

東日本大震災後の観光業復興のための取組み効果に関する研究 - 茨城県大洗町の宿泊施設を対象として -

A Study on the Effectiveness in Measures for Reconstruction of Tourism Industry after
East Japan Earthquake:
A Case Study in the Accommodation Industry in Oarai Town, Ibaraki

野澤 駿平¹, 糸井川 栄一², 梅本 通孝², 太田 尚孝³

Shumpei NOZAWA¹, Eiichi ITOIGAWA², Michitaka UMEMOTO²
and Naotaka OTA³

¹ 東日本旅客鉄道株式会社

East Japan Railway Company

² 筑波大学システム情報系社会工学域

Faculty of Engineering, Information and Systems, University of Tsukuba

³ 福山市立大学大学院都市経営学研究科

Graduate School of Urban Management, Fukuyama City University

This study aims to make clear factors promoting the recovery progress in the tourist industry in Oarai Town, Ibaraki where its recovery has been achieved earlier than other suffered areas by the East Japan Earthquake. Accommodation facilities were chosen as representative of the tourist industry of the town. The effectiveness of measures for recovery of the facilities is evaluated based on quantitative data through our questionnaire survey designed according to the result from preliminary interviews to managers of the facilities. We found that three factors contributed to the recovery in accommodation industry: firstly, tourist industry's participation in pre-earthquake conventional events, secondly, post-earthquake production of an Anime TV program which made the town a stage, and lastly, measures precisely aiming to regain the number of visiting tourists.

Keywords: reconstruction, tourism industry, East Japan Earthquake, accommodation, questionnaire survey

1. はじめに

(1) 研究背景

2011年に発生した東日本大震災は、さまざまな産業に被害を及ぼし、人々の経済活動に対して大きな影響を与えた。それを受け、復興庁が平成26年6月に公表した「東日本大震災被災地域の産業復興創造戦略」¹⁾の中では地域産業への支援が今後も行われていくとされている。しかし、産業復興にはまだ課題が残されており、今後もさまざまな取組みが求められている。

地域産業の中で観光業は他の産業と異なり、他地域の人々が来訪し、消費活動を行うことによって成立するため、震災による物的被害および風評被害の両面から客が減少する性質がある。特に観光業を基幹産業とする観光地域は、その地域に根ざした宿泊施設や観光施設によって構成されていることから、観光客を取り戻すことが地域復興の大きな課題といえる。このように地域の持続可能性に直結する観光業の復興に注目する必要がある。

また、復興庁が平成26年に公表した「復興の現状」²⁾の中では被災地域の観光業の改善はみられるが、本格的な復興が今後の課題とされている。したがって、どういった取組みが観光業の復興にとって効果があるのかについて研究することは今後の被災観光地域の復興施策・事

業を行っていくにあたり有用な示唆が得られると考えられる。そこで東日本大震災から比較的早く復旧・復興¹⁾を果たした被災観光地の取組みに注目し、取組みの効果を評価することが必要である。

(2) 既往研究のレビュー

災害時の事業継続に関しては、製造業や地場産業を対象とした研究³⁾⁴⁾がある。また復興事業の評価に関しては、震災復興共同建替え住宅事業や復興土地区画整理事業を対象とした研究⁵⁾⁶⁾が行われているが観光業を対象とした施設の事業継続や復旧・復興へ向けて行われた事業評価を扱った研究は見当たらない。

一方で、北海道南西沖地震(1993年)における観光産業復興を対象とし、ホテルや民宿に対してアンケート調査を行い定量的に被害状況や再建状況を明らかにした研究⁷⁾が既になされているが、復興へ向けた取組みまでは調査されていない。雲仙普賢岳の火山災害(1990-1995年)における観光業を対象とした研究⁸⁾では観光客の動態を統計データから調査し、火山観光化に対する市民アンケートによる定量的評価も行われている。しかし、これらの研究では観光業の供給者側の視点のみを対象としており、需要者側である観光客の観光行動への影響等の定量的把握の視点が欠けている。

その他にも、東日本大震災を対象とした観光復興の実態に関する研究⁹⁾¹⁰⁾はいくつかあるが、ヒアリング調査等の定性的なものに留まっている。しかしながら、地域産業の復旧・復興の要因解明し、より説得力のある具体的な解決案を提示するためには、その根拠として客観的なデータを基にした定量的な分析が求められる。

(3) 研究目的

本研究では、東日本大震災から比較的早く復旧・復興を果たしたと考えられる観光地域を対象に、観光業の中核的業種である宿泊施設側（供給側）と宿泊者（需要側）双方の視点から、観光業復興のために行われた取組みの効果を評価することで、復興の要因や課題を定量的分析から明らかにすることを目的とする。最終的に観光業復興のための知見や地域産業の活性化に資する提言を行う。

2. 研究構成と研究対象地

(1) 研究の流れ

本章で観光入込客数に関する統計データを用い、マクロ的な視点の分析から対象地を決定し、第3章で対象地の復旧・復興の現状および復興のために行われた取組みを観光業に関わる主体へのヒアリング調査から定性的に把握し、得られた知見から仮説を設定する。そして第4章では仮説を定量的に検証するため、宿泊施設・宿泊者双方へのアンケート調査の実施内容について説明する。第5章でアンケート調査結果から震災による被害状況を定量的に把握し、第6章で復興に効果的な取組みを統計的分析から明らかにする。最終章で本研究の結論と提言を述べる。

(2) 研究対象地の選定

観光庁が行っている「共通基準による観光入込客統計」¹¹⁾で公表されている全国の震災年（平成23年）とその翌年（平成24年）の観光目的の入込客数から変化率を見ると、被災地の中では茨城県は宮城県に次いで回復が大きいこと（約122%）が判明した（図1）。変化率のみに着目すれば、宮城県を対象とした宿泊施設の復旧・復興分析をすることが適当と考えられるが、宮城県の被災レベルを考慮すると、仙台をはじめとして復興作業員の宿泊場所としての需要が大きいことが容易に推察され、復旧・復興要因の分析対象としては適切でない判断できる。そこで、入込客数回復の種々の要因を解明できるであろう事を期待して茨城県に注目した。

しかしながら、茨城県が行っている「観光客動態調査」¹²⁾で公表されている県内の市町村別で平成24年の入込客数/平成22年の入込客数を比較すると、沿岸部の入込客数は回復していないところが多い（図2）。これは津波による被害の影響が理由として考えられる。これら被災沿岸部の中で、大洗町は回復（約109%）がみられる。なお、県内の入込客数の経年データを追っていくと大洗町は震災以前において県内一の入込客数を維持してきた。震災年に第4位まで落ち込むが、その翌年にはまた第1位に返り咲いていることから大洗町は早期に入込客を取り戻せたことがわかる。

以上のことから、本研究では大洗町がなぜ早期に復興できたのかに注目する。したがって、大洗町の観光業の被害実態や現状、実施取組みを調査することで復興要因を明らかできると考え、本研究では、茨城県大洗町の観光業、特に地域に根ざしている宿泊施設を対象とする。

(3) 大洗町の概要

大洗町は太平洋沿岸の茨城県の中東部に位置している

東茨城郡の自治体である（図3）。人口は約1万8千人、面積は約23km²と非常に小規模である。東京から約100kmの距離にあり、鹿島臨海鉄道大洗鹿島線の大洗駅、北関東自動車道の水戸大洗ICが主な大洗への交通手段である。

