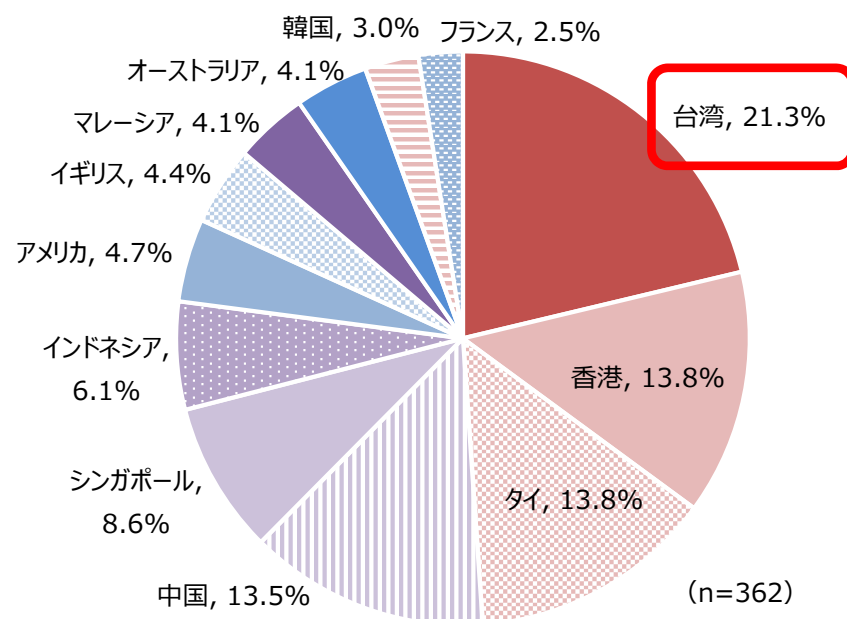
(3) 新型コロナに関するD B J インバウンドアンケート結果の概要分析

東北

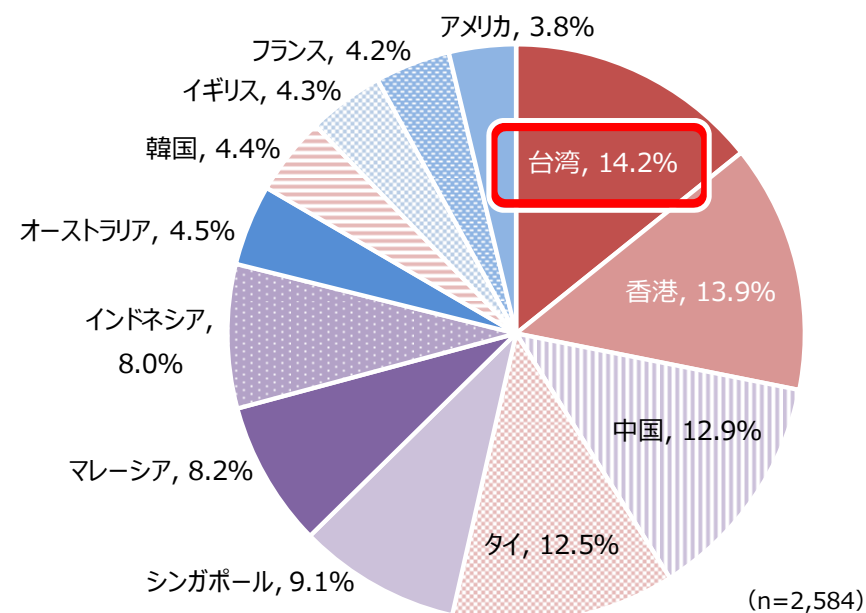
全体

- ✓ 東北訪問希望者の国・地域の構成比を訪日希望者全体の構成比を比較すると、台湾、香港、タイ、中国、シンガポールが上位を占める姿に変わりはないが、東北訪問希望者において台湾の占める割合が全国に比べ高い。
- ✓ そのほか、割合は高く無いが、東北訪問希望者の構成比において、アメリカの割合が全国に比べ高い。マレーシアについては、訪日希望者全体ではシンガポールに次ぐ高さだが、東北訪問希望者においては目立たない割合にとどまっている。

東北訪問希望者



訪日希望者全体



2. 海外から見た日本・東北への旅行に関する意識等

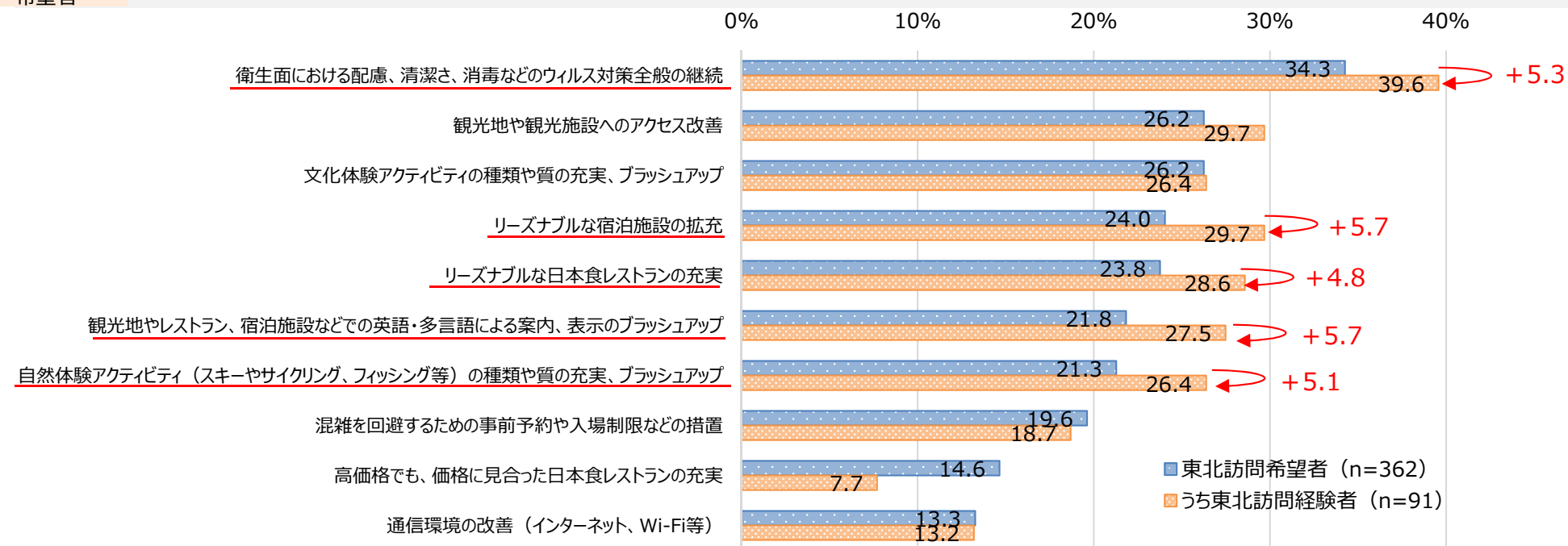
(4) 新型コロナに関するD B J インバウンドアンケート結果の概要分析

東北訪問希望者

- ✓ 東北を訪れるインバウンド客は訪日リピーターの割合が高いことが特徴である^注。ポストコロナにおいて東北での旅行に期待したいことについて「東北訪問**希望者**」と「東北訪問**経験者**」に分け、そのニーズを整理した。いずれも「ウイルス対策全般の継続」と「観光地のアクセス改善」が上位に挙げられているが、「ウイルス対策全般の継続」、「リーズナブルな宿泊施設の拡充」、「観光地やレストラン、宿泊施設などでの英語・多言語による案内、表示のブラッシュアップ」などに両者の大きなギャップがみられた。
- ✓ 一部は既に具体的取組が進められているところだが、ビフォーコロナ時代を知る「東北訪問**経験者**」に対しては、特にギャップの大きい項目への対応として、ウイルス対策の継続をわかりやすく且つ丁寧に伝えること、宿泊施設や食事では客層を踏まえつつその質と価格の適切なバランスを改めて探ること、さらにインバウンド客向けの案内や表示の英語・多言語化についてもエリア設定も含めて一層のきめ細かな対応の必要性がうかがわれる。海外渡航の本格的再開のタイミングでのスタートダッシュに向け、様々な課題解決に向けた検討と実行が望まれよう。

東北訪問
希望者※

東北への旅行に期待したいこと (回答はあてはまるもの全て)



※ 新型コロナ収束後に海外観光旅行したい日本の地域として「東北」を選択した対象者から回答を得た。

※ 赤下線部分は、東北訪問経験者の回答割合が東北訪問希望者の回答割合を4pt以上 上回った項目。

(東北訪問希望者の割合で降順ソート、上位10項目)

注) DBJ東北支店「2019 東北インバウンド意向調査」より

出典) DBJ・JTBF「2020年度 新型コロナ影響度特別調査」(2020年8月)に基づき作成

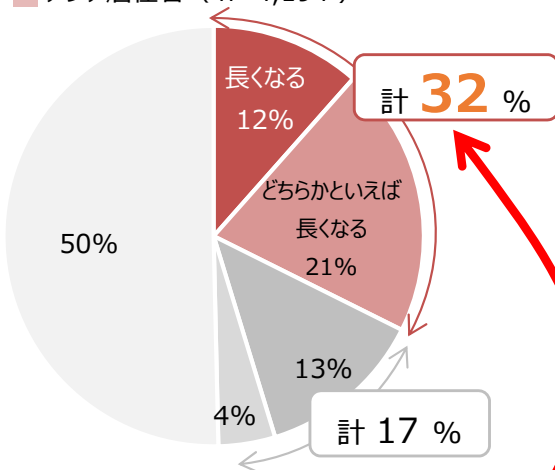
2. 海外から見た日本・東北への旅行に関する意識等

(5) 新型コロナに関するD B J インバウンドアンケート結果の概要分析

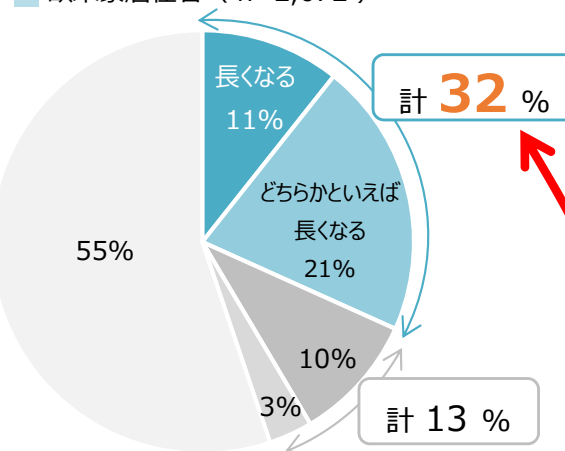
- ✓ ポストコロナにおける海外旅行の滞在日数については長期化させたい意向がみられる。東北訪問希望者においては、その割合はアジア、欧米豪ともに海外旅行希望者全体に比べ高い結果となった。

