

## 東北地方の復興から発展期における観光施策の可能性について

株式会社 野村総合研究所 社会システムコンサルティング部  
コンサルタント 山口 伸

### 1. はじめに

観光による復興と発展の可能性を考察する。

2011年3月11日に発生した東日本大震災からおよそ2年が経過した。国や民間企業、NPO法人、個人ボランティア等のさまざまな主体がかかわり、東北地方に復興の兆しが見え始めている。しかしながら、一部の地域や地元の視点からみると本質的な復興が進んでいない場合も多く、依然として多くの課題が残されている実情にある。

本稿では、東北地方の現状と課題を踏まえ、

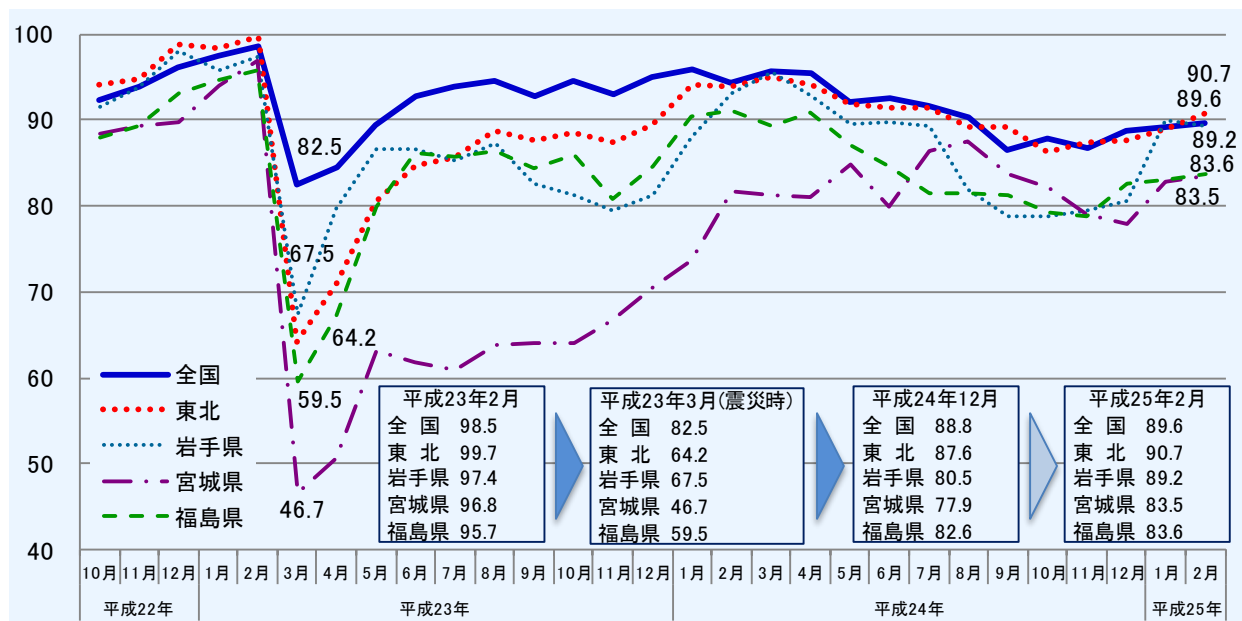
### 2. 東北地方の現状・課題

#### 1) 数値でみる復興の現状

##### ①経営状況の指標

鉱工業生産指数（季節調整済）の推移をみると、震災以降、東北地方全体および被災3県（岩手県、宮城県、福島県）ともに回復傾向にある（図表1）。

図表1 鉱工業生産指数（季節調整済）の推移（平成17年=100）

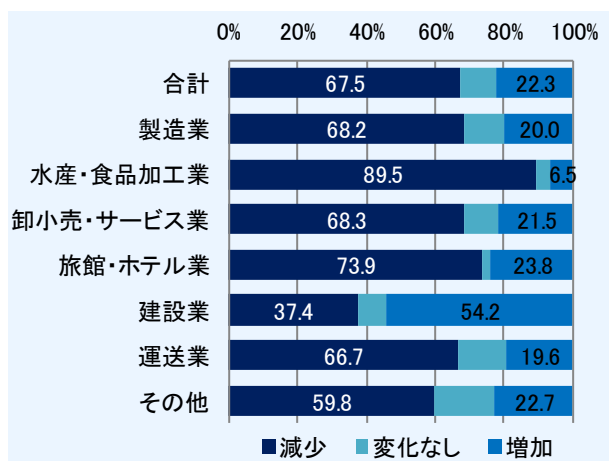


出所）経済産業省、岩手県、宮城県、福島県の各種統計をもとに NRI 作成

東北地方で事業再開に至った企業の業種別の売上状況を示したのが図表2である。全業種合計では67.5%の企業が「売上が減少した」と回答している。特に、水産・食品加工業は89.5%と割合が高く、製造業、