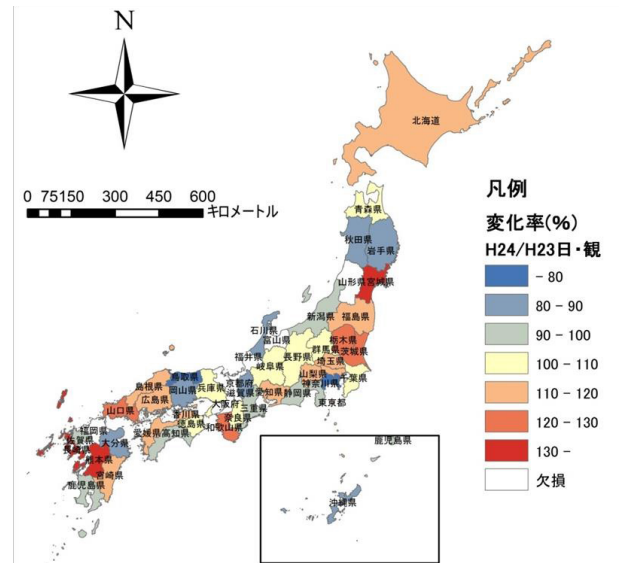


図1 全国の観光目的の日本人の入込客数の変化率（平成24年の入込客数/平成23年の入込客数：%）（観光庁¹¹⁾のデータより作成）

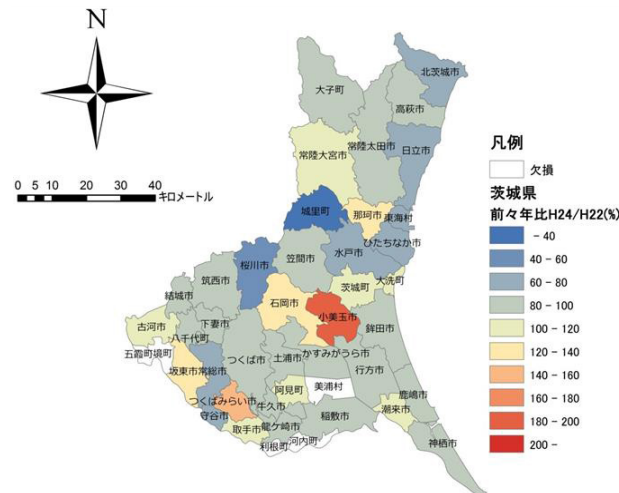


図2 茨城県の入込客数の変化率（平成24年の入込客数/平成22年の入込客数：%）（茨城県¹²⁾のデータより作成）

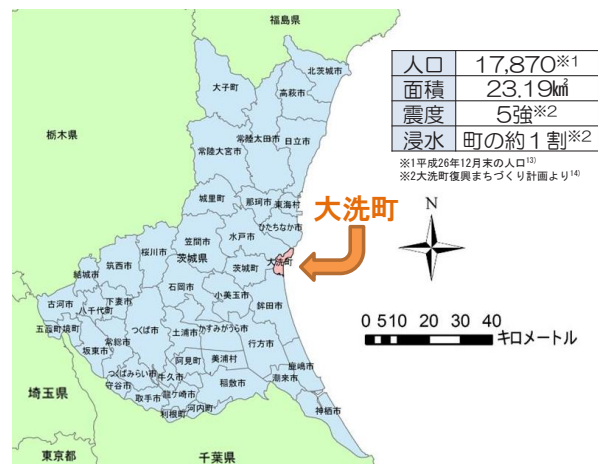


図3 大洗町の位置と基本情報^{13),14)}

大洗町では、恵まれた自然や歴史資源、観光資源を活かし、これまで地域産業を発展させてきた。また観光業に関する職業従事者が多く、前述したように県内で最も入込客数が多いことから茨城県の観光業を担う重要な観光地として認識されている。観光資源の海をセールスポイントとし、漁港、海水浴場、ヨットハーバー、水族館といった観光施設、地元食材を使った磯料理を提供する食事処や宿泊施設の多くが沿岸部に集積している。

近年の大洗町の観光業の特徴としては、2012年秋にテレビで放映された大洗町を舞台としたアニメ「ガールズ&パンツァー（略称：ガルパン）」の存在も話題になっている。

(4) 大洗町の東日本大震災による被害

震度5強の揺れと余震、最大波高4.2mの津波による浸水（町域面積の8.7%）と観光施設や住宅の被害（全壊14棟、半壊303棟、一部損壊1,386棟）¹⁴⁾があった。後述するヒアリング調査の中で大洗町から得られた資料によると、東日本大震災に係る被害額は約210億円であり、その内訳は、国、県有施設の割合が最も大きく、次いで原子力風評被害⁽²⁾、一般家屋、商業施設、水産関連施設と続く（表1）。このように原子力風評被害額の割合が大きかったことも大洗町の被害の特徴である。

表1 大洗町東日本大震災に係る被害額の割合（大洗町提供資料より作成）

項目	構成比(%)
一般家屋	15.90
水産関連施設	12.54
農業関連施設	0.44
公共施設(町有施設)	3.46
国、県有施設	34.31
商業施設(港湾関連用地進出企業)	13.94
災害対応経費	2.65
原子力事故対応経費	0.40
原子力風評被害	16.36
被害額計(円)	21,388,334,000

3. 観光業に関わる主体へのヒアリング調査

ここまでは統計データを中心に大洗町の観光業の現状や東日本大震災の被害状況について把握してきた。次に、大洗町の観光業における被害の現状、営業再開に関する現状、観光業の復興のために行われた施策や事業といった取組みの把握を目的とし、観光業に関わる主体に対してヒアリング調査（定性的調査）を実施した。

(1) ヒアリング調査概要

表2に示す11の対象（行政の観光担当者、観光業に関わる団体の代表者、同業者組織代表者、各宿泊施設の経営者）にヒアリング調査を実施した。

(2) ヒアリング調査結果

a) 震災による影響

ヒアリング調査で得られた東日本大震災による影響について表3にまとめた。結果として行政や観光協会は協力して復興事業を企画し、大洗民宿組合（宿泊施設）が参加していた実態が明らかとなった。また大洗町の宿泊施設の営業継続に影響を受けたのは夏季民宿⁽³⁾であり、その他の宿泊施設では営業継続していることが把握できた。

b) 震災後に各主体が行った観光業復興のための取組み

ヒアリング調査から震災後に各主体がさまざまな観光業復興のための取組みを行っていた実態が明らかになったので、その構造を図4に示す。国の復旧整備補助事業⁽⁴⁾

は実質的に町や観光協会、商工会レベルで取りまとめられ宿泊・観光施設がグループ単位で申請する。また県の特区制度⁽⁵⁾も基は復興庁の事業だがトップダウン式に県が計画を立て、町が特区制度を設け観光事業者が申請する構造になっている。このように取組み実施が複数の主体に跨るものが存在することが明らかになった。

c) 震災による宿泊施設への影響

震災による大洗にある宿泊施設の被害状況や宿泊者数の変化、施設が実施・参加した取組み例を表4にまとめた。

震災による物的被害の程度や宿泊者数の回復状況は施設ごとに異なる。しかしどの施設においても、大人に比

表2 ヒアリング調査対象と目的

No.	ヒアリング対象	目的	実施日(2014年)
1	茨城県 観光物産課	・復興事業の把握	4月23日 現地
2	茨城県 政策審議室	・観光特区の設定基準や実施事業の把握	4月30日 電話
3	一般社団法人 茨城県観光物産協会	・復興事業の把握 ・大洗対象の既存アンケート調査の把握	5月22日 現地
4	茨城県ホテル旅館生活衛生同業組合	・茨城県内宿泊施設の復旧状況の把握	5月27日 現地
5	大洗町 商工観光課	・復興事業の把握 ・アニメに関する政策と効果の把握	5月28日 現地
6	大洗町 まちづくり推進課	・大洗町の被害に関するデータの入手 ・復興施策(特区事業含む)の把握	5月28日 現地
7	一般社団法人 大洗観光協会	・協会員数の把握 ・復興事業、アニメの影響の把握	6月17日 現地
8	大洗民宿組合	・組合員数の把握 ・民宿の震災被害の把握 ・復興事業、アニメの影響の把握 ・宿泊者数のデータの入手	5月27日 現地 6月2日 現地
9	大洗旅館組合	・組合員数の把握 ・復興事業の把握	6月2日 電話
10	旅館 S	・震災被害の把握	6月17日 現地
11	O ホテル	・復興事業の効果の把握 ・アニメの影響の把握 ・宿泊者数データの入手	6月3日 現地

表3 震災が観光業に関わる主体に与えた影響

観光業に関わる各主体	東日本大震災による影響
行政 (茨城県、大洗町)	<ul style="list-style-type: none"> ・茨城県産業再生特区制度に関しては県、町がそれぞれ役割分担して協力的に事業を行っている ・観光業復興のための事業を県、町それぞれが行っている ・観光協会と協力して、震災前同様に観光キャラバンやキャンペーンを行うのと同じに「復興」のためのキャラバンやキャンペーンを追加的に行った ・震災後の観光施設の営業状況についてはある程度把握しているが宿泊施設については把握していない ・震災後観光客が減少したことへの危機感を持っている
観光協会 (茨城県、大洗町)	<ul style="list-style-type: none"> ・観光協会独自で行っている事業もあるが、ほとんどが行政と共同で事業を行っている ・復興キャラバンやキャンペーンを積極的にやっている ・震災後の観光施設や宿泊施設の営業状況は把握していないが、イベントの中でアンケート調査や復興事業の一環として大洗町・ひたちなか市の観光イメージ調査等は行った ・震災後観光客が減少したことへの危機感を持っている
茨城県ホテル旅館生活衛生同業組合	<ul style="list-style-type: none"> ・震災後に事業や取組みは特に行っていない ・震災後の宿泊施設(組合員)の営業状況を時系列で把握している
大洗民宿組合	<ul style="list-style-type: none"> ・組合独自で行った取組みはほとんどないが、行政や観光協会が行っている取組みに積極的に参加している ・組合員個々の被害状況までは把握していないが、組合員数が営業状況をほぼ表していることから組合全体の営業状況については把握している ・震災によって夏季民宿の廃業のきっかけとなった ・震災後宿泊客が減少したことへの危機感を持っている
大洗旅館組合	<ul style="list-style-type: none"> ・組合独自で行った取組みはない ・組合員の被害状況、営業状況などは把握していないが、茨城県ホテル旅館生活衛生同業組合の営業状況に関するデータが概ね旅館組合に加盟している宿泊施設の営業状況を表している ・震災によって営業できなくなった宿泊施設はない ・震災後宿泊客が減少したことへの危機感を持っている