海外観光旅行希望者 新型コロナの終息後、海外観光旅行の滞在日数はどのように変化するか（回答はひとつ）

アジア居住者（n=4,194）

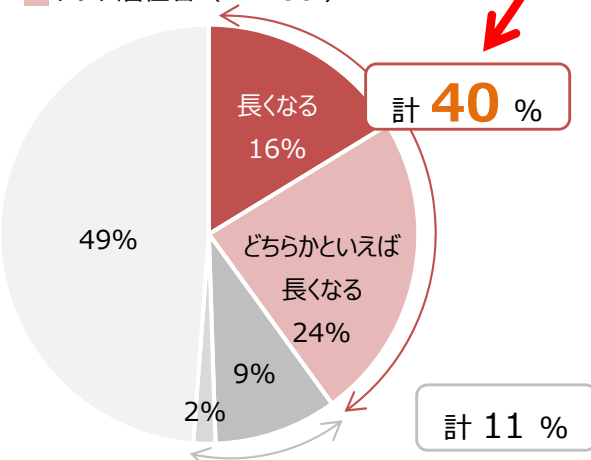


欧米豪居住者（n=2,072）

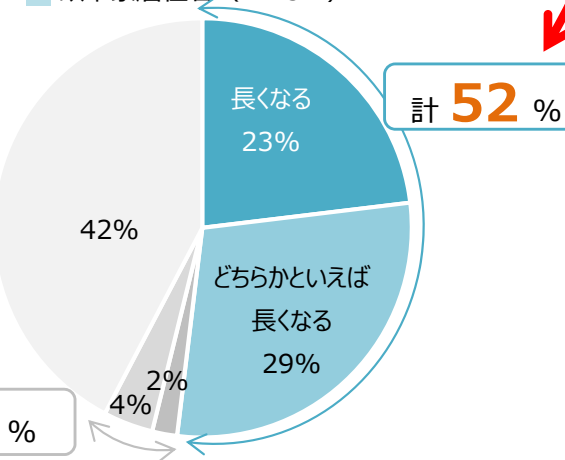


全 体

アジア居住者（n=295）



欧米豪居住者（n=52）



東北訪問希望者

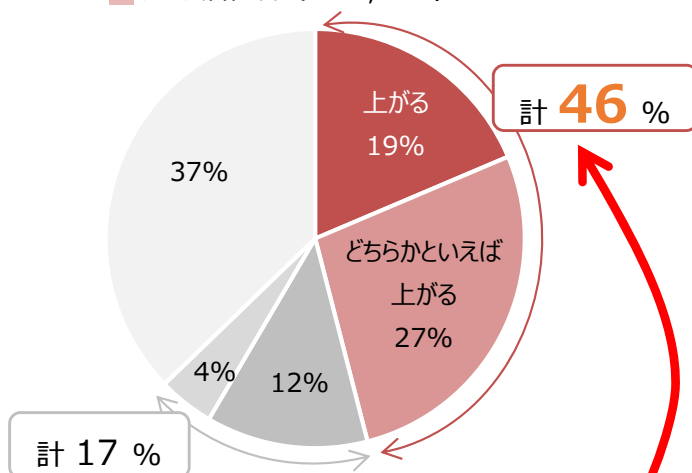
2. 海外から見た日本・東北への旅行に関する意識等

(6) 新型コロナに関するD B J インバウンドアンケート結果の概要分析

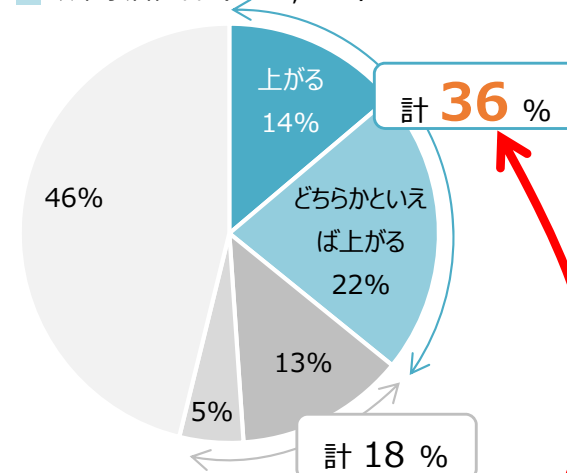
- ✓ ポストコロナにおける海外旅行の予算については、前述の滞在日数の長期化に合わせ、東北訪問希望者においてはその割合はアジア、欧米豪ともに海外旅行希望者全体に比べ高い結果となった。

海外観光旅行希望者 新型コロナの終息後、海外観光旅行の予算はどのように変化するか (回答はひとつ)

アジア居住者 (n=4,194)

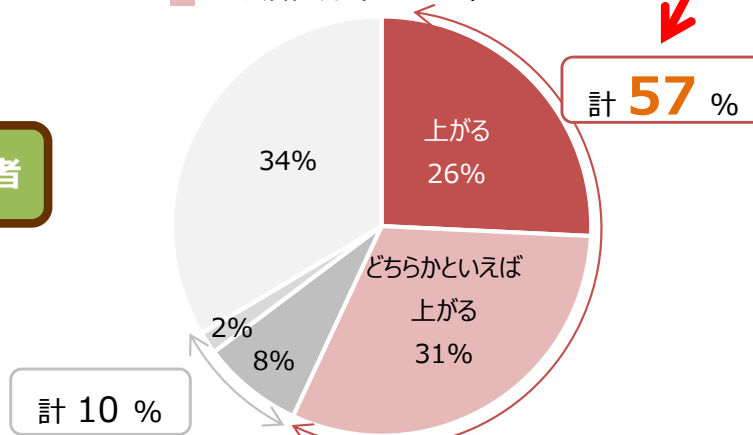


欧米豪居住者 (n=2,072)

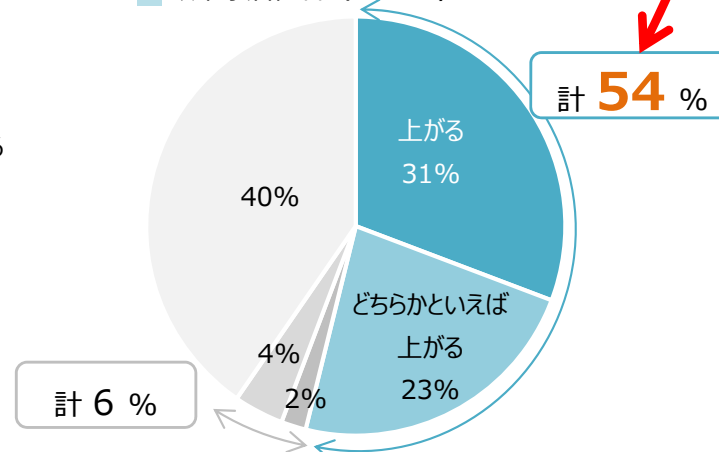


全 体

アジア居住者 (n=295)



欧米豪居住者 (n=52)



東北訪問希望者

2. 海外から見た日本・東北への旅行に関する意識等

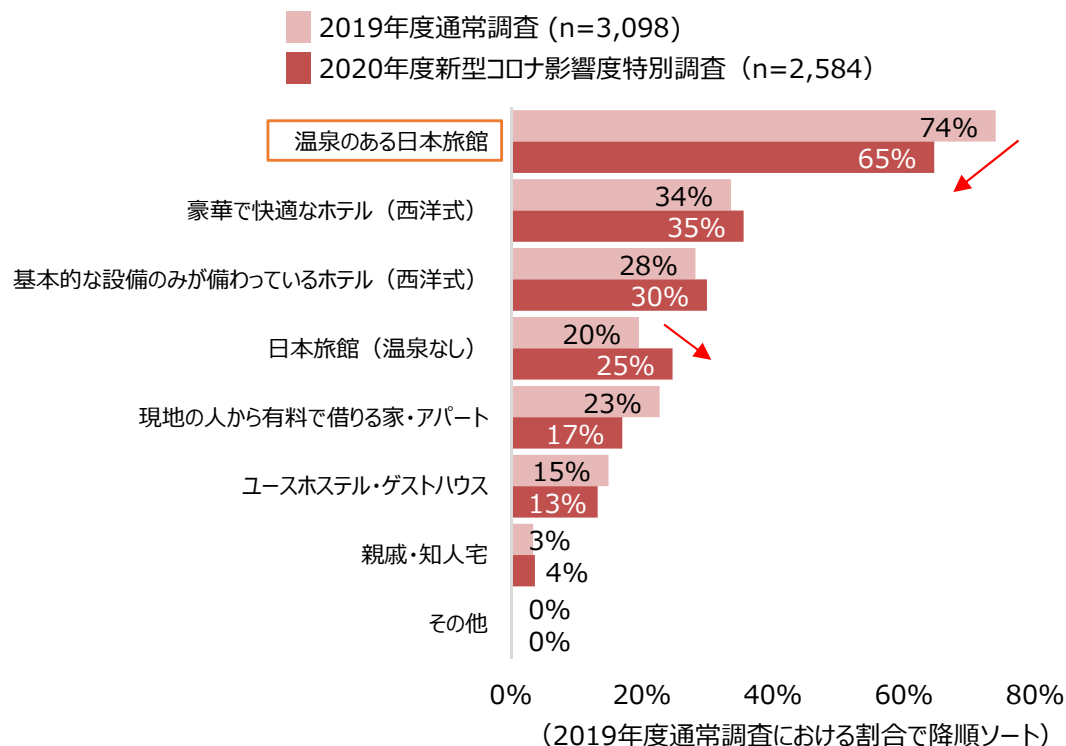
(7) 新型コロナに関するDBJインバウンドアンケート結果の概要分析

全 体

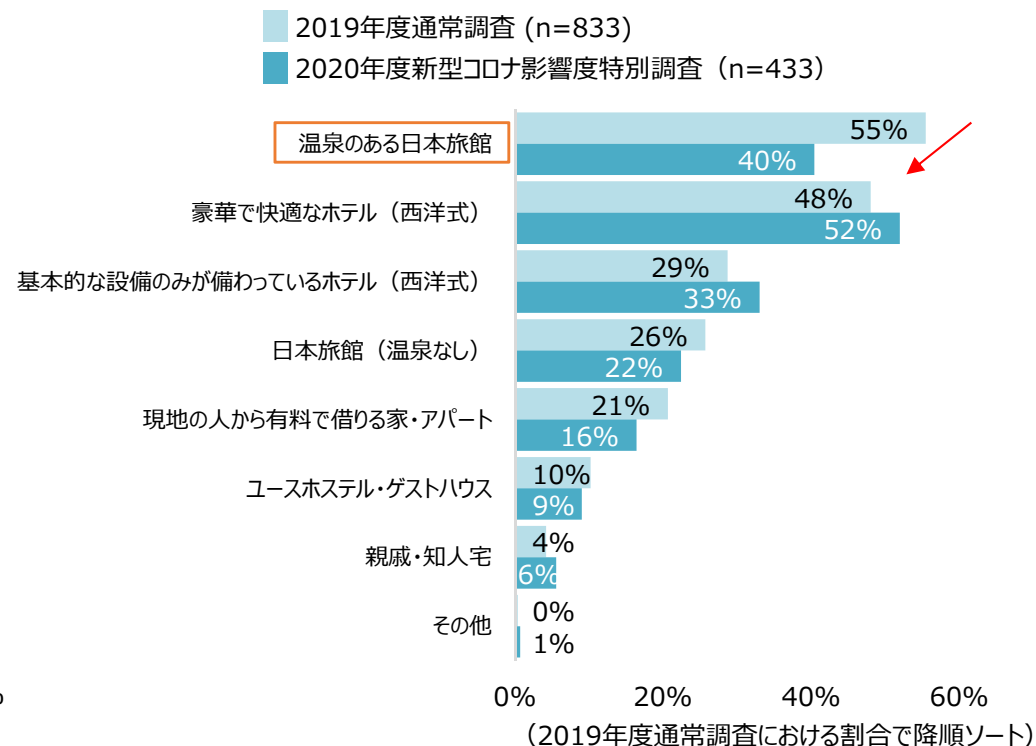
- ✓ ポストコロナにおいて泊まりたい宿泊施設については、2019年度は「温泉のある日本旅館」の割合が高かったが、2020年度は、人気下落している。理由としては、行動履歴が不明な人との温泉、スパの共有に不安を感じている人が多いものと考えられる。
- ✓ 日本旅館（温泉なし）については、2020年度の人気上昇していることから、衛生面における各種のウイルス対策全般の継続をPRしていく必要性が高い。

訪日旅行希望者 新型コロナの終息後に観光目的で訪日するとして、次はどのような宿泊施設に泊まりたいか （回答はあてはまるもの全て）

アジア居住者



欧米豪居住者



2. 海外から見た日本・東北への旅行に関する意識等 (8) まとめ

- ✓ 今回のアンケート調査では、ポストコロナにおいて行きたい国として日本の人気は高く、アジアでは第1位となっており、海外渡航の本格的再開の際には地域間でのインバウンド客の獲得に向けた激しい競争が予想される。
- ✓ 東北訪問希望者のニーズは、主に「新型コロナ対策」、「観光地へのアクセス改善」、「文化体験やアクティビティ」、「リーズナブルな宿泊施設・日本食」であることが示された。また、滞在期間に関する回答結果では「長期滞在」に対する意向の高さが示された。
- ✓ 同時に温泉は、東北地域でも人気のコンテンツの一つ^注だが、新型コロナの影響等から温泉付き日本旅館の人气が低下しているものとみられ、これが東北訪問経験者の「ウイルス対策全般への継続」への拘りの強さに繋がっているものと推測される。「ウイルス対策全般への継続」と合わせ、その対策と実績に関する対外的なPR活動も重要とみられる。

日本の人気の高さ

- 日本の人気は高く、新型コロナ終息後に行きたい国で、アジアでは第一位となっている。欧米豪でもアメリカに次いで第二位である。
- 海外渡航の本格的再開の際には、インバウンド客獲得に向け地域間の激しい競争が予想される。

今後の展開

- ポストコロナの海外旅行形態として、滞在日数が長期化する可能性がある。
- 新型コロナの影響から温泉等での感染リスクを懸念し、温泉のある日本旅館の人气が低下している。今後は、ウイルス対策全般の継続と合わせ、その対策に関するPR活動も重要とみられる。

東北に期待されること等

- 東北訪問希望者においては、長期滞在を希望する割合がアジア・欧米豪の海外旅行経験者全体の割合に対して高く、東北地域内の広域観光に繋がる可能性を秘める。大きなチャンスともいえ、海外渡航の本格的再開に向けた準備が重要となる。
- 全国同様にウイルス対策全般の継続のみならず、地域独自で行っている対応策についてもIT技術も駆使しながら地域の魅力も合わせて継続的に国内外に発信することが重要とみられる。また、観光地へのアクセス改善に対する工夫や改善も引き続き求められている。

