

VII 三陸観光における三陸鉄道の新たな活用策

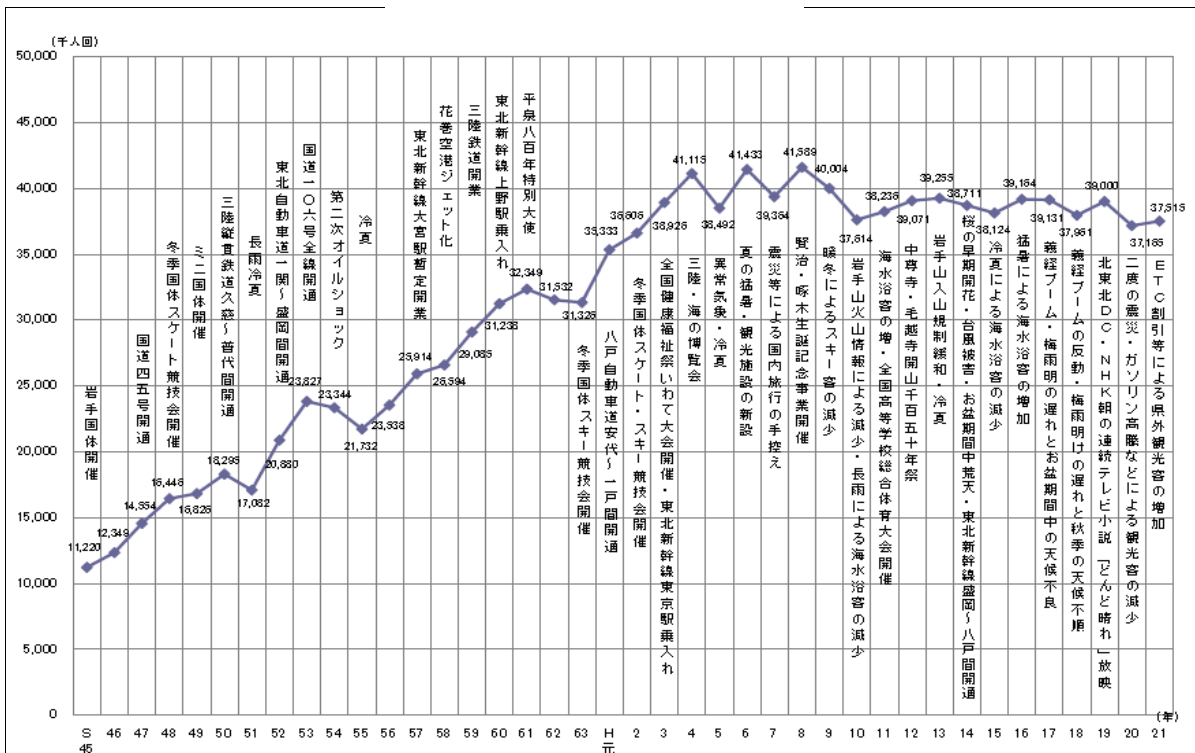
三陸鉄道は、開業時1984年の輸送人員2,688,735人が1994年以降急減していき、2003年の輸送人員が1,066,079人と10年間に60%の減少という危機的事態に直面する。このままいけば輸送人員が100万人を切ってしまう、経常損失も大幅に悪化することが予想され、ここに至って、経営方針の軌道修正を迫られることになった。打開策を模索する中で、2004年3月に「経営改善計画」が策定された。そこでの基本路線は、人員削減と効率化の推進、そして観光関連事業の取組みの重視であった。これ以降、従業員数を抑え、臨時雇用、パートに代替し、観光、物産販売に力を入れていくこととなる。

今や、三陸鉄道にとっては、地域の生活の足としての役割とともに、観光、物産販売が欠かせない重要な経営戦略となってきている。では、三陸鉄道の観光の取り組みは、思惑通りに展開されてきているのであろうか。そもそも、三陸観光において、三陸鉄道はどのような役割を果たしているのであろうか。本章では、岩手県観光、三陸観光の推移と特徴を検討しながら、三陸鉄道と観光との関連を考察してみたい。

1. 観光統計の特徴

まず、1970年(昭和45年)から2009年(平成21年)までの岩手県観光客入込数の推移を見てみよう。図表-97のように、岩手県観光客入込数は、1970年(昭和45年)の11,220千人回から三陸・海

図表-97 岩手県観光レクリエーション客入込数の推移

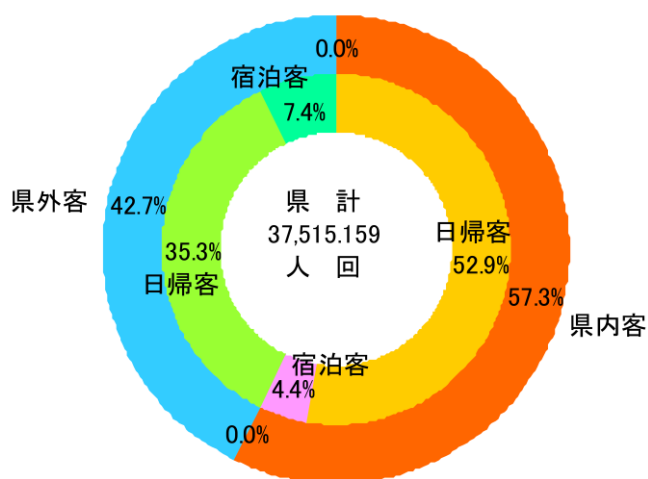


(出所) 岩手県商工労働観光部観光課『平成21年版 岩手県観光統計概要-統計で見る岩手の観光-』2010年、1ページ。

の博覧会が開催された1992年(平成4年)の41,115千人回まで右肩上がりに拡大し、この間に約3.7倍化している。図表の中に、その増加要因が書かれているのだが、同様の指摘を岩手経済研究所の『図説岩手県の経済と産業』は次のように述べている。「岩手を訪れる観光客数は、順調に増加しており、こ

これは高速交通網の整備と深いかかわりがあると思われる。東北縦貫自動車道が一部開通した昭和 52 年には、観光客入込数が 2000 万人回を突破し、前年対比増加率が 22.2%と飛躍的に増加した。また、東北新幹線が盛岡～大宮間で開業した昭和 57 年には観光客入込数が 2500 万人回を上回り、平成元年東北縦貫自動車道八戸線が開通した年には、観光客入込数が 3500 万人回を超え、増加率が 2 桁の 12.8%となった。このような高速交通網の整備は岩手の観光ルートや観光客流入に大きな影響をもたらした。岩手県商工労働部が平成 3 年 7 月と平成 4 年 1 月に実施した県内観光地 12 地点と 6 スキー場でのアンケート調査によれば、観光地への利用交通機関は夏・冬とも自家用車が一番多く（夏 67.4%、冬 87.6%）、そのうち約半数は高速道路を利用している。県外客についてだけ見ると、高速道路を利用して観光地を訪れた観光客は夏 77.2%、冬 73.8%となっている。また J R 東日本の平成 3 年 10 月の調査によれば、東北新幹線の利用目的のうち 30.8%は観光・レジャーとなっており、高速交通網の発達が県外客の誘致に大きく寄与していることがうかがわれる」。しかし、このような分析では、観光客増加の主要因が高速交通機関を利用する関東地域を中心に達成されたと連想されてしまう。果たしてこれらの増加は、関東、首都圏からの観光客の増加によって達成されたものであるのかどうか。かつて筆者（宮井久男）は、1980 年から 1993 年までの期間を対象に、その増加の内容を分析してみた⁽⁶⁷⁾。詳しい分析は注記の文献で確認してもらいたい。次のようにまとめている。「確かに高速道路や新幹線の効果として県外客、とりわけ関東からの客は増加していると思われる。しかし、年間入込数が 4,000 万人回に達したというレベルでの大幅増加はしていないように思われる。それよりも、スキー場の整備やレクリエーション施設の整備、イベントの開催による県内客、近県日帰り客の増加が大きく貢献しているように思われる。移動手段としての自家用車の普及をわれわれは、県内客及び近県県外客の増加要因として理解する必要があるのではないか。自家用車の普及により、県内客や近県からの観光客が相当多く含まれているのではないかとということである⁽⁶⁸⁾」。

図表－ 9 8 発地別・日帰宿泊別入込状況

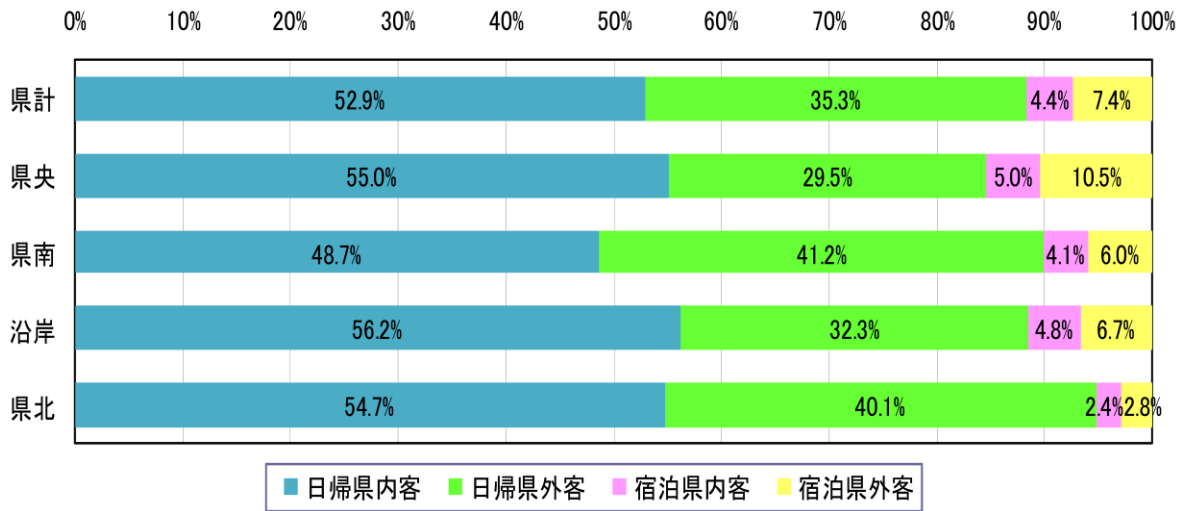


(出所) 図表－ 9 7 と同じ、10 ページ。

⁽⁶⁷⁾ 宮井久男「三陸沿岸地域における観光・リゾート (中)」『三陸総合研究』第 7 号、1995 年、37～42 ページ。

⁽⁶⁸⁾ 宮井久男、同上稿、40 ページ。

図表－99 観光地域別日帰宿泊別入込数の割合



(出所) 図表－97と同じ、19ページ。

2009年(平成21年)における観光客入込数の発地別内訳は、県内客57.3%、県外客42.7%であり、県内客が県外客を上回っている。また、日帰宿泊別では、日帰客88.2%、宿泊客11.8%であり、日帰客が約9割を占めている。おそらく、県内客そして県外客の日帰り客の多くは自家用車利用の観光客であると思われる。

図表－97の岩手県観光の右肩上がりの増加は、先にも見てきたモータリゼーション効果が主要因だったのである。1992年以降の横ばい、微減状況は、モータリゼーションの波が収まったことを意味しているのかもしれない。

1992年(平成4年)の41,115千人回まで、右肩上がりに拡大したもう1つの要因がある。観光客入込数の、統計の取り方である。今、「1992年(平成4年)の41,115千人回」と表現した。「人」ではなく、「人回」である。これは、観光客の実数ではないのである。人回について、『平成21年版 岩手県観光統計概要』は次のように説明している。「観光レクリエーション客の入込数の単位であり、平成21年12月末日において、県内35市町村124箇所の観光地をゲートとしてカウントする延べ人員数をいう」。つまり、カウントのために設定された124箇所を訪れると、同一人物でも何人回にも増幅されるということである。岩手県は広いので、まさか1人で124人回にはならないだろうが、数人回にはなるであろう。例えば、両親と2人の子供が自家用車で、盛岡から宮古、そして田野畑から岩泉へ行って帰ってきた場合、川井村区界高原で4人回、宮古の浄土ヶ浜を散策して4人回、三王真崎に寄って4人回、龍泉洞を見学して4人回、まだいけそうだが無理をしないで、合計16人回、というわけである。観光レクリエーション客入込調査ポイント(観光地)一覧表は、図表－100のとおりである⁽⁶⁹⁾。

⁽⁶⁹⁾ 岩手県商工労働観光部観光課『平成21年版 岩手県観光統計概要－統計で見る岩手の観光－』2010年、4ページ。

図表-100 観光レクリエーション客入込調査ポイント（観光地）一覧表

地域	市町村名		調査観光地名	地域	市町村名		調査観光地名				
	(旧市町村)				(旧市町村)						
(27)	盛岡市		1.市街 2.つなぎ 3.都南 4.姫神山	陸中 海岸 南部・ 遠野 地域 (23)	大船渡市		1.碓石海岸 2.その他の海岸				
			5.外山、早坂 6.啄木遺跡				3.五葉山 4.五葉温泉 5.三陸				
	八幡平市		1.岩手山 2.いこいの村岩手		陸前高田市		1.高田松原 2.広田半島 3.その他				
			3.八幡平藤七地区 4.松川地区		住田町		1.滝観洞 2.遊林ランド種山				
			5.東八幡平地区 6.安比高原		遠野市		1.遠野盆地 2.早池峰山				
			7.その他		釜石市		3.宮守地区				
	雫石町		1.小岩井 2.長山 3.鶯宿 4.国見		釜石市		1.根浜海岸 2.鎌崎 3.荒川海岸				
			5.滝ノ上 6.玄武 7.西根 8.その他				4.その他の海岸 5.五葉山				
	葛巻町		1.町内一円		大槌町		6.その他				
	岩手町		1.町内一円				1.浪板海岸 2.吉里吉里海岸				
滝沢村		1.岩手山 2.その他	3.その他の海岸 4.新山高原								
紫波町		1.町内一円	宮古市				1.浄土ヶ浜 2.三王真崎 3.小堀内				
矢巾町		1.町内一円	陸中 海岸 中部 地域 (16)	山田町		4.新里地区					
花巻市		1.花巻温泉 2.台温泉 3.鉛温泉				岩泉町		1.船越 2.その他			
		4.大沢温泉 5.志戸平温泉				岩泉町		1.龍泉洞 2.早坂高原			
		6.宮沢賢治遺跡 7.高村光太郎遺跡						3.小本茂師海岸			
		8.早池峰山 9.石鳥谷地区				田野畑村		1.北山崎 2.明戸 3.平井賀			
		10.田瀬湖 11.毘沙門				川井村		4.島ノ越 5.榎木沢			
		12.東和温泉 13.土沢 14.谷内						1.早池峰山 2.区界高原			
		15.その他の温泉 16.その他				県北・ 陸中 海岸 北部 地域 (21)	北上市			久慈市 (久慈市)	1.市街 2.久慈海岸 3.山根
西和賀町		1.展勝地 2.夏油温泉 3.その他								(山形村)	1.平庭高原 2.その他
		1.湯本温泉 2.湯川温泉								普代村	1.黒崎 2.その他
		3.業師温泉 4.巢郷温泉	洋野町	1.江戸ヶ浜 2.大沢・大谷							
奥州市 (水沢市)		5.沢内地区 6.その他	野田村		3.大野地区						
		1.旧水沢市内一円			1.村内一円						
		(江刺市) 1.旧江刺市内一円			二戸市					1.金田一温泉 2.折爪岳 3.馬仙峽	
		(前沢町) 1.旧前沢町内一円			軽米町						4.浄法寺地区 5.その他
		(胆沢町) 1.焼石									1.町内一円
(衣川村) 1.旧衣川村内一円	九戸村		1.村内一円								
金ヶ崎町		1.町内一円	一戸町		1.西岳、高森地区 2.馬仙峽						
(37)	一関市		1.須川 2.巖美溪 3.狛鼻溪			3.その他					
			4.その他			調査ポイント(観光地): 35市町村 124観光地					
			1.平泉								
平泉町		1.平泉									
藤沢町		1.町内一円									

(出所) 岩手県商工労働観光部観光課『平成21年版 岩手県観光統計概要—統計で見る岩手の観光—』2010年、1ページ。

つまり、自家用車による県内観光客、近県県外客の数字は、増幅されて実数よりかなり水膨れしているのではないかとのことである。

ある程度確実に把握できるのは、宿泊施設や観光施設等の観光客数である。その施設を利用した人数は、確実である。ただ、宿泊施設の場合に目的が「観光」なのかどうかは、判別が困難である。

また、かつて筆者(宮井久男)は、三陸沿岸地域の自治体を訪れ、観光客入込数を具体的にどのように把握しているのかと尋ねたことがある。その回答は、「前年と比較してどの程度の来客状況なのかを話し合っ」、「隣の自治体はどう考えているのかを聞いたうえで」決めていたというのである。では、前年はどのように決めていたのであろうか、啞然とした記憶がある。しかし、それもやむを得ないところがある。宿泊者の把握や入館料を取って利用してもらう施設の場合は、数値の確定はできるかもしれな

いが、浄土ヶ浜を訪れた観光客をすべて数え上げるのは至難の業であり、訪れた人が観光客なのか、近場の人の散歩なのか、目的までは明らかにしないわけだから観光統計は難しいのである。

観光立国を標榜し、観光立国推進基本法を制定して観光政策を抜本的に改めていこうということで、それまで各県でバラバラに実施されてきた観光統計の方法を改めなければ、実態を表さない数値を基礎にしては観光政策の立案ができないということで、2010年（平成22年）4月からは、全国的な「観光入込客統計に関する共通基準」（以下、共通基準）による観光入込客統計が導入されることとなった。岩手県でも、2010年4月から共通基準に移行した。