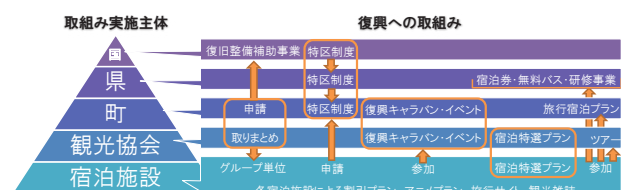


図4 各主体と復興のために実施した取組みの関係

ベ子供宿泊者数の減少が大きく、宿泊者減少の大きな要因の一つは原子力関係の風評被害であると考えられる。

また、各施設さまざまな取組み実施や助成制度を活用していたが、どの取組みが宿泊者獲得に貢献したのか、どの制度が役立ったのかについては評価されていない。また施設経営者の感覚としてすぐに効果を実感できた取組みとそうでない取組みがあるという意見も聞かれた。

一方で町や観光協会が中心に行った復興キャラバンなどの取組みは宿泊者獲得には繋がらなかったものの地域の危機感の共有や一体感を生む効果があったという話が挙げたことから宿泊者獲得以外の効果があった取組みも存在すると考えられる。

以上のヒアリング結果から、様々な取組みが宿泊施設の回復にどのような効果を与えているのか未解明な状況であることを踏まえ、宿泊施設の被害実態や取組み効果について宿泊者数やそれ以外の事項も含めて、定量的に評価する必要がある。

(3) 仮説設定

ヒアリング調査を受け以下の仮説を設定した。これらの仮説以外にも宿泊施設の被害実態を定量的に把握する。

- | |
|---|
| <ol style="list-style-type: none"> 震災直後期の制度は効果があった 宿泊者獲得に効果的な取組みがあった <ol style="list-style-type: none"> すぐに効果がみられる取組みがあった 時間が経ってから効果がみられる取組みがあった 宿泊者獲得以外の効果がみられた取組みがあった <ol style="list-style-type: none"> 観光事業者間の繋がりを生む取組みがあった アニメ目的の訪問者は特徴的である |
|---|

4. 東日本大震災の被害実態と復興のための取組みに関するアンケート調査

第3章で設定した仮説を定量的分析から検証するため今回は宿泊業の需要者側である宿泊者と供給者側である宿泊施設の両者に対してアンケート調査を実施した。

(1) アンケート調査概要

大洗町にある宿泊施設の協力のもと実施した2種類のアンケート概要を表5に示す。宿泊施設アンケートは、対象とした大洗にある48軒のうち40票を回収し、全体の8割以上をカバーしている。宿泊者アンケートは最も観光客の多い夏季の8月に実施し、約1000票を回収した。

(2) 回答者の属性

a) 宿泊施設アンケート

宿泊施設アンケート回答施設の属性に関する単純集計結果を表6、7に示す。そして、これ以降の分析ではこの宿泊施設の種類と客室数の規模を考慮し、民宿（およびペンション）、旅館（小規模：客室20室未満）、旅館（大規模：客室20室以上）という3つに分類している。

b) 宿泊者アンケート

続いて、宿泊者アンケートの回答者の属性に関する単純集計の結果を表8に示す。全体を通して埼玉、東京からの宿泊者が多く、関東圏からの訪問が多くを占めている。宿泊施設種別で見ると多少分布に違いがみられる。

また回答者の大洗町訪問目的別にみた年代の結果を図5に示す。海を目的の来訪が最も多く、30代、40代の割合が大きい。次に保養目的が多く、50代以上の割合が大きい。観光施設、食事と続きこれらは特に年代に偏りはない。イベント・行事と並んでアニメ「ガールズ&パンツァー」を目的とした人が1割以上存在し、年代は10代、20

代となっている。

表4 大洗町の宿泊施設における震災後の実態

施設種類	0ホテル	旅館S	民宿T
客室数	103室	8室	6室
被害状況	浸水による建物被害、設備被害	ライフラインの被害、設備被害	ライフラインの被害のみ
宿泊者数の変化(対2009年比)			
震災後に取組んだ取組み	<ul style="list-style-type: none"> 宿泊プラン変更 復旧作業員のプラン 観光キャラバン参加 無料バス事業、プレミアム付き宿泊券等 	<ul style="list-style-type: none"> 旅行サイト等の登録 IP上で食の安全のPR 復興キャラバン参加 ガールズ&パンツァー等 	<ul style="list-style-type: none"> 宿泊特選プラン 復興キャラバン参加 ガールズ&パンツァー等
活用制度	<ul style="list-style-type: none"> 復旧整備補助事業 特区制度 	<ul style="list-style-type: none"> 復旧整備補助事業 東電による補償 	<ul style="list-style-type: none"> 復旧整備補助事業 東電による補償

表5 2種類のアンケート調査の概要

調査名	宿泊施設アンケート	宿泊者アンケート
調査対象	大洗にある宿泊施設(観光協会・民宿組合・旅館組合のいずれかに所属)	大洗に宿泊した客(25軒の宿泊施設にて実施)
配布・回収方法	直接配布・個別回収(旅館組合は組合長より配布・回収)	各宿泊施設に配布・回収を依頼
調査実施期間	2014年9月8日～10月3日	2014年8月1日～8月31日
配布票数	43票(6)	1,694票
回収票数(回収率)	40票(93.0%)	1,053票(62.2%)
アンケート内容	<ul style="list-style-type: none"> 宿泊施設・回答者のプロフィール 震災の被害 震災後の宿泊者数の変化 震災後の宿泊施設の取組み等 	<ul style="list-style-type: none"> 宿泊者のプロフィール 大洗訪問目的 放射能への不安 旅行満足度、紹介意向等

表6 回答宿泊施設の種類(N=40, S.A.)

宿泊施設の種類	リゾートホテル	ビジネスホテル	旅館	年間民宿
施設数	2	0	13	22
宿泊施設の種類	夏季民宿	ペンション	公共の宿泊施設	その他(年間民宿兼ペンション)
施設数	0	0	2	1

表7 回答宿泊施設の客室数(N=40, S.A.)

客室数	1～5室	6～10室	11～20室	21～29室	50室以上
施設数	8	20	6	4	2

表8 回答者の居住地の単純集計(N=1053, S.A.)

回答者居住地	宿泊施設種別		
	旅館(大規模)	旅館(小規模)	民宿(およびペンション)
茨城	9.3%	12.6%	7.4%
栃木	8.4%	10.1%	7.2%
埼玉	25.8%	15.4%	22.5%
群馬	11.2%	5.9%	11.2%
千葉	13.3%	11.2%	5.4%
東京	15.5%	22.0%	5.4%
神奈川	6.5%	7.7%	20.9%
関東以外	8.4%	13.3%	7.6%
無回答	3.1%	1.7%	15.5%
計(人)	322	286	445

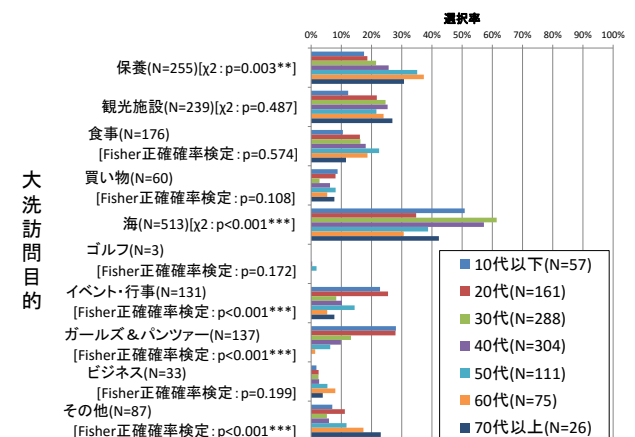


図5 回答者の大洗町訪問目的(M.A.)と年代のクロス集計(N=1,022)

5. 東日本大震災による宿泊施設の被害実態

(1) 物的被害

宿泊施設アンケートの震災直後の被害実態に関する結果の内、図6は震災による物的被害の状況をみたものである。この図からライフライン被害、設備被害、建物被害が半数以上の施設であったことが分かる。また被害はなかった施設が3軒ということからほとんどの宿泊施設が何かしらの物的被害を被っていたことが明らかとなった。

図7は物的被害額についてみたものである。「なし」が4軒ということから、こちらもほとんどの宿泊施設で被害額が発生していたことが分かる。被害額の大きさを見ると、「数十万円」、「数百万円」の被害額が最も多く、「1,000万円以上」の損害が出た施設も4軒あり、金銭面の震災被害も発生していたことが窺える結果となった。

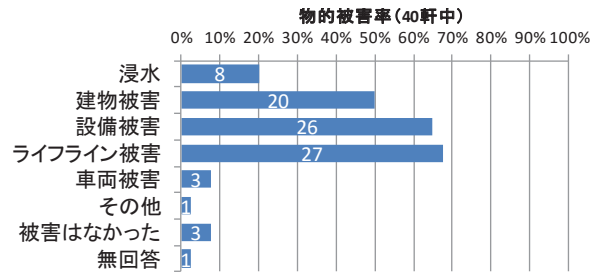


図6 震災による物的被害の状況 (N=40, M. A.)