3. 過去の地震災害の復旧プロセスにみる新型コロナの対応方向

3. 過去の地震災害の復旧プロセスにみる新型コロナの対応方向

(1) 地震災害の復旧からみる観光業界におけるコロナ感染対応の時間軸と方向性

- ✓ 過去の主な地震（東日本大震災、熊本地震、北海道胆振東部地震）発生後における観光宿泊客数の推移をみると、後述のとおり、空港や高速道路など主要インフラは地震発生から概ね1ヶ月間にある程度の復旧を遂げているが、観光面では各関係機関の連携したPR活動など各種の努力を経て観光宿泊客数の回復には数ヶ月から1年を要している。
- ✓ 地震災害の復興に向けた観光関連の主な取り組みの一つは「情報発信」であった。この経験を活かしつつ、新型コロナ感染症との違いも併せて意識することが今後における観光の復興に向けたポイントの一つともいえる。特にコロナ感染症がモザイク状にグローバルに拡がり、復旧を目視できないことを踏まえると、衛生管理の徹底も含めた現地の情報をわかりやすく且つ丁寧に情報を発信することが求められよう。

本項にて取り上げる地震災害

名称	東日本大震災	平成28年熊本地震	平成30年北海道胆振東部地震
発生日	2011年3月11日	2016年4月14日、 4月16日	2018年9月6日
震源	三陸沖	熊本県熊本地方	北海道胆振地方中東部
マグニチュード	9.0	6.5（14日） 7.3（16日）	6.7
最大震度	最大震度7 （宮城県）	最大震度7 （熊本県）	最大震度7 （北海道厚真町）
被害の甚大な 都道府県	岩手県、宮城県、 福島県、茨城県	熊本県、大分県	北海道胆振地方
被害額	16.9兆円	最大4.6兆円	・地震と停電による被害総額 約2,312億円 ・商工業における影響額 約1,318億円 ・観光消費影響額 約356億円

地震災害と新型コロナの被害の違い

	地震	新型コロナ
発生エリア	ローカル	グローバル・モザイク
発生時間の経過	一時的あるいは限定的	国境を越えて同時多発的な発生
被害の態様	物的被害と人的被害	人的被害
社会活動の制約	インフラの被害に伴い 移動に物理的な制約が発生	感染拡大防止のため「3密」回避の行動 人の移動に対する心理的な抑制
再発の可能性	余震の発生等	再発の可能性あるが、ワクチンや 治療薬などにより終息へ

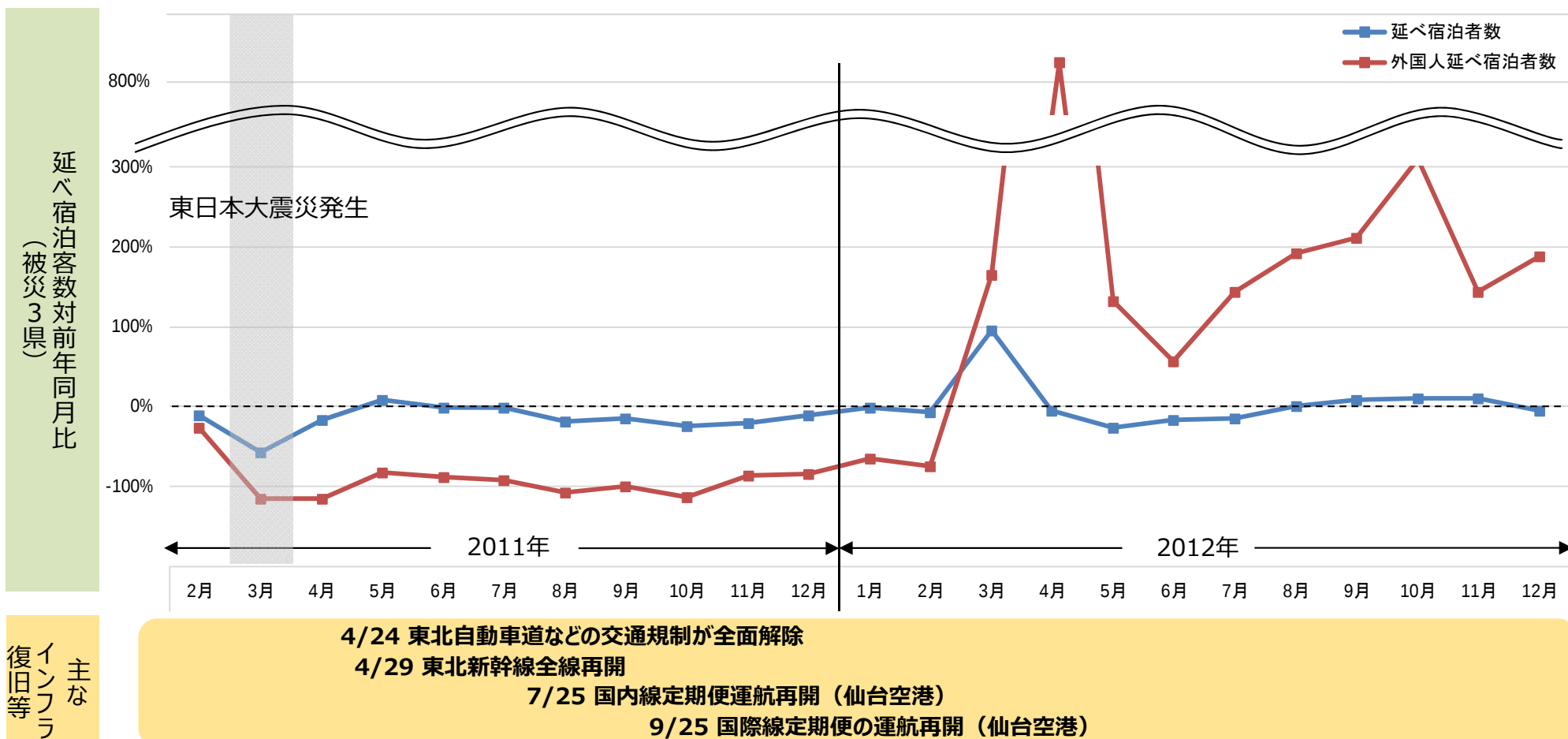
出典）各種資料・ヒアリングをもとに作成

出典）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）
内閣府「平成28年熊本地震の影響試算について」（2016年5月）ほか
内閣府「日本経済2018-2019」（2019年1月）（北海道庁公表資料に基づく）

3. 過去の地震災害の復旧プロセスにみる新型コロナの対応方向

(2) 東日本大震災と観光の復興

- ✓ 延べ宿泊客数の推移をみると、東日本大震災(2011年3月11日)の発生から2012年2月まで概ね前年同月を下回る状況が続いたが、2012年3月以降は外国人延べ宿泊者数が大幅に増加した。全体の延べ宿泊者数は2012年9月以降、回復基調がうかがわれる。
- ✓ インフラ復旧から宿泊者増加にはタイムラグがあるが、自治体や関係団体による観光振興に向けた各種のプロモーション活動などを通じ、「桜」や「夏祭り」など観光客に人気のイベント時期に概ね回復軌道の乗ったことがうかがわれる。



出典) 観光庁「宿泊旅行統計調査」(※観光目的の宿泊者数が50%以上、従業員数10名以上)、各種新聞報道よりDBJ東北支店作成

3. 過去の地震災害の復旧プロセスにみる新型コロナの対応方向

(3) 東日本大震災における主な観光復興支援の取組

- ✓ 「東北六魂祭」では従来は同時に見られなかった東北6県の代表的な夏祭りを一同に再現することで、観光客の関心を高め、本物を見たい思いを刺激した。また、東北観光博やデスティネーションキャンペーンでは、テーマ毎にきめ細かい観光ルートが設定された。特にデスティネーションキャンペーンでは、バスやタクシーなどとの連携により2次交通の補完が図られた。

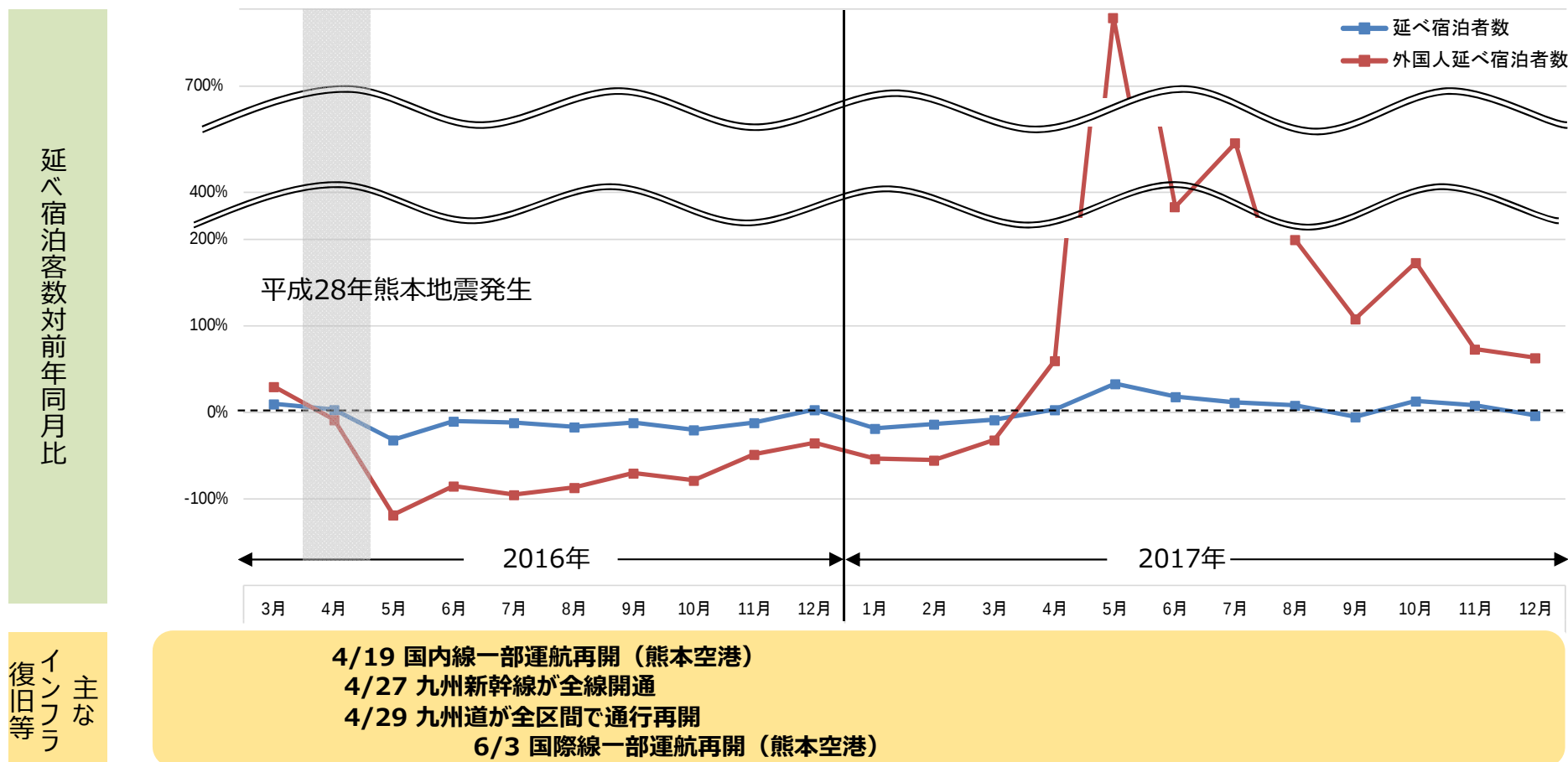
取組名	実施期間等	実施主体等	目的	内容
東北六魂祭	2011年～2016年（年1回）	東北六魂祭実行委員会、青森市、盛岡市、仙台市、秋田市、山形市、福島市ほか（各夏祭りの実行委員会）	東日本大震災によって大きな被害を受けた地域の鎮魂と復興支援	東北6県の代表的な6つの夏祭り（青森ねぶた祭り、盛岡さんさ踊り、仙台七夕まつり、秋田竿燈まつり、山形花笠まつり、福島わらじまつり）を一同に集めた祭り。東日本大震災における被災地域の鎮魂と復興を願い、2011年より2016年まで東北6県で持ち回り開催。2017年より「東北絆まつり」へと引き継がれている。
東北観光博	2012年3月18日～2013年3月31日	観光庁ほか	・東北地域への旅行需要の喚起 ・地域が主体となって持続的に推進できる仕組みの定着	国内外から東北地域への観光客数の増加を目的に東北地域全体を一種の博覧会会場と見立てて、東北の主要な観光地域30箇所程度を核となる「ゾーン」として設定し、「地域観光案内人」の配置、地域独自の観光コンテンツの提供等を行い、地域が主体となった持続的な取組の定着を図るもの。
デスティネーションキャンペーン	・青森デスティネーションキャンペーン「行くたび、あたらしい、青森」（2011年4月23日～7月22日） ・いわてデスティネーションキャンペーン「イーハトーブいわて物語～そういう旅にわたしはしたい。」（2012年4月1日～6月30日） ・仙台・宮城デスティネーションキャンペーン「笑顔咲くたび、伊達な旅」（2013年4月1日～6月30日） ・秋田デスティネーションキャンペーン「あきたにしました。」（2013年10月1日～12月31日） ・山形デスティネーションキャンペーン「山形日和。」（2014年6月14日～9月13日） ・ふくしまデスティネーションキャンペーン「福が満開、福のしま。」（2015年4月1日～6月30日）	JRグループ・地元自治体・観光関連団体・事業者等	JRグループと自治体、観光関連団体、事業者、旅行会社等が一体となり、観光活性化	デスティネーションキャンペーンとは、予め定めたエリアを対象に、JRグループと自治体、観光関連団体、事業者、旅行会社等が一体となり、観光活性化の目的のもと共同で実施する大型キャンペーン。JRグループによる旅行商品の造成のほか、首都圏の駅や電車などにおけるキャンペーン用ポスターの設置、ガイドブックの作成、テレビコマーシャルの制作などが展開される。 [取組例] ・特別列車（SLなど）の運行 ・駅を起点とするテーマ毎の複数の街歩きコースの設定 ・駅を起点とするテーマ毎の複数コースを有する定額制の観光タクシー ・テーマ毎に複数コースを有する観光周遊バス ・復興応援「語り部タクシー」 ・新幹線におけるデスティネーションキャンペーン専門ワゴンによる「食・酒」の提供。