共通基準では、観光地点等入込客数調査（全数調査）が実施され、都道府県内の観光地点及び行祭事・イベントに訪れた人数を、観光地点の管理者、行祭事・イベントの実施者等に四半期ごとに報告を求め調査するものである。そして、延べ人数と実人数が明らかにされる。観光入込客数の実人数とは1人の観光客が1回の旅行で複数の観光地を訪問した場合でも「1」と数えるもので、延べ人数の場合は1人の観光客が1回の旅行で複数の観光地を訪問した場合にその観光地の数だけ数える（例えば5箇所を訪問した場合は「5」と数える）ものである⁽⁷⁰⁾。延べ人数は、以前の数え方に近い。問題は、「観光地点等」をどのように定めるのかである。以前は、35市町村、124の観光地が調査ポイントとして設定されていた。調査ポイントを増やせば増やすほど、トータルの観光客入込数は増えることとなる。共通基準では、図表－106のように423の調査対象地点を設定している。

図表－101 調査対象地点数

総計	観光地点計							行祭事・イベント
	自然	歴史・文化	温泉・健康	スポーツ・レクリエーション	都市型観光	その他		
423	290	38	64	76	56	29	27	133

（出所）岩手県商工労働観光部観光課『平成30年度版 岩手県観光統計概要』、2019年7月、4ページ。

観光の大衆化、多様化の進展の中で、古くからの、一般的な観光のイメージである寺社仏閣、歴史・文化施設、祭り、自然景観、温泉地などに加え、スポーツ・レクリエーション、イベント、都市型観光など、ニューツーリズムを考慮した設定となっている。つまり、人々の観光に対する多様化の中で、レクリエーションの要素を多分に含んだ「集客」が、観光客入込数として捉えられているのである。そのことはまた、県内観光客の増加要素としても大きく作用するのである。

図表－102 調査対象地点数

総数	観光地点						行祭事・イベント
	自然	歴史・文化	温泉・健康	スポーツ・レクリエーション	都市型観光	その他	
260	35	59	66	58	22	20	122

（出所）岩手県商工労働観光部観光課『平成22年度版 岩手県観光統計概要』、2011年12月、7ページ。

⁽⁷⁰⁾ 岩手県商工労働観光部観光課『平成30年度版 岩手県観光統計概要』、2019年7月、3ページ。

この調査対象地点数は、2010年時点と同じなのであろうか。図表－102が2010年の調査対象地点数である。観光地点で30地点、行祭事で11地点、合計41地点の調査対象が増えている。

観光入込客統計で統計量を推計する対象となる観光地点は、以下の3つの要件を満たす観光地点である。ただし、行祭事・イベントについては、②及び③の要件を満たすものを集計の対象として取り扱うものとされる。

①非日常利用が多い（月1回以上の頻度で訪問する人数の割合が半分未満）と判断される地点であること。ただし、「訪問する頻度が高い者＝日常利用者である」とは言い切れない地点については、本要件を満たすものとして取り扱っても差し支えない。

②観光入込客数が適切に把握できる地点であること。

③観光入込客数が年間1万人以上、若しくは特定月の観光入込客数が5千人以上であること。

なお、上記の確認は、毎年1月1日現在で行うこととなっている。調査年の途中で、観光入込客数が上記の要件を満たすこととなった観光地点が新設された場合は、要件を満たすことになる四半期から名簿に追加する。また、1度限りの大規模な行祭事・イベント等、前年の入込客数が把握できないものの、調査年の途中で観光入込客数が上記要件を満たすこととなった場合も、同様に名簿に追加することができる⁽⁷¹⁾。

①、②が十分に判断可能なのか疑問もあるが、いずれ岩手県観光の場合は、自家用車を使った県内観光客や近県の観光客が極めて大きな比重を占め、その動向が観光地点の増減にも大きく作用するようになる。

ここで、比較の意味で、沖縄県の観光客入込数の統計的特徴を見てみよう。沖縄県にとって観光産業は、県経済を支える重要な柱である。そのためにも、その実態把握が重要であり、観光行政の必須の情報、基礎となるものである。

沖縄県は、共通基準以前から観光客の「実数」把握をしてきている。それも、観光地点を設定する方式ではなく、沖縄県への「入域観光客数」の把握である。「入域観光客数」とは、沖縄県に入域する者（沖縄県在住者を除く）全ての人数である。調査の方法は、国内客は本土－沖縄間（本土から沖縄本島以外の離島への直行便も含む）に就航する航空会社と海運会社の航路別月間旅客輸送実績に、航空乗客アンケート調査により算出された混在率を乗じ、国内客（沖縄県在住者を除く）の人数を推計する。混在率とは、沖縄県が実施する航空乗客アンケート調査の結果に基づく、航空乗客に占める沖縄県在住者以外の者の割合である。外国客については、沖縄県内で入国審査を受けた外国人の人数を集計し、外国客数とする。それは、特例上陸者（乗務員などの一時上陸者）を含む。（沖縄県以外の地域で入国した後、国内路線で沖縄県に入域する外国人は国内客数として推計される）⁽⁷²⁾。沖縄県の場合は、島嶼県という地理的特性を活かしてほぼ確実な「入域観光客数」を把握している。ただ、入域観光客とされる人たちが、本当に観光客なのか、ビジネス等観光とは別の目的で入域してきているのかはわからない。それらの人々も、「兼観光」として捉えているのであろう。今一つは、県内観光客という捉え方がなされていない点である。岩手県観光の場合は、非常に重要なファクターなのだが、沖縄県の場合は県の主要産業と

⁽⁷¹⁾ 岩手県商工労働観光部観光課『平成30年度版 岩手県観光統計概要』、2019年7月、2ページ。

⁽⁷²⁾ 沖縄県『平成30年 観光要覧～沖縄県観光統計集～』、2019年9月、3ページ。

して、県外からの観光客の経済効果に主眼を置いていることから、あえて県内観光客の数は把握していないのであろうと思われる。これを含めると、かなり大きな数値となるであろう。

沖縄県の入域観光客の数値は、図表－103のとおりである。

図表－103 最近5年間の入域観光客数の動向

	入域観光客数		国内客		外国客	
	人数(人)	対前年度比	人数(人)	対前年度比	人数(人)	対前年度比
H26年度	7,169,900	+ 9.0%	6,183,900	+ 3.9%	986,000	+ 57.2%
H27年度	7,936,300	+ 10.7%	6,266,000	+ 1.3%	1,670,300	+ 69.4%
H28年度	8,769,200	+ 10.5%	6,640,100	+ 6.0%	2,129,100	+ 27.5%
H29年度	9,579,900	+ 9.2%	6,887,900	+ 3.7%	2,692,000	+ 26.4%
H30年度	10,004,300	+ 4.4%	7,003,500	+ 1.7%	3,000,800	+ 11.5%

(出所) 沖縄県『平成30年 観光要覧～ 沖縄県観光統計集 ～』、2019年9月、4ページ。

2018年(平成30年)の入域観光客数は、1,000万人である。これに、岩手県のような観光地点等を設定し、県内観光客の数を加えると、さらに一層大きな数値となるであろう。

2. 岩手県、三陸観光の観光客入込数の推移

観光統計の特徴を念頭に置いて、2018年の岩手県、三陸観光の観光客入込数を見てみよう。

図表－104 地域別入込客(延べ人数)の推移

【地域別入込客数(延べ人数)の推移】

単位：人回

地域区分	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
県央エリア	8,871,015	8,434,827	9,527,776	10,021,871	9,998,915	10,147,003	9,395,891	9,503,870
県南エリア	11,394,198	10,352,761	11,931,441	11,425,043	11,271,549	11,419,667	11,359,821	11,474,244
沿岸エリア	5,823,487	1,343,733	3,183,651	4,031,174	4,377,028	4,293,194	3,875,932	3,891,025
県北エリア	2,867,659	2,579,822	2,758,276	3,364,750	3,213,724	3,134,428	2,823,279	2,724,720
総計	28,956,359	22,711,143	27,401,144	28,842,838	28,861,216	28,994,292	27,454,923	27,593,859

【上記のうち、沿岸13市町村の入込客数(延べ人数の推移)】

単位：人回

地域区分	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
沿岸13市町村	7,485,540	2,835,771	4,825,076	6,312,581	6,465,078	6,308,146	5,627,215	5,587,375

出典：岩手県観光統計

沿岸13市町村：宮古市、大船渡市、久慈市、陸前高田市、釜石市、住田町、大槌町、山田町、岩泉町、田野畑村、普代村、野田村、洋野町

地域区分	2018	2017比	2010比
県央エリア	9,773,617	102.8%	110.2%
県南エリア	11,773,565	102.6%	103.3%
沿岸エリア	4,124,442	106.0%	70.8%
県北エリア	2,731,001	100.2%	95.3%
総計	28,402,625	102.9%	98.1%

(出所) 岩手県『みちのく岩手観光立県第3期基本計画(2019～2023年度)』、2019年3月、8ページに2018年の数値を加筆。

2018年の延べ人数の観光客入込数は、28,402,625人回である。延べ人数であるから、1人の観光客が1回の旅行で複数の観光地を訪問した場合にその観光地の数だけ数える（例えば5箇所を訪問した場合は「5」と数える）ものである。エリア別にみると、県南エリアが最も多く、41.5%を占め、県央エリアは34.4%とこの2つのエリアで75.9%を占める。沿岸エリアは、14.5%である。これを東日本大震災前の2010年と比較すると、県の総計では98.1%とようやく震災前の水準に戻りつつあることがわかる。しかし、エリア別にみるとそうはいえない。県央エリア、県南エリアは、震災前の水準を超えているが、沿岸エリア、県北エリアはいまだ震災前の水準には及ばない。とくに、沿岸エリアは70.8%と、観光の復旧はまだまだ果たせないでいる。ただ、資料的に十分に分析できないのだが、先に見たように、観光地点等入込客数調査の調査対象地点数が、2010年の382地点から2018年の423地点に、観光地点で30地点、行祭事で11地点、合計41地点増えているのである。その意味では、県の総計の震災前の復旧も今少し低位にあるのかもしれない。今一つ気になるのは、共通基準前の調査で2009年の観光客入込数37,515,159人回、共通基準で2010年が28,956,359人回となっている点である。共通基準への移行で、8,558,800人回の減少となっている。延べ人数での比較なのに、なぜこれだけの差となって表れたのかははっきりとしない。共通基準以前の調査ポイント（観光地）は35市町村、124の観光地として設定されていたが、共通基準では観光地点290地点、行祭事等133地点の合計423地点である。なぜ、8,558,800人回の減少となったのか資料不足で分からない。

図表－105 地域別・分類別入込客数（延べ人数）

単位：人回

地域区分	自然	歴史・文化	温泉・健康	スポーツ・レクリエーション	都市型観光（買物・食）	その他	行祭事・イベント	合計
県央エリア	1,166,899	994,595	2,390,254	1,607,282	245,443	722,653	2,646,491	9,773,617
県南エリア	1,786,164	2,145,050	2,212,973	584,210	1,619,671	698,659	2,726,838	11,773,565
沿岸エリア	923,839	157,311	310,708	189,478	455,472	1,684,135	403,499	4,124,442
県北エリア	458,250	204,933	534,110	154,883	558,048	462,006	358,771	2,731,001
総計	4,335,152	3,501,889	5,448,045	2,535,853	2,878,634	3,567,453	6,135,599	28,402,625

（出所）岩手県商工労働観光部観光課『平成30年度版 岩手県観光統計概要』、2019年7月、7ページ。

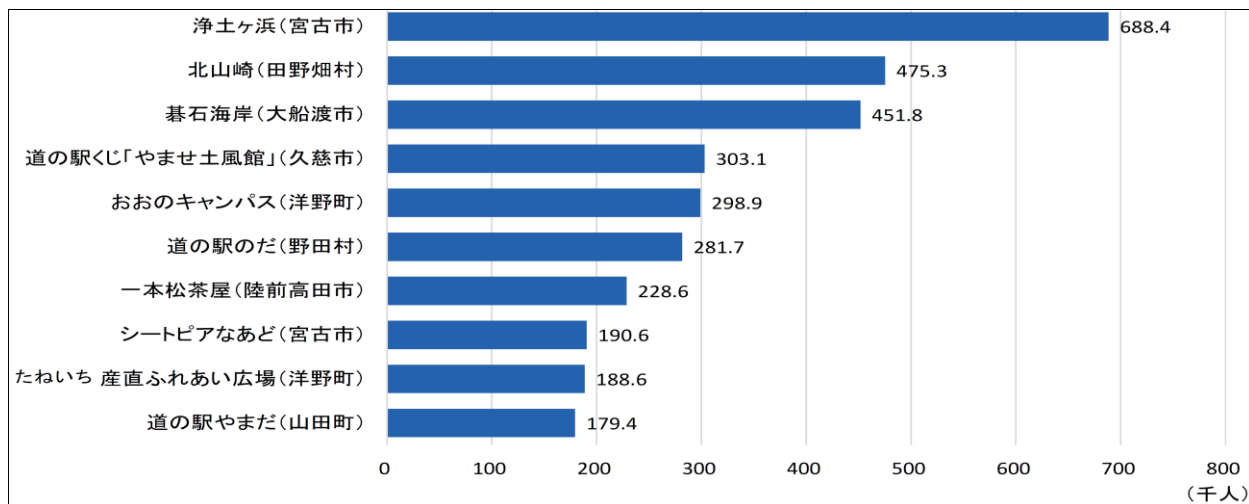
図表－105は、地域エリア別、観光分類別に観光客入込数を延べ人数で見たものである。最も多いのは、行祭事・イベントの6,135,599人回で、総計の21.6%を占めている。行祭事とは、「地域住民の生活において伝統と慣行により継承されてきた、恒例として日を定め執り行う歴史的催し・祭り、郷土芸能等の集合を意味し、イベントとは、常設又は特設の会場施設において行われる博覧会、見本市、コンベンション等を意味する⁽⁷³⁾」。次が温泉・健康の5,448,045人回で、19.2%を占めている。岩手県観光の中心になっているのは、観光の多様化で生み出されてきたイベントやヘルスツーリズムの温泉・健康だということである。おそらくこれらのうちの大きな比重は、県内観光客と近県の県外客が占めているのではないかと思われる。

沿岸エリアでは、「その他」の入込数が他のエリアと比べても異常に多い。この「その他」には、主に道の駅や物産館などが分類される。おそらく、自然に関連する道の駅や物産館、レストハウス等の数値

⁽⁷³⁾ 岩手県商工労働観光部観光課『平成30年度版 岩手県観光統計概要』、2019年7月、2ページ。

が含まれているものと思われる。三陸沿岸地域の観光地点別観光入込数について、2015年(平成27年)における観光入込客数上位10地点を見ると、宮古市の浄土ヶ浜が最も多く約69万人、次いで田野畑村の北山崎や大船渡市の碁石海岸が45万人程度と海岸部の景勝地が上位となっている。

図表－106 観光地点別観光入込客数(上位10地点) 【三陸沿岸地域】



出典：岩手県資料(H27)

(出所) 沿岸等12市町村・岩手県、「2018年計画」、45ページ。

図表－107 日帰り宿泊別・県内県外別入込客数(実人数)

単位：千人・回

推計項目	宿泊			日帰り			年・年度合計	
	宿泊計	県外	県内	日帰り計	県外	県内		
観光目的	平成30年入込客数	2,494	1,603	891	8,323	3,037	5,286	10,817
	平成29年比	98.0%	101.1%	93.0%	132.4%	138.5%	129.1%	122.5%
	平成29年入込客数	2,544	1,586	958	6,285	2,192	4,093	8,829
	平成22年度比※	86.3%	98.8%	70.2%	88.5%	95.1%	85.1%	88.0%
	平成22年度入込客数※	2,891	1,622	1,269	9,403	3,193	6,210	12,294
ビジネス目的	平成30年入込客数	3,161	2,408	753	556	523	33	3,717
	平成29年比	117.7%	132.5%	86.9%	59.0%	62.0%	33.3%	102.5%
	平成29年入込客数	2,685	1,818	867	943	844	99	3,628
	平成22年度比※	208.4%	234.5%	153.7%	54.9%	64.7%	16.1%	146.9%
	平成22年度入込客数※	1,517	1,027	490	1,013	808	205	2,530
合計	平成30年入込客数	5,655	4,011	1,644	8,879	3,560	5,319	14,534
	平成29年比	108.1%	117.8%	90.1%	122.8%	117.3%	126.9%	116.7%
	平成29年入込客数	5,229	3,404	1,825	7,228	3,036	4,192	12,457
	平成22年度比※	128.3%	151.4%	93.5%	85.2%	89.0%	82.9%	98.0%
	平成22年度入込客数※	4,408	2,649	1,759	10,416	4,001	6,415	14,824

※平成22年第2四半期より調査を開始しているため、平成22年度比での比較。

※端数処理の関係で、合計値が合わない場合がある。

(注) 入込客数には訪日外国人を含まない。

(出所) 岩手県商工労働観光部観光課『平成30年度版 岩手県観光統計概要』、2019年7月、8ページ。

実人数での観光入込客数は、図表－107のとおりである。合計は14,534千人回で、うち、目的別では観光目的の入込客が10,817千人回で74.4%を占めている。ビジネス目的は、兼観光ということになる。同じく合計の宿泊・日帰り別では、日帰りが8,879千人回で61.1%を占めている。観光目的だけを見ると、日帰りは、76.9%となる。2018年を2010年と比較すると、合計で98%とほぼ震災前の水準に戻っている。しかし、目的別では、観光目的が88%、ビジネス目的が146.9%と、まだまだ観光目的の回復は進んでいない。ビジネス目的の増加は、震災関連のビジネス目的であろう。

延べ人数の観光客入込数28,403千人回と実人数14,534千人・回を比較すると、延べ人数は実人数の1.95倍である。1人が2箇所訪問していることになる。いずれ、岩手県観光の7～8割が日帰り観光であることに違いはない。