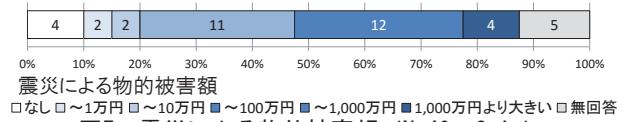


図7 震災による物的被害額 (N=40, S. A.)

(2) 震災直後の影響

次は、震災直後の宿泊施設が受けた震災による影響に関して明らかにしていく。

a) 宿泊予約のキャンセル

震災直後期には、物的被害だけでなく「宿泊予約のキャンセル」という影響がみられた(図8)。3~4月、5~6月ともに「ほぼすべて」キャンセルの割合が最も大きく、客が来なかった施設が大半であったことがわかる。また3~4月に比べて5~6月はキャンセルの構成が改善されているが、依然としてキャンセルが多かったことが見受けられる。このように、宿泊予約のキャンセルは大洗の宿泊施設全体で発生していた現象であるといえる。

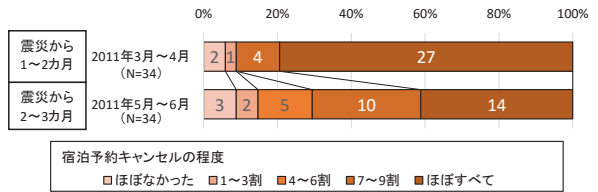


図8 宿泊予約客のキャンセルの程度 (S. A.)

b) 復旧作業員の利用

震災直後期には前項で示した「宿泊予約のキャンセル」という宿泊施設にとってマイナスな出来事が起こった一方で、「復旧作業員による利用」があり、臨時の需要すなわち宿泊施設によってプラスの出来事も同時に発生していたことが明らかとなった(図9)。大洗町の場合は比較的早く復旧がなされたため震災直後に復旧作業員による利用がみられた。

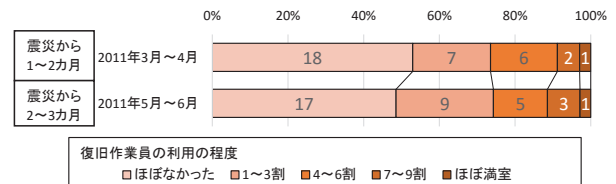


図9 復旧作業員の利用の程度 (S. A.)

(3) 震災後の宿泊者数の推移

続いて震災後宿泊者の減少があったのかどうかについて着目する。アンケートの設問中で震災前後の宿泊者数の割合の変化について、「震災前年の2010年の宿泊者数を100%の水準として、震災年の2011年、2012年、2013年、2014年は何%程度」(宿泊者数比)であったかを尋ねた。

図10は震災後の宿泊者数比の変化を各年毎に値の低い施設から昇順に並べてみたものである。この図から震災年の2011年は前年の2010年の水準(100%)を超えた施設は1軒もなく、震災の影響による宿は者数の減少が窺える。2012年から年々宿泊者数の回復が見られるが、震災前の水準(100%)に戻っているところは少ない。その一方で、回復の大きい施設もあることからその施設の実施した取り組みや特徴を解明することで、宿泊者回復の要因が判明し、復興に向けた知見が得られると考えられる。

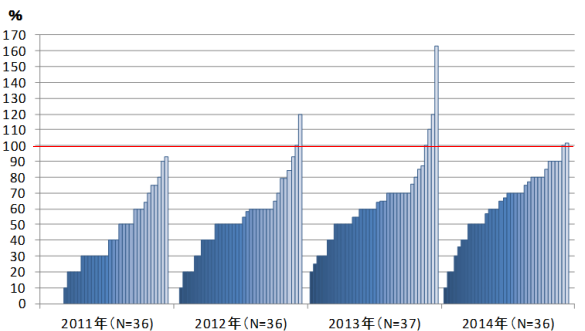


図10 震災後の宿泊者数の割合 (S. A.)

表9 施設側が宿泊者の減少に影響があったと思う事項 (N=40, M. A.)

選択肢	軒数
不景気	7
北関東自動車道の全通	12
旅行離れによる観光客の減少	3
海離れによる海水浴客の減少	12
少子化による子供客の減少	4
大洗町の観光業の衰退	1
大洗町の宿泊施設の減少	3
震災による被災地のイメージ	19
放射能関連の風評被害による海目的の観光客の減少	30
放射能関連の風評被害による食事目的の観光客の減少	22
放射能関連の風評被害による家族連れ(子供客)の減少	31
その他	1
特になし	1
わからない	1
無回答	3

次に、宿泊者アンケートの結果より宿泊者視点から現在の風評被害の実態を見る。ただしこれは震災から3年が経過した現在の夏季の宿泊者(実際に大洗へ来ている客)

へのアンケート結果であることに注意する必要がある。

表10は「大洗訪問前の放射能への不安の有無」に関する設問の結果をみたものである。全体の半数以上が放射能への不安が「全くなかった」という結果になった。

「以前はあったが訪れる前にはなくなっていた」の回答割合が2割程度、「あった」の回答割合は約1割であった。

不安が「あった」回答者に対して何に不安があるか尋ねた結果をみると、「海」、「食事」が多い結果になった(表11)。また「なんとなく」と回答している人も多いためから明確な理由はないが雰囲気で大洗に対して放射能の不安感を抱いている人がいると推察できる。

したがって、実際に宿泊に来ている多くの客は放射能に不安がないから訪問していると考えられる⁽⁷⁾。その一方で不安はありつつも大洗を訪問する客の存在から今後は特に「海」、「食事」の不安を取り除くための取組みを行うことが重要であるといえる。

6. 東日本大震災後の観光業復興のための取組みに関する分析

(1) 震災直後期における復旧に役立った制度

震災直後期に活用された制度の役割や評価としてここでは、仮説で設定した「1. 震災直後期の制度は効果があった」について検証する。主に大洗町の宿泊施設が活用した制度は「復旧整備補助事業」、「茨城県による特区制度」、「東京電力による補償⁽⁸⁾」の3つある。

図11は、これらの制度が宿泊施設にとって役立ったのかについての回答結果をみたものである。この図からどの制度も「役に立った」の割合が大きいことから復旧に向けた制度はうまく機能したことが分かる。特に「東電による補償」が高評価されていたが、これは売上を補償する制度のため宿泊者を取り戻せていない間しか恩恵が受けられない。そのため営業へのモチベーションや復興に繋がっていかないという問題を抱えている。アンケート

トの自由記述にも、「東電の補償がなくなると立ち行かなくなる」という施設も存在し、いかに復旧から復興へ向かうための制度を整えていくかが今後の課題である。

(2) 観光業復興のために行われた取組み

次にヒアリング調査で得られた震災後に行われた観光業復興のためのさまざまな取組みの中から、宿泊施設に関わるものを抽出し、宿泊施設アンケートの中で宿泊施設が各取組みに参加、あるいは実施したかについて震災年(2011年)から2014年の年ごとで尋ねた。取組みに関する説明は表12に示している。

この表から取組みの実施時期や取組みの目的がそれぞれ異なることが確認できる。また宿泊施設を取組み実施に関する回答結果が表13である。ここから宿泊施設がさまざまな主体が企画する取組みに参加あるいは宿泊施設独自で実施していたことや実施施設数が取組みによって異なることが確認できる。

表10 大洗訪問前の放射能への不安の有無 (N=1053, S.A.)

訪問前の放射能への不安の程度	人数(%)
全くなかった	696(66.1%)
以前はあったが訪れる前にはなくなっていた	214(20.3%)
あった	107(10.2%)
無回答	36(3.4%)
合計	1053(100%)

表11 放射能の不安要素 (N=107, M.A.)

放射能の不安要素	海	食事	お土産	その他	なんとなく	無回答
人数	68	48	9	8	25	5

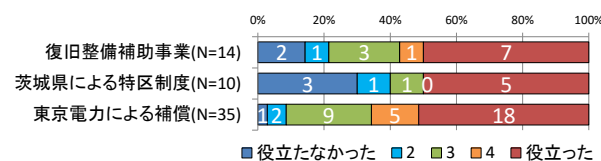


図11 各種制度の効果の程度 (S.A.)