出典)「東北絆まつり」ホームページ、観光庁「東北観光博について」(2012年)、JR東日本「デスティネーションキャンペーン状況報告」(2011～2015の各地報告) などより
DBJ東北支店が作成

3. 過去の地震災害の復旧プロセスにみる新型コロナの対応方向

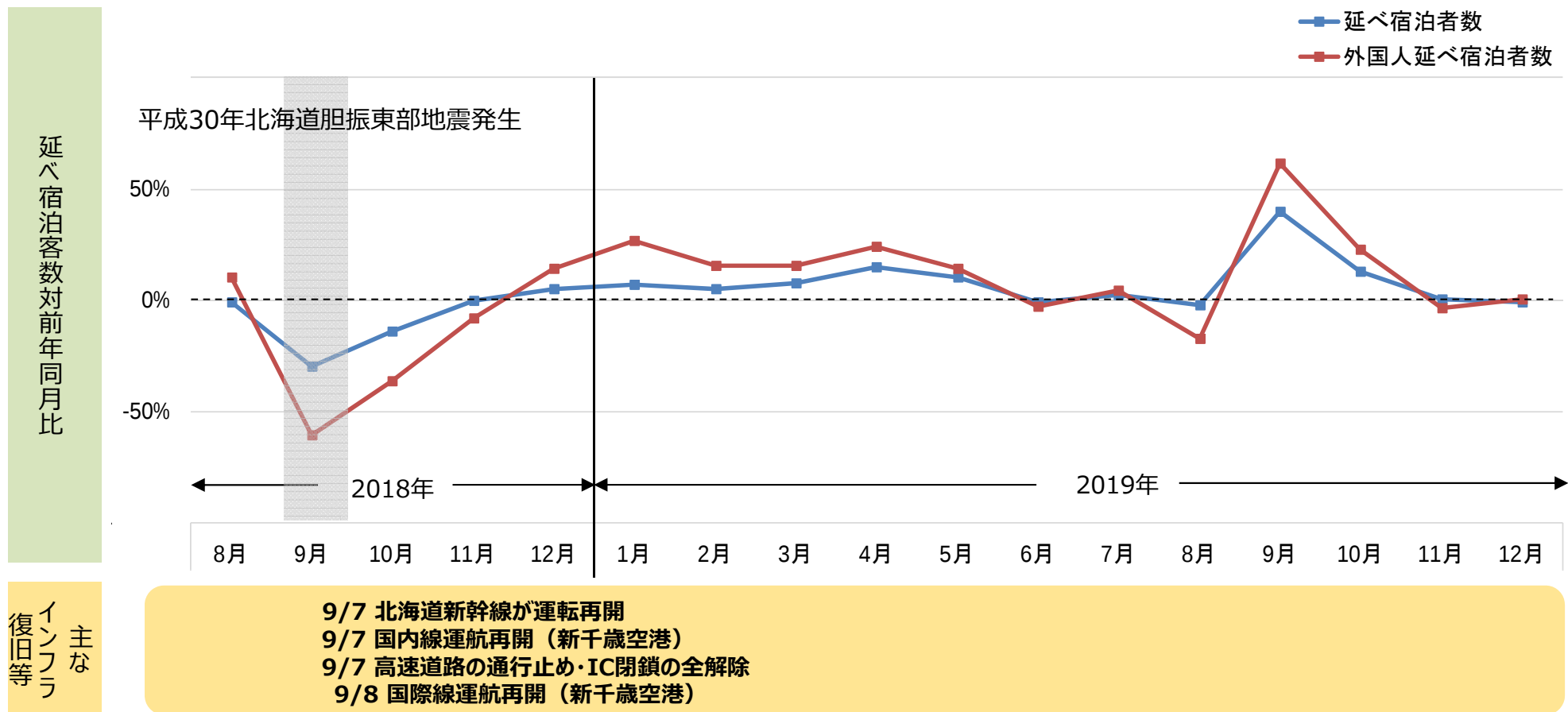
(4) 平成28年熊本地震と観光の復興

- ✓ 平成28年熊本地震が発生(2016年4月14日)後、主な交通インフラは4月中に概ね復旧した。延べ宿泊客数は2016年5月～2017年3月まで前年同月を概ね下回る状況が続いたが、1年後の2017年4月以降は概ね前年同月を上回るなど回復基調がうかがわれる。特に外国人観光客は2017年5月に急増し、その後も前年同月を上回る状態が続いた。
- ✓ 九州観光推進機構などが中心となり、各県が、メディア等を通じ、国内外に対するPR活動を展開するとともに、来訪者向けの被災状況を踏まえた各種観光施設へのアクセスマップを作成するなど、各県の実情を踏まえつつ連携した情報発信を展開した。



3. 過去の地震災害の復旧プロセスにみる新型コロナの対応方向 (5) 平成30年北海道胆振東部地震と観光の復興

- ✓ 平成30年北海道胆振東部地震の発生(2018年9月6日)後、主要なインフラが9月中に復旧する中、宿泊観光客数は、2018年12月以降、前年を上回る状態が続き、2019年9月には前年同期比で大幅な伸びを示している。
- ✓ 北海道は観光地として元々人気であったことに加え、風評被害回避のため正確且つ詳細な観光地・施設別の情報発信が奏功したとみられる。



出典) 観光庁「宿泊旅行統計調査」(※観光目的の宿泊者数が50%以上、従業員数10名以上)、各種新聞報道よりDBJ東北支店作成

3. 過去の地震災害の復旧プロセスにみる新型コロナの対応方向

(6) 平成28年熊本地震・平成30年北海道胆振東部地震における主な観光復興支援の取組

- ✓ 九州では、インバウンド客を意識し、インフルエンサーの発信するSNS活用や現地メディアとの連携などを活かし、一部では第三者の目を通じて情報を発信している。適切な情報発信者の設定と時代環境に合わせた発信方法の工夫や努力がうかがわれる。

	取組名	実施期間等	実施主体等	目的	内容
平成28年熊本地震	九州ふっこう割	2016年7月～12月	九州7県	・風評被害の払拭 ・宿泊旅行需要の活性化	九州7県への旅行者に宿泊代などを補助
	One Kyushu Project 「海外メディアの招聘等を通じた地域産品・サービスの魅力の海外発信事業」	2016年～	経済産業省、民間事業者	九州の商材・サービス等に関する情報発信	九州地方の商材・サービス等の取材や映像コンテンツ等の制作を外部委託し、それらを韓国、中国、台湾、香港、タイのインフルエンサーや現地メディア、SNSなどを通じて九州の情報をPR
	デスティネーションキャンペーン	・長崎デスティネーションキャンペーン 「旅さきは、ながさき。」 (2016年10月1日～12月31日) ・熊本デスティネーションキャンペーン 「五感、ひびく、観動旅 もっと、もーっと！くまもっと」 (2019年7月1日～9月30日)	J Rグループ、自治体、観光関連団体、事業者等	J Rグループと自治体、観光関連団体、事業者、旅行会社等が一体となり、観光活性化	デスティネーションキャンペーンとは、予め定めたエリアを対象に、J Rグループと自治体、観光関連団体、事業者、旅行会社等が一体となり、観光活性化の目的のもと共同で実施する大型キャンペーン。J Rグループによる旅行商品の造成のほか、首都圏の駅や電車などにおけるキャンペーン用ポスターの設置、ガイドブックの作成、テレビコマーシャルの制作などが展開される。 [取組例] ・特別列車（ラッピング列車など）の運行 ・海上タクシーによるクルーズ ・グルメクーポンのセット ・祭り栈敷席券のセット ・テーマ毎に複数コースを有する観光周遊バス ・テーマ毎に複数コースを有するスペシャルウォーキング
平成30年北海道胆振東部地震	北海道ふっこう割	2018年10月～2019年3月	観光庁・自治体	・風評被害の払拭 ・宿泊旅行需要の活性化	旅行商品や宿泊料金の割引、販促費用・プロモーション費用などの支援
	「元気です 北海道／Welcome! HOKKAIDO, Japan.」キャンペーン	2018年9月28日～	北海道観光振興機構、日本政府観光局、国内航空会社、民間事業者、自治体など	北海道の自然、文化、食等の豊富な観光資源の魅力の国内外に対する発信を通じ、来訪客の体験、滞在を促すこと	北海道を観光地として改めて「知ってもらう」、「来てもらう」、「行ってもらう」、「楽しんでもらう」を4つの柱として幅広い観光関係者の協力のもと、国内外から北海道への来訪を改めて歓迎する取組。具体例は以下の通り。 ・北海道の復旧状況や元気な北海道についてのSNS等によるきめ細かい情報発信 ・航空会社や鉄道・旅行会社等による割引商品設定 ・北海道の公共交通事業者による利用促進活動 ・北海道の観光施設等による割引キャンペーン

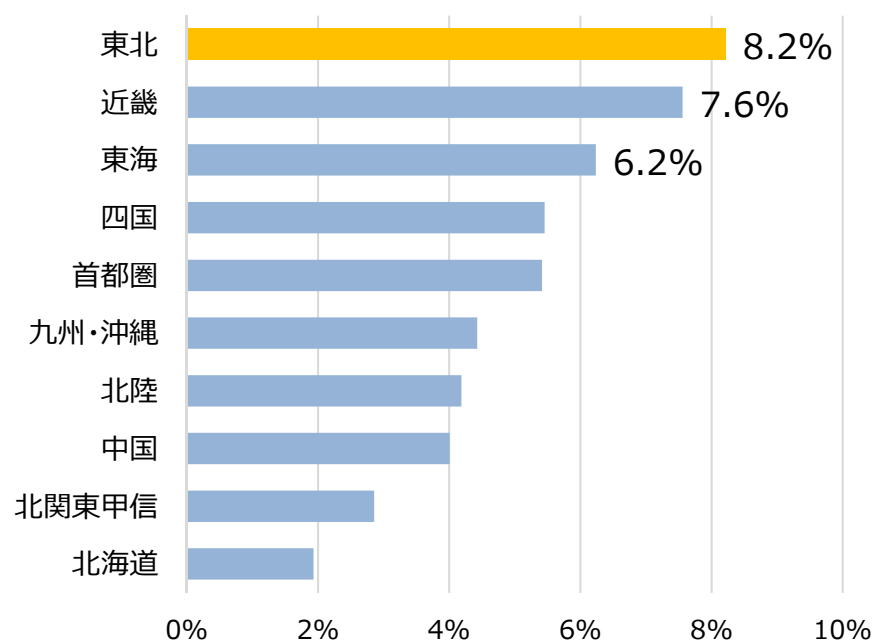
4. インバウンドのリスタートによる東北における観光の課題解消に向けて

4. インバウンドのリスタートによる東北における観光の課題解消に向けて

(1) インバウンドのリスタートに向けた準備の必要性

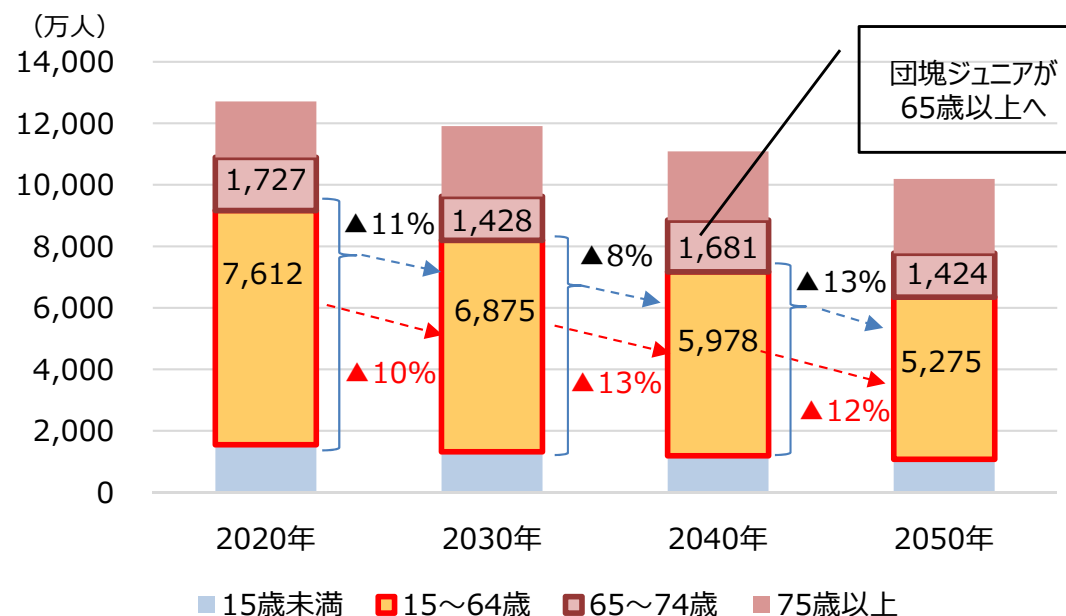
- ✓ 2017年から2019年までの3ヶ年における外国人延べ宿泊者数の地域別平均伸び率をみると、東北地域は全国トップにあり、近年におけるインバウンド客急増の勢いがうかがえる数値となっている。
- ✓ こうした中、国内の人口減少は着実に進んでおり、15～64歳の生産年齢人口は10年毎に▲10～▲13%にて減少し、これらに65～74歳の老年人口の一部を加えても、一時的には2040年に減少が抑制されるが、その後の2050年には2040年比で▲13%と減少は続く。将来的なインバウンド客の誘客は不可欠であり、海外渡航が本格的に再開した際には、これまでの勢いをつなぐ迅速なリスタートの態勢構築が重要となる