次に、県外客について見ておこう。来訪者の住まいの地域に関する観光地点を対象としたアンケート調査が実施されている。

<観光地点を対象としたアンケート調査の概要⁽⁷⁴⁾>

[調査実施時期] 平成30年2-3月、6月、8-9月、10-11月

[調査地点] 下記のとおり、岩手県内の観光地点10地点で実施

[調査内容] 観光の目的、訪問(予定)観光地点、交通手段、滞在日数、旅行予算など観光に係る項目 [調査票回収件数] 3,445件

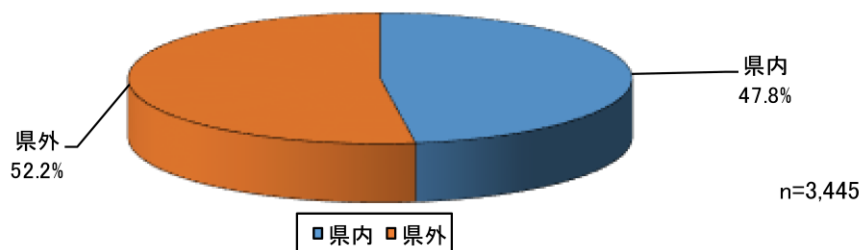
調査地点			調査実施時期		
	市町村名	地域名	調査実施月	調査票回収件数	旅行人数(本人含む)
盛岡手づくり村	盛岡市	県央地域	2-3月 6月 8-9月 10-11月	316	1,391
道の駅にしね	八幡平市	県央地域		371	1,109
小岩井農場	雫石町	県央地域		328	1,368
えさし藤原の郷	奥州市	県南地域		272	1,186
道の駅遠野「風の丘」	遠野市	県南地域		337	1,282
中尊寺(町営第一駐車場)	平泉町	県南地域		333	1,359
道の駅くじ「土風館」	久慈市	県北地域		359	1,560
なにゃ〜と物産センター	二戸市	県北地域		397	1,122
浄土ヶ浜(ビジターセンター)	宮古市	沿岸地域		419	1,521
碁石海岸(レストハウス)	大船渡市	沿岸地域		313	962
合計				3,445	12,860

アンケート調査回答者の5割近く(47.8%)は岩手県内からの来訪者であり、岩手県外からの来訪者は5割強(52.2%)である。

⁽⁷⁴⁾ 岩手県商工労働観光部観光課『平成30年度版 岩手県観光統計概要』、2019年7月、14ページ。

調査地点別の回収件数、旅行人数は以下のとおりである。

図表－108 来訪者の住まいの地域



図・表 1 地域別・分類別入込割合

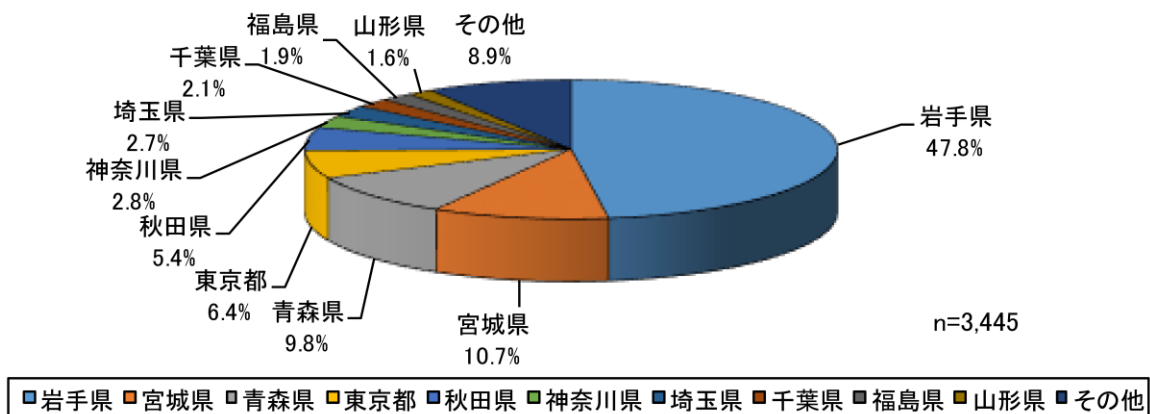
	合計	県内	県外
全体	3,445	1,645	1,800
	100.0	47.8	52.2

(上段:実数、下段:%)

(出所) 岩手県商工労働観光部観光課『平成30年度版 岩手県観光統計概要』、2019年7月、15ページ。

岩手県外からの来訪者について都道府県別に旅行人数を集計したものが図表－109である。県外客で最も人数が多いのは宮城県(10.7%)、次いで青森県(9.8%)、東京都(6.4%)、秋田県(5.4%)、神奈川県(2.8%)であり、これらの5都県で3割台半ば(35.1%)を占めている。

図表－109 県外客の住まいの地域



(出所) 図表－73と同じ、15ページ。

すでに見たように、岩手県観光をエリア別にみると東日本大震災からの回復は様相を異にしている。県央エリア、県南エリアは、震災前の水準を超えているが、沿岸エリア、県北エリアはいまだ震災前の水準には及ばず、とくに沿岸エリアは70.8%の低位であった。そこで次に、三陸沿岸地域の観光の状況を見ておこう。

三陸沿岸地域の観光については、三陸沿岸地域の観光のプラットフォームを標榜している（公財）さんりく基金の三陸DMOセンターがマーケティング調査をしている。その結果から、三陸観光の特徴を見ておこう。

調査概要は、次の通りである⁽⁷⁵⁾。

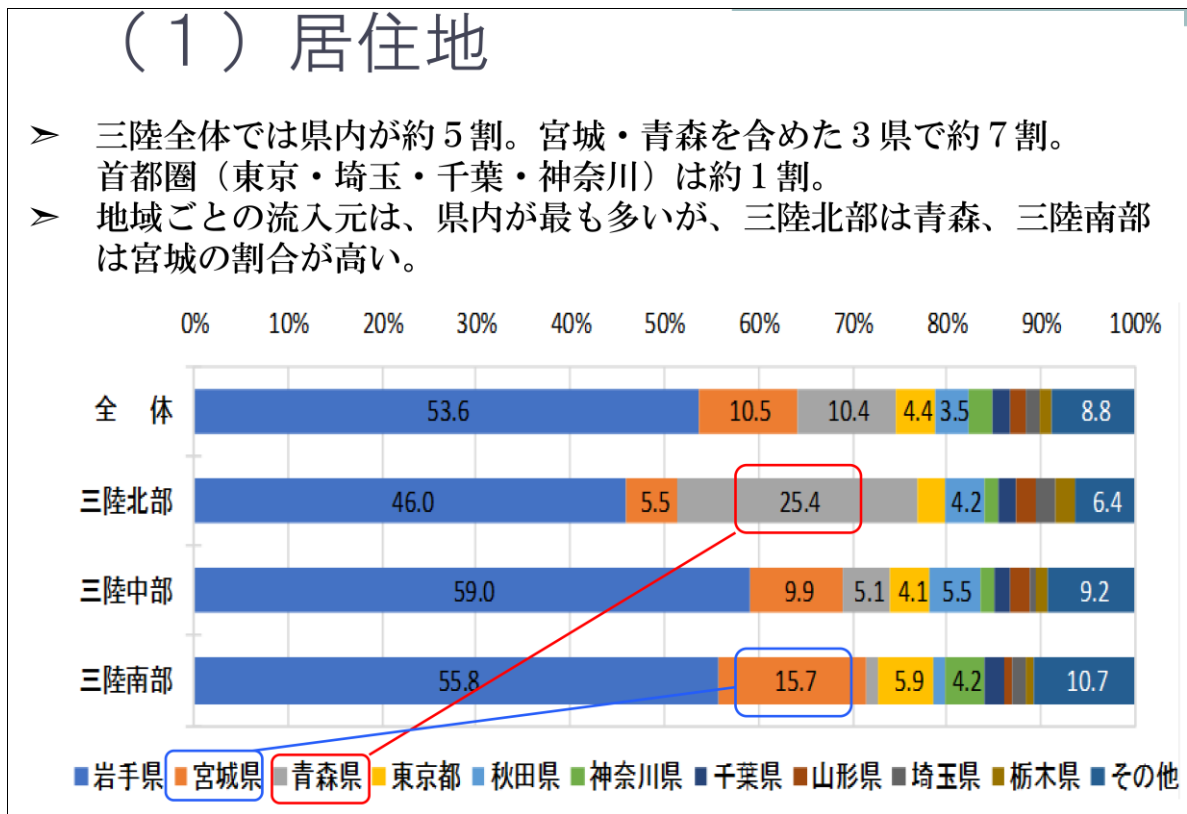
<調査期間・調査対象数>

岩手県三陸沿岸観光地点パラメータ調査

- 調査期間：平成 30 年 10 月～平成 31 年 3 月
- 調査方法：調査票による調査 有効回答数 941
- 調査対象：三陸地域の 6 か所の観光地点を訪れた観光客
- 調査地点：道の駅くじ「やませ土風館」、龍泉洞、浄土ヶ浜（ビジターセンター）釜石大観音、碓石海岸（レストハウス）、一本松茶屋

まずは、観光客の居住地である。三陸沿岸地域の場合も、これまで見てきた県資料とあまり違いはないようである。三陸観光も、県内客と近県客で 7～8 割を占める。

図表－110 観光客の居住地



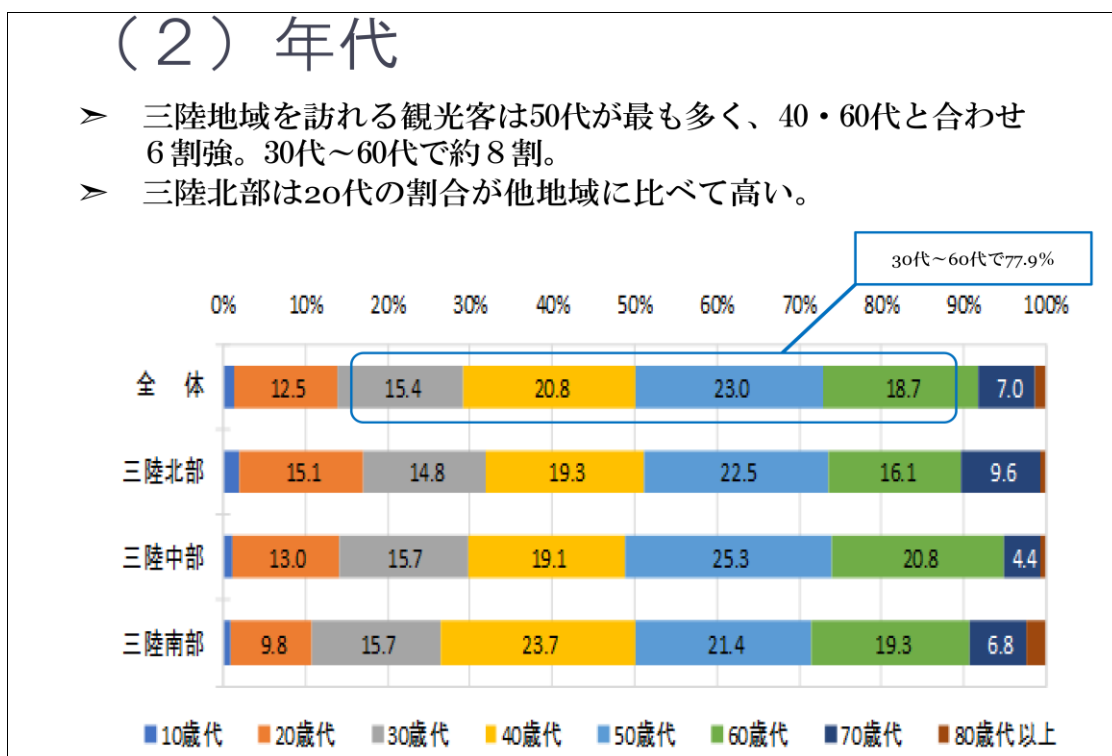
（出所）（公財）さんりく基金 三陸DMOセンター「三陸地域における 観光マーケティング調査結果（H30）」、5 ページ。

観光客の年代は、50 代が最も多く 23%、40 代、60 代を合わせると 6 割強となる。シニア層の観光

⁽⁷⁵⁾ （公財）さんりく基金 三陸DMOセンター「三陸地域における 観光マーケティング調査結果（H30）」、2019 年 11 月、4 ページ。

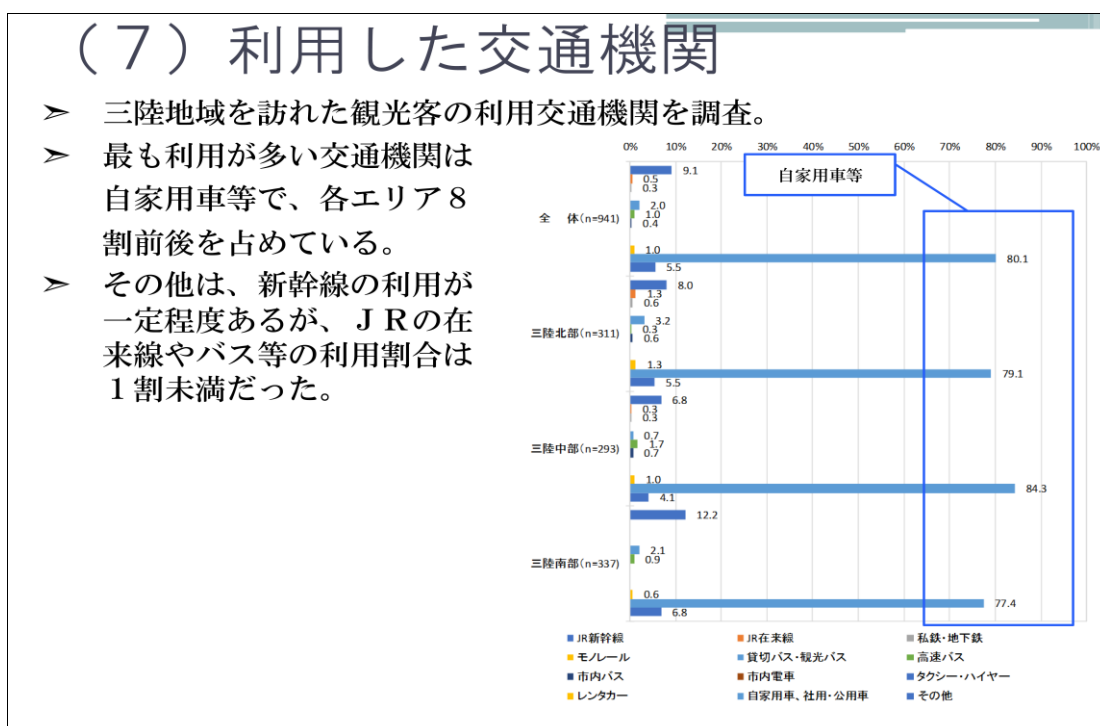
客の多いのがわかる。ただ、この調査が10月から3月である点に注意する必要がある。ゴールデンウィークや夏休みの「繁盛期」を考えると、少し数値は変わるかもしれない。

図表－111 観光客の年代



(出所) 図表－110と同じ、6ページ。

図表－112 利用した交通機関



(出所) 図表－110と同じ、17ページ。

3. 県内観光客に向けた観光活性化策の重要性

観光行政上は、県内客よりは県外客、外国人観光客の誘致に力点が置かれ、日帰り通過型観光ではなく、宿泊滞在型観光が志向される。それは、県経済への効果の大きさからで、県外、外国から来訪して県内にお金を落としてもらうということ、宿泊してもらうことで滞在期間を増やし、一時的な人口増加による経済効果を生み出そうという考えからくるものである。人口減少が進む中で、交流人口の増加で経済を活性化させていこうというのである。図表－113は、観光目的とビジネス目的の観光消費額単価を示している。単位の「円／人・回」は、観光入込客1人の1回の旅行における観光消費額を指している。明らかに、県外宿泊観光客の単価は高い。ここに照準を当てて、観光行政が取り組むのも当然である。しかし、岩手観光は、もっと真正面からその活性化に取り組んでいく必要があるのではないだろうか。

図表－113 日帰り宿泊別・県内県外別・観光消費額単価

単位：円／人・回

推計項目		宿泊		日帰り	
		県外	県内	県外	県内
観光目的	平成30年 観光消費額単価	30,853	16,324	6,173	3,412
	平成29年比	95.0%	100.4%	99.5%	90.9%
	平成29年 観光費額単価	32,488	16,254	6,204	3,755
	平成22年度比※	109.7%	95.3%	66.2%	92.1%
	平成22年度 観光消費額単価※	28,119	17,131	9,321	3,703
ビジネス目的	平成30年 観光消費額単価	22,880	21,324	5,721	5,399
	平成29年比	68.0%	131.9%	143.8%	146.3%
	平成29年 観光費額単価	33,655	16,166	3,979	3,690
	平成22年度比※	66.0%	98.2%	47.1%	137.8%
	平成22年度 観光消費額単価※	34,658	21,705	12,147	3,917

※平成22年第2四半期より調査を開始しているため、平成22年度比での比較。

(注) 観光消費額単価には訪日外国人を含まない。

(出所) 岩手県商工労働観光部観光課『平成30年度版 岩手県観光統計概要』、2019年7月、10ページ。

もちろん、県外や外国からの観光客誘致は、岩手観光、三陸観光にとって極めて重要な課題であり、県経済の活性化の観点からも積極的な取り組みが必要である。それは当然のことなのだが、それとともに県内観光客の観光を活性化していく必要があると考えるのである。