表12-1 宿泊施設アンケートで設問に含めた取組みの概要

取組み	説明
1. 無料バス事業	茨城県が2011, 2012年度に行った事業。茨城県を周遊するプランを旅行代理店などが企画した場合に茨城県が無料バスを提供するというもの。そのプランの中に大洗の宿泊施設も含む。
2. プレミアム付き宿泊券	茨城県が2013, 2014年度に行った事業。茨城県の周遊マップとセットとなった宿泊券が2,500円で販売。これが1枚で5千円分の宿泊券となり、1枚につき2,500円安く宿泊できる。県が2,000円、宿泊施設が500円それぞれ負担。協賛の観光施設や商店の割引券もついていることから利用者の周遊を見込んでいる。
3. おもてなしレベルアップ事業	茨城県が2013, 2014年度に行った事業。宿泊施設の顧客に対するサービスを向上させることが目的。宿泊施設に対して募集を行い、その後県が抜き打ちの調査し、おもてなしのチェック項目の結果を宿泊業者側に到達するという取組み。調査までは無料で先行フォローアップ研修というものを受けるにはお金が掛かる仕組み。
4. 復興キャラバン・復興イベント・復興キャンペーン	茨城県や茨城県観光物産協会が主催するものに大洗が参加する場合と大洗町や大洗観光協会が中心となり、独自に行う場合があるがいずれにせよ、大洗町や大洗観光協会を中心に大洗の観光主体が参加して、大洗の観光PRを行う事業。震災以前からキャラバン・イベント・キャンペーンは行われていたが、震災後に復興と名のついたものが多く行われた。
5. 震災前からもともと行っていた町の行事やイベント	大洗町や大洗観光協会が中心となり、「あんこう祭」や「地曳網イベント」などさまざまな行事イベントを行っている。その中に宿泊施設の経営者や従業員が参加するものもあるという。一つ一つの行事やイベントを認識して回答してもらうことは難しいと考え、それらを今回は震災前からもともと行っていた町の行事やイベントとしてまとめて扱うこととした。4. との対比的な意味合いも含む。
6. るるぶ大洗特別版の設置・配布	「大洗復興支援にかかる包括的提携協定」に基づき、大洗町、大洗観光協会、JTB関東、筑波銀行により2012年に作成された観光雑誌「るるぶ特別編集大洗」を宿泊施設に設置・配布したかについて尋ねている。
7. 日本旅行大洗ツアー	大洗町が2013年の夏から2014年末まで行った事業。国の緊急雇用事業を活用して、大洗町の旅行プランを日本旅行に依頼したもの。大洗町の宿泊施設もこのプランに含まれる。
8. 大洗町トラベラーズクーポン券	大洗町が7. の事業に合わせ2012年の途中から大洗町の費用でその旅行プランを活用した宿泊客一人に2000円分の大洗トラベラーズクーポン券(大洗町の飲食店や商店、ガソリンスタンドなどで使用可、宿泊施設では使用不可)を提供。
9. 宿泊特選プラン(大洗の四季・常陸鍋シリーズ)	大洗観光協会が中心となり大洗の宿泊施設で2011年から現在も行われている事業。これまでグルメシリーズを行っていたが、震災後に新たに開発された大洗の四季で異なる常陸鍋が食事として含まれた宿泊プラン。価格はホテル・旅館と民宿でそれぞれで統一。
10. 周辺宿泊施設との割引プラン	ヒアリングの中では、あまり聞かれなかったが、宿泊施設同士が割引プランを設けている場合があると考えたため設問に含めた。
11. 周辺観光施設との割引プラン	ヒアリングをした宿泊施設の中で、大洗にある「アクアワールド茨城県大洗水族館」等の観光施設との割引プランを設けている宿泊施設があることから設問に含めた。
12. ガルバンのキャラクターのパネルの設置	大洗商工会が中心となって、アニメ「ガールズ&パンツァー」に出てくるキャラクターのパネルを商店街の店舗や観光施設、宿泊施設に設置する取組みが2013年から行われている。
13. ガルバンプラン	アニメ「ガールズ&パンツァー」が放送開始した2012年以降、大洗民宿組合でガルバンのおまけ(タオルやバッチ等)を用意して、宿泊プランを設けている。また民宿以外でも各宿泊施設でガルバンプランを設けている場合もある。

表12-2 宿泊施設アンケートで設問に含めた取組みの概要（続き）

取組み	説明
14. ガルパンの宿泊施設独自のおまけ	アニメ「ガールズ&パンサー」のおまけ(リュックサック等)を宿泊施設独自で用意している施設もあるという話から設問に含めた。
15. ガルパン関連の宿泊施設独自のイベント	アニメ「ガールズ&パンサー」のファンのために宿泊施設が独自のイベント(キャラクターの誕生日イベント等)を催している施設もあるという話から設問に含めた。
16. 宿泊施設独自の新規イベント	ヒアリングの中で、宿泊者が震災後大きく減少したことを受け、宿泊施設でのイベントなどを開催した施設もあったという話から設問に含めた。
17. 宿泊プランの変更・新規作成	ヒアリングの中で、宿泊客が震災後大きく減少したことを受け、もともとあった宿泊プランの内容を変更や新規宿泊プランの作成を行った宿泊施設があったことから設問に含めた。
18. 宿泊施設ホームページ開設	現在の観光消費者は旅行計画をインターネットで立てるケースが多いため、震災後に宿泊施設のホームページを開設したかについての設問を含めた。
19. 宿泊施設ホームページなどで食材の安全性をアピール	震災後客から食材の安全性に関する問い合わせ等も多く、宿泊施設のホームページ等を通して、食材の安全性をアピールしたという宿泊施設があったという話から設問に含めた。
20. 旅行サイト等への登録	ヒアリングの中で、震災後宿泊者の減少を受けて販路拡大のための取組みとして旅行サイトへの登録や旅行サイトの管理を行う会社への登録などを新たに行った宿泊施設もあったことから設問に含めた。
21. 観光雑誌への掲載	20. と同様に震災後の販路拡大のための取組みの1つとしてヒアリングの中で挙がったもの。

表13 震災後の宿泊施設が行った取組み (N=38, M.A.)

取組み主体	取組み	2011年	2012年	2013年	2014年
県	1. 無料バス事業	1	1		
	2. プレミアム付き宿泊券			20	18
	3. おもてなしレベルアップ事業			8	6
町、観光協会	4. 復興キャラバン・復興イベント・復興キャンペーン	15	15	15	13
	5. 震災前からもともと行っていた町の行事やイベント	16	20	21	19
	6. るるぶ大洗特別版の設置・配布		11	14	11
町	7. 日本旅行大洗ツアー		17		
	8. 大洗町トラベラーズクーポン券		17		
観光協会	9. 宿泊特選プラン(大洗の四季・常陸鍋シリーズ)	17	22	23	22
宿泊施設同士	10. 周辺宿泊施設との割引プラン	1	2	4	3
宿泊施設と観光施設	11. 周辺観光施設との割引プラン	3	3	4	3
商工会	12. ガルパンのキャラクターのパネルの設置			13	13
民宿組合、各宿泊施設	13. ガルパンプラン		10	20	20
各宿泊施設	14. ガルパンの宿泊施設独自のおまけ		9	18	16
	15. ガルパン関連の宿泊施設独自のイベント		4	8	10
	16. 宿泊施設独自の新規イベント	4	4	4	4
	17. 宿泊プランの変更・新規作成	11	14	18	16
	18. 宿泊施設ホームページ開設	8	12	14	15
	19. 宿泊施設ホームページなどで食材の安全性をアピール	4	8	5	3
	20. 旅行サイト等への登録	9	12	15	14
	21. 観光雑誌への掲載	11	11	11	11

(単位：軒、過半数が行っている取組みに関して数字を赤字、全体の1/4以下のものは青字で表示)

(3) 宿泊者獲得に貢献した取組み

続いて、仮説の「2. 宿泊者獲得に効果的な取組みがあった」について検証するため、前述した震災後に宿泊施設が行った取組み(表13)と宿泊者数(図10)の関係から宿泊者獲得に貢献した取組みの関係を明らかにする。そこで、宿泊施設の取組みの有無と各年の宿泊者数の「①変化率(対2010年比)」、「②前年からの増加率(前年の変化率との差)」、「③震災年に対する回復率(震災年の変化率との差)」との関係を検証していく(図12)。

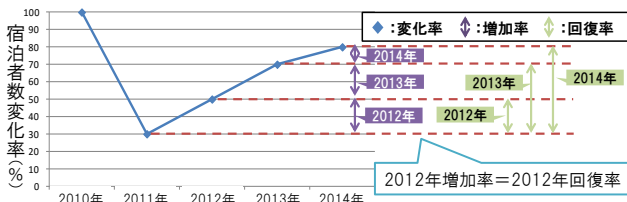


図12 分析用語のイメージ

a) 短期的な取組み効果

まず「2-1. すぐに効果がみられる取組みがあった」という仮説を検証するため、各年に行った取組みがその年の宿泊者の増加に影響を与えているのか分析する。取組みの実施の有無で分けた2つの宿泊施設群で、各年の宿泊者数「増加率」の平均値の差の検定を行った。その結果

の一覧が表14である。表中の「t検定のp値」は平均値の差の検定を行った有意確率(両側)の値を示し、「方向」は取組み「あり」と「なし」の場合の宿泊施設の宿泊者数変化率と平均値との差の値が大きい場合を+、小さい場合を-で示している(以降示す平均値の差の検定結果の表も同様の形式)。「t検定のp値」については有意水準ごとに印をつけ、太字で表現している。

この分析結果をまとめたものが図13である。2011年に行った取組みで有意な結果になったものはなかった。2012年から2013年については、「ガルパンおまけ」といった宿泊施設独自のアニメ関連の商品を提供する取組みや「ガルパンプラン」といったアニメ関連の宿泊プランなど「アニメに関連した取組み」で有意な結果が目立っている。これは2012年の秋から13年の春にかけてアニメが放送されたことからその影響が大きいと考えられる。