卸小売・サービス業、旅館・ホテル業も約70%で、製造業やサービス業の経営状況は依然として厳しい局面に置かれている。一方、「売上が増加した」と回答した建設業は54.2%で、半数を超えている。

図表2 業種別の売上状況



注) 平成23年度および平成24年度グループ補助金の交付先4,506社に対しアンケートを実施し、3,764社から回答を得た。(回収率83.5%)

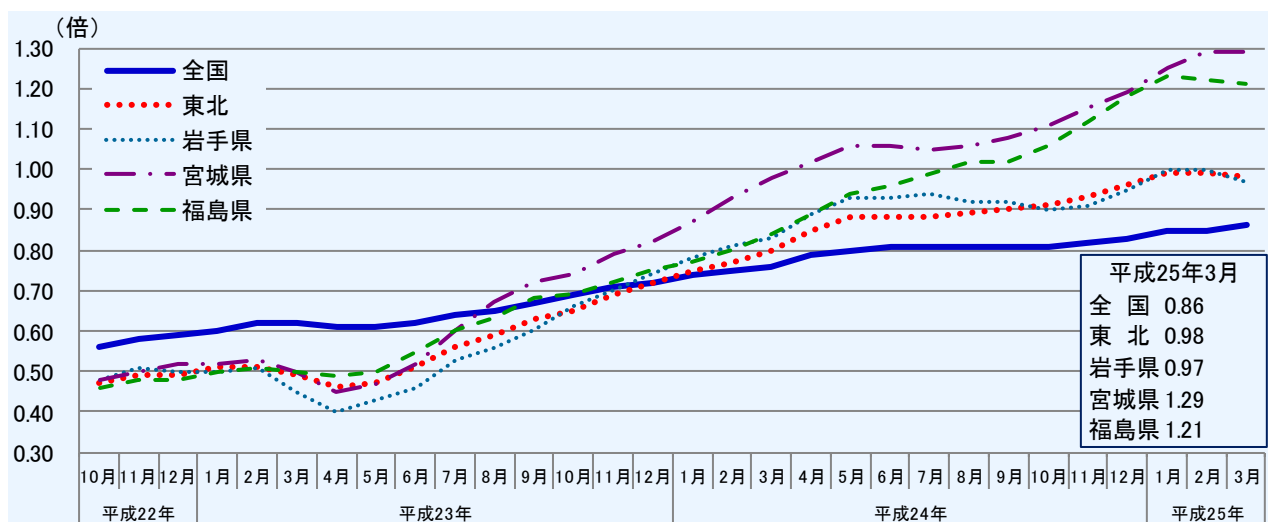
出所) 東北経済産業局「グループ補助金交付先アンケート調査」(平成24年9月実施)をもとにNRI作成

## ②雇用状況の指標

東北地方の有効求人倍率(季節調整済)をみると、震災以降は増加傾向にあり、東北および被災3県は全国値を上回っている(図表3)。

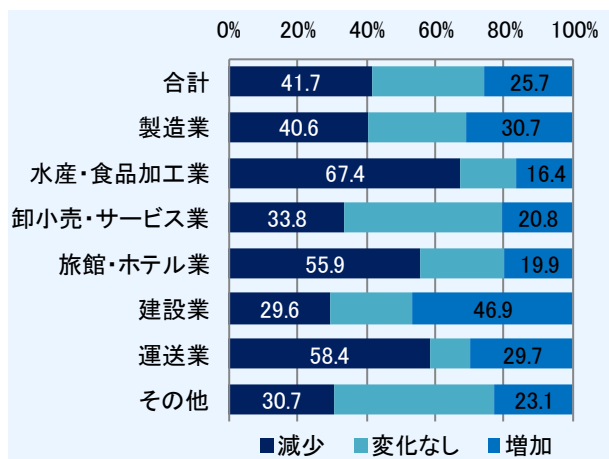
業種別の雇用状況を図表4に示した。全業種合計では41.7%の企業が「雇用が減少した」と回答しており、水産・食品加工業は67.4%、旅館・ホテル業、運送業は約60%と高い割合を占めている。一方、「雇用が増加した」と回答した建設業は46.9%で、売り上げとともに増加しており、雇用面でも業種による回復の偏りがみられる。

