

# 調査

## 大河ドラマ後の観光動向について

### ～「八重の桜」後の福島観光を考える～

#### < 要 旨 >

#### 1. 大きな経済効果をもたらす「観光産業」の発展

NHK 大河ドラマ放送がその舞台となる地域にもたらす経済効果は、概ね100億円を上回ると言われる。一方、福島県内における観光消費額は今や農業産出額を上回っており、「観光産業」は重要な産業と位置付けられ、県内経済の発展に欠かすことのできない産業にまで成長している。

#### 2. 大河ドラマの放送年に増加した観光入込客数は翌年に減少

大河ドラマの舞台となる地域では、その放送年に観光入込客数が増加し、翌年はその反動で減少するケースが多く、本県でもその傾向は強く出ている。一方、京都、山口、兵庫など、翌年更に増加する地域もみられる。それらは、大河ドラマ効果の継続ではなく新たな集客要因が生まれていることがわかる。

#### 3. 今後の観光復興への期待

2015年は、JR「ふくしまデスティネーションキャンペーン（以下 DC）」が本番を迎える。また、大河ドラマ効果で盛り上がりを見せた会津若松市は鶴ヶ城天守閣再建50周年を迎え、再び観光への期待が高まる。観光で大いに期待される年となるが、盛り上がりが1年で終わらない、継続的に観光客が訪れたいと思う観光地として熟成されることが期待される。

### はじめに

1963年から放送されている NHK 大河ドラマの放送回数は年間50回に及ぶ。約1年間にわたり放送されることもあり、舞台となる地元には観光客増加による大きな経済効果をもたらしてきた。本県の観光は、東日本大震災と原発事故により大きな打撃を受けたものの、2013年の大河ドラマ「八重の桜」放送により、会津地域を中心に大幅な回復をみた。一方で、大河ドラマの舞台となった地域の翌年の観光入込客数をみると前年比減少するケースが多い。大河ドラマで盛り上がった雰囲気を一過性のものとせず、定着させることは難しく、地元にとって共通の課題と言える。

本県経済は、震災による落ち込みからの回復途上であり、特に観光への取り組みが重要と思われ、本稿では大河ドラマ後の観光動向について考察してみた。

### 1. 大河ドラマ放送による経済効果

大河ドラマ放送に伴い、舞台となる地域の日銀やシンクタンク等で、その経済波及効果を算出している。これまでの主な内容は図表1の通り。

経済波及効果は少ないケースでも概ね100億円を上回り、200億円を超える推計もある。2010年の龍馬伝（535億円）に関しては、観光客数が当初予想を大きく上回り、修正を加えた結果として

図表1 大河ドラマ舞台地域における経済効果算出状況

開催年	ドラマタイトル	経済波及効果	調査機関	調査対象府県
2004	新選組!	203億円	日本銀行京都支店	京 都
2005	義経	179億円	日銀下関支店	山 口
2006	功名が辻	135億円	「功名が辻」高知県推進協議会	高 知
2007	風林火山	109億円	日銀松本支店	長 野
2008	篤姫	262億円	鹿児島地域経済研究所	鹿児島
2009	天地人	204億円	日銀新潟支店	新 潟
2010	龍馬伝	535億円	日銀高知支店	高 知
		182億円	長崎経済研究所	長 崎
2011	江～姫たちの戦国～	162億円	滋賀県	滋 賀
2012	平清盛	150億円	日銀神戸支店	兵 庫
		202億円	中国電力エネルギー総合研究所	広 島
2013	八重の桜	111億円	とうほう地域総合研究所	福 島
		113億円	日銀福島支店	
2014	軍師官兵衛	169億円	九州経済調査協会	福 岡
		74億円		大 分

各機関の公表資料より作成

発表されたものである。いずれにしても、大河ドラマの舞台となることで、地元の地域には大きな経済効果があることが確認できる。

観光は県内経済において重要な産業と位置付けられ、観光産業の発展は本県の経済成長に欠かすことのできない要件であると言える。

## 2. 県内において重要な位置を占める「観光産業」

観光産業は裾野が広く、本県の観光消費額は3,326億円（2012年）に上る（図表2）。同年の農業産出額は2,021億円にとどまっており、他の産業と比較するとその規模は大きいことがわかる。