2013年には「復興キャラバン」、「宿泊特選プラン」といった復興のために行った町や観光協会の取組みで有意な結果が得られている。2013年から2014年にかけては、「旅行サイトへの登録」や「宿泊プラン変更」等といった各宿泊施設の取組みが効果的という結果が得られた。

したがって、短期的な宿泊者獲得効果がみられる取組みの存在が確認でき、またそれらは、時間の経過とともに変化していることが明らかとなった。具体的には、復興のための取組みやアニメのブームによる恩恵から一般的な観光対策に移行しているといえる。

表14 震災後宿泊施設が行った各年の取組みと各年の宿泊者数増加率との平均値の差の検定結果一覧

取組み主体	取組み	2011年(N=34)		2012年(N=35)		2013年(N=36)		2014年(N=36)	
		t検定 p値	方向	t検定 p値	方向	t検定 p値	方向	t検定 p値	方向
県	無料バス事業	0.351	+	0.934	-				
	プレミアム付き 宿泊券					0.969	-	0.234	+
	おもてなし レベルアップ					0.883	+	0.400	+
町、観光協会	復興キャラバン	0.101	+	0.997	+	0.042*	+	0.481	+
	町の行事への参加	0.438	+	0.513	+	0.006**	+	0.760	+
	るるぶ大洗版			0.891	-	0.682	+	0.167	+
町	日本旅行大洗 ツアー			0.824	+				
	トラベラーズ クーポン券			0.564	-				
観光協会	宿泊特選プラン	0.401	+	0.318	+	0.064*	+	0.790	+
宿泊施設同士	宿泊施設との割引	0.141	-	0.537	+	0.969	-	0.514	+
宿泊施設と観光施設	観光施設との割引	0.879	+	0.763	-	0.741	-	0.345	+
商工会	ガルバンパネル					0.141	+	0.418	-
民宿組合、 各宿泊施設	ガルバンプラン			0.196	+	0.032*	+	0.516	-
各宿泊施設	ガルバンおまけ			0.032*	+	0.183	+	0.328	-
	ガルバンイベント			0.926	+	0.222	+	0.623	-
	宿泊施設イベント	0.628	+	0.840	-	0.726	-	0.185	+
	宿泊プラン変更	0.862	-	0.499	-	0.201	+	0.022*	+
	HP開設	0.678	+	0.870	-	0.526	+	0.001**	+
	HPで安全性PR	0.375	+	0.730	+	0.807	+	0.495	+
	旅行サイト登録	0.839	-	0.878	-	0.088*	+	0.020*	+
	観光雑誌への掲載	0.613	+	0.366	-	0.071*	+	0.896	-

(有意水準…10%:(*), 5%:*, 1%:**, 0.1%:***)

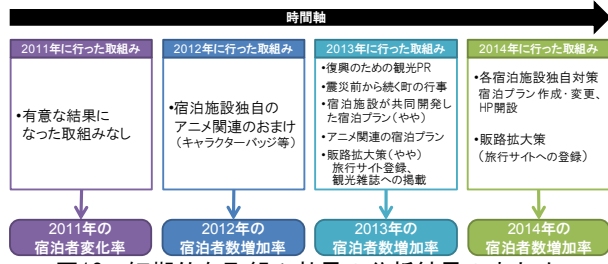


図13 短期的な取組み効果の分析結果のまとめ

b) 中長期的な取組み効果

次に「2-2. 時間が経ってから効果がみられる取組みがあった」という仮説を検証するため、各年に行った取組みがその翌年以降の宿泊者回復に影響を与えたかを分析する。先程と同様に平均値の差の検定を行った。2011年に行った取組みの効果的分析した結果を表15に示す。

表15 2011年に宿泊施設が行った取組みと各年の宿泊者数回復率との平均値の差の検定結果一覧

取組み主体	取組み	2011年(N=35)		2012年(N=35)		2013年(N=34)		2014年(N=34)	
		t検定 p値	方向	t検定 p値	方向	t検定 p値	方向	t検定 p値	方向
県	無料バス事業	0.994	-	0.795	-	0.912	-		
町、観光協会	復興キャラバン	0.943	-	0.255	+	0.995	-		
	町の行事への参加	0.440	+	0.022*	+	0.419	+		
観光協会	宿泊特選プラン	0.992	+	0.172	+	0.281	+		
宿泊施設同士	宿泊施設との割引	0.863	+	0.972	+	0.594	+		
宿泊施設と観光施設	観光施設との割引	0.763	-	0.548	-	0.992	+		
各宿泊施設	宿泊施設イベント	0.443	+	0.488	+	0.203	+		
	宿泊プラン変更	0.523	+	0.839	+	0.214	+		
	HP開設	0.425	-	0.772	-	0.646	+		
	HPで安全性PR	0.510	+	0.054*	+	0.169	+		
	旅行サイト登録	0.380	-	0.655	+	0.478	+		
観光雑誌への掲載	0.366	-	0.250	+	0.250	+			

(有意水準…10%:(*), 5%:*, 1%:**, 0.1%:***)

同様に2012年の結果を表16、2013年の結果を表17にそれぞれ示す。

表16 2012年に宿泊施設が行った取組みと各年の宿泊者数回復率との平均値の差の検定結果一覧

取組み主体	2012年取組み	2013年(N=35)		2014年(N=34)	
		t検定 p値	方向	t検定 p値	方向
県	無料バス事業	0.795	-	0.912	-
町、観光協会	復興キャラバン	0.154	+	0.752	+
	町の行事への参加	0.017*	+	0.172	+
	るるぶ大洗版	0.972	-	0.506	+
町	日本旅行大洗ツアー	0.324	+	0.965	-
	トラベラーズ クーポン券	0.823	+	0.856	+
観光協会	宿泊特選プラン	0.066*	+	0.204	+
宿泊施設同士	宿泊施設との割引	0.775	+	0.566	+
宿泊施設と観光施設	観光施設との割引	0.548	-	0.992	+
民宿組合、 各宿泊施設	ガルバンプラン	0.032*	+	0.652	+
各宿泊施設	ガルバンおまけ	0.038*	+	0.716	+
	ガルバンイベント	0.305	+	0.795	+
	宿泊施設イベント	0.740	+	0.362	+
	宿泊プラン変更	0.734	+	0.645	+
	HP開設	0.851	+	0.230	+
	HPで安全性PR	0.164	+	0.856	+
	旅行サイト登録	0.188	+	0.080*	+
	観光雑誌への掲載	0.250	+	0.250	+

(有意水準…10%:(*), 5%:*, 1%:**, 0.1%:***)

表17 2013年に宿泊施設が行った取組みと各年の宿泊者数回復率との平均値の差の検定結果一覧

取組み主体	2013年取組み	2014年(N=34)	
		t検定 p値	方向
県	プレミアム付き宿泊券	0.330	+
町、観光協会	おもてなし レベルアップ	0.789	+
	復興キャラバン	0.752	+
	町の行事への参加	0.210	+
観光協会	るるぶ大洗版	0.446	+
観光協会	宿泊特選プラン	0.114	+
宿泊施設同士	宿泊施設との割引	0.338	+
宿泊施設と観光施設	観光施設との割引	0.688	+
商工会	ガルバンパネル	0.257	+
民宿組合、 各宿泊施設	ガルバンプラン	0.351	+
各宿泊施設	ガルバンおまけ	0.353	+
	ガルバンイベント	0.529	-
	宿泊施設イベント	0.355	-
	宿泊プラン変更	0.040*	+
	HP開設	0.115	+
	HPで安全性PR	0.945	+
旅行サイト登録	0.112	+	
観光雑誌への掲載	0.658	+	

(有意水準…10%:(*), 5%:*, 1%:**, 0.1%:***)

全体の分析結果をまとめたものが、図14である。2011年の「町の行事への参加」等が2年後の2013年で、2012年の「ガルバンプラン」等がアニメ関連の取組みが翌年2013年で「旅行サイト登録」が2年後の2014年でやや有意(10%水準)、2013年の「宿泊プラン変更」が翌年2014年で有意な結果にそれぞれなっている。このことから、

取組みの短期的だけではなく、中長期的な効果があることが確認できた。また、震災前から続く行事やアニメ関連の取組みの一部、販路拡大策などでは短期的効果が継続して翌年以降でも効果があるものが発見できた一方で、短期的な効果はなくても、実施した翌年以降で効果がある取組みも確認できる。各宿泊施設の風評被害対策(やや)HP等での食材の安全性のアピール

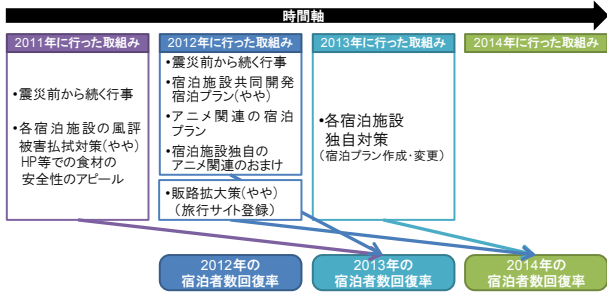


図14 中長期的な取組み効果の分析結果のまとめ

(4) 震災後の宿泊施設のリニューアル

ここまではソフトな取組みに注目していたが、続いて震災後の施設リニューアルに注目する。震災後にリニューアルしたことが必ずしも震災の影響であるとはいえないが、宿泊者数に影響を与える一つの要因として「宿泊施設のリニューアル」があると考えられる。

表18は宿泊施設アンケートの震災後の施設リニューアルの有無に関する結果をみたものである。震災後、施設のどこかを「リニューアルした」との回答が20軒あり、うち4軒は複数項目を選択した。一方で「リニューアルしていない」施設も半数近くある。

表18 震災後の施設リニューアルの状況 (N=40, M. A.)