図表3 有効求人倍率(季節調整済)の推移



出所) 厚生労働省「職業安定業務統計」をもとにNRI作成

図表4 業種別の雇用状況



注) 平成23年度および平成24年度グループ補助金の交付先4,506社に対しアンケートを実施し、3,764社から回答を得た。(回収率83.5%)

出所) 東北経済産業局「グループ補助金交付先アンケート調査」(平成24年9月実施)をもとにNRI作成

平成 25 年 2 月時点における被災 3 県別の新規求人数（対前年同月比）をみると、建設業が増加している一方で、製造業やサービス業は減少している（図表 5）。

図表 5 産業別新規求人数（対前年同月比）

| 被災3県 | 建設業   | 製造業    | サービス業  |
|------|-------|--------|--------|
| 岩手県  | 13.8% | ▲13.1% | ▲11.5% |
| 宮城県  | 5.3%  | ▲12.7% | ▲11.1% |
| 福島県  | 31.3% | ▲6.6%  | ▲21.7% |

注）平成 25 年 2 月時点

出所）各県労働局各種資料をもとに NRI 作成

前述のとおり、経済指標からは東北地方の復興の進捗状況は堅調と思われるものの、有効求人倍率の上昇は未だに復興工事等に係る建設業の求人数増加に因る部分が大いと考えられる。また、建設業の求人数増加は一過性である可能性が高いことや、被災地の住民が求める職種と求人内容にずれが生じていることも指摘される。これらを踏まえると、雇用については、本格復興には至っていないといえる。

### ③観光の状況

震災に伴う自粛ムード等により東北地方への旅行者数は減少したが、観光庁の「旅行・観光消費動向調査」によれば、東北地域を主目的とした延べ旅行者数は震災前の数値まで回復しつつある。しかし、延べ旅行者数のうち、目的が「観光・レクリエーション」、かつ主目的地が「東北」の旅行者数は震災以前の数値を下回っており、本格的な回復には至っていないことがわかる。（図表 6）。

図表 6 延べ旅行者数の推移（平成 22 年値=1.00）

|              |             | 平成22年 | 平成23年 | 平成24年 |
|--------------|-------------|-------|-------|-------|
| 全国           | 全体          | 1.00  | 0.92  | 1.00  |
|              | 観光・レクリエーション | 1.00  | 0.93  | 1.05  |
| 主目的地<br>〔東北〕 | 全体          | 1.00  | 0.65  | 0.80  |
|              | 観光・レクリエーション | 1.00  | 0.83  | 0.83  |
| 主目的地<br>〔関東〕 | 全体          | 1.00  | 0.86  | 1.04  |
|              | 観光・レクリエーション | 1.00  | 0.92  | 1.10  |

注）宿泊旅行および日帰り旅行の合算値（日帰り旅行は、目安として片道の移動距離が 80km 以上または所要時間（移動時間と滞在時間の合計）が 8 時間以上の場合を指す）

出所）観光庁「旅行・観光消費動向調査（平成 22～24 年確報値）」をもとに NRI 作成

## 2）東北地方における復興に向けた取り組み

経済指標上では東北地方に復興の兆しが見えつつも、進捗では産業・業種別に偏りがあることがわかった。数値では表しにくい部分があるものの、復興に向けた取り組みが着実に進んでいることは確かである。

例えば、トヨタ自動車では、関東自動車岩手工場において新型ハイブリット車の量産体制整備等を図っており、同時に東北に拠点を置く企業との経営統合等も行っている。研究開発・科学技術面では、東北復興の象徴的プロジェクトとして、国際リニアコライダー（ILC : International Linear Collider）の北上山地への建設誘致が挙げられる<sup>\*1</sup>。現在、誘致実現に向けた協議が最終段階を迎えており、平成 25 年末までに建設地が決定される予定である。また、福島県と日本政策投資銀行は、平成 25 年 3 月 8 日に県内産業復興に向けた連携協定を締結した。この協定によって、医療や再生可能エネルギー等の産業振興や、企業誘致等の更なる促進が期待される。

## 3）今後、想定される課題

企業誘致や高台移転、スマートシティ構想等の土地利用のあり方についても、国や民間

\*1 国際リニアコライダーは、世界最先端の素粒子研究施設のこと。岩手県を中心に宮城県、青森県にまたがる北上山地に国際学術研究都市を形成し、関連産業の集積等を図ることで、地域・産業振興、雇用創出、人材育成、技術革新等の経済波及効果が期待できる。