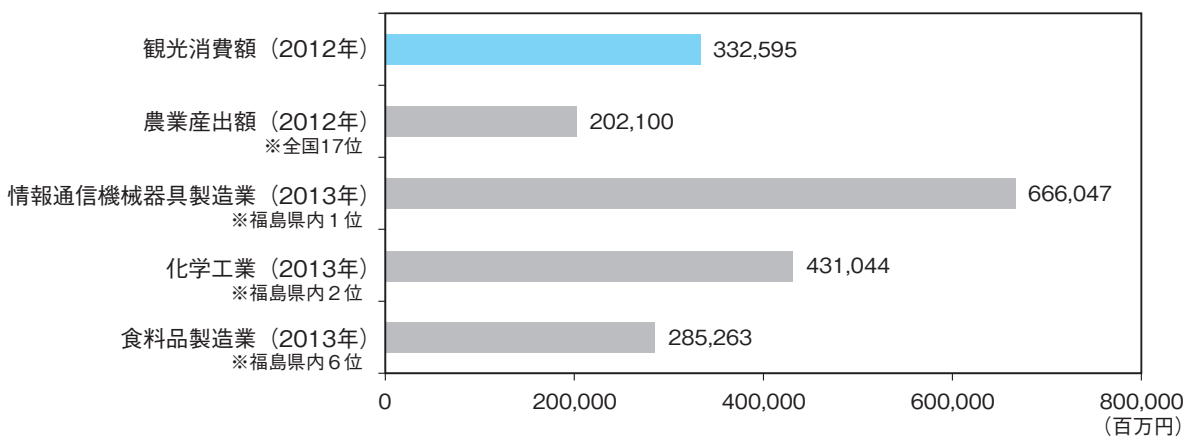
## 3. 大河ドラマ放送前後の観光動向

大河ドラマの舞台となった地域における、大河ドラマ放送前後の観光動向について見てみる。

### (1) 観光入込客数の推移

2004年の大河ドラマ放送以降の観光入込客数推移をみると、大河ドラマが放送された年に比べ、

図表2 県内における主要産業と観光消費額の規模比較



観光庁「全国観光入込客統計」、農林水産省「農林水産統計」、福島県「工業統計調査結果報告書」より作成

図表3 大河ドラマ舞台地域の観光入込客数

(単位：千人)

放送年	番組タイトル	対象府県※1	3年前	2年前	1年前	放送年	1年後	2年後	3年後
2004年	新選組!	京都	63,955	65,216	67,034	68,656	70,878	72,604	74,620
2005年	義経	山口	22,862	22,849	23,258	23,828	25,304	24,353	24,514
2006年	功名が辻	高知※2	3,147	3,078	3,070	3,220	3,048	3,053	3,156
2007年	風林火山	長野	92,294	88,945	87,555	90,734	86,753	91,743	86,798
2008年	篤姫	鹿児島	46,093	47,819	49,665	52,061	51,222	46,866	
2009年	天地人	新潟	72,233	67,713	70,953	75,880	70,817	66,671	70,862
2010年	龍馬伝	長崎	28,641	27,882	28,129	29,101	28,025	29,666	31,303
		高知※2	3,048	3,053	3,156	4,359	3,884	3,840	
2011年	江～姫たちの戦国～	滋賀	45,072	44,454	43,574	47,357	44,191	45,227	
2012年	平清盛	兵庫	136,087	123,682	121,265	126,111	130,285		
		広島	55,302	55,766	55,322	58,932	61,089		
2013年	八重の桜	福島	57,179	35,211	44,459	48,315			