選択肢	軒数
建物全体をリニューアルした	7
客室をリニューアルした	8
宿泊施設内の設備をリニューアルした	9
その他	1
リニューアルしていない	19
無回答	1

(5) 取組み同士の関係を考慮した宿泊者回復の要因分析

本章第3節の分析は、宿泊者数の変化についてある一つの取組みとの単相関をみているため、複数の取組みが同時に行われている関係性での宿泊者数への影響が考慮されていない。そこで多変量解析を行うことで、宿泊者数の変化に対して、複数の要因(取組み)がどのように影響を与えているのかを明らかにする。分析に当たってはサンプル数が少ないため、説明変数を多くできない点に留意した。

そのため説明変数を再構築し「町・観光協会主体の取組み」、「宿泊施設独自の取組み」、「県・観光施設・宿泊施設連携した取組み」、「アニメ関連の取組み」という4つに大きく分類し、前節で触れたハード面の「リニューアル」という取組みを加えた5つを説明変数とした。目的変数に宿泊者数(回復率)の数量データ、説明変数には各分類の取組みの有無や程度のカテゴリーデータを用いて数量化I類を行った。そして2013年回復率と2014年回復率を説明するモデルを得た(図15, 16)。

2013年モデルでは「町・観光協会が主体の取組み」と「アニメ関連の取組み」の変数が採用され、「アニメ関連の取組み」を多く実施しているほど回復に大きく効いている。2014年モデルでは「リニューアル」、「町・観

光協会が主体の取組み」、「宿泊施設独自で行った取組み」の変数が採用され、特に「リニューアル」を行うことと、「宿泊施設独自の取組み」を多く実施するほど回復に大きく効いている。したがって、町・観光協会が主体の取組みに参加し、アニメブームへの対応や宿泊施設独自の(ハード, ソフト)対策を行ったことが回復に寄与していることが明らかとなった。またこの分析結果からも時間経過によって取組み効果の変化が確認できた。

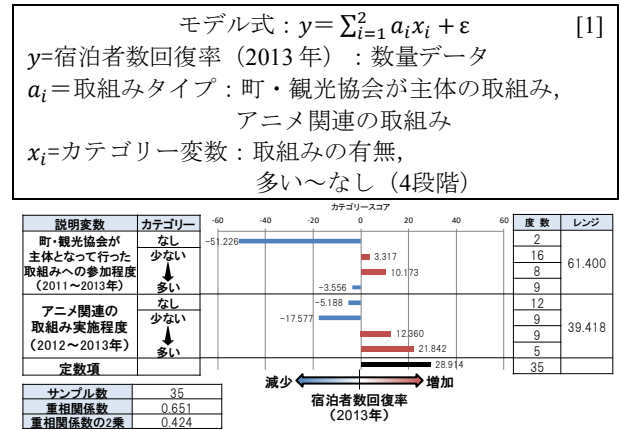


図15 数量化I類のモデル (2013年回復率) 結果

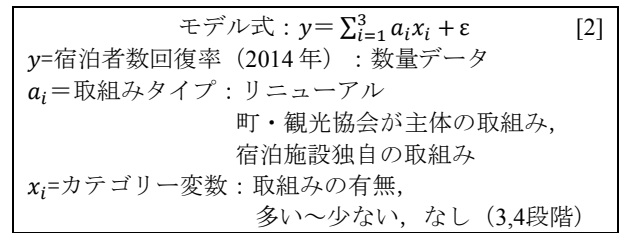


図16 数量化I類のモデル (2014年回復率) 結果

(6) 宿泊者獲得以外の取組みの効果

宿泊者獲得効果に注目してきたが、仮説の「3. 宿泊者獲得以外の効果がみられた取組みがあった」を検証する。

a) 観光事業者間の繋がりを生む可能性を秘めた取組み
 まず仮説「3-1. 観光事業者間の繋がりを生む取組みがあった」を検証するため、宿泊施設アンケートの「復興キャラバン (2014年)」、「町の行事 (2014年)」への参加の有無と「震災後に観光事業者間の繋がりや一体感を実感した程度」のクロス集計を行った(図17, 18)。

どちらの取組みも参加している施設ほど繋がりや一体感を実感している傾向がみられるが、グラフの構成比の差の検定結果についてはどちらも10%有意水準である。したがって、町や観光協会が主体となって行うこれらの取組みに参加することは観光事業者間同士の繋がりを生む可能性のある。また他にもキャラバンへ参加するほどアンケート回答者(施設経営者)の取組みや経営方針の相談できる人の数が増える傾向やそもそもの実施取組み数が増える傾向がみられたことから観光事業者の情報交換の場を提供している取組みであると考えられる。

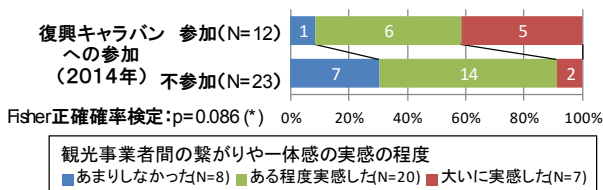


図17 復興キャラバンへの参加の有無と一体感の実感の程度とのクロス集計

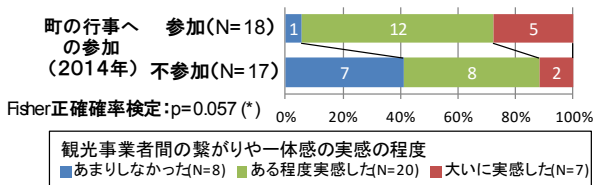


図18 町の行事への参加の有無と一体感の実感の程度とのクロス集計

b) アニメの舞台となったことによる効果

アニメ関連の取組みによる宿泊者獲得効果も既に示されているが、宿泊者を単に獲得できているだけでなく、客の質についても特徴があると考えられる。そこで次に「3-2. アニメ目的の訪問者は特徴的である」という仮説を検証する。宿泊者アンケート内の「大洗訪問目的」に関する設問で「アニメ目的」の選択の有無と「震災前の大洗訪問経験の有無」、「震災後の大洗訪問回数」それぞれとクロス集計を行った。その結果が図19, 20である。ともに0.1%水準で χ^2 乗検定でも有意差がみられた。

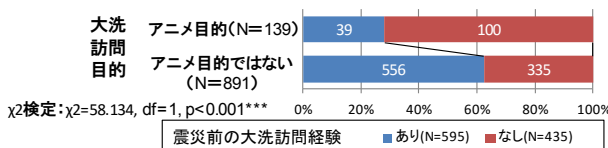


図19 アニメ目的の有無と震災前大洗訪問の有無とのクロス集計

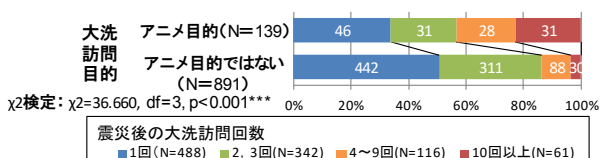


図20 アニメ目的の有無と震災後大洗訪問回数とのクロス集計

アニメ目的の人ほど、震災後はじめて大洗を訪れていて、震災後の訪問回数が多いという特徴が読み取れる。つまり、アニメの舞台となったことで新規顧客を獲得し、リピーターも多いという効果があるといえる。以上のことから2013年にアニメ関連の取組み効果はピークとなり、2014年はそのブームが去ったように思われるが、アニメの舞台になったことでこれまでとは違った客層を捉えられていることから、一過性のブームとしないことが重要である。

7. 結論および観光業復興のための提言

(1) 本研究の結論

本研究ではヒアリング調査およびアンケート調査から、大洗町の観光業の震災被害実態および復興の要因について宿泊業を軸に定量的に明らかにすることができた。本研究で得られた主な分析結果や知見を下記に示す。

• 宿泊施設の被害程度の定量的な把握

東日本大震災後の観光業の復興状況に関する既往研究では定性的な調査に留まっていたが、本研究では宿泊施設の物的被害の程度、宿泊予約のキャンセルや復旧作業員による利用といった震災直後期の影響、宿泊者数の未回復の現状、風評被害の状況をアンケート調査から定量的に把握することができた。

• 震災直後期の復旧に役立った制度

仮説1の検証から震災直後期の制度はどれも復旧に効果があったことが示された。しかし、売上の補償に関する制度については営業へのモチベーションや復興に繋がらない可能性が示唆された。