1つには、すでに見てきたように、岩手、三陸観光にとって県内観光客は大きな比重を占め、景気や環境の変化があったとしても安定的な客層であること、第2に、高齢化の進展の中でますます自由時間を観光に充てていこうという高齢者が増えていくこと、第3に、次の章で詳しく見ていくが、岩手、三陸観光の多くの観光資源が県内観光客に受け入れやすいこと、第4に、岩手県は四国4県に匹敵するほどの広大な面積を持ち、各地域の風土に根差した貴重な文化を持っている。それぞれの地域間交流によって岩手を理解し、これからの岩手を考えていく上で観光は非常に重要なきっかけを与えてくれる。第

5に、県内観光客の増加による県経済への寄与、県内観光、三陸観光のいわゆる「オフシーズン対策」にも寄与しながら、地域循環型経済の重要なファクターとなる可能性を秘めていること、そして第6に、何にもまして、観光の機会が増えることで県民の豊かな生活に寄与していく点で、県内観光客の観光が一層活発に展開されるのが望まれるのである。県民の観光が活発化し、日帰り観光から宿泊観光へ、そしてさらにワンモアステイの観光に展開していくことが望まれる。岩手県の観光行政では、これまでも県民対象に宿泊補助事業が行われたことはあり、新型コロナウイルスに関連して市町村も含めて検討、実施されている。しかし、その目的は、各種の風評被害や台風によってダメージを受けた宿泊事業者を支援することに主眼が置かれている。それだけでなく、県民の余暇活動、自由時間活動を積極的に支援する視点からの取り組みが望まれるのである。県民の豊かな生活を実現するために、県民がどのような観光をしているのかを把握し、それを活発化するには何か必要なのか、求める観光を実現するために何をすべきなのか、どのような補助、支援が必要なのか、観光による教育的取組みを含めて観光行政に位置づけられていく必要がある。

国の観光行政では、観光立国を進めようと1963年（昭和38年）に制定された観光基本法を全面改訂し、観光立国に関する、基本理念、国および地方公共団体の責務、施策の基本事項などを定めた「観光立国推進基本法」が2006年（平成18年）12月13日に成立し、2007年（平成19年）1月1日より施行された。その前文では、「観光は、地域経済の活性化、雇用の機会の増大等国民経済のあらゆる領域にわたりその発展に寄与するとともに、健康の増進、潤いのある豊かな生活環境の創造等を通じて国民生活の安定向上に貢献するものであることに加え、国際相互理解を増進するものである。」と、国民生活の安定向上への貢献について述べている。そして、第2条2項で「観光立国の実現に関する施策は、観光が健康的でゆとりのある生活を実現する上で果たす役割の重要性にかんがみ、国民の観光旅行の促進が図られるよう講ぜられなければならない。」と規定している。観光立国推進基本法制定の主眼は国際観光の促進によって外国人観光客の誘致を図っていこうというものであり、その後右肩上がりに拡大していったわけであるが、国内観光の重要性も述べられているのである。国内観光に関しては、その後、祝日等の改正や教育機関等での土曜日の扱い、ゴールデンウィークの地域的な設定替え、有給休暇取得促進などが検討されていった。ただ、外国人観光客の爆発的拡大と非正規雇用の拡大、家計のゆとりのなさ、企業の有給休暇取得に対する消極的姿勢等の状況から中途半端な状態で推移し、国際観光の推進一辺倒の様相で展開されてきている。

このような動きの中で、県レベルでは、観光条例を制定して観光行政を進めていくこととなった。岩手県でも、「みちのく岩手観光立県基本条例」が2009年（平成21年）3月30日公布、2009年（平成21年）7月1日に施行された。ただ、県の観光条例には不備がある。そこには、県民の余暇活動、自由時間活動を積極的に支援する視点、県民の豊かな生活を実現するために、県民がどのような観光をしているのか、それを活発化するには何か必要なのか、求める観光を実現するために何をすべきなのか、という視点が欠落しているのである。かつて筆者（宮井久男）は、岩手県議会の「地域資源活用による観光振興等調査特別委員会」で話す機会があった。その際、話の最後の部分で「みちのく岩手観光立県基本条例」について、この点を「注文」しておいた⁽⁷⁶⁾。

岩手県の観光条例の基本理念は以下のようになっている。

⁽⁷⁶⁾ 「地域資源活用による観光振興等調査特別委員会会議記録」（2012年（平成24年）1月12日）。

(基本理念)

第3条 本県の観光振興は、観光立県の実現を目指し、県、市町村、県民、観光に関係する団体および観光事業者の相互理解と協力のもと、次に掲げる事項に取り組むことにより、観光産業を、農林水産業、製造業などに広く波及効果をもたらす総合産業として創り育てていくことを基本理念とします。

- (1) 地域の自然、歴史、文化、さらには地域固有の習わし、食、地場産品など、地域の特性や魅力を最大限活用し、観光客がゆとり、やすらぎと感動を覚え、再び訪れたいと思う魅力ある観光地づくりを進めること。
- (2) 県民の地域を誇りとする気持ちや、おもてなしの心を育み、誰もが安心して快適に観光できる受入れ態勢の整備を進めること。
- (3) 岩手の持つ素朴さを大事にして地域の特性や魅力などの情報を発信するとともに、広域的な連携の下に誘客活動を進めること。

県の観光条例は、観光産業を総合産業として創り育てていくことを理念とし、県民自身の観光については触れていないのである。

その上で、岩手県観光に対する県民の役割が第6条で規定されている。

(県民の役割)

第6条 県民は、基本理念にのっとり、地域における観光振興のための取組に協力するよう努めるものとします。

県民が積極的に県内観光を行い、生活を豊かにし、楽しみ、地域の観光振興に貢献していこうというのではない。「基本理念にのっとり」である。基本理念の「(2) 県民の地域を誇りとする気持ちや、おもてなしの心を育み、誰もが安心して快適に観光できる受入れ態勢の整備を進めること」により、観光産業を総合産業として創り育てていくことに協力しようというのである。

県民の「幸福度」を高めていくためにも、県民の観光活動の促進を考えていく必要があるのではなかろうか。

実人数での観光入込客数は、図表－107のとおりである。合計は14,534千人回で、うち、目的別では観光目的の入込客が10,817千人回で74.4%を占めている。ビジネス目的は、兼観光ということになる。同じく合計の宿泊・日帰り別では、日帰りが8,879千人回で61.1%を占めている。観光目的だけを見ると、日帰りは、76.9%となる。2018年を2010年と比較すると、合計で98%とほぼ震災前の水準に戻っている。しかし、目的別では、観光目的が88%、ビジネス目的が146.9%と、まだまだ観光目的の回復は進んでいない。ビジネス目的の増加は、震災関連のビジネス目的であろう。

延べ人数の観光客入込数28,403千人回と実人数14,534千人・回を比較すると、延べ人数は実人数の1.95倍である。1人が2箇所訪問していることになる。いずれ、岩手県観光の7～8割が日帰り観光であることに違いはない。

次に、県外客について見ておこう。来訪者の住まいの地域に関する観光地点を対象としたアンケート調査が実施されている。

<観光地点を対象としたアンケート調査の概要⁽⁷⁴⁾>

[調査実施時期] 平成30年2-3月、6月、8-9月、10-11月

[調査地点] 下記のとおり、岩手県内の観光地点10地点で実施

[調査内容] 観光の目的、訪問(予定)観光地点、交通手段、滞在日数、旅行予算など観光に係る項目 [調査票回収件数] 3,445件

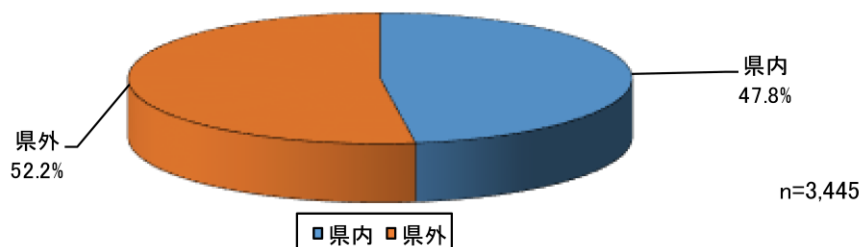
調査地点			調査実施時期		
	市町村名	地域名	調査実施月	調査票回収件数	旅行人数(本人含む)
盛岡手づくり村	盛岡市	県央地域	2-3月 6月 8-9月 10-11月	316	1,391
道の駅にしね	八幡平市	県央地域		371	1,109
小岩井農場	雫石町	県央地域		328	1,368
えさし藤原の郷	奥州市	県南地域		272	1,186
道の駅遠野「風の丘」	遠野市	県南地域		337	1,282
中尊寺(町営第一駐車場)	平泉町	県南地域		333	1,359
道の駅くじ「土風館」	久慈市	県北地域		359	1,560
なにゃ〜と物産センター	二戸市	県北地域		397	1,122
浄土ヶ浜(ビジターセンター)	宮古市	沿岸地域		419	1,521
碁石海岸(レストハウス)	大船渡市	沿岸地域		313	962
合計				3,445	12,860

アンケート調査回答者の5割近く(47.8%)は岩手県内からの来訪者であり、岩手県外からの来訪者は5割強(52.2%)である。

⁽⁷⁴⁾ 岩手県商工労働観光部観光課『平成30年度版 岩手県観光統計概要』、2019年7月、14ページ。

調査地点別の回収件数、旅行人数は以下のとおりである。

図表－108 来訪者の住まいの地域



図・表 1 地域別・分類別入込割合

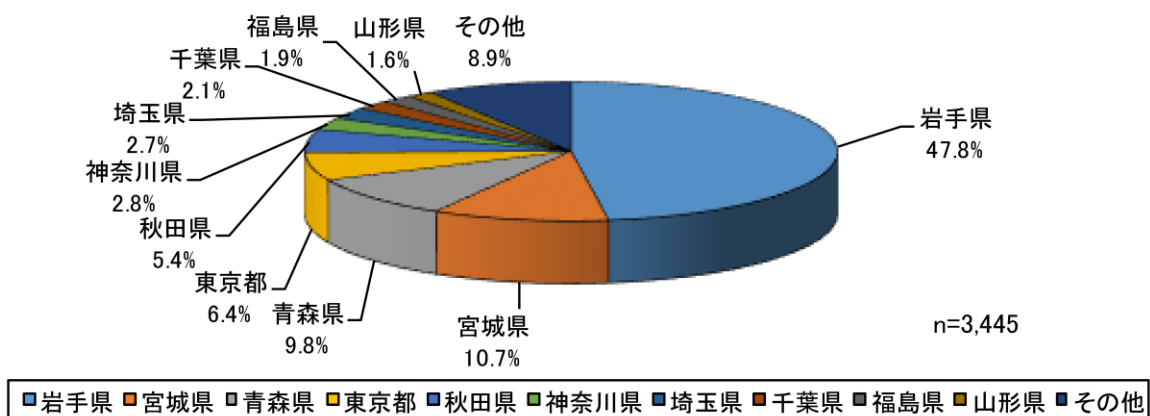
	合計	県内	県外
全体	3,445	1,645	1,800
	100.0	47.8	52.2

(上段:実数、下段:%)

(出所) 岩手県商工労働観光部観光課『平成30年度版 岩手県観光統計概要』、2019年7月、15ページ。

岩手県外からの来訪者について都道府県別に旅行人数を集計したものが図表－109である。県外客で最も人数が多いのは宮城県(10.7%)、次いで青森県(9.8%)、東京都(6.4%)、秋田県(5.4%)、神奈川県(2.8%)であり、これらの5都県で3割台半ば(35.1%)を占めている。

図表－109 県外客の住まいの地域



(出所) 図表－73と同じ、15ページ。

すでに見たように、岩手県観光をエリア別にみると東日本大震災からの回復は様相を異にしている。県央エリア、県南エリアは、震災前の水準を超えているが、沿岸エリア、県北エリアはいまだ震災前の水準には及ばず、とくに沿岸エリアは70.8%の低位であった。そこで次に、三陸沿岸地域の観光の状況を見ておこう。

三陸沿岸地域の観光については、三陸沿岸地域の観光のプラットフォームを標榜している（公財）さんりく基金の三陸DMOセンターがマーケティング調査をしている。その結果から、三陸観光の特徴を見ておこう。

調査概要は、次の通りである⁽⁷⁵⁾。

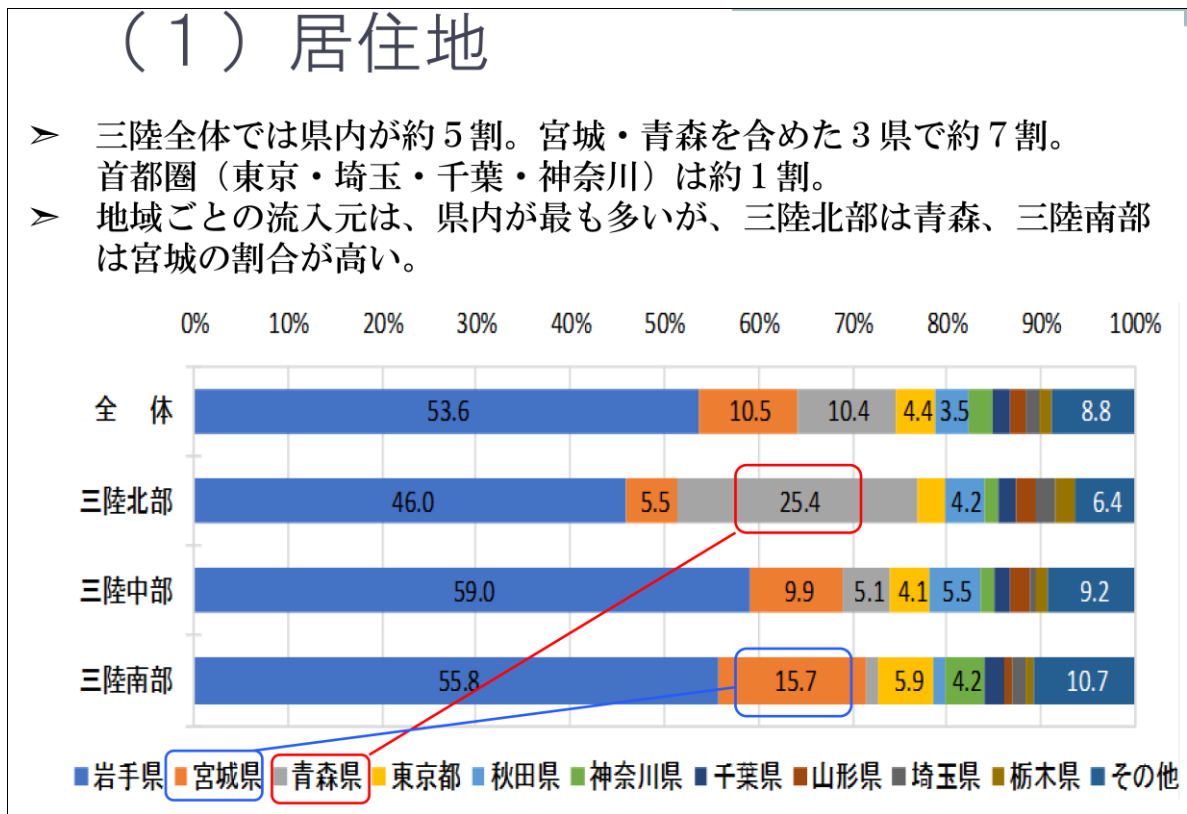
<調査期間・調査対象数>

岩手県三陸沿岸観光地点パラメータ調査

- 調査期間：平成 30 年 10 月～平成 31 年 3 月
- 調査方法：調査票による調査 有効回答数 941
- 調査対象：三陸地域の 6 か所の観光地点を訪れた観光客
- 調査地点：道の駅くじ「やませ土風館」、龍泉洞、浄土ヶ浜（ビジターセンター）釜石大観音、碓石海岸（レストハウス）、一本松茶屋

まずは、観光客の居住地である。三陸沿岸地域の場合も、これまで見てきた県資料とあまり違いはないようである。三陸観光も、県内客と近県客で 7～8 割を占める。

図表－110 観光客の居住地



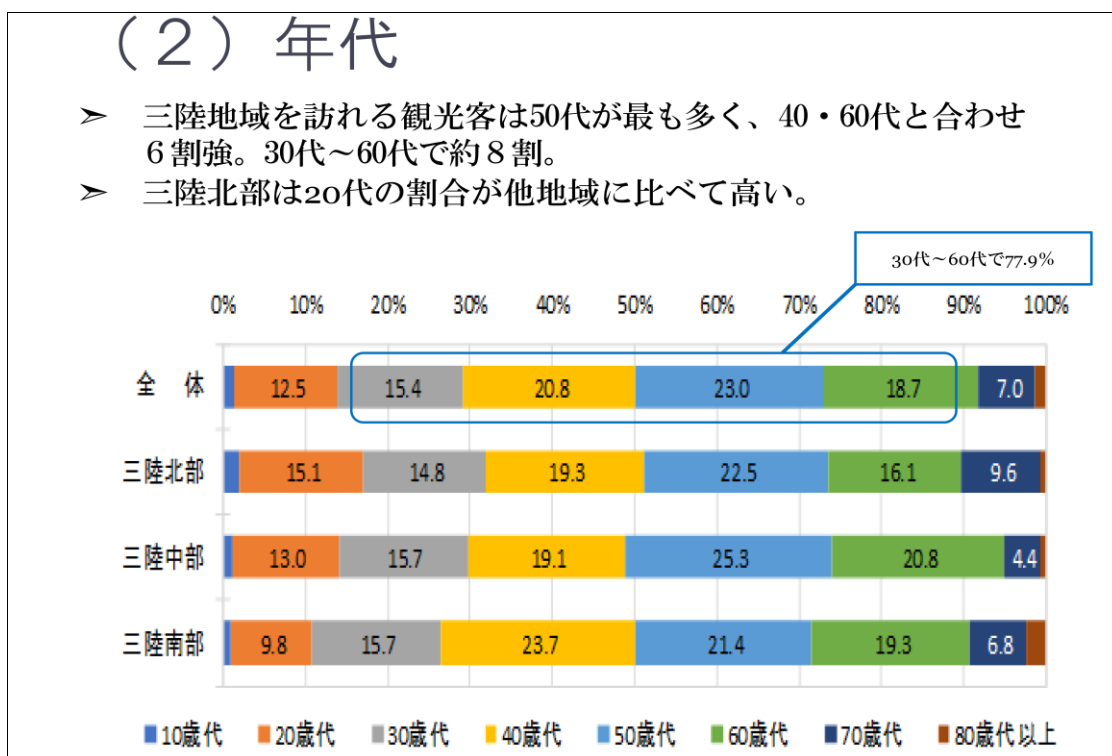
（出所）（公財）さんりく基金 三陸DMOセンター「三陸地域における 観光マーケティング調査結果（H30）」、5 ページ。