事業者を中心に検討が進んでいるが、阪神・淡路大震災や北海道南西沖地震等の過去の復興の教訓を生かす必要がある。例えば、いわゆる「ハコモノ整備」は、地域の将来像を踏まえながら、ハード面だけでなく「ハコモノ」の使い方・使われ方というソフト面でも十分な検討が必要であり、拙速に実行すべきではないとされる。また、各地域の行政は、さまざまな主体による支援に依存するのではなく、まちづくりをはじめとした復興計画等の検討を関係者と協議しながら主体的に行う必要がある。さらに、東北地方では震災前から人口減少や産業の空洞化等の中長期的な課題が顕在化しており、こうした地域における復興と発展は困難を極める。

このことから、東北地方の更なる復興と発展を目指すには、震災を契機としたさまざまな主体による支援を単に受け入れるだけでなく、主体的に進展し続けるための地元の活力を早期に再構築することが期待される。

### 3. 観光振興による復興と発展の可能性

前章で述べたように、東北地方の復興と発展のためには、自立した体制を再構築することが必要であり、そのための手段として、観光振興による取り組みが有効と考える。

#### 1) 観光消費活動が地域に及ぼす効果

「観光産業」は裾野の広い産業といわれ、域内で買い物や宿泊代の支払い等の消費活動が行われると、地元の多くの産業に経済的な効果が波及しやすいという特徴がある。従って、観光施策は地域振興の一般的な手段であ

り、東北地方に限らず多くの地域で実施されている。また、「観光産業」というと、旅行業や宿泊業、飲食業、輸送業（鉄道、バス等）等の業種がイメージされるが、厳密には定義付けがなく、具体的に恩恵を受ける主体が明確ではなかった。

しかし、観光庁が平成 23 年度に実施した「東北地方における観光消費活動の経済効果に関する調査研究」（以下、「本調査」という）の中で、東北地方全体および被災 3 県（岩手県、宮城県、福島県）での観光消費活動による経済波及効果や、他産業との相対的な金額規模感等が具体的な数値で示されたことにより、「観光産業」による効果を受けた業種がある程度、可視化された。

#### 2) 経済波及効果の考え方

本調査では、観光消費活動による効果を定量的に把握するため、東北地方全体および被災 3 県における観光消費額（年間値）の推計や産業連関表<sup>\*2</sup>を用いた経済波及効果の算出・分析を行っている。経済波及効果とは、ある産業に追加的な需要が生じた際に、その需要を満たすための供給活動（生産、調達、投資等）に伴う一連の取引活動によって生じる経済的な効果の総和である。インフラ整備や大規模イベント等の巨大な投資が行われる際に、その費用対効果を定量的にみるための手段として用いられることが多い。

#### 3) 他産業と比較した場合の観光消費<sup>\*3</sup>による地域への影響

本調査では、観光消費による経済波及効果が地域内でどの程度の影響を及ぼすかについて他産業と比較している。比較は、図表 7・

<sup>\*2</sup> ある一定地域における 1 年間の経済活動について、その財・サービスの取引関係をマトリックスとして整理して経済循環の状況を表す統計表で、5 年ごとに公表される。現時点では、2010 年公表の 2005 年版が最新データである。

<sup>\*3</sup> 本稿では、「観光消費」という用語を用いているが、正式には「域内での観光消費活動に伴い、それを満たすために発生した域内生産額の合計」を意味する。域内生産額は産業連関表上で産業の部門分類ごとに整理されているため、当該額を用いることで「観光消費」と他産業との比較が可能となる。