• 宿泊者獲得に貢献した取組み

仮説2の検証（平均値の差の分析）から宿泊者獲得の短期的な効果と中長期的な効果がみられる取組みがあることが明らかとなった。また数量化I類の分析結果からも復興を目的に行われた町や観光協会が主体となって実施した取組みやアニメのブームによる恩恵から時間の経過とともに各宿泊施設の一般的な観光対策に移行していることが示された。さらにソフト面の取組み以外にも施設リニューアルというハード面の取組みも宿泊者回復に効果的であることが明らかとなった。

• 宿泊者獲得以外の取組み効果

仮説3の検証から宿泊者獲得という視点だけではなく、観光事業者間の繋がりを生むことに貢献する可能性がある取組みとして復興キャラバンや震災前から続く町の行事が評価できる。また大洗が舞台となったアニメの目的客の特徴を把握することができた。これまでとは違った客層が訪れていることが明らかとなった。

• 大洗町の観光業の復興の要因

宿泊施設の物的被害はあったが、復旧制度によって早期に復興へ向かう体制が整ったことが第一の要因と考えられる。そして復興を目的として行われてきた観光事業者による観光PRや各宿泊施設の販路拡大策といった取組みだけでなく、町でもともと行ってきた行事等も宿泊者回復に寄与していたことが明らかとなった。また、大洗町の特殊性として、震災後に大洗を舞台としたアニメがヒットしたことで、アニメを目的とした訪問者が新たな顧客として復興に一役買っていたという面も非常に大きな要因となっていた。今後はプラス要因を伸ばし、マイナス要因である放射能関連の風評被害の払拭のための取組みを行っていく必要がある。

(2) 観光業復興のための提言

最後に今後の大洗町観光業復興のために求められる取組みを提言する。表19に継続して行うべき・改善すべき取組みという視点と取組み実施主体別にまとめている。

今後も町や観光協会が中心となり行事や観光PR等を企画し、観光事業者がそれに参加する形を継続していくことが重要である。各宿泊施設が独自に実施した販路拡大策が震災から時間が経過して効果がみられていることから、継続すべきである。アニメ関連の取組みは、大洗にとって新たな客層獲得に繋がることから一過性のブームに留めないよう、アニメ目的客が何度訪れても満足できる仕掛けづくりや観光拠点の充実が今後も求められる。

復旧のための制度は高評価であったが、宿泊施設の自立や復興へ向けた取組みに改善が必要である。そこで、各施設の実施する施設のリニューアルや販路拡大策への支援制度を行政が充実させることで実質的な復興へ繋がると考えられる。また課題として残る風評被害払拭対策として観光事業者が「海」、「食事」に関する安全性の

アピールやサービスの質の向上を行い、その支援を行政が行っていくべきである。

表19 今後の大洗町観光業に対する提言のまとめ

項目	提言	実施すべき主体					提言内容
		国	県	町	観光協会	観光施設・飲食店	
継続するべき取組み	もともと行っていた町の行事や観光PRの継続			○	○		行事や観光PRイベント等を企画 企画された行事等への積極的参加
	各宿泊施設による販路拡大策の実施					○	独自にネットを活用した宿泊施設HPの充実や旅行サイト登録等を実施
	アニメ関連の取組み継続と新たな仕掛けづくりやアニメの観光拠点の充実			○	○		一過性のブームにしない ⇒ファンが何度訪れても楽しめる仕掛けづくりやアニメの観光拠点の充実
改善するべき取組み	復旧ではなく復興へ向けた助成制度への転向	○	○	○			被害に対する補償ではなく ⇒宿泊施設・観光施設・飲食店自立のため各施設が行う取組み(ハード・ソフト対策)への支援制度の充実
	風評被害払拭のための観光客へのサービス向上					○	観光客の満足度を高める ⇒観光地の価値向上+風評被害払拭 ⇒ソフト対策 サービス、食事の質、宿泊プランを改善 ・ハード面対策(施設リニューアル)

(3) 今後の課題

研究課題は以下の3点である。さらに調査対象を広げることで取組み効果を一般化することが可能となる。

- ① 大洗の観光施設を対象とした調査
- ② 大洗へ来た人と来ていない人双方を対象とした調査
- ③ 他地域も含めた調査による取組み効果の一般化

補注

- (1) 復旧・復興：本研究では、宿泊施設及び観光施設が営業再開できる段階に至ること、客数が震災以前の水準まで回復することを復旧とし、震災以前の水準よりも客数が増加すること、衰退した状態から関係者が地域全体の活気を取り戻していると実感している状態を復興と定義する。
- (2) 原子力風評被害としては、海産物や農作物の買い控え、海水浴客をはじめとした観光客の減少等が代表的である。
- (3) 夏季民宿：大洗町には夏季の間だけ営業を行う夏季民宿と一年を通して営業を行っている年間民宿がある。
- (4) 復旧整備補助事業：正式には中小企業等グループ施設復旧整備補助事業といい、第1次は大型の観光施設や宿泊施設、第2次は中小規模施設のグループ、第3次では民宿などの小規模の施設が対象となり、建物被害に関して4分の3の補助が出た。
- (5) 特区制度：東日本大震災からの復興に向けた税制上の特例措置として、「茨城産業再生特区計画」が茨城県政策審議室から出された。大洗町に関しては3地区が対象となり、4つの税制上の特例措置が設けられた。
- (6) 宿泊施設アンケートにおいて、旅館組合に所属する施設については旅館組合の組合長からの配布を実施した。組合の総会への欠席やその他の理由により5軒については配布が至らなかったため大洗にある48軒の宿泊施設のうち43軒の配布となっている。
- (7) この調査は、大洗町に実際に宿泊した客を対象にした“チョイススペース”の調査結果であり、一般的な傾向ではないことは十分に留意する必要がある。“チョイススペース”ではない大洗町に対する評価は今後の課題である。
- (8) 東京電力による補償：東京電力が福島原発に関する風評被害に対する補償として、震災前の過去3年間で最も売上が大きかった年との差分の補償を行っている。

参考文献

- 1) 復興庁：東日本大震災被災地域の産業復興創造戦略、http://www.reconstruction.go.jp/topics/main-cat1/sub-cat1-20/20140610_gaiyou.pdf (最終閲覧日 2015/01/11)。
- 2) 復興庁：復興の現状と取組[平成26年8月26日]、http://www.reconstruction.go.jp/topics/main-cat1/sub-cat1-1/140826_gennjyou.pdf (最終閲覧日 2015/01/11)。
- 3) 武田甲子郎、池田浩敬：製造業の災害時、生産復旧を支援する地場中小企業への事業継続計画(BCP)普及に関するケーススタディ、地域安全学会梗概集 Vol.23, pp.55-58, 2008-11。
- 4) 塚崎大貴・梅本通孝・糸井川栄一・熊谷良雄：地場産業における災害後の事業継続に関する研究—福井県鯖江市の眼鏡産業の事例—、地域安全学会論文集 Vol.11, pp.43-50, 2009-11。
- 5) 田中貢・碓田智子：事業参加世帯からみた震災復興共同建替事業の評価に関する研究—公団による震災復興共同建替事業を対象にして—、日本建築学会計画系論文集 Vol.602, pp.159-166, 2006-04。
- 6) 田中正人・塩崎賢明・堀田祐三子：復興土地区画整理事業による市街地空間の再編とその評価に関する研究—阪神・淡路大震災における御菅地区の事例を通して—、日本建築学会計画系論文集 Vol.618, pp.57-64, 2007-08。
- 7) 藪一喜・塚越功：災害の観光産業に与える影響について—奥尻町の民宿調査報告—、地域安全学会論文報告集 Vol.7, pp.176-181, 1997-11。
- 8) 高橋和雄・藤井真・西村寛史・塩津雅子：雲仙普賢岳の火山災害による観光被害とその復興対策、自然災害科学 Vol.19(1), pp.45-59, 2000-05。
- 9) 清野隆・山田耕生・高和雄・三浦和子：東日本大震災後の漁村集落の震災復興プロセスにみる観光の役割、日本観光研究学会全国大会学術論文集 Vol.26, pp.333-336, 2011-12。
- 10) 千葉千枝子・羽田耕治・林清・古賀学・宍戸学：東日本大震災による観光産業の被害の実態と対応—釜石市・陸前高田市を対象に—、日本観光研究学会機関誌 Vol.24, pp.37-40, 2012-09。
- 11) 観光庁：共通基準による観光入込客統計(年間値：平成23年、平成24年)、<http://www.mlit.go.jp/kankocho/siryoutoukei/irikomi.html>, (最終閲覧日：2015/01/11)。
- 12) 茨城県観光物産課：観光客動態調査報告(平成16年度～25年)、<http://www.pref.ibaraki.jp/bukyoku/syoukou/kanbutsu/> (最終閲覧日：2015/01/11)。
- 13) 大洗町：大洗町HP、<http://www.town.oarai.lg.jp/index3.html> (最終閲覧日：2015/01/11)。
- 14) 大洗町：大洗町復興まちづくり計画(平成25年)、http://www.town.oarai.lg.jp/manage/contents/upload/00174_20130604_0001.pdf?idSubTop=3 (最終閲覧日：2015/01/11)。

(原稿受付 2015.6.6)
(登載決定 2015.9.19)