資料：各府県 HP

※1 経済波及効果を算出した府県

※2 県外観光客入込数を掲載

翌年に減少するケースが多いことがわかる。翌年に増加したのは、京都、山口、兵庫、広島の4府県である（図表3）。

## (2) 翌年減少したケース

翌年減少した主な地域では、長野（前年比△4.4%）、新潟（同△6.7%）、滋賀（同△6.7%）などが挙げられる。

### ① 長野県（放送年：2007年「風林火山」）

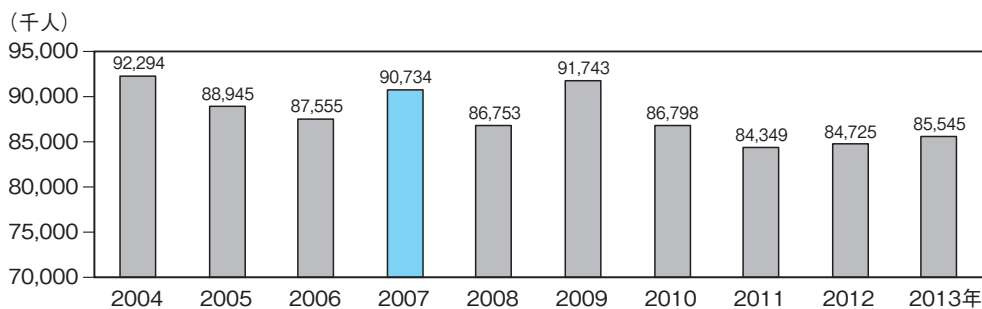
長野県は、善光寺、上高地、松本城などの観光地にスキー場や温泉など、観光資源に恵まれ、毎年多くの観光客が訪れている。しかし大河以前から、スキー人口の減少などを背景に観光入込客数は減少が続いていた。大河ドラマが放送された2007年に大きく増加したが、翌2008年は前年比△4.4%

と減少した（図表4）。その後2009年は善光寺御開帳があり、大きなイベントのある年に増加しているが、それ以外の年については85百万人前後で推移している。なお、2016年は長野県を舞台にした大河ドラマ「真田丸」が放送される予定である。

### ② 新潟県（放送年：2009年「天地人」）

新潟県もスキー場、温泉、佐渡島など、多くの観光スポットがあり、観光入込客数が多い県である。2007年は中越沖地震の影響で大きく減少、その後徐々に回復し2009年に75百万人を超えたが、翌2010年は2008年とほぼ水準まで減少した（図表5）。従って、観光入込客数そのものをみると、大河ドラマ放送により増加した効果が翌年にはほぼ消える結果となっている。

図表4 長野県観光入込客数



長野県「観光地利用者統計」

③ 滋賀県（放送年：2011年「江～姫たちの戦国～」）

滋賀県の観光入込客数は概ね45百万人前後で推移している。2011年は東日本大震災の影響で中止となるイベントもありながら前年比+8.7%で観光入込客数が過去最高となり、大河ドラマ効果が大きく表れた。一方、翌2012年は前年比△6.7%と例年並みの水準に戻っており、やはり大河ドラマ効果はその年のみの印象が強い（図表6）。

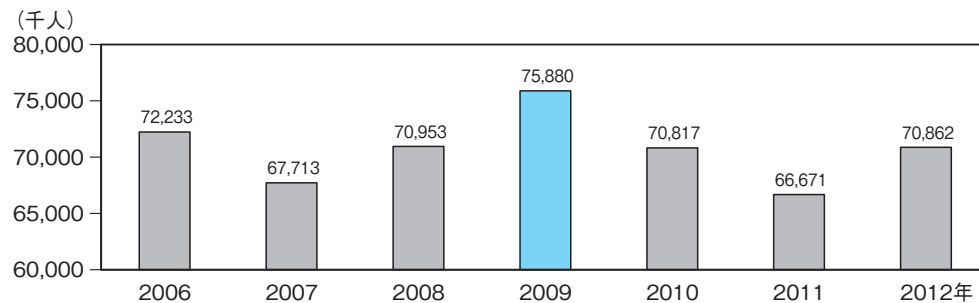
(3) 翌年増加しているケース

大河ドラマ放送の翌年に観光入込客数が減少する傾向がみられる中、そうではないケースもある。大河ドラマ放送の翌年に観光入込客数が増加しているケースをみると、ドラマの余韻が残り引き続き観光客が訪れるということよりもむしろ、新たなイベントの実施、施設の開業など、観光客の集まる魅力が生まれていることが注目される。