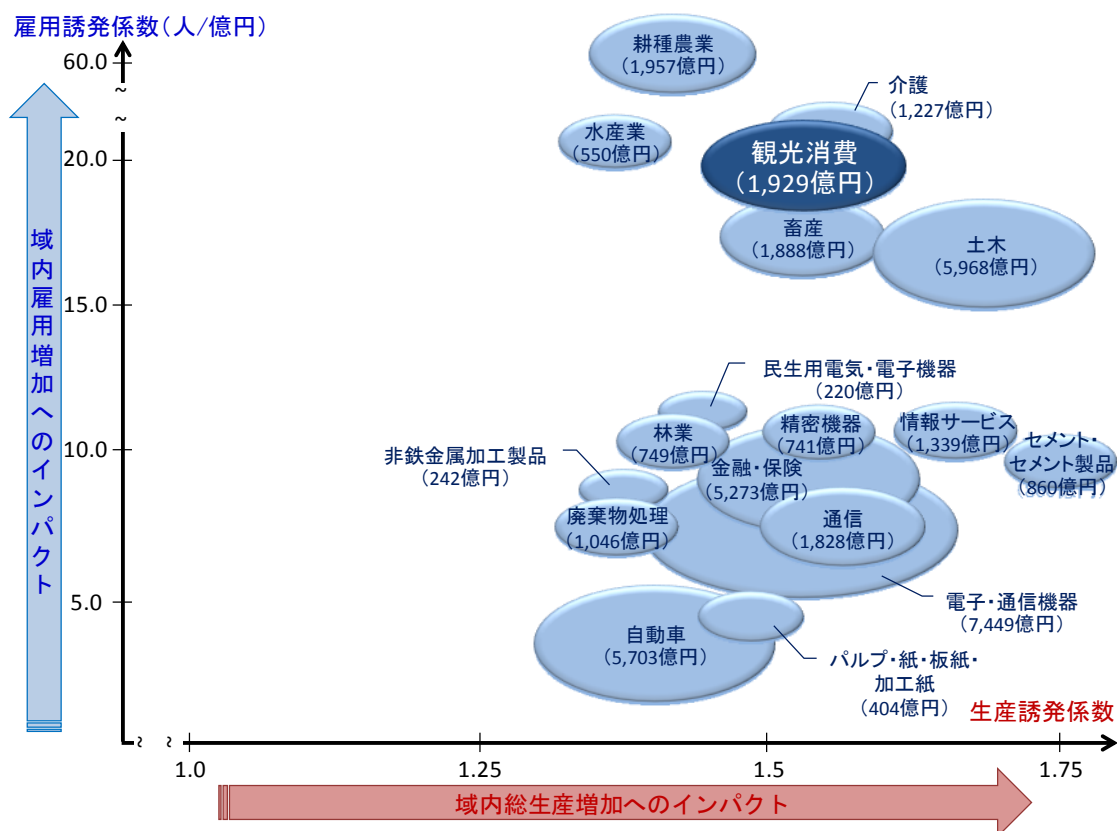
8・9のように、縦軸に「雇用誘発係数」、横軸に「生産誘発係数」を用いている。例えば、ある産業で100万円の域内生産が発生した場合に、何人分の雇用が生じるかを示す指標が「雇用誘発係数」であり、どの程度の経済効果が波及するかを示す指標が「生産誘発係数」である。この係数が大きいほど、経済効果が域内に浸透しやすい構造といえる。また、円の大きさは、各産業の経済波及効果の金額規模を表し、位置は雇用や域内総生産への影響の度合いを表している\*4。つまり、円が右上に位置する産業ほど、域内に経済的な影響を与え得ることを意味し、費用対効果が高い可能性がある。

このように、図表7・8・9では経済波及効果の金額規模だけでなく、各産業で域内に新たな生産が生じた場合の雇用面への影響や他産業への生産波及のしやすさを比較する。

#### ①岩手県における観光消費の位置づけ

岩手県の観光消費の効果を図表7に示した。経済波及効果の金額は、耕種農業\*5や畜産、通信とほぼ同規模である。また、雇用誘発係数は、畜産や土木を上回っている。さらに、生産誘発係数は、セメント・セメント製品や土木を下回るものの、水産業や耕種農業を上回っている。

図表7 岩手県における県内主要産業の経済波及効果の比較



注) 数値は、2005年版産業連関表を用いて算出している。

出所) 観光庁「東北地方における観光消費活動の経済効果に関する調査研究」(平成24年3月)をもとにNRI作成

- \*4 各産業の域内生産額が追加的に生じたと仮定した場合の経済波及効果をいう。観光の場合は、域内に新たに生じた観光消費(需要)を満たすために発生した生産額のうち、域外流出分を除いた額で、直接効果という。
- \*5 産業連関表における部門分類の一種であり、主に米や野菜、果実、非食用作物等の産業を指す。

