

東日本大震災からの復興に向けたツーリズムの役割

東日本大震災による被災地域への観光客激減が地域経済に大きな打撃を与えました。同時に、地域にとって観光がいかに重要な産業であるかを認識する機会にもなりました。今号は、「東日本大震災からの復興に向けたツーリズムの役割」をテーマに、景観・まちづくりの専門家や各地で発生した震災の復興に尽力された方々から、今後の復興プランへの提言を紹介します。

震災復興とツーリズムの役割

東京大学先端科学技術研究センター教授

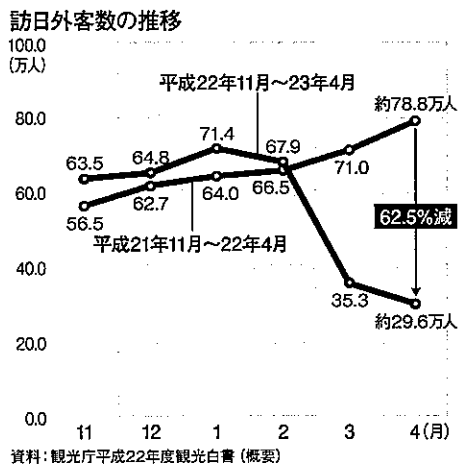
西村 幸夫

今年度の『観光白書』が論じる 大震災の影響

去る二〇二二年（平成三十二年）六月十四日に閣議決定され、会期延長中の通常国会に提出される予定の二〇二一年度のいわゆる『観光白書』は、二〇二二年三月十一日に起きた東日本大震災を受けて急遽、二〇二〇年度の観光の状況の第一部第2章に「東日本大震災の被害と復興に向けて」という項目を立てて、震災による観光関連の被害の状況とその

後の復興へ向けた足取りを論じている。

例えば、物理的な被害として東北六県の登録旅館・ホテルの四分の一が営業停止となり、多数が限定的な営業となったことが報じられている。さらに深刻なのは、広く報道されているとおり、宿泊予約のキャンセルである。震災以降、三、四月の宿泊予約は東北地方で約六一%、関東地方で約四八%、日本全体でも約三六%がキャンセルの憂き目を見ているのである。なかでも訪日外国人旅行者の数は震災発生の翌日から二〇二一年三月末までの



二十日間を見ると、なんと前年同期比七三%もの落ち込みとなっている。

このように今回の大震災は、観光がいかに地域の安全の下に成り立っているのかを改めて浮かび上がらせることとなった。風評被害の大きさも指摘されているが、これも観光産業が地域イメージに依存して成り立っているのかを明らかにしたといえる。良好な地域イメージを確立するのは容易ではないが、そうして苦労して打ち立ててきた地域イメージも一瞬にして潰え去ることがある、ということも今回の自然災害によって明らかにした。

また一方で、地域を支える産業として観光が重要な位置を占めていることが、今回の報道で明らかになったということもできる。閑古鳥が鳴く観光地や、ツアー客のいない首都圏の風景などに対する人々の関心も高い。

さらに今年度の『観光白書』は、もう一歩突っ込んで、復興に向けて観光が果たし得る役割について言及している。すなわち、観光は他の産業と比べると、復興の立ち上がり比較的早く、ある程度のインフラの復旧があれば即戦力として経済効果を発揮し得ることを指摘しているほか、そうした立ち上がりの早さが雇用の確保につながることを強調している。

今後、地域イメージの救済に向けて、さまざまな誘客キャンペーンや商品のディスプレイなどが企画されていくだろうが、これを単に観光収入という経済効果だけから見るのではなく（観光地には赤字覚悟のプロモーションという側面もあるだろう）、訪問客が回復することによる雇用創出の効果を重視すべきであろう。

また、『白書』は中長期的な課題として、復興計画の中にあらかじめ観光の視点を入れておくことの必要性を述べ、さらに観光が生産移転できない立場に固有の産業であること、積極的に評価し、地域の将来計画の中に地域性を表出する核となる産業であるとして、観光の重要性を力説している。

さらに、ダメージを受けた観光がどのように回復していくかといった今後の予測に関して、『白書』は一九九五年に起きた阪神・淡路大震災の例を挙げ、震災前の水準まで神戸の観光客数が回復するまでには観光資源が同じだとすると十二年もかかっていることを示している。