観光客の年代は、50 代が最も多く 23%、40 代、60 代を合わせると 6 割強となる。シニア層の観光

⁽⁷⁵⁾ （公財）さんりく基金 三陸DMOセンター「三陸地域における 観光マーケティング調査結果（H30）」、2019 年 11 月、4 ページ。

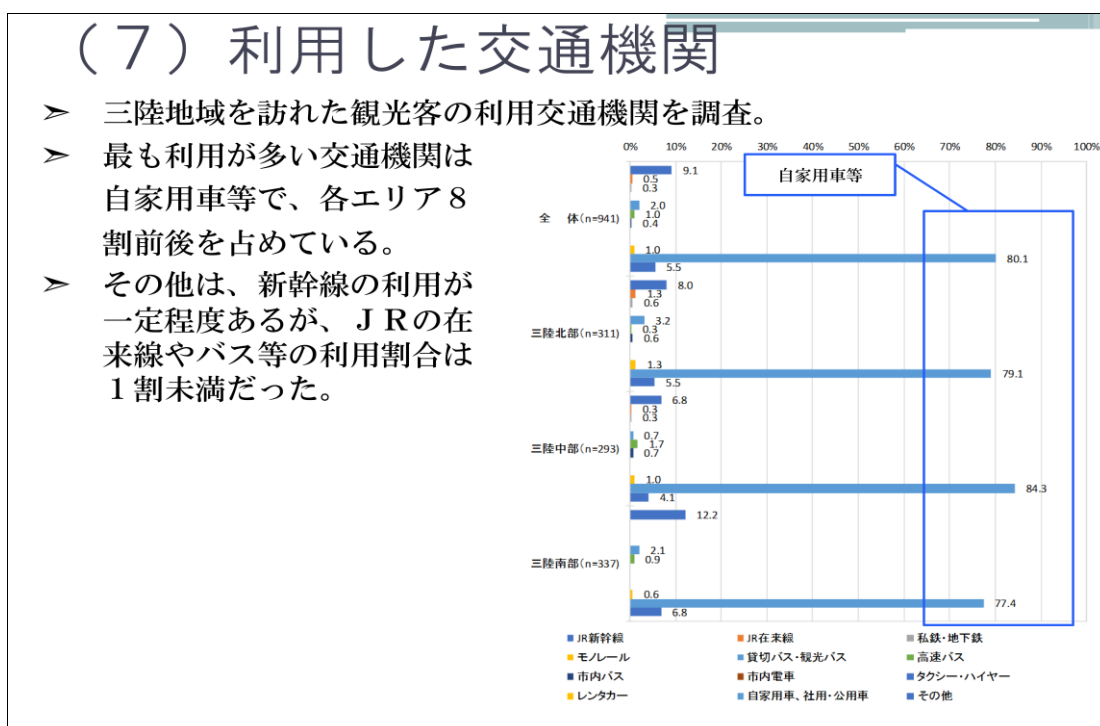
客の多いのがわかる。ただ、この調査が10月から3月である点に注意する必要がある。ゴールデンウィークや夏休みの「繁盛期」を考えると、少し数値は変わるかもしれない。

図表-111 観光客の年代



(出所) 図表-110と同じ、6ページ。

図表-112 利用した交通機関



(出所) 図表-110と同じ、17ページ。

3. 県内観光客に向けた観光活性化策の重要性

観光行政上は、県内客よりは県外客、外国人観光客の誘致に力点が置かれ、日帰り通過型観光ではなく、宿泊滞在型観光が志向される。それは、県経済への効果の大きさからで、県外、外国から来訪して県内にお金を落としてもらうということ、宿泊してもらうことで滞在期間を増やし、一時的な人口増加による経済効果を生み出そうという考えからくるものである。人口減少が進む中で、交流人口の増加で経済を活性化させていこうというのである。図表－113は、観光目的とビジネス目的の観光消費額単価を示している。単位の「円／人・回」は、観光入込客1人の1回の旅行における観光消費額を指している。明らかに、県外宿泊観光客の単価は高い。ここに照準を当てて、観光行政が取り組むのも当然である。しかし、岩手観光は、もっと真正面からその活性化に取り組んでいく必要があるのではないだろうか。

図表－113 日帰り宿泊別・県内県外別・観光消費額単価

単位：円／人・回

推計項目		宿泊		日帰り	
		県外	県内	県外	県内
観光目的	平成30年 観光消費額単価	30,853	16,324	6,173	3,412
	平成29年比	95.0%	100.4%	99.5%	90.9%
	平成29年 観光費額単価	32,488	16,254	6,204	3,755
	平成22年度比※	109.7%	95.3%	66.2%	92.1%
	平成22年度 観光消費額単価※	28,119	17,131	9,321	3,703
ビジネス目的	平成30年 観光消費額単価	22,880	21,324	5,721	5,399
	平成29年比	68.0%	131.9%	143.8%	146.3%
	平成29年 観光費額単価	33,655	16,166	3,979	3,690
	平成22年度比※	66.0%	98.2%	47.1%	137.8%
	平成22年度 観光消費額単価※	34,658	21,705	12,147	3,917

※平成22年第2四半期より調査を開始しているため、平成22年度比での比較。

(注) 観光消費額単価には訪日外国人を含まない。

(出所) 岩手県商工労働観光部観光課『平成30年度版 岩手県観光統計概要』、2019年7月、10ページ。

もちろん、県外や外国からの観光客誘致は、岩手観光、三陸観光にとって極めて重要な課題であり、県経済の活性化の観点からも積極的な取り組みが必要である。それは当然のことなのだが、それとともに県内観光客の観光を活性化していく必要があると考えるのである。

1つには、すでに見てきたように、岩手、三陸観光にとって県内観光客は大きな比重を占め、景気や環境の変化があったとしても安定的な客層であること、第2に、高齢化の進展の中でますます自由時間を観光に充てていこうという高齢者が増えていくこと、第3に、次の章で詳しく見ていくが、岩手、三陸観光の多くの観光資源が県内観光客に受け入れやすいこと、第4に、岩手県は四国4県に匹敵するほどの広大な面積を持ち、各地域の風土に根差した貴重な文化を持っている。それぞれの地域間交流によって岩手を理解し、これからの岩手を考えていく上で観光は非常に重要なきっかけを与えてくれる。第

5に、県内観光客の増加による県経済への寄与、県内観光、三陸観光のいわゆる「オフシーズン対策」にも寄与しながら、地域循環型経済の重要なファクターとなる可能性を秘めていること、そして第6に、何にもまして、観光の機会が増えることで県民の豊かな生活に寄与していく点で、県内観光客の観光が一層活発に展開されるのが望まれるのである。県民の観光が活発化し、日帰り観光から宿泊観光へ、そしてさらにワンモアステイの観光に展開していくことが望まれる。岩手県の観光行政では、これまでも県民対象に宿泊補助事業が行われたことはあり、新型コロナウイルスに関連して市町村も含めて検討、実施されている。しかし、その目的は、各種の風評被害や台風によってダメージを受けた宿泊事業者を支援することに主眼が置かれている。それだけでなく、県民の余暇活動、自由時間活動を積極的に支援する視点からの取り組みが望まれるのである。県民の豊かな生活を実現するために、県民がどのような観光をしているのかを把握し、それを活発化するには何か必要なのか、求める観光を実現するために何をすべきなのか、どのような補助、支援が必要なのか、観光による教育的取組みを含めて観光行政に位置づけられていく必要がある。

国の観光行政では、観光立国を進めようと1963年（昭和38年）に制定された観光基本法を全面改訂し、観光立国に関する、基本理念、国および地方公共団体の責務、施策の基本事項などを定めた「観光立国推進基本法」が2006年（平成18年）12月13日に成立し、2007年（平成19年）1月1日より施行された。その前文では、「観光は、地域経済の活性化、雇用の機会の増大等国民経済のあらゆる領域にわたりその発展に寄与するとともに、健康の増進、潤いのある豊かな生活環境の創造等を通じて国民生活の安定向上に貢献するものであることに加え、国際相互理解を増進するものである。」と、国民生活の安定向上への貢献について述べている。そして、第2条2項で「観光立国の実現に関する施策は、観光が健康的でゆとりのある生活を実現する上で果たす役割の重要性にかんがみ、国民の観光旅行の促進が図られるよう講ぜられなければならない。」と規定している。観光立国推進基本法制定の主眼は国際観光の促進によって外国人観光客の誘致を図っていかうというものであり、その後右肩上がりに拡大していったわけであるが、国内観光の重要性も述べられているのである。国内観光に関しては、その後、祝日等の改正や教育機関等での土曜日の扱い、ゴールデンウィークの地域的な設定替え、有給休暇取得促進などが検討されていった。ただ、外国人観光客の爆発的拡大と非正規雇用の拡大、家計のゆとりのなさ、企業の有給休暇取得に対する消極的姿勢等の状況から中途半端な状態で推移し、国際観光の推進一辺倒の様相で展開されてきている。

このような動きの中で、県レベルでは、観光条例を制定して観光行政を進めていくこととなった。岩手県でも、「みちのく岩手観光立県基本条例」が2009年（平成21年）3月30日公布、2009年（平成21年）7月1日に施行された。ただ、県の観光条例には不備がある。そこには、県民の余暇活動、自由時間活動を積極的に支援する視点、県民の豊かな生活を実現するために、県民がどのような観光をしているのか、それを活発化するには何か必要なのか、求める観光を実現するために何をすべきなのか、という視点が欠落しているのである。かつて筆者（宮井久男）は、岩手県議会の「地域資源活用による観光振興等調査特別委員会」で話す機会があった。その際、話の最後の部分で「みちのく岩手観光立県基本条例」について、この点を「注文」しておいた⁽⁷⁶⁾。

岩手県の観光条例の基本理念は以下のようになっている。

⁽⁷⁶⁾ 「地域資源活用による観光振興等調査特別委員会会議記録」（2012年（平成24年）1月12日）。

(基本理念)

第3条 本県の観光振興は、観光立県の実現を目指し、県、市町村、県民、観光に関係する団体および観光事業者の相互理解と協力のもと、次に掲げる事項に取り組むことにより、観光産業を、農林水産業、製造業などに広く波及効果をもたらす総合産業として創り育てていくことを基本理念とします。

- (1) 地域の自然、歴史、文化、さらには地域固有の習わし、食、地場産品など、地域の特性や魅力を最大限活用し、観光客がゆとり、やすらぎと感動を覚え、再び訪れたいと思う魅力ある観光地づくりを進めること。
- (2) 県民の地域を誇りとする気持ちや、おもてなしの心を育み、誰もが安心して快適に観光できる受入れ態勢の整備を進めること。
- (3) 岩手の持つ素朴さを大事にして地域の特性や魅力などの情報を発信するとともに、広域的な連携の下に誘客活動を進めること。

県の観光条例は、観光産業を総合産業として創り育てていくことを理念とし、県民自身の観光については触れていないのである。

その上で、岩手県観光に対する県民の役割が第6条で規定されている。

(県民の役割)

第6条 県民は、基本理念にのっとり、地域における観光振興のための取組に協力するよう努めるものとします。

県民が積極的に県内観光を行い、生活を豊かにし、楽しみ、地域の観光振興に貢献していこうというのではない。「基本理念にのっとり」である。基本理念の「(2) 県民の地域を誇りとする気持ちや、おもてなしの心を育み、誰もが安心して快適に観光できる受入れ態勢の整備を進めること」により、観光産業を総合産業として創り育てていくことに協力しようというのである。

県民の「幸福度」を高めていくためにも、県民の観光活動の促進を考えていく必要があるのではなかろうか。

3. 三陸観光発展の方向性と三陸鉄道の役割

これまで述べてきた、岩手、三陸観光の状況を踏まえて、今後の三陸観光発展の方向性とそこでの三陸鉄道の役割について、提言的に述べていきたい。

岩手県には、「平泉の文化遺産」、「明治日本の産業革命遺産（橋野鉄鉱山）」の2つの世界遺産や一関のもち文化、早池峰神楽、スネカの世界無形文化遺産、「十和田八幡平国立公園」、「三陸復興国立公園」の2つの国立公園、さらには、世界遺産を目指す「御所野遺跡」や日本ジオパークの「三陸ジオパーク」など、岩手ならではの観光資源が存在している。これらを組み合わせた広域周遊滞在型観光の推進により、近年の観光入込客数は、概ね震災前の水準に回復してきている。しかし、地域別に見ると、沿岸地域の観光入込客数は震災前の7割程度の状況であり、岩手県としての観光とともに、沿岸の復興という観点からも、今後、沿岸地域への誘客促進に向けた取組みが重要になっている⁽⁷⁷⁾。

三陸沿岸地域の新たな観光の取り組みでは、東日本大震災から何を学ぶのかという視点からの観光、防災に関連した観光、そしてそれらに加えて震災からの復興を含めてテーマとした復興ツーリズムがある。そして、震災後新たに再編された「三陸復興国立公園」のエコツーリズムをベースに置いたみちのく潮風トレイル、さらに、日本ジオパークに認定された三陸ジオパークは、前2つの歴史性と内容の深化に貢献する役割を担っている。以前から取り組まれてきていたグリーンツーリズムも、戦後の急速な都市化、工業化の中で喪失された、風土に根差した生活文化を体験する本来的なグリーンツーリズムの潜在力を持っている。全国的に展開されているグリーンツーリズムの中で、日本の原風景を色濃く残す地域がまだまだ存在しているこの地域では、本来的なグリーンツーリズムが可能な数少ない地域といっても過言ではない。

ただ、残念なことに、これらの観光がバラバラに取り組まれており、観光を基礎づける三陸鉄道等の交通機関を含めて、観光関連機関の連携による観光客に魅力あるシステムが十分に形成されていないのである。また、それは南北に180キロ近くある各地域間の連携も含めてそれぞれが持つ潜在力が十分に発揮されておらず、観光行政の支援も含めて、その魅力あるシステムづくりが求められているのである。

(1) 三陸観光発展の方向性

三陸海岸地域には、豊富な観光資源が存在している。地域的特性として、海岸線の景観美が代表的、伝統的な観光資源である。(財)日本交通公社による全国観光資源評価・海岸の部において、日本で唯一特A級の評価を受けた北山崎海岸。全国的にも有名な宮古市の浄土ヶ浜、遊覧船。この景勝地として知られる浄土ヶ浜は、美しい景観を楽しむだけでなく海水浴や磯遊びもできる。北限の海女の拠点施設。この施設は、奇岩が連なる美しい小袖海岸の先にある海女センターである。久慈市には、久慈地下水族科学館「もぐらんぴあ」もある。大船渡の碁石海岸。地域の多彩な農林漁家の生活体験、食文化などの地域資源を活用したグリーンツーリズム。日本三大鍾乳洞の一つと言われる岩泉町の龍泉洞。久慈地方は国内最大の琥珀の産地として知られ、国内では唯一の琥珀専門博物館がある。豊かな自然環境、風土・歴史の中で育まれてきた文化や民俗芸能、多彩な食材や郷土料理。そして、世界文化遺産の「明治日本の産業革命遺産（橋野鉄鉱山）」、2018年に無形文化遺産として登録された「来訪神 仮面・仮装の神々」を構成する行事の一つである吉浜のスネカ、と地域に根差した多彩な観光資源がこれまでの三陸観光を支えてきた⁽⁷⁸⁾。

(77) 岩手県『みちのく岩手観光立県第3期基本計画（2019～2023年度）』、2019年3月、7ページ。

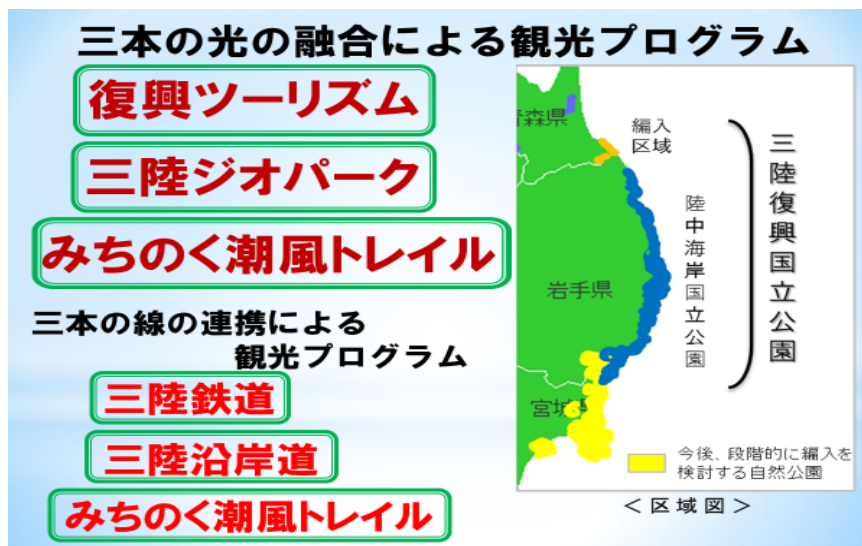
(78) じゃらんnet「三陸海岸の観光スポット」を参照。

これらの観光資源を基礎として、あるいはこれらの観光資源を一層活かす方向で、新たな三陸観光を展開していく必要がある。

三陸観光の新たな発展のキーワードは、2つある。1つは、「連携」である。正確には、「3つの3本の連携」である。

- ・三本の光：復興ツーリズム、三陸ジオパーク、みちのく潮風トレイル
- ・三本の線：三陸鉄道、三陸沿岸道路、みちのく潮風トレイル
- ・三本の業：第1次産業、第2次産業、第3次産業：（観光は第6次産業＝総合産業）