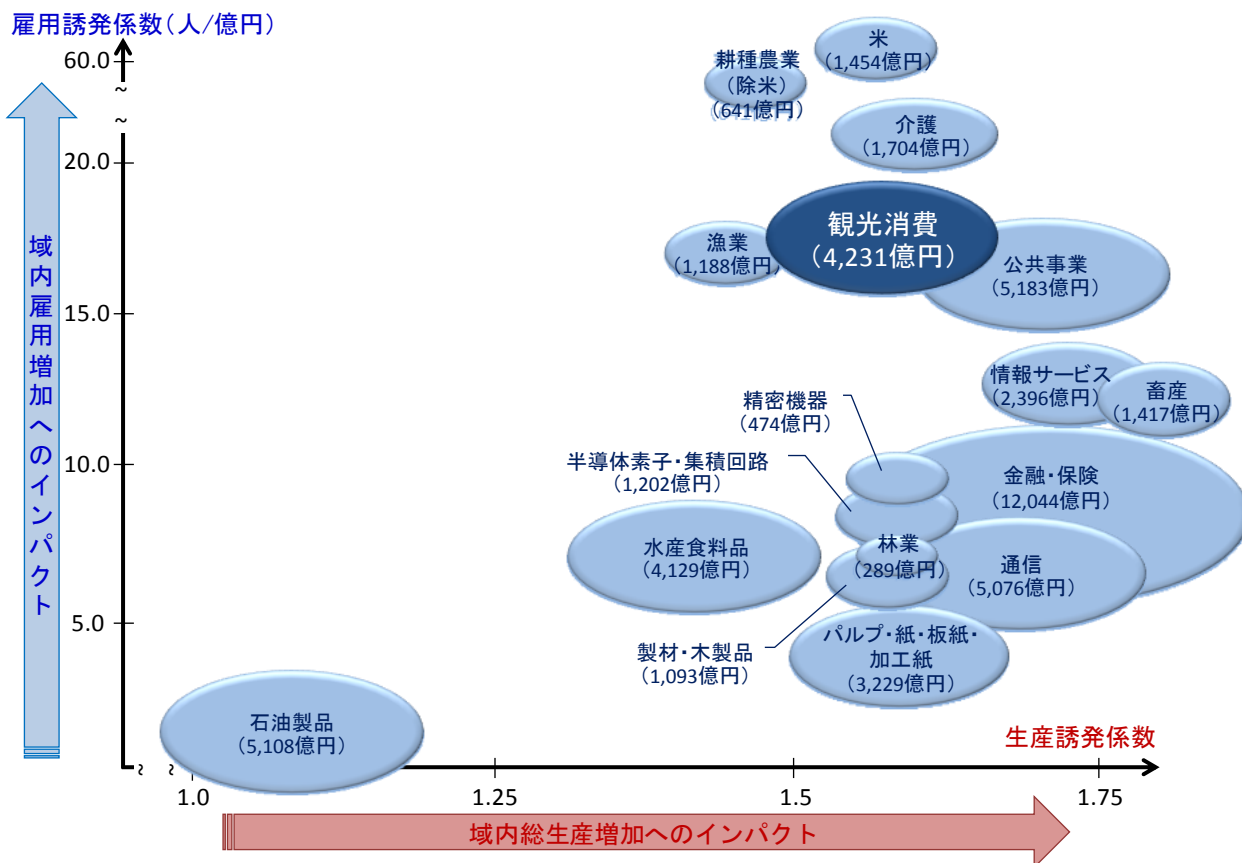


## ②宮城県における観光消費の位置づけ

宮城県の観光消費の効果を図表 8 に示した。経済波及効果の金額は、水産食料品と同規模であり、米の約 3 倍である。また、雇用誘発係数は、漁業や公共事業と同程度

となっている。さらに、生産誘発係数は、東北経済の中心地である仙台市の集積が大きいと考えられる情報サービスや金融・保健等の産業分野を下回るものの、一定の影響力はあるといえる。