① 京都府（放送年：2004年「新選組！」）

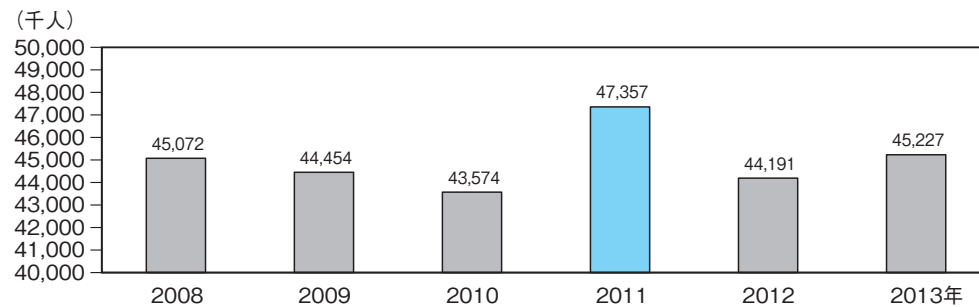
京都については、京都市が観光入込客数の6割

図表5 新潟県観光入込客数



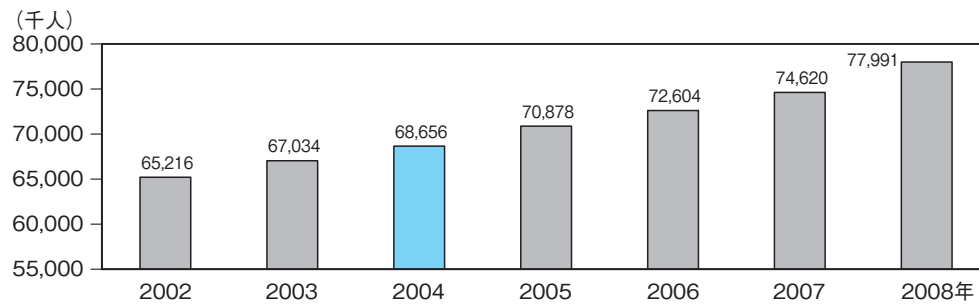
新潟県「観光地利用者統計」

図表6 滋賀県観光入込客数



滋賀県「滋賀県観光入込客統計調査」

図表7 京都府観光入込客数



京都府「観光入込客数及び観光消費額」

以上を占める。京都市は大河ドラマ以前から観光入込客数を50百万人まで増やす活動を続け、2008年に50百万人を達成している。京都市の入込数が右肩上がり推移したことに対応し京都府全体の入込数も順調に伸びた（図表7）。

京都府はそもそも多くの文化遺産を持つ人気観光地であり、その歴史的な経緯から大河ドラマにおいても様々な形で登場することが多いことから、単年で大河ドラマ放送の影響を図ることの意義は小さいと思われる。しかし、日本を代表する観光地であることに甘んじることなく、毎年冬季に開催されるDCなどのイベント、広告宣伝の取り組みなどにより、着実に観光入込客数増加につながってきたと言える。

## ② 山口県（放送年：2005年「義経」）

山口県は、放送年の2005年には前年比+2.5%となり、大河ドラマ放送の他、道の駅のオープンなどの要因により前年を上回った。一方、翌2006

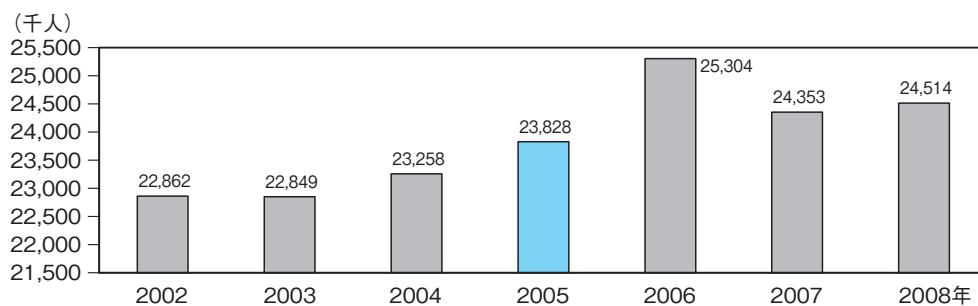
年は、「国民文化祭」の開催や「フラワーランド」オープンなど、新たな集客要因ができたため、放送年をさらに6.2%上回る結果となった（図表8）。翌年は減少したものの、単年度の事業である「国民文化祭」の要因を除けば、観光入込客数は放送年を上回る傾向で推移している。もともと源平合戦や明治維新ゆかりの地であることから観光客の関心も高く、大河ドラマの反動減という特徴は見られないと思われる。