外国人延べ宿泊客数 平均伸び率(2017年～2019年)



出典) 観光庁「宿泊旅行統計」をもとにDBJ東北支店作成

全国人口の将来推移



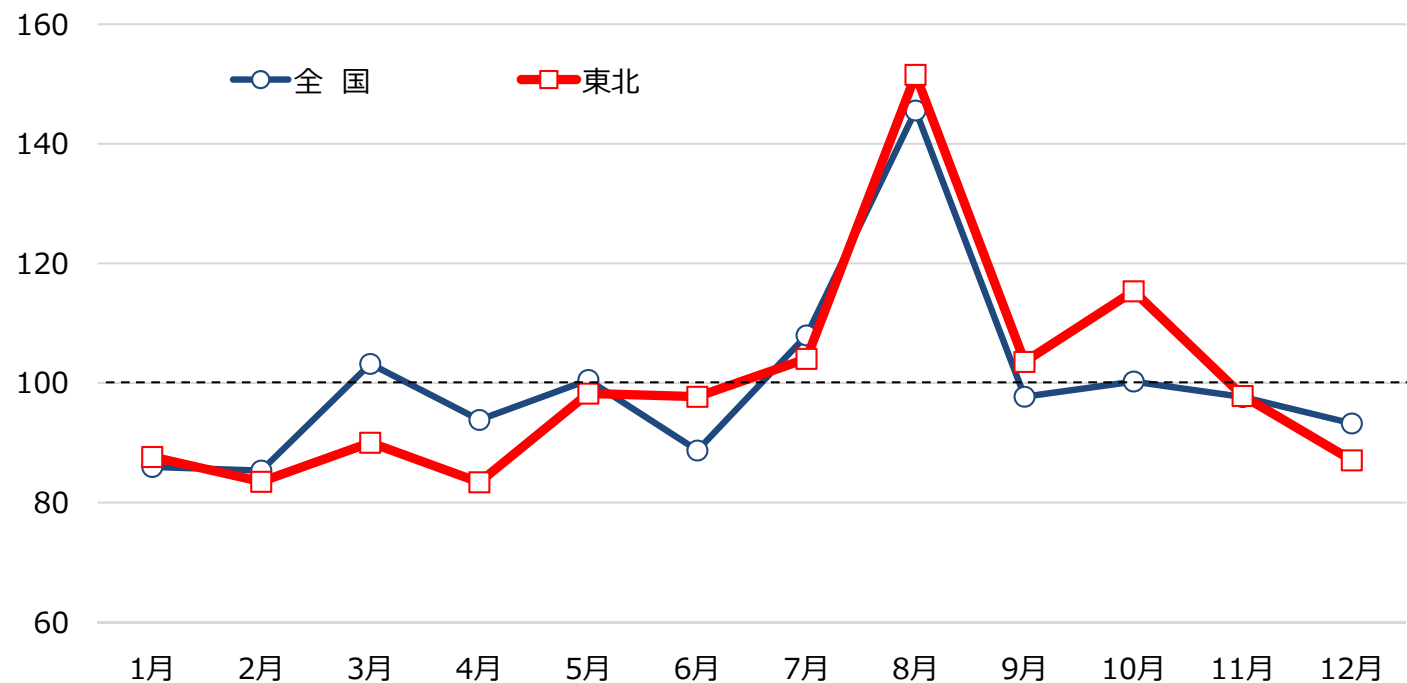
出典) 2020年：住民基本台帳（1月1日）
 2025年～：国立社会保障・人口問題研究所2017年4月公表「日本の将来推計人口（平成29年推計）：出生中位・死亡中位推計」をもとにDBJ東北支店作成

4. インバウンドのリスタートによる東北における観光の課題解消に向けて

(2) 季節繁閑の緩和①

- ✓ 2017年から2019年までの東北地域における延べ宿泊者数の平均を100として各月の変動を見ると、全国に比べやや繁閑差が大きいことがうかがわれる。夏祭りに代表される大型イベントのある8月の高さと12～4月の低さが目立つ。

東北地域の延べ宿泊者数の繁閑差
(2017-2019年平均)

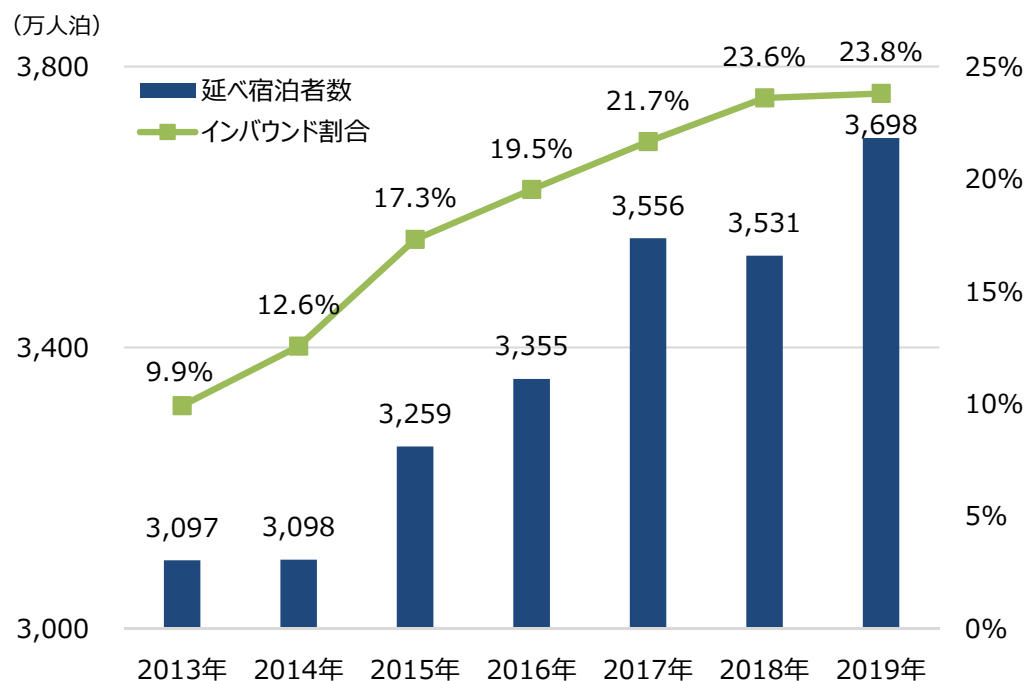


4. インバウンドのリスタートによる東北における観光の課題解消に向けて

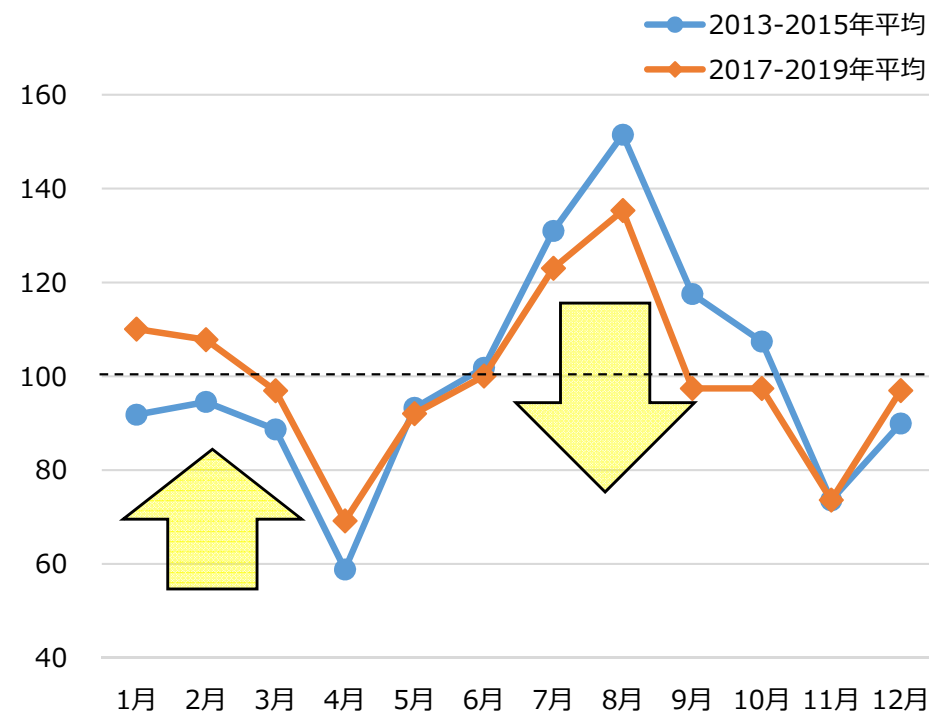
(3) 季節繁閑の緩和②

- ✓ インバウンド客の割合の高い北海道における2013-2015年平均と2017-2019年平均を比べると、インバウンド客が増加する中、1,2月における宿泊客数は平均を上回り、8月の突出度合いの緩和が見られ、平準化に向けた動きがみられる。
- ✓ 季節繁閑の緩和は、域内の観光産業における収入の安定化に寄与し、雇用の安定化にもつながる可能性がある。

北海道における延べ宿泊客数とインバウンド割合の推移



北海道における繁閑差の変化



注) 延べ宿泊者数過去3年平均を指数化し、比較している。

4. インバウンドのリスタートによる東北における観光の課題解消に向けて

(4) インバウンド再開に合わせた滞在の長期化と収入機会の増加

- ✓ 北海道と東北地域における平均泊数や消費単価について、日本人観光客とインバウンド客に分けて内訳をみると、日本人観光客については、消費単価は2～4千円台で北海道が上回り、平均泊数も北海道が若干長い。
- ✓ しかしながら、インバウンド客の滞在期間や項目別支出額をみると、大きな差がみられ、北海道における平均泊数、消費単価ともに2倍の開きがみられる。
- ✓ 前述のアンケート結果の通り、東北地域におけるインバウンド客が将来的に長期滞在の可能性があることを踏まえると、東北地域らしいポストコロナの時代にニーズにマッチした新たなサービスの開発・提供を図りつつ、長期滞在による広域観光の増加を実現させれば、観光産業全体の収入増加と収益基盤の強化、さらには地域全体の活性化にもつながるものとみられる。

日本人観光客の平均泊数・消費単価比較

(金額単位：万円/人)

	東北	北海道
平均泊数	1.6	2.1
旅行消費単価	2.1	3.3
宿泊・飲食費	0.8	1.1
交通費	0.4	0.6
娯楽等サービス費	0.1	0.3
買物代	0.4	0.6
その他	0.3	0.7

注) 「東北」については6県の平均値を採用

出典) 観光庁「旅行観光消費動向調査」(2019年)等よりDBJ東北支店作成

インバウンド客の平均泊数・消費単価比較

(金額単位：万円/人)

	東北	北海道
平均泊数	2.2	4.8
旅行消費単価	3.5	11.9
宿泊・飲食費	1.9	4.8
交通費	0.1	0.5
娯楽等サービス費	0.1	0.4
買物代	0.7	3.8
その他	0.8	2.4