この、三本の光の融合、三本の線の連携、三本の業の連携による観光プログラム・観光商品の作成によって、魅力ある観光地形成が可能となる。そして、観光行政の手厚い支援が県民観光と県外観光客の観光を拡大することになるのである。



もう1つのキーワードは、「学びの旅」あるいは「スタディツーリズム」である。三陸観光の持つ観光資源は、とくに高度成長期の団体旅行に見られた一時的な憂さ晴らしや享乐的な観光とは異なり、その根底に、好奇心に支えられた学びの要素がある。幅広い層のスタディツーリズムこそ、三陸観光の真骨頂といえる。この2つのキーワードに沿って、その実現のための取り組みが展開される必要がある。

まず、3つの3本の連携について説明する。

① 三本の光：復興ツーリズム、三陸ジオパーク、みちのく潮風トレイルの動向

<復興ツーリズム>

東日本大震災の被災地・三陸沿岸地域で、震災と復興から学ぶ意義は何だろうか。それをテーマとするのが、復興ツーリズムである。

筆者（宮井久男）は、2014年に行われたシンポジウムで、復興ツーリズムの意義について、以下のよう

に述べた⁽⁷⁹⁾。

⁽⁷⁹⁾ 2014年3月27日に東京芝公園で行われた、主催：いわて復興ツーリズム推進協議会・共催：復興庁の「復興庁「新しい東北」先導モデル事業実施報告会兼シンポジウム」基調講演「被災地で震災と復興から学ぶ意義」。

津波の悲惨さや防災上の教訓を知り、日本人の相互扶助、逞しさ、自然との付き合い方、英知を再認識する。

日本の自然とその景観は、災害によって形成されたと言ってもよい。被災当初の10数年こそは破壊と荒涼の不毛の地ではあっても、いつしか、自然は自らの秩序を取り戻し、そこで生き続ける人々に他所では得られない恵みをもたらしてくれる。日本人のDNAには、災害の悲惨に負けない楽天的で前向きな自然観がある。

*地域の歴史文化と関連させながら、自然観などを考える。

*それでも海で働く。海と一緒に生きていく。その恵みをいただく気持ち。

○災害時に見られる日本人の相互扶助、利他と貢献の行動

災害時に見られる強い利他的行為の共有、被災地の現場が持つ教育力、学ぶ力に着目した考え方で、その特徴は強い利他的な行為や貢献の感情をえる。

被災地（応援）ツアーや青少年の修学旅行、教育旅行への参加など、災害被災地や被災者に直接触れる体験を持つことで、そこから得られる強烈なインパクトを伴った「私も何かしなければ」「私でも役立てる」という貢献の意識の醸成が、その人の社会参加をポジティブに変えていくと期待される。

○現場を見る、現場に立つ、現場で考える

情報として知る字面、映像ではない、リアルなインパクト、体を直撃する、空気、臭い、音、五感で体験する意義、体中で受けとめる。直視する現実。

そこにいる人の、悲しみ、痛み、苦しみ、そして忍耐、それでも生きていこうという逞しさ。

テレビ、インターネットでの「認識」の皮相さ。

観光には、日常性を離れ、非日常に立ちこたうことで、疎外された世界を抜け出し、本当の自分を見つけ出そうとする。オーセンティシティ（真正さ、本物）を求める行為としての観光。（自己疎外：人間が本来自己の作り出した経済・政治・宗教などの社会的諸条件にとってかわられ、主体としての在り方を失う状態）

日常の世界で、映像、写真を見て感じるこたうとの違いはそこから来る。現場主義の重要性。

現場に立つこたうで、ごく当たり前の町や村であったこたうは、ボランティアや訪問者である自分の生活や人生に照らし合わせやすく、それだけに強烈な衝撃と共感、そして貢献の衝動を生み出す。現場を見る、現場に立つ、現場で考える、被災者の方から、ボランティアから話を聞くこたうで、通常では得られない大きな学びが生まれる。

○何があつたのか、リアルに知る。今後活かす：教訓：風化対策

*津波てんでんこ

*要支援者の避難

*避難場所での障害者、女性問題

*トイレ、電気、備蓄

*避難路の整備

*防潮堤だけではない。

*各種の連携

*高台移転

*復興作業の難しさ

○子供たちが将来自立できるよう様々な「生きる力」を育む活動

命の大切さ、生きぬく力、「現在の学びが将来どのように役立つのか」という学習意欲を引き出す。そのために、本物に触れる機会、本気の大人と出会う機会を創出する。

○地域コミュニティ、社会への参加意識の醸成

*被災した子供も、被災しなかった子供も、被災地の子供たちは、厳しい環境の中で、経験を糧に、何のために自分は学ぶのかを深く考え始めているようだ。

*自分も社会と復興に貢献したいという意識の表れ。

それを交流の中で知ることで、日常性のなかで見いだせない、学ぶ意義を見出す。

○東北の危機を「わがこと」としてとらえ、自分にできることを考える。「生きる力」を養う実践。社会の課題を自ら見つけ、解決策を考え、行動する。わがこととして考え、自らのコミュニティのこと、社会のことを考え、行動するきっかけを与える。

○大学生にとっては、地域まるごと研究対象

自然環境、気象、地質・地形、歴史、文化、民俗学、コミュニティ、まちづくり、建築学、土木、海洋、エネルギー、PDSD、人間関係、家族、文学、観光学、高齢者問題、交通権、防災、医学、水産、農業、林業、さまざまな法律問題、保険、地価、行政、自衛隊、海上保安庁、警察、音楽、絵画、映画、情報処理、資料館、博物館、雇用問題、マスコミ論、食物、教育学、政治学・・・・・・・・。

東日本大震災から9年、以上の意義を復興ツーリズムで考え、捉えていくのが徐々に難しい状況になってきている。それを、風化というのかもしれないが、近年の全国的な異常気象等の大きな災害は、共通するものを多く含んでいるように思われる。だからこそ、これまで展開してきた復興ツーリズムの内容を再編成しながら、一層展開していく意義は大きいと思われる。

復興ツーリズムに震災後いち早く取り組んだのが、三陸鉄道と宮古観光協会（現・宮古観光文化交流協会）である。

ア. 三陸鉄道の三陸・被災地フロントライン研修

三陸鉄道では、被災からすぐの5月2日から、仕事のなくなった社員をガイドとして被災地を案内する「三陸・被災地フロントライン研修」を始めた。1団体4人~45人で実施し、5月2日~12月26日に、自治体、議会、教育・学会、土木・建築会社、各種協会の視察を中心に、115団体、1,700人余を案内した。2011年度全体では、3,000人の参加となった。この取り組みは、まだ対応しきれていないこの地域の団体から個人への観光客層の変化への対応に、得難い経験を積むことになり、後に述べるプラットフォームの必要性を認識させるものとなった。個人や小グループに対応するために、それぞれ求められるニーズにどのようにきめ細かく応じていくのか、個別的なニーズに対応するための地域資源の情報をいかに蓄積しておくのか、各種ガイド等の必要性と適時的な配置などについて考えさせられるものとなった⁽⁸⁰⁾。

三陸・被災地フロントライン研修利用人員は、東日本大震災の発生した2011年から2019年までに、488件、11,607人が利用した。当初は、大災害の実態を視察し、どのような支援が可能なのか、復旧のための実態調査、そこでの教訓を自らの地域にいかにか活かしていくのかなどが目的とされたようである。

⁽⁸⁰⁾ 宮井久男「震災後の岩手・三陸観光の新たな方向性」『復興ツーリズム：観光学からのメッセージ』同文館出版、2013年、170~171ページ。

その後、復旧工事が進むにつれて減少していくが、復興ツーリズムの重要性から風化させてはならず、取り組み内容の工夫とともに継続させて行く必要がある。

図表－114 三陸・被災地フロントライン研修利用人員の推移 (単位：人)

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
4月	0	287	69	4	0	0	0	10	0
5月	67	542	152	361	55	34	0	17	0
6月	142	681	329	243	60	31	64	10	30
7月	350	666	138	110	136	33	53	14	35
8月	228	343	338	42	0	16	11	39	76
9月	275	238	228	88	278	355	304	21	245
10月	312	475	155	93	61	30	24	0	62
11月	740	230	116	49	85	0	15	0	40
12月	58	14	0	33	0	0	0	0	21
1月	53	80	24	15	0	48	0	0	0
2月	332	7	14	0	0	0	0	0	0
3月	456	30	32	55	0	0	0	0	0
計	3,013	3,593	1,595	1,093	675	547	471	111	509
件数	146	161	55	54	25	13	12	8	14

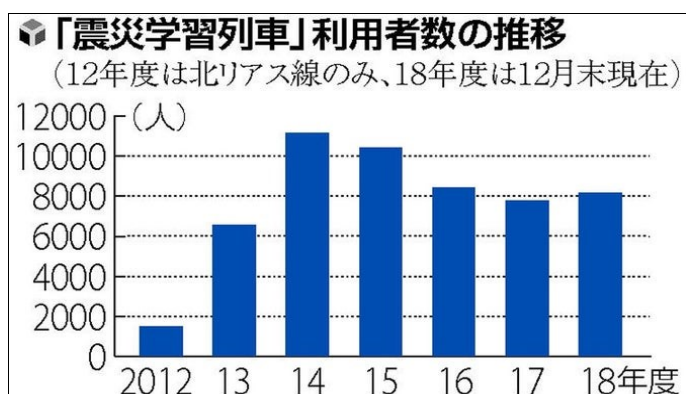
(出所) 三陸鉄道提供資料。

イ。三陸鉄道震災学習列車

三陸鉄道では、「三陸・被災地フロントライン研修」に加えて、「震災学習列車」を2012年6月に北リアス線久慈駅―田野畑駅間、2013年6月に南リアス線盛駅―吉浜駅間で開始した。貸切列車にガイド役の社員や住民が乗り込み、被災状況が分かる場所で徐行や停車を繰り返しながら約1時間走る。2017年12月末までの利用者は1,179団体、5万3,915人。2018年度は2017年度の人数を上回っており、復興の進み具合を確認したいリピーターが増えているとみられる。また、東日本大震災後、8年ぶりに列車の運行が再開された岩手沿岸の区間で、2019年6月8日に三陸鉄道の震災学習列車が運行された。3月のリアス線開業で鉄路が復旧した釜石市の鶴住居駅―宮古駅間をこの列車が走るのは初めてであった。参加者たちは津波被害や復興状況を学びながら、防災への関心を高めていた⁽⁸¹⁾。

⁽⁸¹⁾ 読売新聞オンライン、2019年1月3日。

図表－１１５ 「震災学習列車」利用者の推移



(出所)読売新聞オンライン、2019年1月3日。

ウ. 宮古観光文化交流協会の「学ぶ防災」

宮古観光文化交流協会（旧・宮古観光協会）は、東日本大震災の翌年の2012年4月から「学ぶ防災」を開始した。その利用者は、2016年5月に10万人を突破、2019年には178,244人となった。

図表－１１６ 学ぶ防災利用者の推移 (単位：件、人)

	2012		2013		2014		2015		2016	
	件数	人数	件数	人数	件数	人数	件数	人数	件数	人数
4月	40	479	85	1,890	102	1,514	66	655	152	1,050
5月	81	1,105	127	2,500	163	2,348	111	2,280	240	3,117
6月	116	2,664	165	4,143	169	4,085	107	2,792	161	3,230
7月	111	2,776	182	3,757	201	3,865	139	2,549	205	3,421
8月	107	1,413	213	3,564	232	3,535	165	2,118	211	2,308
9月	123	2,874	194	4,583	179	3,731	122	2,676	107	2,159
10月	121	2,716	196	3,738	208	3,910	137	3,497	107	2,239
11月	107	2,383	171	4,032	135	2,978	103	1,848	96	1,435
12月	33	464	79	1,238	36	545	27	332	28	170
1月	38	449	53	345	33	246	31	155	15	195
2月	50	612	43	407	41	332	32	154	36	702
3月	90	993	111	1,195	94	978	66	552	94	1,034
合計	1,017	18,928	1,619	31,392	1,593	28,067	1,106	19,608	1,452	21,060
	2017		2018		2019					
	件数	人数	件数	人数	件数	人数				
4月	81	817	74	490	136	1,315				
5月	156	2,639	130	2,357	192	2,944				
6月	126	2,140	130	2,266	145	3,033				
7月	133	2,300	124	2,543	151	3,278				
8月	197	1,977	191	2,206	205	2,392				

9月	132	2,470	151	2,523	165	3,263
10月	129	3,484	127	3,003	92	1,896
11月	94	1,615	96	1,664	102	1,617
12月	31	226	28	201	22	259
1月	34	397	21	174	24	129
2月	51	611	48	523	27	292
3月	94	994	90	944	46	207
合計	1,258	19,670	1,210	18,894	1,307	20,625
		件数		人数		
総計		10,562		178,244		

(出所) 宮古観光文化交流協会提供資料。

学ぶ防災は、東日本大震災の影響で甚大な被害が出てしまった田老地区の現状や当時の状況を、防潮堤に上って災禍の記録や後世への教訓を伝えることで、利用者に防災意識を高めてもらうことを目的としている。現地案内以外に津波の映像を見てもらい、より自然災害の恐ろしさを感じてもらう。学ぶ防災を通じて多くの人に防災意識の向上と自然災害の恐ろしさを考えてもらうプログラムを提供している。また、宮古観光文化交流協会は東日本大震災で甚大な被害を受けた田老地区での「学ぶ防災」体験プログラムから学生自身がどのように感じ、受け止めたかを文章表現することにより、防災意識の向上を図ると共に、次世代の防災の担い手を育むことを目的として小・中学生・全国「防災」作文コンクールを実施している。筆者（宮井久男）も毎年作文を読む機会があるが、県内、県外の生徒、学生を問わず、その内容のレベルの高さに驚かされるとともに、教育的効果の大きいことを感じている。

宮古市では、2014年5月に環境省が、宮古市内で被災したキャンプ場跡地に津波の高さを体感できる丘、津波で壊れたトイレ・シャワー棟と炊事棟等の震災遺構を保存する「震災メモリアルパーク中の浜」を開園した。また、宮古市は、2014年3月に震災遺構の「旧たろう観光ホテル」の土地を買い上げ、復興庁は、たろう観光ホテルを震災遺構として保存するため、国費(復興交付金)約2億円を投じて整備、2015年4月に無償譲渡された建物の保全工事に着手して、2016年4月1日より震災遺構としての一般公開が始めた。

図表－１１７ 震災遺構の保存・整備の概要

	旧明戸防潮堤	旧たろう観光ホテル	震災メモリアルパーク中の浜
被災年月	2011年3月発生の津波	2011年3月発生の津波	2011年3月発生の津波
公開年月	2017年4月	2016年4月	2014年5月
事業主体	田野畑村	宮古市	環境省
管理者	田野畑村	宮古市	環境省
面積・長さ	<ul style="list-style-type: none"> 敷地面積：約6,900㎡ 建築面積：約3,797㎡ 長さ：221m、高さ：9m 	<ul style="list-style-type: none"> 敷地面積：約2,499㎡ 建築面積：約586㎡ 	<ul style="list-style-type: none"> 敷地面積：15,000㎡ 震災遺構の建築面積 トイレ・シャワー棟：51㎡、炊事棟：32㎡
対象物	被災した明戸防潮堤378m中、221m	被災建物1棟（地上6階建・鉄骨造）	トイレ・シャワー棟1棟、炊事棟1棟、津波で折られた樹木1本、防潮堤の一部
初期整備費	<ul style="list-style-type: none"> 約1億7,200万円 （内復興交付金：約1億3,760万円） 調査費：約1,250万円 保存工事：約1億5,950円 土地：約1,419万円（復興事業費） 	<ul style="list-style-type: none"> 約2億4,393万円 （内復興交付金約1億9,514万円） 調査費：約3,500万円 保存工事：約2億893円 不動産鑑定：約22万円（市単独費） 土地：約2,650万円（市単独費） 建物：無償譲渡 	<ul style="list-style-type: none"> 約2億4,100万円 震災遺構の保存工事費：0円

（出所）石川宏之「復興まちづくりに震災遺構を活かすためのジオパーク活動と大学や博物館の連携体制のあり方」『静岡大学生涯学習教育研究』第18号、2016年、32ページ。

エ.「東日本大震災津波伝承館」（いわてTSUNAMI（つなみ）メモリアル）

岩手県東日本大震災津波伝承館は、鉄筋コンクリート2階で展示面積は1,155平方メートル、展示制作費は約7億7,000万円、併設する道の駅「高田松原」と合わせて建物は国が計21億円で整備した。被災3県では最初の県営震災伝承施設である。岩手県知事が館長となり、2019年9月22日にオープンした。

この施設は、東日本大震災津波の悲劇を繰り返さないため、震災津波の事実と教訓を後世に伝承するとともに、復興の姿を国内外の人々に発信することを目的とするものである。展示テーマは、「いのちを守り、海と大地と共に生きる」である。三陸の津波被害の歴史や、東日本大震災津波、復興の取り組みに関わる映像、写真、被災物などを展示し、東日本大震災津波の悲劇を繰り返さないため、震災の事実と教訓を後世に伝承するとともに、復興の姿を国内外の人々に発信し、支援をいただいた全ての人々に感謝の気持ちを伝えるものとなっている。これからの復興ツーリズムの展開に、大いに役割を果たすものと期待される。累計来館者数は、2019年9月22日のオープンから2020年1月17日までで10万人を突破した。