図表 8 宮城県における県内主要産業の経済波及効果の比較



注) 数値は、2005 年版産業連関表を用いて算出している。

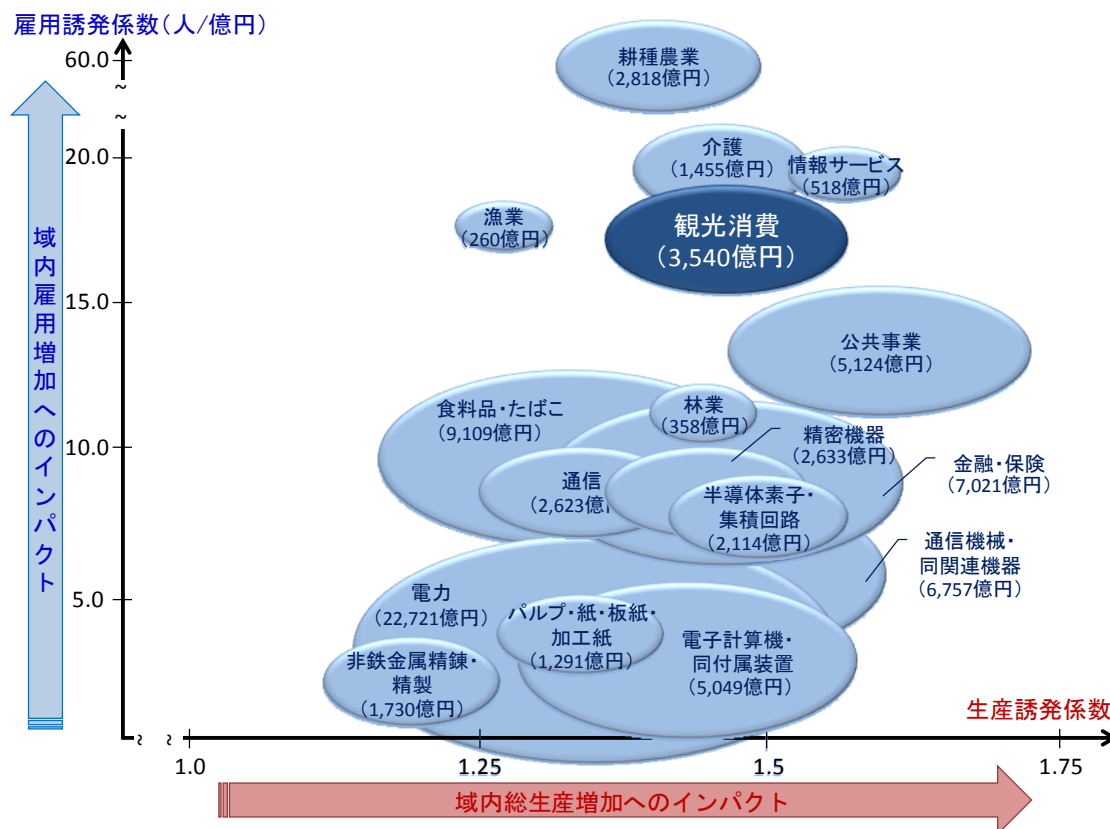
出所) 観光庁「東北地方における観光消費活動の経済効果に関する調査研究」(平成 24 年 3 月)を  
もとに NRI 作成

## ③福島県における観光消費の位置づけ

福島県における観光消費の効果を図表 9 に示した。経済波及効果の金額は、精密機器や耕種農業といった県内主要産業を上回っている。また、雇用誘発係数は、食料品・

たばこ産業を大きく上回っており、漁業と同程度である。さらに、生産誘発係数は、情報サービスや半導体素子・集積回路等と並び、高水準に位置している。

図表 9 福島県における県内主要産業の経済波及効果の比較



注) 数値は、2005 年版産業連関表を用いて算出している。

出所) 観光庁「東北地方における観光消費活動の経済効果に関する調査研究」(平成 24 年 3 月) をもとに NRI 作成

3 県の分析結果から、観光消費による経済波及効果の金額や雇用誘発係数、生産誘発係数が与える地域経済へのインパクトは、他産業と比較して相対的に高いことがわかる。

#### 4. 復興から発展へ向けた観光施策

東北地方では、復興を契機とした観光客の誘致や地元での体験交流型のプログラムが各地で実施されている。

これら地元の取り組みは各種メディアで注目され、特に沿岸部についてはボランティアツアー等への参加申込者が殺到した時期もあった。しかしながら、震災から約 2 年が経ち、ボランティアツアー等への参加者数はピークを過ぎてきており、「復興需要」としての観光

客の入込客数も落ち着き始めている。また、仮設店舗等を利用した復興に係るイベントについては、いずれは国や県からの支援が途絶え、イベントの実施が困難になることが懸念される。

このような問題を踏まえ、今後、東北地方が復興から発展へ進むための一手段として、観光を推進する際に検討すべき事項および方策を提起する。

##### 1) 継続的に地元を訪れてもらうための仕組みづくり

復興の取り組みとしての観光施策は、これまでも東北各地で実施されており、一時は高い集客力があつた。しかし、その背景には、東北地方に対するボランティアムードの高まりが大きく作用していたと考えられる。今後

も高い集客力を維持し続けるためには、一度、来訪した観光客をつなぎとめてリピーターを増やすことが重要である。

観光客をつなぎとめるための方策として、農水産物のオーナー制度\*<sup>6</sup>を設けることが例として挙げられる。オーナー制度によって単に産直物産を購入するにとどまらず、地元産業活性化への協力意識や物産が手元に届くまでの生育過程を見守るという付加価値も生まれる可能性がある。さらに、地元生産者と観光客のコミュニケーションを定期的に行うことで、地元に対する観光客の意識を高めることが期待され、長期的な関係の構築ができると考えられる。

## 2) 地域ネットワーク構築によるプログラム開発

東北地方の中心に、高速道路や新幹線等の幹線交通が整備されており、縦断（南北）のアクセスは利便性の良い構造となっている。一方、横断（東西）のアクセスは必ずしも便利とはいえない。実際に、東北地方の観光地点間の利便性（A 地点と B 地点がセットで周遊されるほど 2 点間のアクセスは良い）の観点からは、縦断（南北）の位置関係にある観光地点同士の方が、横断（東西）よりも利便性が良いと言われている。