出典) 観光庁「外国人消費動向調査」(2019年)等よりDBJ東北支店作成

5. ウイズコロナ時代における感染防止等に向けた先進事例

5. ウィズコロナ時代における感染防止等に向けた先進事例（一覧表）

事例		概要
5-1. ウィズコロナ時代における感染防止等に向けた先進事例		
(1) 国内集客の新たな取組み	大分県・熊本県・宮崎県・愛媛県	大分県は、近隣県である熊本県、宮崎県の地元旅行業者と連携して割引旅行商品を造成し、相互誘客を実施。愛媛県とは「おとなり割引」の販売を実施。
(2) 徹底した衛生管理と情報発信①	WILLER EXPRESS株式会社	バス事業者のWILLER EXPRESS株式会社は、新しい生活様式に合わせて、徹底した衛生管理を実施。
(3) 徹底した衛生管理と情報発信②	道後温泉	愛媛県の道後温泉では、新型コロナ対策として道後温泉旅館協同組合でオリジナルのガイドライン（道後ルール）を策定。
(4) 積極的な社会実験	リトアニア	リトアニアでは、街全体を「オープンカフェ」とし、市に申請したカフェやレストランが公道や広場を活用して、椅子とテーブルを出し、営業。ソーシャルディスタンスを確保しながら、街中でカフェを利用。
(5) 道路占有許可基準の緩和	国土交通省	国土交通省は、2020年6月に新型コロナ対策で、沿道飲食店等の路上利用の占有許可基準を緩和。沿道での飲食店の営業が実施されることで「密」を回避。
5-2. その他		
(1) Park-PFI制度の活用	名古屋市	名古屋市では、民間活力・収益により公園及び地域の魅力向上を図る公園専用のPark-PFI制度を活用し、久屋大通公園整備運営事業を実施。
(2) 国立公園の開放	環境省	環境省は、国立公園内で1室単位で販売が出来る「分譲型ホテル」の設置を条件付きで認可。感染リスクの低い国立公園内で、老朽化した施設の建て替えを行い、地域の活性化を図る。

5-1. ウィズコロナ時代における感染防止等に向けた先進事例

(1) 国内集客の新たな取組み（大分県・熊本県・宮崎県、愛媛県）

ウィズコロナ時代の対応策

- ✓ 大分県は、近隣県である熊本県、宮崎県の地元旅行業者と連携して割引旅行商品を造成し、販売期間を2020年7月13日から9月30日において相互誘客を実施した（原資無くなり次第終了）。この隣県連携はその後も改めて継続している（一部受付終了）。
- ✓ 愛媛県とは、「おとなり割引」を販売し、宿泊客増加のために九州内のみならず、愛媛県とも連携の範囲の拡大を図っている。
- ✓ 東北地域においても9月に東北6県と新潟県の知事など自治体の首長と東北観光推進機構会長により「東北・新潟共同メッセージ」が発表され、補助対象を東北・新潟内の県外にも拡大している。

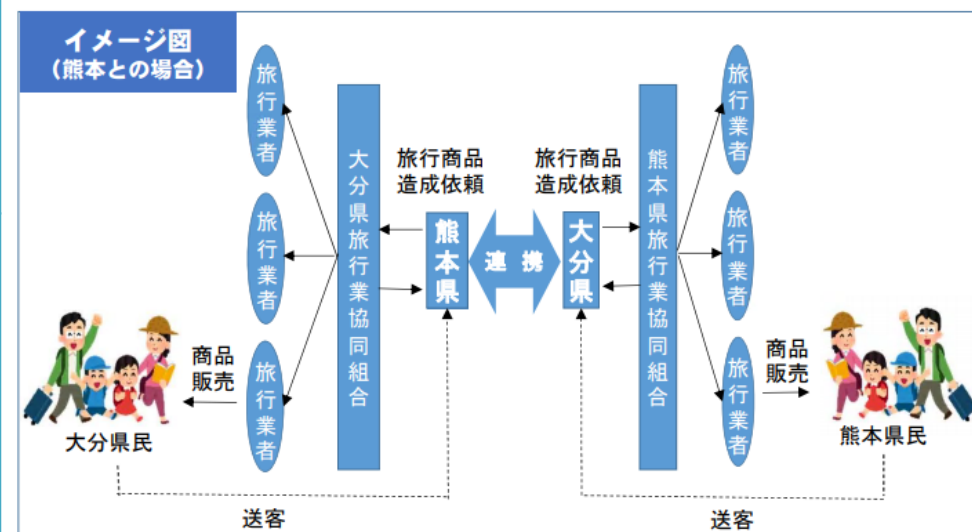
大分県の隣県連携（7月7日時点）

概要

- 大分県と熊本県・宮崎県
 - 大分県と熊本県・宮崎県との相互誘客を目的とし、販売窓口は、大分県と熊本県・宮崎県の地元旅行業者が行う。
- 愛媛県
 - 愛媛県と「おとなり割」を実施。

割引内容

- 大分県と熊本県・宮崎県の連携
 - 10,000円以上の宿泊旅行の場合 1人あたり5,000円割引
 - 5,000円以上の日帰り旅行の場合 1人あたり2,500円割引（3県あわせての約15,000人の利用見込み）
- 愛媛県との連携
 - 愛媛県内での1人泊当たり6,000円以上の宿泊旅行の場合、1人泊当たり5,000円を割引



5-1. ウィズコロナ時代における感染防止等に向けた先進事例

(2) 徹底した衛生管理と情報発信① (WILLER EXPRESS株式会社)

ウィズコロナ時代の対応策

- ✓ バス事業者のWILLER EXPRESS株式会社(本社：東京)は、2020年6月から新しい生活様式に合わせて、徹底した衛生管理を実施している。飛沫防止とプライベート空間確保、周囲との接触を避けるためにバスの座席の仕切りを顔の高さまで大幅にアップし、車内の空気は約5分で入替、ウイルス対策装置の導入、乗務員や乗客の検温・アルコール消毒・マスク着用等を実施している。

WILLER EXPRESS (高速バス)

概要

- 新しい生活様式に対応した新サービスを導入。3密回避と衛生管理を徹底し、新型コロナウイルス対策を実施。

新型コロナウイルス対策(例)

- 隣席との仕切りの高さを顔の高さまで大幅にアップし、周囲との飛沫防止や周囲との接触を避けるとともにプライベート感もアップし、快適に乗車(Relax車両)。空席マップで混雑状況を見える化。購入した座席の変更は、乗車の直前まで可能。
- 宮崎大学により、新型コロナウイルスへの有効性が確認された深紫外線LEDが搭載された空間除菌消臭装置Aeropureを搭載。外気モードの常時稼働により、バス車内の空気を約5分で入れ替え。
- 新型コロナウイルス対応を実施している「Reborn車両」に、光触媒による除菌・消臭機能に加え、捕捉した菌やウイルスに深紫外線LEDの光を照射し不活化させる装置である「空間除菌消臭装置(エアロピュア)」を1車両につき2台設置。もともと夜行のみ閉めて走行していたフロントカーテンを昼行でも閉めて運行。運転席後ろには防護パネルを設置しているため、お客様と乗務員との間に壁もある。乗務員・受付係員のマスク・フェイスシールド・手袋の着用。さらにターミナルでは、パーテーション設置やポスターやアナウンス等での啓発蒙と、立ち位置・座り位置を提示するフィジカルディスタンシングサインを床や座席に貼っている。乗務員・お客様の検温、マスク着用、手指のアルコール消毒等も実施。



5-1. ウィズコロナ時代における感染防止等に向けた先進事例

(3) 徹底した衛生管理と情報発信② (道後温泉)

ウィズコロナ時代の対応策

- ✓ 愛媛県の道後温泉では、新型コロナ対策として道後温泉旅館協同組合が2020年6月に「道後ルール」と銘打ち、オリジナルのガイドラインを策定している。
- ✓ ガイドライン策定にあたっては、愛媛大学医学部と連携し、検温、手洗い・消毒、エレベーターの乗車人数制限、タオルは部屋から持参といった対策を徹底している。
- ✓ キャッチフレーズを設けることで観光客の関心を引き寄せ、その理解と浸透を図っている。

道後温泉での新型コロナ対策ガイドライン

概要

- ・ 宿泊業界の代表的な全国組織である全国旅館ホテル生活衛生同業組合連合会、日本旅館協会、全日本シティーホテル連盟の策定した、「宿泊施設における新型コロナウイルス対応ガイドライン(第1版改訂版)」(2020年5月14日)を基本原則に、道後温泉旅館協同組合ではオリジナルの道後ルールを策定。
- ・ ガイドライン策定にあたっては、愛媛大学医学部と連携し、道後温泉旅館協同組合独自の対策項目を設定。
- ・ 検温(37.5以上は入館自粛)、万が一に備えた連絡先の聞き取り、入浴時以外のマスク着用、手洗い・消毒、エレベーターの乗車人数の制限(4名程度)、タオルは部屋から持参等の対策を実施。

ポイント

- ・ 温泉利用に関する新型コロナ対応のガイドラインを独自に設定することで、観光客に安心して温泉を利用して頂くことが可能となる。



5-1. ウイズコロナ時代における感染防止等に向けた先進事例

(4) 積極的な社会実験 (リトアニア)

ウィズコロナ時代の対応策

- ✓ バルト3国のリトアニアでは、街全体を「オープンカフェ」とし、市に申請したカフェやレストランが公道や広場を活用して、椅子とテーブルを出し、営業している。
- ✓ 観光客はコロナ禍でソーシャルディスタンスを確保しながら、街中でカフェを利用することが出来る。現在、国内でも道路占用許可を認めており、道路のみならず、公共スペースを広く活用することで新たな観光のスタイルを確立することが出来る。

リトアニアの新型コロナ感染症対策

概要

- 1991年に旧ソ連から独立したバルト三国のリトアニア。首都ビリニウスでは道が狭く、ソーシャルディスタンスの確保が困難であった。
- リトアニアでは、街全体を「オープンエアカフェ」としており、市に申請したカフェやレストランが公道や広場を活用して、椅子とテーブルを出し、営業を実施できる。

ポイント

- 飲食店が社会的距離を確保しながら営業している点がポイント。
- 観光客は「密」にならないようソーシャルディスタンスを確保しながらカフェを楽しむことが出来る。



出典) 外務省 在リトアニア日本国大使館ホームページ
(https://www.lt.emb-japan.go.jp/itpr_ja/nichi_lt_kankei.html)

出典) Go Vilnius ホームページ (<https://www.govilnius.lt>) よりDBJ東北支店作成

5-1 ウィズコロナ時代における感染防止等に向けた先進事例

(5) 道路占用許可基準の緩和（国土交通省）

ウィズコロナ時代の対応策

- ✓ 国土交通省は、2020年6月に新型コロナ対策で、地方公共団体と地域住民・団体等が一体となって取り組む沿道飲食店等の路上利用の占用許可基準を緩和した。全ての自治体で実施済で、沿道での飲食店の営業が実施されることで「密」を回避し、新型コロナ対策の対策として有効であると考えられる。
- ✓ 東北地域でも実施済みであるが、ウィズコロナやポストコロナ時代にマッチした活用を一層展開していくことが期待される。

今回の緊急措置の内容		自治体名	取組事例（例）
内容	①新型コロナ感染症対策のための暫定的な営業であること ②「3密」の回避や「新しい生活様式」の定着に対応すること ③テイクアウト、テラス営業等のための仮設施設の設置であること ④施設付近の清掃等にご協力いただけること	山形県 山形市	「商店街テラス化プロジェクト」を7/15から実施中（市中心部のすずらん商店街の香澄町1、2丁目、旭銀座のれん会の七日町2丁目）
主体	地方公共団体又は関係団体※1による一括占用※2 ※1 地元関係者の協議会、地方公共団体が支援する民間団体など ※2 個別店舗ごとの申請は不可。お住まいの地方公共団体等に相談。	北海道 千歳市	国道337号：北海道開発局が管理する国道で初めての道路占用許可（7/17）
場所	道路の構造又は交通に著しい支障を及ぼさない場所 ※歩道上においては、交通量が多い場所は3.5m以上、その他の場所は2m以上の歩行空間の確保が必要。 ※沿道店舗前の道路にも設置可能。	広島県 広島市	国道54号（地下歩道）：中国地方整備局が管理する国道で初めての道路占用許可（7/9）
占用料	免除（施設付近の清掃等に協力いただけている場合）	栃木県 小山市	「TERRACE OYAMA 2020 Season2」を7/17から実施中
占用期間	令和2年11月30日まで	長野県 松本市	「街場のえんがわ作戦」を8/1から実施中
		岐阜県 大垣市	「まちなかテラス」を7/16から実施中
		広島県 福山市	店先での営業などに取り組む商店街を支援するため、100万円を上限に経費の4分の3を補助
		広島県 呉市	「オープンスペース@れんがどおり」を7/22から実施中

出典）国土交通省「新型コロナウイルス感染症のための道路占用特例の対応状況」（2020/8/11時点）

5-2. その他

(1) Park-PFI制度の活用（名古屋市）

- ✓ 名古屋市では、民間活力・収益により公園及び地域の魅力向上を図る公園専用のPark-PFI制度（注）を活用し、久屋大通公園整備運営事業を実施している。
- ✓ 公園の再生と賑いを創出し、都心に人が集う魅力的な空間を創造している。東北地域には国立公園を含めて多数の公園があるため、Park-PFI制度を活用して、広いスペースを活用して「密でない」新たな観光スポットを創造していくことが期待される。

名古屋市久屋大通公園整備運営事業

概要

- 名古屋都心のシンボルとして南北2kmにわたる同公園のうち、900mに及ぶ。「北エリア」及び「テレビ塔エリア」の整備運営をPark-PFIで実施。
- スポーツ等教室、地元密着や注目度の高い物販、飲食店等を導入予定。
- 2020年9月18日開業