図表－118 東日本大震災津波伝承館



(出所) 東北地方整備局「東北地方の復興状況～東日本大震災から9年～」(第16回国土交通省東日本大震災復興対策本部会合資料)、2020年3月10日、7ページ。
図表－119 東日本大震災津波伝承館ミッション・ステートメント

<ミッション・ステートメント>

日本列島は、地球上でも特に自然災害の危険性が高い宿命の地であり、この地に生きる私たちは、長年にわたり自然災害への対応力を高めてきました。

しかし、2011年3月11日に発生した東日本大震災津波により、私たちは多くの尊い命を失いました。

この悲しみを繰り返さないためには、知恵と技術で備え、自ら行動することにより、様々な自然災害から命を守り、そして、自然災害を乗り越えていくことが重要です。

東日本大震災津波伝承館は、先人の英知に学び、東日本大震災津波の事実と教訓を世界中の人々と共有し、自然災害に強い社会を一緒に実現することを目指します。

そして、東日本大震災津波を乗り越えて進む姿を、支援への感謝とともに発信していきます。

(出所) 東日本大震災津波伝承館ホームページ。

<三陸ジオパーク>

ジオパークについて、三陸ジオパークホームページで次のように説明している。

ジオパークとは、「地球・大地（ジオ：Geo）」と「公園（パーク：Park）」とを組み合わせた言葉で、「大地の公園」を意味し、地球（ジオ）を学び、丸ごと楽しむことができる場所をいいます。

大地（ジオ）の上に広がる、動植物や生態系（エコ）の中で、私たち人（ヒト）は生活し、文化や産業などを築き、歴史を育んでいます。ジオパークでは、これらの「ジオ」「エコ」「ヒト」の3つの要素のつながりを楽しく知ることができます。

例えば、山や川をよく見て、その成り立ちと仕組みに気づくと、今まで何とも思わなかった景色が変わって見えてきます。またその景色が、何千万年、何億年という途方もない年月をかけてつくられてきたことを知れば、私たち人の暮らしは地球活動なしには存在しえないことも分かります。

ジオパークでは、まずそのジオパークの見どころとなる場所を「ジオサイト」に指定して、多くの人々が将来にわたって地域の魅力を知り、利用できるよう保護を行います。

その上で、これらのジオサイトを教育やジオツアーなどの観光活動などに活かし、地域を元気にする活動や、そこに住む人たちに地域の素晴らしさを知ってもらう活動を行います

ジオパークは、決して地域の地形や地質に限定したものを考えるものではなく、それとの関係で、その場所での生活、産業、文化、歴史等でのかかわりを含めて捉えようというものである。そして、それらを使って、教育や観光などに活用して行こうというものである。

三陸ジオパークは、2013年9月に日本ジオパークとして認定された。エリアは青森県八戸市から岩手県の沿岸を縦断して宮城県気仙沼市までの南北約220km、東西約80kmで、その海岸線は約300kmにもおよぶ日本一広大なジオパークである。

認定後、青森県・岩手県・宮城県にわたる16市町村で構成する三陸ジオパーク推進協議会が中心となり、地域での活動を展開してきた。

しかし、日本ジオパーク委員会は2017年12月22日の再認定審査の結果、三陸ジオパークは、「地域と関係機関の情報共有と連携が不十分」などとして、条件付き再認定を行った。2017年度末までに改善計画を提出し、2019年に再び審査を受けることとなった。

2019年11月12日から14日まで3日間、岩手県沿岸を中心に構成する三陸ジオパークの日本ジオパーク再認定に向けた現地審査が行われ、審査員はガイド間の連携の不備など課題を指摘する一方「住民が地元の自然や文化価値を知り、持続可能な地域づくりにつなげる活動が見えてきた」と述べた。その結果、2019年12月25日、第38回日本ジオパーク委員会において、日本ジオパークの再認定についての審議が行われ、三陸ジオパークが日本ジオパークに再認定された。

ちなみに、「茨城県北ジオパーク」は、2011年に認定されたが、2015年の再審査で「活動への理解や認識が低い」などと指摘を受け、その後認定取り消しとなった。日本ジオパーク委員会は、2017年12月22日、袋田の滝（茨城県大子町）など、県内10市町村の地形や地質を対象にした「茨城県北ジオパーク」について、日本ジオパークの認定を取り消すと発表した。地元自治体や企業の連携不足などを理由に挙げている。茨城県北ジオパークを除く認定地域は全国43カ所で、2008年に認定制度が始まって以来、取り消しは初めてであった。再審査では自治体や企業など組織間の連携が不十分で、地質遺産の保全方針やジオパークの将来計画も整備されていないなど再認定の条件が満たされていないとされた。

ジオパークの場合、広域に諸関係機関の連携が必要である。三陸ジオパークの場合は、とりわけその範囲が広く、諸関係機関が常に連携し、教育、観光等に活かしていくことはたいへんな取り組みとなる。そのためにも、ここで提起しているような、3つの光の融合的取組みがぜひとも必要となるのである。

<みちのく潮風トレイル>

青森県八戸市の蕪島から福島県相馬市の松川浦までの三陸沿岸を1本の自然歩道でつなぐ「みちのく潮風トレイル」(総延長1,025 km)が2019年6月9日、全線開通となった。

環境省が東日本大震災の復興支援として進めてきた「グリーン復興プロジェクト」の一つで、青森、岩手、宮城、福島の4県28市町村の既存の道を繋いだルートで設定されており、日本最長のトレイルである。

岩手県内のみちのく潮風トレイル区間は、洋野町～陸前高田市(499km)で、全区間の49%を占めている。

環境省は、2011年5月18日、青森県の種差海岸から宮城県の松島までの沿岸部にある6つの自然公園を「三陸復興国立公園」として再編することを発表した。その後、中央環境審議会の検討を踏まえて、2012年5月7日、東北地方太平洋沿岸地域(青森県八戸市から福島県相馬市までを対象)における環境省の取組みの方向性が「三陸復興国立公園の創設を核としたグリーン復興のビジョン」として取りまとめられたのである⁽⁸²⁾。

その基本理念は、「国立公園の創設を核としたグリーン復興－森・里・川・海が育む自然とともに歩む復興－」であり、具体的取組(グリーン復興プロジェクト)として、以下の点が示されている。

- ①三陸復興国立公園の創設(自然公園の再編成)
- ②里山・里海フィールドミュージアムと施設整備
- ③地域の宝を活かした自然を深く楽しむ旅(復興エコツーリズム)
- ④南北につながる交流を深める道(東北海岸トレイル)
- ⑤森・里・川・海のつながりの再生
- ⑥持続可能な社会を担う人づくり(ESD:持続可能な開発のための教育)の推進
- ⑦地震・津波による自然環境への影響の把握(自然環境モニタリング)

環境省は、青森県八戸市蕪島から福島県相馬市松川浦までの約1,000kmの道をつなぎ、東日本大震災からの復興に貢献するものとして、また、震災の記憶を引き継ぐため、さらに「歩いて旅をする」ことを理念とした「ロングトレイル」の文化を日本に定着させることを目的として、「東北太平洋岸自然歩道基本計画(2012年12月環境省自然環境局策定)」に基づき、長距離自然歩道「東北太平洋岸自然歩道」(通称:みちのく潮風トレイル)を地域と協働しながら設定した。

長距離自然歩道とは、国土を縦断、横断または循環し、複数の都道府県にまたがる歩道で、多くの人々が四季を通じて手軽に楽しくかつ安全に国土の優れた景勝地を歩くことにより、沿線の豊かな自然、歴史、文化に触れ、わが国土を再認識し、あわせて健全な心身を育成するとともに、自然保護思想の高揚に資することを目的としているものである。

このトレイルは、これらに加え、利用の促進を図ることで、被災地域における交流人口を増加させ、地域の活性化につなげ、復興に寄与するものとして構想されたものである。また、東北太平洋岸を歩くスピードで旅することで、車の旅では見えない風景(自然・人文風景)、歴史、文化(風俗・食)などの奥深さを知り、体験する機会を提供するものである⁽⁸³⁾。

⁽⁸²⁾ 環境省『三陸復興国立公園の創設を核としたグリーン復興のビジョン』2012年7月5日。

⁽⁸³⁾ 東北地方環境事務所「東北太平洋岸自然歩道(みちのく潮風トレイル)運営計画」、2019年5月、2ページ。

みちのく潮風トレイルは、2019年10月の台風19号の豪雨で甚大な被害を受け、完全復旧まで数年かかる見通しとなっている。土砂崩れや橋の流失、倒木など被害が報告された場所は約100カ所に上った。東日本大震災の被災地に人を呼び込む目的で、6月に全線開通したばかりであった。宮古市崎鉾ヶ崎の潮吹き穴付近も、ルート脇の斜面が約60メートルにわたって崩れた。

トレイルの拠点となる宮城県名取市の名取トレイルセンターは、ホームページで危険箇所や迂回路を記したマップを公開している。関博充センター長は「応急復旧や迂回路整備を進めており、ルートは今も歩ける。トレイル離れにつながらないように対応と情報発信に力を入れる」と語る。

注意が必要な箇所はあるものの、復旧に時間を要する通行止め箇所には迂回路を設定し、トレイルのルートは再び一本に繋がり、歩けるようになってきている。

みちのく潮風トレイルの活用の中に、これからの岩手・三陸観光の新たな方向性が明確に示されている。自然豊かで、風土に育まれた魅力ある民俗芸能などを活かしながら、三陸沿岸が一体となって新たな観光スタイルを創造していこうというのである。みちのく潮風トレイルを柱に、その周辺地域の自然、人々の生き様、食、歴史、民俗芸能などを楽しむ復興エコツーリズムを推進していく。そして、寄り添うように走る三陸鉄道が、ロングトレイル踏破の支えの役割を担い、被災地フロントライン研修で蓄積したノウハウを大いに発揮させながら、地域に根差した観光スタイルを構築していくことになる。

② 三本の線：三陸鉄道、三陸沿岸道路、みちのく潮風トレイル

三陸沿岸地域に国道45号線に加えて、3本の線が走る。この3本の線が相互に関連しながら観光振興の基盤として活用されるならば、3本の光を輝かせ、飛躍的な発展に導くであろう。

三陸鉄道は、2019年3月23日、被災から8年を経過して、盛駅～久慈駅全長163キロの一貫経営が始まった。10月の台風19号の被災で一時分断されたが、2020年3月20日全線で運行を再開した。そして、三陸沿岸道路は2020年度内に全線が開通する予定である⁽⁸⁴⁾。

③ 三本の業：第1次産業、第2次産業、第3次産業：（観光は第6次産業＝総合産業）

観光産業は、総合産業だといわれる。観光産業は、これまで交通機関、旅館・ホテル、観光施設に関する産業と考えられてきたが、観光を契機に引き起こされる経済波及効果の視点から、農林水産業、製造業、建設業、飲食業、土産物販売の小売業、アミューズメント業、広告業等々、さまざまな産業を含めた裾野の広い総合産業として捉えられてきている。裾野の広さから、その雇用効果も大きい。

近年は、経済波及効果の視点だけでなく、観光地形成におけるそれらの観光関連産業の連携の視点から強調されることも多い。地域の魅力ある観光地形成には、交通機関、旅館・ホテル、観光施設などの直接観光客に対応する業種だけではなく、多様な関連産業が一体となって取り組む必要がある。そのような総合産業としての連携が必要だというわけである。

これまで述べてきた三陸観光の魅力ある観光地形成においても、3本の光、3本の線とともに、総合産業としての地域ぐるみの取り組みが重要なのである。

④ 学びの旅・スタディーツーリズム

「観光」の語源は、易経の「観国之光、利用賓干王。（国の光を観るは、もって王に賓たるに利（よろし））」に基づくといわれている。その「光」とは地域の風景、風俗、習慣、文物、制度等を表わし、それぞれの地域で輝いているもの、素晴らしいもの、珍しいものなどをいう。「観」はそれらを心こめて観察

⁽⁸⁴⁾ 国土交通省東北地方整備局記者発表「復興道路・復興支援道路が2020年度までに全線開通」、2019年8月8日。

し、体験し、自己啓発する意味を持っている。単に視覚的に見るだけでなく、洞察力を持って観るのである。また、「観」には誇らしく示すという意味も含まれており、観光とは地域の人々にとっては、来訪者に対し、「光」を示すという意味に解することもできる⁽⁸⁵⁾。本来的に観光とは、自己充実と地域振興につながっていく⁽⁸⁶⁾。観光には、本来的に学ぶ要素が基底にあり、その実践が地域の活性化につながるものなのである。

スタディーツーリズムは、単なる「見る、食べる、遊ぶ」だけでなく、知的好奇心を満たす観光、一過性に終わらないテーマ性、ストーリー性をもった観光を目指そうとするものである。地域の自然、歴史、文化、食、生活、人物等々にテーマを見出し、地域住民との交流、地域との一体化の中で観光活動を展開しようとするものである。この観光は、学びの深まりの中で、一過性に終わらない、継続性、発展性を持つ。したがって、地域にとっては、地域の理解者、観光におけるリピーターとなり、定住的交流人口になる可能性を秘めている。岩手、三陸沿岸地域が持つ観光資源は、そのようなスタディーツーリズムのテーマになる可能性を多く含んでいる。すでに述べた三陸沿岸地域の3つの光、復興ツーリズム、三陸ジオパーク、みちのく潮風トレイルは、まさにスタディーツーリズムのテーマを豊富にもった観光資源なのである。

⑤三陸鉄道の役割

三陸鉄道は、復興ツーリズムでは震災後いち早く取り組み、「復興のシンボル」として先導的な役割を果たしてきた。「地域の生活路線として住民の足を確保すること」という地域の交通機関の役割を超えて、「観光路線として全国から三陸においていただくこと」の2本の柱の取り組みで、自らの復旧だけでなく地域の復旧に大きく貢献してきた。さまざまな観光列車としての企画、各種のイベント、地域の物産販売等々、少ない従業員のフル稼働で大きな役割を果たしてきた。

東日本大震災から9年経過し、3本の線（三陸鉄道、三陸沿岸道路、みちのく潮風トレイル）の整備される段階に来て、三陸観光を一層発展させていく出発の時期に来ている。そのキーワードは、「連携」と「スタディーツーリズム」である。三陸観光には今、3つの線を基盤にして、復興ツーリズム、三陸ジオパーク、みちのく潮風トレイルの融合的プログラムの多様な展開が必要になってきている。

例えば、1つの試案を述べてみる。「みちのく潮風トレイルを歩くプログラムを立案するとして、みちのく潮風トレイルを一気に歩き通す「スルーハイク」は、通常は時間的にも体力的にも難しい観光客が多い。とくに、三陸観光で重視されるシニア層ではそうであろう。その場合は、全線をいくつかに分けて歩く「セクションハイク」を楽しんでもらう。そして、トレイル付近の自然を楽しんでもらい、歴史や地域の生活文化に触れてもらいながら、三陸ジオパークのジオサイトで地域特性を理解してもらおう。もちろん、常にテーマ性をもてる工夫が必要であろう。そのためには、案内役の各種のボランティアも必要となろう。そして、宿泊してもらって、地域の人たちとの交流を工夫する。帰りは、三陸鉄道を利用してもらう。何回かに分けてのセクションハイクの積み重ねに向けて、リピーターになってもらい、全線踏破を目指してもらおう。そして、より一層のテーマの深化を目指してもらおう。

この場合、宮城、青森、秋田等の近県や内陸部から自家用車で来てもらう場合は、自家用車の駐車場の問題がある。これまでの岩手県、三陸観光のパターンを見てもわかるが、観光での移動手段は自家用車の利用が多い。それを、何の工夫もなく、とにかく公共交通機関の利用で来てほしいというのは難し

(85) (社) 日本観光協会『旅から学ぶ—観光教育のすすめ—』、1989年、16ページ。

(86) (社) 日本観光協会、同上書、8ページ。

いところある。ドアツードアで、時間短縮で、荷物も多く楽に運べる自家用車が選択されるのは、やむを得ないところもある。したがって、みちのく潮風トレイルを歩く場合、自家用車の駐車場の整備が必須となる。例えば、盛岡から来て、宮古で自家用車を駐車場に入れ、みちのく潮風トレイルを歩く。そのスタイルを作るためには、「パーク&ライド」の整備が必要になってくる。宿泊に際しては、宿泊事業者の役割は大きく、食の魅力を出すためには三陸産の食材をふんだんに使った工夫が必要であろうし、食材の安定供給のためには農業、漁業者の協力も欠かせない。ホテルや旅館とともに、グリーーツーリズムとの組み合わせもあろう。また、これらの観光に参加しにくい障がい者、高齢者、幼児等々、多くの配慮も必要になってくる。バリアフリー観光、ユニバーサルデザイン観光の推進も必要となる。

パーク&ライドについては、すでに宮古市が実施している。

宮古市営駅東駐車場に車を止めて（パーク）、公共交通機関（JR、三陸鉄道、岩手県北バス）を利用（ライド）する際の駐車料金を割引する制度である。

図表－120 宮古駅前のパーク&ライド

駅東駐車場限定

パーク&ライド

公共交通機関をご利用の方は対象駅・停留所までの乗車で
24時間／500円

- 駅東駐車場に車を止めて公共交通でお出かけする方の駐車料金を割引します。
- 最大8日間(4,000円)までご利用できます。
- 観光や出張にご利用ください。

対象駅と停留所

- 宮古駅・宮古駅前から対象駅・停留所までの乗車券を購入してください。
- 片道分の乗車券の購入でも対象となります。
- 106急行バスを利用する場合は、バスカードの購入も対象となります。