しかしながら、前述のような実態は感覚論では論じられているものの、定量化されていないのが実情である。定量把握のために期待されるのが GPS（全地球測位システム）情報の活用である。今後、GPS 情報の活用によって行動分析が進み、カーナビゲーションやス

マートフォン等を利用して観光地点間のつながりや観光客の東北地方での移動等を定量的に把握すれば、行動実態や傾向に応じた観光マーケティング策を講じることができ、これまで以上に効率的な集客施策の検討が可能となるだろう。

## 3) 域内調達率を高めるための取り組み

観光促進のための施策によって期待されるのは、観光客および滞在日数の増加による 1 人当たりの観光消費額がもたらす「域内の収入の増加」である。加えて、東北地方の観光客に提供されるモノやサービスに係るサプライチェーンをできる限り東北地域内で完結させ、調達率\*<sup>7</sup>を上げることも、「域内への経済波及効果を高める\*<sup>8</sup>」という点で有効である。

観光庁の「東北地方における観光消費活動の経済効果に関する調査研究」によれば、東北 3 県や東北地方は、情報サービスや広告、卸売といった産業の域内集積が小さく、結果的に関東を中心とした大都市圏への波及効果の流出が発生している。（図表 10）

図表 10 東北 3 県及び東北地方の情報サービス、広告、卸売産業の域内調達率

|        | 岩手県  | 宮城県  | 福島県   | 東北地方  | 関東地方  |
|--------|------|------|-------|-------|-------|
| 情報サービス | 0.46 | 0.56 | 0.12  | 0.23  | 0.94  |
| 広告     | 0.58 | 0.78 | 0.20  | 0.34  | 0.92  |
| 卸売     | 0.43 | 0.37 | ※0.40 | ※0.33 | ※0.76 |

注 1) 数値は、2005 年版産業連関表を用いて算出している。

注 2) ※印は、卸売に小売を加えた商業の値  
出所) 観光庁「東北地方における観光消費活動の経済効果に関する調査研究」（平成 24 年 3 月）をもとに NRI 作成

- \*6 消費者が生産者に出資し、対価として生産物等を受け取る仕組みのこと。農産物生産者に出資をする場合は、農産物の受け取り以外にも作付け体験等ができるものもある。
- \*7 産業連関表では、産業ごとに域内自給率が整理され、域内で新たに生じた需要のうち、域内生産でどの程度が賄われているかが数値で把握できる。しかし、一般的に自給率は「食糧自給率」を指すことが多いため、本稿では「調達率」と言い換えている。
- \*8 例えば、土産品を域内で購入した場合、域内産であればその収益は域内生産の増加に、域外産ならば、域外生産の増加に貢献したことになる。域内の経済波及効果の金額を算出するには、域外流出分は除外する。つまり、域内における土産品の購入額（観光消費額）が同額であっても、域内調達率の高低によって域内の経済波及効果の金額は異なる。



調達率を上げる手法はこれまでも地産地消等によって推進されているが、これらを「観光産業」だけで実施するのではなく、地元の多くの産業を取り込み、サプライチェーンを構築することが効果的と考えられる。

一方で、サプライチェーンを域内で強引に調達することは、地域間分業の効率化・適正化の観点からは必ずしも効果的とはいえない。そのため、「どのような産業をどの地域に配分すべきか」という検討を十分に行う必要がある。

## 5. 東北地方の復興に向けて

東北地方全体がこれまで以上に活気を取り戻すためには、長期的な視点に立った取り組みが必要不可欠である。

復興のためのさまざまな主体によるサポートは永続するものではない。復興から発展へ向けて、今まで以上に東北地方を活気づけるためには、これらのサポートを生かしつつも、早期に地元の資源を活用した自立的な取り組みを検討・実施することが期待される。

2012 年 3 月には、政府による「東北観光博」が開催され、民間の旅行業者を含めた関連する多くの施策により、東北地方に一定の経済効果があったとされる。また、3 周年を迎える「東北六魂祭」の開催が 2013 年は福島県で開催され、JR 東日本によるデスティネーションキャンペーンが実施された。

東北地方の復興と発展に向けては、このような機運を生かし、東北のさまざまな魅力を絶やすことのないよう、現状を的確に見極めつつ、地域に即した最適な取り組みを推進していくことが望まれる。

### 筆 者

山口 伸（やまぐち しん）

株式会社 野村総合研究所

社会システムコンサルティング部

コンサルタント

専門は、震災復興・防災関連、行政経営効率化、地域活性化 など

E-mail: s5-yamaguchi@nri.co.jp