ポイント

- 「公園の再生と賑わい創出による都心部活性化」をめざす事業。
- 民間活力・収益により公園及び地域の魅力向上を図る公園専用のPark-PFI制度（2017）を活用。



注）Park-PFI制度は、2017年度に創設された制度。都市公園において飲食店、売店等の公園施設（公募対象公園施設）の設置又は管理を行う民間事業者を、公募により選定する手続き。

出典）名古屋市ホームページ <http://www.city.nagoya.jp/jutakutoshi/page/0000102377.html>

5-2. その他

(2) 国立公園の開放（環境省）

- ✓ 環境省は、国立公園内で、1室単位で販売が出来る「分譲型ホテル」の設置を条件付きで認可した（2019年6月）。規制緩和により、民間投資を促進し、国立公園内での宿泊施設が改修され、サービスが向上し、宿泊客の増加が期待される。
- ✓ 例えば国立公園内に宿泊施設を整備し、「泊まれる国立公園」とすることで地域の新たな観光地としてPRしていくことが可能である。

国立公園の例

国立公園の分譲型ホテルに係る規制緩和

概要

- 環境省では、これまで分譲型ホテル（コンドホテル及び会員制ホテル）及び企業保養所について、国立公園利用者に対する公平な利用機会の提供ができないという理由から、国立公園事業として認可していなかったが、地域の再活性化等を期待し、分譲型ホテル等が宿舍事業として認可される要件の明確化を行い、自然公園法施行規則をはじめ関係通知類の一部を改正。

ポイント

- 感染リスクの低い国立公園内で、老朽化した施設の建て替えを行い、観光事業を実施することで地域の活性化を図る。
- 国立公園内で、民間投資を実施することで、事業者のビジネスチャンスも拡大する。



阿寒摩周国立公園

あかんましゅうこくりつこうえん



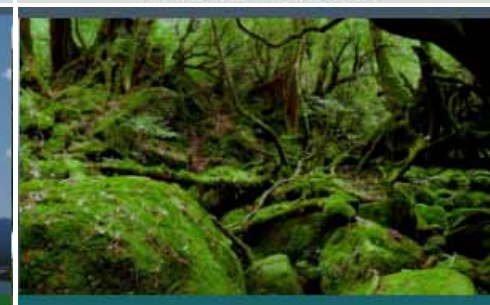
日光国立公園

にっこうこくりつこうえん



富士箱根伊豆国立公園

ふじはこねいずこくりつこうえん



屋久島国立公園

やくしまこくりつこうえん

6. 課題解決と今後の進化・発展に向けた参考事例

6. 課題解決と今後の進化・発展に向けた参考事例（一覧表）

事例		概要
(1) 二次交通補完	なかとんべつライドシェア	北海道中頓別町では、大手IT企業のアプリを活用したライドシェア事業を推進。
(2) DCによる観光資源発掘と継続的発展	にいがた朝ごはんプロジェクト	DC（デスティネーションキャンペーン）で、新潟で最高のコシヒカリの朝ごはんを食べるキャンペーンを実施。
(3) 新たな価値提供① (ワーケーション)	和歌山県	ワーケーションとは、ワーク（仕事）とバケーション（休暇）を掛け合わせた造語。和歌山県では、テレワークを活用することで、リゾート地や温泉地等、普段の職場とは異なる場所で働きながら地域の魅力に触れることのできる取組を推進。
(4) 新たな価値提供② (アドベンチャーツーリズム)	北海道	北海道では、官民連携によりアドベンチャーツーリズム戦略を策定。質の高いツアーコンテンツ、顧客満足度の向上、宿泊施設での長期滞在等を実現。

6. 課題解決と今後の進化・発展に向けた参考事例

課題解決

(1) 二次交通補完 なかとんべつライドシェア（北海道中頓別町）

- ✓ 北海道中頓別町では、地域を運行している路線バスは1路線しかなく、利用者の減少に伴いバスの便数も減少し、バス路線の維持に係る町の負担は大きな課題の一つとなっている。そこで、地域の移動手段確保のために、2016年度から3年間をかけて大手IT企業のアプリを活用したライドシェアの実証実験を行った。
- ✓ 町民の外出機会の創出や取り組みを通じた人と人との繋がりも生まれるなどの一定の成果が得られたことから、2019年度からは「なかとんべつライドシェア」として事業を推進している。

なかとんべつライドシェア

概要

- 2016年度から3年間をかけ、地域住民の方の自家用自動車を活用した新たな共助の仕組みによる「なかとんべつライドシェア（相乗り）」実証実験を実施。
- 2019年度からは地域の重要な交通インフラとして位置づけ、「なかとんべつライドシェア」として事業を推進。
- 配車には大手IT企業のアプリを活用し、ボランティアドライバー（21歳以上、75歳未満の町民の方）による無償運行という形で実施。

ポイント

- 利用者はシステム利用料、燃料費、決済・会計事務手数料を負担。
- ボランティアドライバーは可能なときに可能な時間だけご協力いただく仕組み。
- 3年間に及ぶ実証実験では、無事故で着実に利用され、町民の外出機会の創出にも寄与。取り組みを通じた人と人との繋がりも生まれるなど一定の成果。
- 料金は、役場～小頓別（25.6km）で¥1,230程度。
- 町民だけでなく観光客等の町内への来訪者も利用可能。



中頓別町の概要

人口	1,757人
人口密度	4.4人/km ²
面積	398.5km ²

6. 課題解決と今後の進化・発展に向けた参考事例

地域資源の磨き上げ

(2) DCによる観光資源発掘と継続的发展 にいがた朝ごはんプロジェクト

- ✓ 2011年・秋に、新潟県内の13温泉地の宿泊施設が集結し、DC（デスティネーションキャンペーン）で「にいがた朝ごはん」プロジェクトをスタート。20地域95軒のお宿が参加し、新潟の最高のコシヒカリの朝ごはんを食べるキャンペーンを実施し、新潟県のPRを図っている。
- ✓ DCで著名になった観光地は一過性に終わることなく、継続的にPRを実施していくことが重要であり、実績や効果を把握し、調査結果を次の事業計画に反映させていくことが戦略上、有効である。

「にいがた朝ごはん」DCキャンペーン

概要

- DC（デスティネーションキャンペーン）で、新潟で最高のコシヒカリの朝ごはんを食べるキャンペーンを実施。
- 2011年・秋に、新潟県内の13温泉地の宿泊施設が集結し、「にいがた朝ごはん」プロジェクトをスタート。
- 回を重ねるごとに参加地域や参加施設も拡大。「にいがた朝ごはん 2020 夏編」では、20地域・95軒のお宿が参加。

ポイント

- 食文化の伝承し、次世代に残すべき商品を開発。
- 新潟県の魅力を生産者・加工者・流通業者・観光のプロが【にいがた朝ごはんプロジェクト】という名のもとに連携。
- 新潟の食材の美味しさを「朝ごはん」で楽しむ。



注) DCとは、1978（昭和53）年、JRと和歌山県と共同で開始。北海道から九州までのJR旅客6社が、現地の自治体や観光会社、旅行会社などと協力。
出典) 新潟県旅館ホテル組合 青年部「にいがた朝ごはんプロジェクト実行委員会」ホームページ

6. 課題解決と今後の進化・発展に向けた参考事例

(3) 新たな価値提供 ①ワーケーション（和歌山県）

地域資源の磨き上げ

- ✓ ワーケーションとは、Work（仕事）＋ Vacation（休暇）を意味し、ICTの活用等をする事で、リゾート地や地方など、普段の職場とは異なる場所で、働きながらも地域の魅力に触れることのできる取り組みである。和歌山県等で先進的に取り組まれており、いつもどおりの仕事を行いながら、いつもと違う場所（普段の生活圏外）に滞在し、いつもと違う経験・体験をすることができる。2017年度から2019年度の3年間で104社910名がワーケーションを体験。
- ✓ 東北地域は、各県庁所在地が新幹線で東京とつながっているため、首都圏からのワーケーション、週末は東北地域でのエクスカーションといったワーケーション+ α のプログラムを提供していくことが考えられる。

和歌山県のワーケーションプロジェクト

概要	ワーク（仕事）とバケーション（休暇）を掛け合わせた造語で、テレワークを活用することで、リゾート地や温泉地等、普段の職場とは異なる場所で働きながらも地域の魅力に触れることのできる取組。
ポイント	- 平成29年度～令和元年度の3年間で104社910名がワーケーションを体験。 - 三菱地所 work×action site 南紀白浜、NECソリューションイノベータのサテライトオフィス、セールスフォース・ドットコム等のサテライトオフィス等多数のストレスフリーで仕事ができる環境が整っている。 - 羽田空港から南紀白浜空港まで約1時間。南紀白浜空港から車で10分もかかわらずビーチにアクセス可能。
利用料金	- Guesthouse RICO（コワーキングスペース）500円/日 10:00～23:00 - 秋津野ガルテン（施設内ワーキングプレイス）2,000円/半日 9:00～17:00等 - 利用料金は、和歌山県ワーケーションホームページに掲載している「Wakayama Workation Networks」登録事業者の一例。



6. 課題解決と今後の進化・発展に向けた参考事例

(4) 新たな価値提供 ②アドベンチャーツーリズム（北海道）

地域資源の磨き上げ

- ✓ 北海道経済産業局では、拡大する訪日外国人旅行者のさらなる取り込みと消費単価の向上に向け、アドベンチャーツーリズム市場の獲得を官民連携により取組み、アドベンチャーツーリズムマーケティング戦略を策定している（2018年5月）。
- ✓ 前述のインバウンドアンケート結果のとおり、東北訪問希望者は、北海道への訪問も希望している割合が低いことから、東北地域においては、北海道の富裕層獲得を視野に入れたアドベンチャーツーリズムと差別化を図りながら、高い付加価値を兼ね備えた東北ならではの観光プログラムの提供を促進していくことが期待される。

北海道のアドベンチャーツーリズム戦略

- 概要**
- 北海道では、官民連携により鶴雅リゾート(株)会社を中核企業として道東地域をモデルとしたアドベンチャーマーケティング戦略を作成している。
 - 北海道経済産業局、鶴雅リゾート(株)、NPO法人阿寒観光協会まちづくり推進機構、阿寒アドベンチャーツーリズムが協力しながら、ツアーの造成、ストーリー性の高いプログラムの開発、ガイド育成等を行う。
- ポイント**
- 官民連携によりアドベンチャーツーリズム戦略を策定。質の高いツアーコンテンツ、顧客満足度の向上、宿泊施設での長期滞在、周辺への経済効果を実現することで、持続可能な観光デスティネーションを実現する。
 - 地域が長期的、継続的投資を可能とする（経済的要素も含めた）好循環の形成をイメージしている。

北海道のアドベンチャーツーリズム顧客獲得に向けた取組み体制



7. 今後に向けて～観光産業の回復・新たな発展に向けて～

7. 今後に向けて～観光産業の回復・新たな発展に向けて～

(1) まとめ

- ✓ 2021年度は、東北地域を対象としたDC（デスティネーションキャンペーン）が予定される。過去にはDCを契機とした観光資源の発掘と継続的な発展に繋げている地域もあり、新たな東北における観光の姿を国内外に発信する絶好の機会といえる。新しい時代に相応しい東北独自の新たな価値を観光客に提供し、東北の観光産業が改めて継続的に発展が図られる契機となることが期待される。
- ✓ 以下の通り、観光を取り巻く環境は変化しており、ウイルス対策の継続やBCP作成などに加え、将来を見据えた新たなサービスの開発や提供なども様々な取り組みが求められている。厳しい環境にあるが、これらを克服したポストコロナの時代においては東北地域の観光産業及び地域経済のさらなる飛躍が期待されよう。

大きな環境の変化 ターゲット層拡大

- 人口が減少する中、団塊世代は後期高齢者入りし、高齢化が一層進展している。さらに新型コロナの影響で社会のIT化が加速するなど、観光を取り巻く環境は変化しつつある。
- インバウンド客が本格的に回復するまでには相応な時間を要することが想定される。これを海外渡航の本格的再開も含めた将来への仕込み期間として位置づけ、国内マーケットなど近隣の圏域をターゲットに新たな魅力創造に努めることが求められる。

BCP策定 情報発信、IT

- 新型コロナ対応のための「密」の回避等を意識したガイドラインは既に各種業界団体でも示されているところだが、BCPも含めた策定・遵守を図り、地域内で発展・共有していくことが考えられる。
- インバウンド客を含めた観光客に安心して東北に訪れしてもらうために、東北地域は東京と異なり、「密でないこと」「衛生面で安全であること」など地域の魅力とともにIT等を活用してPRすることが極めて重要である。

規制緩和 新たなサービス

- 例えば道路占用許可を得ることができれば、「密」を回避し、カフェやレストランを営業することも可能となるため、観光客に安心して楽しめる空間を提供していくことが可能となる。
- 規制緩和制度を活用し、公園空間の活用や風光明媚な観光地をワーケーションの場としての進化発展させること、さらに国立公園内の宿泊施設整備等によるポストコロナ時代に相応しい新たなサービスの提供も期待される。
- 法律上明文化されていないものの、前例なきことから規制当局から受け入れられない取組に対する相談体制の整備も重要となるだろう。