そして、震災後にスタートした「神戸ルミナリエ」を引き合いに出して、このイベントの入込客数を追加で算入することで、四年後の一九九九年に神戸市の入込観光客数は震災

前の水準を超えるまでに戻ったことを論じている。

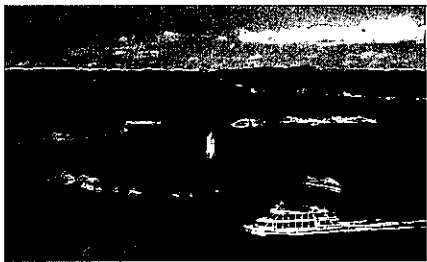
つまりここでいえるのは、地域イメージを回復するための大規模イベントなどの仕掛けが、少なくとも神戸では成功したということである。災害などによって地域イメージに傷をつけることも一瞬のことであるとすれば、「神戸ルミナリエ」による夜のにぎわいの創出といった目新しい経営戦略を立てることによって、地域イメージをV字型に回復することもあながち不可能ではないということである。こうした局面でも観光は大きな役割を果たすことができるのである。いや、観光こそこうしたV字型の復活の牽引役となることができる。

今回の震災が 改めて気づかせてくれたこと

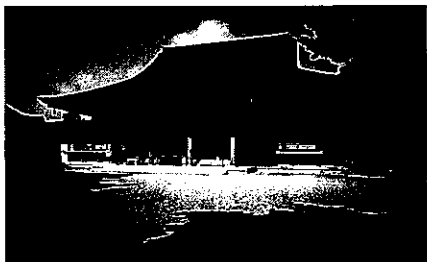
今回の大震災はさまざまな教訓を私たちにもたらした。その中で、観光の世界にも関連したものを拾い出してみよう。

まずいえることは、自然の脅威に対して謙虚であれということである。そして古くからの文化遺産は、松島といい、平泉といい、自然と寄り添うような位置に立地しており、今回も特段の被害が出ていない。自然の脅威に

自然と寄り添うような位置に
立地する松島の島々
〔写真提供：松島観光協会〕



世界文化遺産に登録された
平泉 毛越寺本堂
〔写真提供：平泉観光協会〕



対して敏感であり、文化財の立地には知恵を絞って安全を確保しているのである。長い歴史を生き延びてきた観光地にはそうした知恵が詰まっているといえるのではないだろうか。

第二に、地域が生きていくための基本的な要件に安心・安全があるということが挙げられる。普段はあまりに当たり前すぎて気づかないようなことでも、改めて災害のあとに見直してみると、安心・安全のための知恵がいろいろそかになっていないかということに目がいく。観光はこのあたりの感覚が高く、変化に敏感に反応することが（時に風評被害のような過剰反応もあるが）、今回の震災で明白に

なった。観光は安心・安全のリトマス試験紙になり得る。なぜなら、部外者にこそいちばん不安な箇所が目につくものだからである。

第三に、逆説的ではあるが、今回の震災直後の被災者の落ち着いた行動によって、日本には文化的で、かつ安定した社会が現存するということが雄弁に報道されたことである。

この国には、自分の身の安全よりも顧客の身の安全を第一に考える従業員が少なからずいるということ、自分が避難する前に商品が散乱しないように身を挺して押さえるといった行動をとった売り子が（それも時にはアルバイトの売り子が）いるのである。それが口コミや防犯カメラの映像として何度も報道された。

これによって、皮肉にも日本の潜在的な安全性・安心感が広く認識されることとなった。日本の社会に対する好感度がアップしたことは確実だろう（政治に対する好感度はまた別だろうが）。これは長い目で見ると、今後の観光施策にとって相当のプラス要因として働くだらう。

第四に、すでに述べられたことであるが、日本経済における観光セクターの大きさが、非常時の急激な落ち込みという陰面としてはあるが、認識されたということは大きい。これまで質実剛健のものづくり大国、あるいは

にも有効であることが示された。

また、観光は労働集約型の地場産業であるので、雇用創出効果が高く、復興の早い段階での経済的な手掛かりとして有効であるということもできる。大規模イベントとそこでの雇用創出は観光が復興に当たって果たせる役割の有力な部分である。

一方で、大震災直後の被災した人々の落ち着いた立ち居振る舞いは、日本が奥深い慎みをたたえた国であるということを図らずも広く世界に発信する機会ともなった。来訪者の立場からすると、日本は応援したくなるような心根の優しさを持った国と映ったに違いない。原発のほとりばかりが冷めたら、癒やしの国、

つつしみ深い文化の国、そして長寿の国としての日本を積極的に発信することによって、これまでのマイナスを埋め合わせることができるかもしれない。少なくとも世界は日本の庶民の味方になってくれるだろう。