JR	宮古駅	→	上米内	山岸	上盛岡	盛岡									
三陸鉄道	宮古駅	→	田老	狹待	岩泉小本	鳥越	田野畑	菅代	白井海岸	堀内	野田玉川	十府ヶ浦海岸	陸中野田	陸中宇部	久慈
ピームワン(高速バス)	宮古駅前	→	浜松町	品川	横浜駅東口										
106急行バス	宮古駅前	→	茶畑公園	盛岡ハセセンター	県庁・市役所前	中央通二丁目	盛岡駅前東口	盛岡駅西口							

(出所) 宮古市ホームページ。

以前は400円だったが、500円になり、指定管理者制度に移行して一般の場合との魅力の差がなくなってきたようである。「市営駐車場は、平成30年10月1日から、指定管理者（タイムズ24株式会社）が管理運営を行う指定管理者制度に移行します。パーク&ライド制度は継続して行いますが、平成30年10月1日以後、宮古駅東駐車場において、全ての利用者に対して「入庫後24時間まで最大500円（繰り返し適用）」の料金設定が適用されることから、各交通機関での割引処理が不要となります。

なお、パーク&ライド用の駐車場として利用できるのは、今までどおり駅東駐車場のみとなります。(他の駐車場は不可。最大料金の設定がない、もしくは最大料金の設定方法が異なります。)⁽⁸⁷⁾ ちよつと意

(87) 宮古市ホームページ。

157

味がとりにくい表現だが、宮古駅東駐車場だけがパーク&ライドを実施し、その場合の特典は8日間(4,000円)まで利用可能ということのようだ。しかし、「パーク&ライド制度は継続して行います」の意味がよくわからない。今後の課題としては、料金を極端に低くして利用しやすくするか、次の項で述べるエリア共通カードに含めて取り扱うなどの措置が必要となってくるであろう。

県外客、三陸沿岸道路を利用した客、内陸から自家用車で来る客が、企画列車やみちのく潮風トレイルで歩こうとした場合、駐車場の確保が難しい局面があり、コスト面で二の足を踏む場合がある。沿線の2、3か所にパーク&ライドの駐車場を確保し、三陸鉄道を利用する場合に安価で利用できる体制を整える必要がある。

地域が一体となって、三陸観光に取り組んでいく必要がある。その重要な移動手段であり、復興ツーリズムのノウハウを持つ三陸鉄道の役割は大きい。さらに、これらの「地域の一体」となった取り組みを推進する組織が必要となる。それが、後に検討するDMOの役割となる。

(2) 魅力ある観光地形成のためのエリア共通カードの創設

すでに述べてきたように、地域の魅力ある観光地形成には、交通機関、旅館・ホテル、観光施設などの直接観光客に対応する業種だけではなく、多様な関連産業が一体となって取り組む必要がある。そのような総合産業としての連携が必要なのである。だからといって、その実現は、自然と現れるわけではない。地域の観光事業者、関連事業は、中小事業者が多く、連携よりもまず自らの事業の維持、目先の利益を獲得しなければその存在が危ぶまれる事態も招きかねない。また、同業者間、狭い地域間の客の奪い合いもよくあることである。さらに、地域での人間関係が災いすることも少なくない。「有力者」同士の勢力争いが、無用な混乱を引き起こすことも稀ではない。形式的に連携が実現するのは、国からの補助金の獲得のための連携である。補助金自体は、その連携を促進するきっかけとして提供されるわけであろうが、補助金が出ている間はその事業での連携はなされるが、それが切れた時徐々に消滅していく場合が多い。補助金獲得による連携は、一過性で終わることが多い。

では、魅力ある観光地形成のための地域が一体となった取り組みを、どのように組織していけばよいのであろうか。そのシステムづくりをどのように進めればよいのであろうか。

地域が一体となって新たな三陸観光を推進していくためには、まずは、連携こそ発展のカギであることを理解することが重要である。その理解は、具体的な「システムづくり」の作業の中で、関連する事業者の利害を含めた率直な討議と工夫の中でこそ、なされていくものなのである。エリア共通カードの創設は、このような地域の連携づくりの大きなきっかけを与えてくれる。

魅力ある観光地形成のためには、地域の観光資源の特性と想定される観光客層のニーズを検討し、そのニーズに対応した工夫が必要である。三陸観光の場合、より経済効果の高い、観光消費額の高い客層を増やしていくことも重要な取り組みであるが、それとともに、あるいはそれ以上に、三陸観光の客層で考察してきた県内観光、近県の観光客を対象としたシステムづくりが求められる。今日の家計収入の厳しい現実の中でより多くの人たちが、県民が、質の高い魅力ある観光を楽しめるための工夫が必要である。

そのためには、エリア共通カードによる魅力ある観光地形成が、重要な取り組みとなる。それはまた、地域の一体的な取り組みのきっかけを作ってくれる。

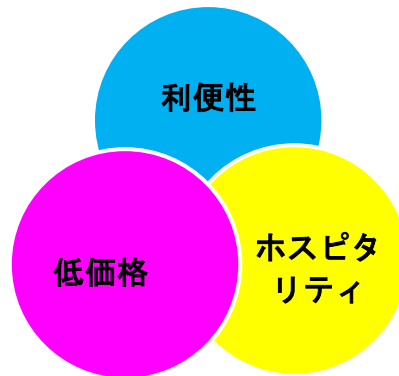
エリア共通カードは、観光客が観光活動をする際、一定の期間、一定のエリア内にある経営主体の異なる交通機関の乗降自由、宿泊施設や観光施設、レストラン等の割引優遇措置等を講じようとするもの

である。エリア共通カードは、観光地における利便性、低価格、ホスピタリティを実現し、広域的観点からの観光地の魅力を高めようとするものである⁽⁸⁸⁾。

エリア共通カードの意義と役割には、以下のような点が考えられる。

- 観光地を面で整備
- 総合産業としての連携：異業種連携を進める
- 観光地の関係者の連携：福祉、医療、住民を含めて推進
- 利便性、低価格、ホスピタリティの実現
- 経済効果の拡大：連携による相乗効果
- 観光者のコスト安、観光地の効率性
- 滞在型観光の実現
- 着地情報の提供

魅力ある観光地形成の3つの要素



エリア共通カードには、一体的な取り組みの質とレベルで相当の幅がある。これまで実践されてきた東北、岩手でのエリア共通カードの事例を示すと以下の通りである。

*東北での先進的取り組み：会津ぐるっとカード、仙台まるごとパス、八戸えんじょいカード、津軽フリーパス。

会津ぐるっとカードを例にとると、大人 2,720 円、子ども 1,360 円の会津ぐるっとカードを買くと、カードの提示により定められた利用エリア内の JR 線、会津鉄道、海津バス、ハイカラさん、磐梯東都バスが 2 日間乗り放題となるほか、観光・宿泊施設や飲食店などの割引優待サービスを受けられるものである⁽⁸⁹⁾。

*北東北ウェルカムカード

ウェルカムカードは、訪日外国人旅行者(外国人観光客)が宿泊施設、料理・飲食店、博物館、美術館、土産物店等の観光施設や交通機関を利用する際に、このカードを提示することにより、割引料金等の優遇措置が受けられるものである。

青森県は、県単位では全国で最も早く 1997 年 10 月に「あおもりウェルカムカード」を導入していた。北東北ウェルカムカードは、これを北東北三県に拡大する形で、2004 年 4 月 1 日から事業をスタートさせた。

⁽⁸⁸⁾ 宮井久男「広域観光におけるエリア共通カードの意義と役割」『新時代の観光』同文館出版、2007 年、65～66 ページ。

⁽⁸⁹⁾ 会津若松観光ナビ。

*きたいわてぐるっとパス

「■商品内容

盛岡～（IGR いわて銀河鉄道）～二戸～（JR バス東北）～久慈～（三陸鉄道）～宮古～（岩手県北バス）～盛岡のルートでこのエリアを周回できる乗車券です（逆まわりもできますが発売時にご希望で回る方向を指定できます。有効期間内であれば何周でもできます）

※盛岡発の場合の例です。宮古発・久慈発・二戸発でも発売します。

*三陸鉄道、IGR いわて銀河鉄道、岩手県北自動車、JR バス東北の4社連携の共同企画きっぷです。

■発売価格

大人用 5,200 円（通常運賃で一周した場合 7,530 円）

小人用 2,600 円（通常運賃で一周した場合 3,780 円）

■発売期間および利用期間

通年

利用開始日から3日間有効

利用開始日の1ヶ月前から購入できます（ただし発売期間内）⁽⁹⁰⁾」



*106 急行・三陸鉄道観光フリーパス

*さんりく北リアス号：盛岡－久慈直通運転（三陸鉄道、JR）

*湯ったり日帰りきっぷ

*リアス・シーライナー：仙台－八戸 400 キロ直通運転（三陸鉄道、JR）

*ぐるっとさんりくトレイン：盛岡－宮古－釜石－遠野－花巻－盛岡

*南部の湯っこ券

*東北パスポート・新東北パスポート

*「Iwate Area Pass (イワテエリアパス)」の実証実験

イワテエリアパスは、外国人観光客の2次交通利用を便利にするための県内周遊パスポートである。

岩手県は、2019年2月14～17日、外国人観光客の2次交通利用を便利にする県内周遊パスポート「Iwate Area Pass (イワテエリアパス)」の販売に向けた実証実験を行った。

⁽⁹⁰⁾ 三陸鉄道ホームページ。

画期的な取り組みであり、対象を外国人観光客だけでなく国内観光客にも利用可能とすべきだと考えていたが、残念ながら調整不備のため実施には至らなかった。再度、実務化に向けて取り組むようである。

*MaaS (Mobility as a Service) の取り組み

目的地へ最適手段で行くためのバス・鉄道・タクシー、一括予約・決済を行おうというMaaSの取り組みが、全国で実証実験されている。これも、エリア共通カードと同様に、広域的な連携づくりにおける重要な取り組みである。

◆キーワード： <MaaS (マース) >

複数の交通手段をひとまとめに提供し、スムーズな移動を可能にする仕組みのこと。「モビリティ・アズ・ア・サービス」の頭文字をとって「マース」と呼ぶ。フィンランドのベンチャー、マース・グローバルが2016年に鉄道やバスを月額制で乗れるサービスを始めたのが最初とされる。

*みちのりホールディングスのMaaS (Mobility as a Service) 型サービスの取り組み

みちのりホールディングス、岩手県北自動車(岩手県北バス)、エムティーアイは、バスで利用可能なMaaS (Mobility as a Service) アプリを2018年12月中旬にリリースし、岩手県北バスが運行する仙台空港～松島・平泉・花巻線で無料提供を開始。なお本サービスでは、宮城県の仙台空港発着二次交通利用拡大事業委託業務と連携し、インバウンド利用を促進することを目指している。

本アプリでは今後、クーポン提供店舗の拡大や事前購入等の機能を強化し、観光客の利便性を改善することで、日本人旅行者だけでなく、特にインバウンド旅行者の積極的な取り込みを図る。こうした機能強化によってバス路線沿線の観光施設との連携を強化し、バスによる送客機能を充実させ、地域経済の活性化に資する観光型MaaSモデルの実現を目指す。

また、本サービスの本格的なサービス展開に向けて、当面、仙台空港～松島・平泉・花巻線にてサービス機能の検証、及び利便性の改善を行い、段階的にみちのりグループの各路線への展開を予定している。みちのりグループでは東北・北関東の6社で、観光客をターゲットにした企画切符等を発売している路線が約50路線あり、今後はこうした路線への展開を目指す⁽⁹²⁾。

(3) 日本版DMO

これまで述べてきた三陸観光の新たな取り組みを、誰が、どの機関が担い、地域の諸事業者、諸機関と話し合い、コーディネートしていくのであろうか。それをまとめ上げ、リードしていくのはどのような組織なのであろうか。これまでの観光の牽引車を考えれば、そのような役割を担うのは地域の観光協会であろうと思われる。しかし、観光協会がすべてを担っていくには、その作業の多さとこれまでの地域での複雑な諸関係から容易なことではない。全国的にみると、その役割を観光協会が担っているところもあるが、その場合でもその体制を強化しなければなかなか容易なことではない。

現在、観光庁を中心に、観光地域づくりに関連しながら地域の多様な事業者、関係者を巻き込みつつ、マーケティング手法を取り入れた着地型商品の開発と観光地域づくりを行う舵取り役＝「日本版DMO」を各地域で形成・確立する取組みが展開されている。

DMOとは、「Destination Management/Marketing Organization」の略称であり、主に米国と欧州で普及している組織体である。「まち・ひと・しごと創生基本方針2015」(2015年6月30日閣議決定)によれば、「様々な地域資源を組み合わせた観光地の一体的なブランドづくり、ウェブ・SNS等を活用

⁽⁹²⁾ 朝日新聞デジタル、2019年7月20日。

した情報発信・プロモーション、効果的なマーケティング、戦略策定等について、地域が主体となつて行う観光地域づくりの推進主体⁽⁹³⁾とされている。政府は、2014年12月27日に閣議決定された「まち・ひと・しごと創生総合戦略」において、各地域が魅力ある観光地域づくりを自律的・継続的に実施していくためには、地域ごとに複数の主体の合意形成を行い、定量的・客観的なデータ分析に基づく地域課題の抽出等による戦略的なマーケティング、PDCAサイクルによる効率的な事業を継続的に推進する主体として、「日本版DMO」が必要であるとしている⁽⁹⁴⁾。

DMOの役割には、①マーケティングに基づく着地型商品の開発、②ワンストップ窓口としての観光地域づくりプラットフォームの形成、③日本版DMOを核とした観光地域づくりに対する関係省庁連携支援、がある。

そもそも観光資源を含めた「資源」とは、人間が社会生活を維持発展させて行くための糧であり、時代背景や社会環境の変化の中で可変性を持ち、資源となる対象や資源観は大きく変わる性格を持っている。社会全体の価値観が多様化している今日では、その多様性にマッチするべく、知恵と工夫次第であらゆるものが地域資源となる可能性を秘めている。地域住民が時代と市場の流れを読み、自らの身の回りから新たな地域資源の発掘・活用に継続的取り組み、知恵と工夫で産業、商品、観光資源に結び付けていく、地域資源の拡大を図っていくことが必要である。そのためには、「誰に、何を、どのように」を基本とするマーケティング手法が必須となる。

また、観光は、観光資源にかかわる観光事業者だけで実現されるものではない。「どのように」を有効にするには、多様な経営主体の異なる事業者の連携が必要となる。そして、今日的な社会環境のもとでは、観光に費やされるお金と時間に「制約」があり、魅力ある広域的な観光地域を実現するためには、すでに述べたように、素晴らしい観光資源の存在を前提としながら「利便性・低価格・ホスピタリティ」を実現していく必要がある。そのためには、行政区域にとらわれないエリアで、さまざまな関係者が協働し、当該地域の資源を活用した着地型旅行商品を企画・販売する等、滞在型観光につながる持続的な取り組みを活性化させていくことが重要である。地域内の着地型旅行商品の提供者と市場（旅行会社、旅行者）をつなぐワンストップ窓口としての機能を担う事業体、DMOが必要となる所以である。観光地域づくりを実現していく、DMOがぜひとも必要となってくるのである。

政府は、日本版DMOの形成に向けて、新型交付金等の活用も含めて総合的な支援措置を講じている。その際、レベルに応じ支援措置に差を設ける等により、よりハイレベルのDMOを目指すインセンティブも付与していくことが望ましいとしている。

日本版DMOでは、以下のような3段階のレベルの機能をイメージしながら、DMOの実現を図っていかうと考えている。

★各レベルのDMOに求められる機能のイメージ⁽⁹⁵⁾

(レベル1) ビッグデータ等を活用したデータ分析、KPIの設定、PDCAの導入、官民連携による観光地域づくりのビジョンの策定

(レベル2) レベル1に加えてワンストップサイトの活用等による本格的マーケティング、観光産業を中心とするプラットフォームの形成

⁽⁹³⁾ 「まち・ひと・しごと創生基本方針2015」(2015年6月30日閣議決定)、4ページ。

⁽⁹⁴⁾ 「まち・ひと・しごと創生総合戦略」(2014年12月27日閣議決定)、26ページ。

⁽⁹⁵⁾ 「まち・ひと・しごと創生基本方針検討チーム報告書」(平成27年6月12日)、15ページ。

(レベル3) レベル1、2に加えて 地域資源を活用する多様な主体のプラットフォームの形成、安定的な財源確保による自律的経営の実施、専門的人材の確保と育成、民間投資の拡大、広域連携

「面」としての観光、広域連携としての観光をリードする組織として期待されるのが、DMOである。岩手県のDMOの設立状況は以下の通りである。三陸観光では、三陸沿岸地域を網羅する地域連携DMOのさんりく基金が候補法人、地域DMOでは、宮古と釜石に設立されており、相互の協力の下で、ストーリー性を持った広域観光の展開が求められている。

図表－122 日本版DMO・DMO候補法人登録一覧表

※「日本版DMO」登録一覧（162件）

（2020年3月31日現在）

◆ 広域連携DMO 10件

*（一社）東北観光推進機構 青森県、岩手県、秋田県、宮城県、山形県、福島県、新潟県

◆ 地域連携DMO 79件

*（一社）世界遺産平泉・一関DMO 【岩手県】一関市、平泉町

◆ 地域DMO 73件

*（株）八幡平DMO 【岩手県】八幡平市

*（一社）宮古観光文化交流協会 【岩手県】宮古市

*（株）かまいしDMC 【岩手県】釜石市

※「日本版DMO候補法人」登録一覧（116件）

◆ 地域連携DMO 35件

*（公財）さんりく基金 【岩手県】宮古市、大船渡市、久慈市、陸前高田市、釜石市、住田町、大槌町、山田町、岩泉町、田野畑村、普代村、野田村、洋野町

◆ 地域DMO 84件

*（一社）花巻観光協会 【岩手県】花巻市

（出所）観光庁ホームページ資料より作成。