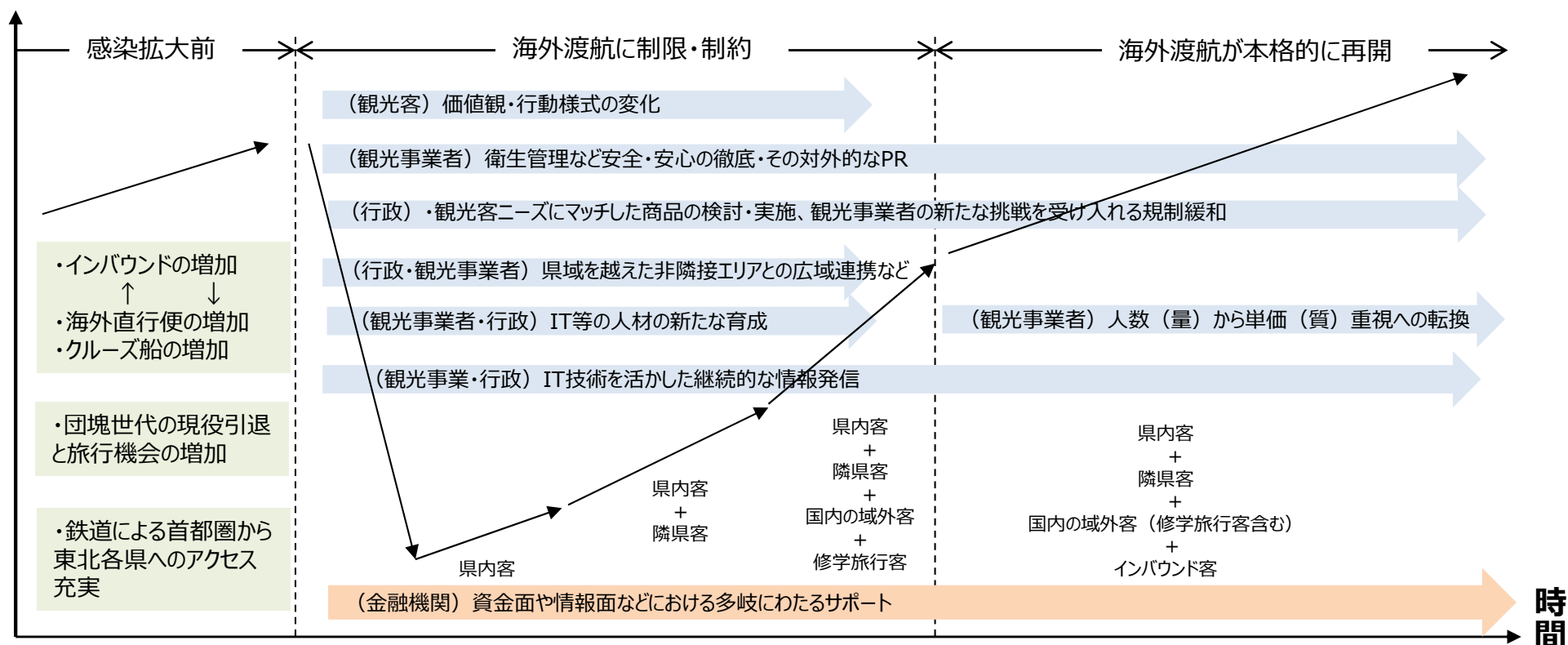
観光産業 と地域の活性化

- インバウンド客拡大は東北地域における観光産業の課題の「季節繁閑」の緩和をもたらし、さらには収入機会の増加ももたらすなど様々な課題解決に寄与することが期待される。特に長期滞在による広域観光の増加を実現させれば、観光産業全体の収入増加と収益基盤の強化、さらには地域全体の活性化にもつながるものとみられる。そのためにも東北地域らしいポストコロナ時代のニーズにマッチした新たなサービスの開発・提供が望まれる。

7. 今後に向けて～観光産業の回復・新たな発展に向けて～ (2) 新型コロナからの回復シナリオ

- ✓ 現在、各観光事業の関係者がウィズコロナ時代、そしてポストコロナ時代における観光振興のあり方について検討を重ねているところにあるが、これまでのヒアリング等をもとに東北における新型コロナ拡大に伴う観光業の落ち込みから復活・飛躍に向けたシナリオ案の整理を試みた。
- ✓ 新型コロナは、これまでの震災に伴う観光への打撃と異なり、「目視できない」故に観光したい客層に対する心理面への影響が懸念され、それらを払拭する観光関係者からの正確且つ継続的な情報発信を軸とした対応策が求められよう。

旅行消費額（国内居住者＋インバウンド）



7. 今後に向けて～観光産業の回復・新たな発展に向けて～

(3) 新型コロナの影響による国内客・インバウンド客の価値観の変化とキーワード

- ✓ 新型コロナの感染拡大からテレワークが普及し、オフィスのIT化が前倒しになったといわれる。
また、下図のとおり、サービスの非接触化や人口減少等を背景とした省力化・合理化が加速するものといわれる。
- ✓ 観光においては非日常空間の提供が求められることから、日常空間の変化に合わせ、観光に求められる要素も変化することも想定される。

ウィズコロナによる日常の変化

①コミュニケーションのデジタル化

- ✓ テレワーク
- ✓ テレスクール
- ✓ イベント等のWeb化・VR化
- ✓ 遠隔医療

等

対面で
コミュニケーション



対面せずに
コミュニケーション

②サービス提供の非接触化

- ✓ EC (Amazon・楽天など)
- ✓ 宅配需要 (Uber Eatsなど)
- ✓ デジタル消費
(動画・電子書籍・ゲームなど)

等

店舗まで移動して
財・サービス取引



居ながらにして
財・サービス取引

③省人化・合理化

- ✓ ロボット
- ✓ AI・IoT・ブロックチェーン
- ✓ 無人店舗・無人工場
- ✓ ドローン・自動運転

等

労働集約的な
生産現場



脱・労働集約

非日常空間に求める欲求・渴望の要素

生のコミュニケーションなど
Web等では得られないリアル感への欲求

・現地でしか得られないサービス・商品
・偶然性 (瞬間ごとの感動)

手間暇をかけることへの価値

等

ウィズコロナ・ポストコロナ時代に改めて重視されることが想定される観光のキーワード

手触り感覚

挑戦・達成

自己変化
(価値観の変化など)

開放感

つながり

等

キーワードに基づく具体例

手触り感覚

地吹雪体験（青森県五所川原市）ほか

挑戦・達成

シャワークライミング（宮城県仙台市ほか）ほか

自己変化
(価値観の変化等)

出羽三山巡礼（山形県鶴岡市・庄内町・西川町）ほか

開放感

手ぶらキャンプ（秋田県湯沢市ほか）ほか

つながり

震災学習（岩手県釜石市）ほか

その他

ヘルスツーリズム（福島県猪苗代町）ほか

参考：国際路線の現状とインバウンド客の出入国空港

東北地域における国際線の運航状況

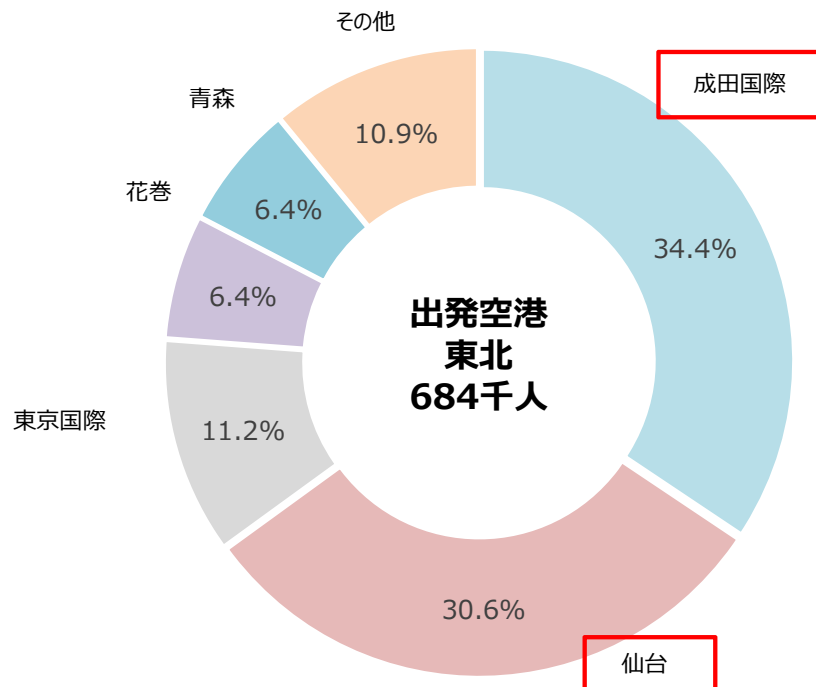
- ✓ 東北域内空港では、新型コロナが拡大してきた3月上旬から国際線が運休に入っている。仙台空港においてもソウル、台北、上海、大連、バンコクの直行便が運休となっており、インバウンド観光に影響を与えているといえる。
- ✓ 東北は台湾からのインバウンド客が多いため、台北との直行便が運休になることで、東北観光への影響は甚大であると考えられる。

空港名	都市名	航空会社	運行状況	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月
仙台空港	ソウル	アジアナ航空	7便/週		3月上旬～運休							
	台北	エバー航空	4便/週		3月上旬～運休							
	台北	タイガーエア台湾	5便/週		3月上旬～運休							
	台北	ピーチアビエーション	4便/週		3月上旬～運休							
	上海	中国国際航空	3便/週		3月上旬～運休							
	大連	中国国際航空	2便/週		3月上旬～運休							
	バンコク	タイ国際航空	3便/週		3月4日～12月1日まで運休							
青森空港	ソウル	大韓航空	3便/週		3月6日～2021年3月27日まで運休							
	台北	エバー航空	2便/週	2月26日～12月31日まで運休								
花巻空港	台北	タイガーエア台湾	2便/週		3月4日～運休							
	上海	中国東方航空	2便/週		3月4日～運休							

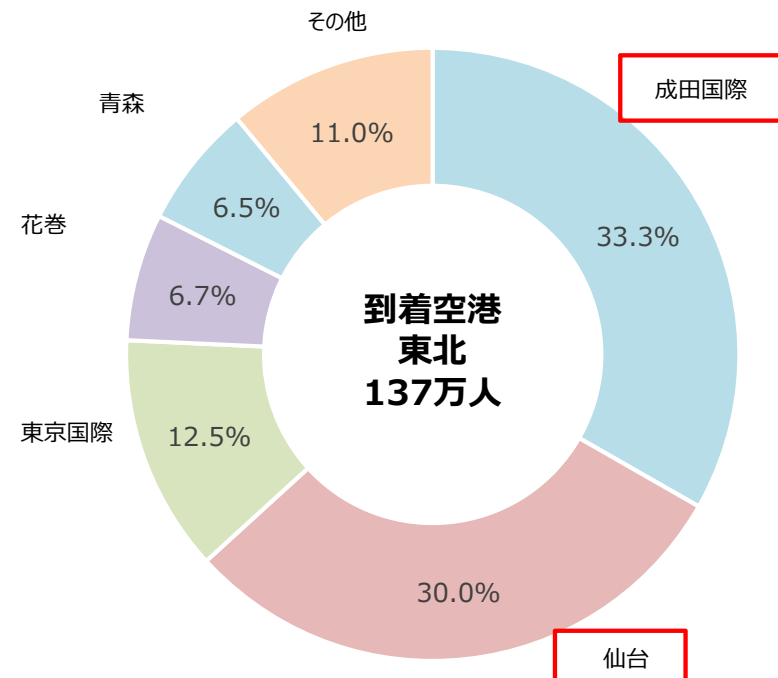
東北地域におけるインバウンド客の出入国空港

- ✓ 2018年の東北のインバウンド出入国空港を見ると、成田空港と仙台空港の入出国パターンが最も多く、東京国際空港を含めると上位3空港で全体の7割超を占めている。
- ✓ 仙台空港が大きな割合を占めるが、定期路線を有する花巻空港や青森空港も海外と東北を結ぶ拠点として存在感を示している。

東北6県の出発空港構成割合



東北6県の到着空港構成割合



本資料は情報提供のみを目的として作成されたものであり、取引等を勧誘するものではありません。本資料は「東北観光金融ネットワーク」（以下「FINE+東北」という。）が信頼に足ると判断した情報に基づき作成されていますが、FINE+東北はその正確性・確実性を保証するものではありません。本資料のご利用に際しましては、ご自身でご判断でなされますようお願い致します。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。本資料の全文または一部を転載・複製する際は、著作権の許諾が必要ですので、(株)日本政策投資銀行までご連絡下さい。著作権法の定めに従い引用・転載・複製する際には、必ず、『出所：東北観光金融ネットワーク』と明記して下さい。

（本レポートにかかるお問い合わせ先）

(株)日本政策投資銀行 東北支店 企画調査課 電話022-227-8182