加えて、今年度の『観光白書』は岩手・宮城・福島という東北三県の観光消費額が、それぞれ各県の代表的な産業の規模と比較して、まったく遜色がないことを図示している。例えば、岩手県観光消費額は年間の農業所得に匹敵し、海面漁業（海面養殖業を除く）の年間産出額を数倍も上回っている。宮城県では、年間の観光消費額は、県内最大の出荷額を誇る食料品製造業と同第二位の電子部

はクールジャパンのソフト大国といったふう
に描かれることの多かった日本という国が、
観光という手づくりの地場産業の面で高い可
能性を秘めているというところが見えてきた。

現時点での ツーリズムの役割を考える

では、今回の大震災が私たちに気づかせてくれたことは、観光の今後の役割を考えていくうえで、どのような意味を持つといえるのだろうか。

まず第一に、これまでもいわれてきたことではあるが、観光の産業としての規模の大きさと、少なからず影響力が、失われた観光客数を通して、厳然と私たちの前に具体的な数値として表れたことを通して、一般の人々にさらに明白に意識されるに至ったことが挙げられる。

同時に、風評被害に代表されるように観光産業が地域イメージに左右されやすいこと、したがって地域イメージの注意深い管理と保持、さらには地域イメージが傷ついた場合にはその速やかな復旧が戦略的に重要であることが挙げられる。神戸のルミナリエに見られるように、復興のための大規模イベントが傷ついた地域イメージを一掃することに効果が高いこと、さらには入込観光客数の復旧

品製造業の年間出荷額の中間の位置につけて
いるのである。

観光産業が東北地方の重要な基幹産業の一つであることを数字で裏づけているのだ。

続く章で、『観光白書』は被災地に限らず、一般地域において、観光に関わる産業がどのように集積し、連携し合っているのかを詳細な試験調査をもとに明らかにしている（第一部第3章）。

観光を産業として客観的に論じるに足るデータがようやくそろいつつあるという現状を見ても、今後、観光をさらに冷静に分析する視角を私たちは手に入れる段階に立ち至ったといえることができる。

確かに今回の東日本大震災は二度と見たくない悲劇ではあったが、ツーリズムはこれをバネに、新しい客観データに裏打ちされて、物見遊山のイメージからはっきりと決別し、地域の主要な地場産業として確実に評価されるようになっていくだろう。そして復興に当たっては、早期に人々に希望を与えるイメージリーダーとしての役割を演じることが期待されるとともに、復興のフロントランナー産業の一つとして、地域に貢献していくことだろう。

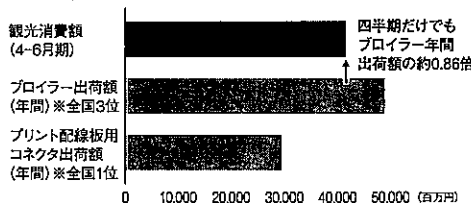
（にしむら ゆきお）

東北3県における観光消費額と主要な産業との比較

【岩手県】

岩手県における観光消費額は、第一四半期分（4-6月期）だけでも、岩手県の主要な工業の年間出荷額を上回っており、プロイラーの年間出荷額の約8割6分となっている。

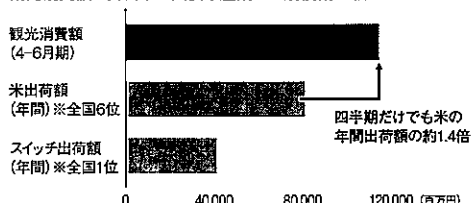
観光消費額と岩手県の主要な産業との規模比較



【宮城県】

宮城県における観光消費額は、第一四半期分（4-6月期）だけでも、宮城県の主要な産業の年間出荷額を上回っている。

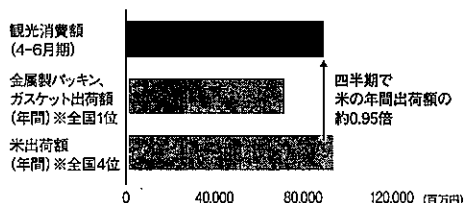
観光消費額と宮城県の主要な産業との規模比較



【福島県】

福島県における観光消費額は、第一四半期分（4-6月期）だけでも福島県の主要な工業の年間出荷額を上回っており、米の年間出荷額の約9割5分となっている。

観光消費額と福島県の主要な産業との規模比較



資料：観光庁平成22年度観光白書（簡易版）