なお、今年放送中の大河ドラマ「花燃ゆ」は、吉田松陰の妹が主人公で、山口県を舞台にしたものである。

## ③ 兵庫県（放送年：2012年「平清盛」）

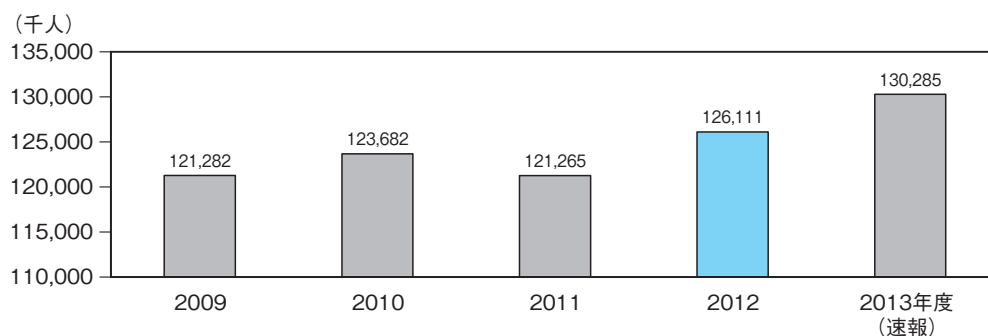
兵庫県は、世界遺産である姫路城や日本三古湯の一つ有馬温泉など、多くの観光資源を有し、延べ入込客数は1億人を超える。2012年度は前年比+4.0%と増加し、大河ドラマ放送の寄与がみられた。2013年度は、レクリエーション施設開業、

図表8 山口県観光入込客数



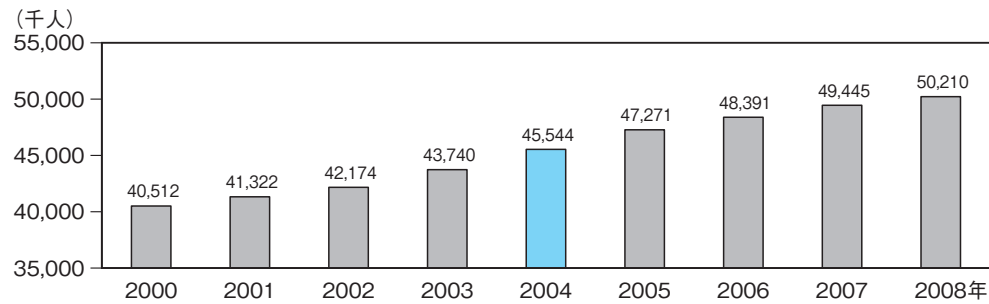
山口県「観光客動態調査」

図表9 兵庫県観光入込客数



兵庫県「観光客動態調査」

図表10 京都市入洛観光客数



京都市「入洛観光客数の推移」

姫路城改修前の来場者増加などの要因があり、更に前年比+3.3%と増加した(図表9)。なお、2014年の大河ドラマは、兵庫県ゆかりの「軍師官兵衛」が放送された。

#### 4. 観光振興推進計画を前倒しで達成した京都市

先にも触れたが、1,200年を超える悠久の歴史に包まれる京都府の観光は京都市が中心である。その京都市の入洛<sup>じゆらく</sup>\*観光客数は、2000年(平成12年)の4,051万人から2008年(平成20年)には5,021万人へと、約1,000万人増加した(図表10)。

観光客数をみると、京都市だけで本県全体に匹敵するほどと言える。寺院・神社など、名所旧跡を多く有し、日本を代表する観光地として揺るぎない地位を築いている京都市であるが、決して自然増により楽に「5,000万人」という目標を達成したわけではない。課題であった冬期間の入込客数を伸ばすことに成功し、目標達成につなげている。

取り巻く環境や規模の違いはあるものの、同じ観光都市として会津若松市にも通じるものがあると思われる。京都市の取り組みのポイントを挙げてみた。

※ 京都に入ることを指す言葉

##### (1) 強力な観光推進計画の策定

京都市は、2000年に「京都市観光客5,000万人構想」を発表し、2001年1月に観光振興推進計画「おこしやすプラン21」がまとめられた。合計119もの事業を5年以内に着手するとされた。

##### (2) 冬期間の集客増強への取り組み

###### ① JR デスティネーションキャンペーンの定着化

計画を発表した頃の京都では、春と秋の観光シーズンがピークとなり、冬期間の入込数が減少する課題に対し有効な手を打てない状況にあった。しかし、JRのDC「京の冬の旅キャンペーン」が毎年開催されることで、冬の京都への注目が年々高まることに成功している。

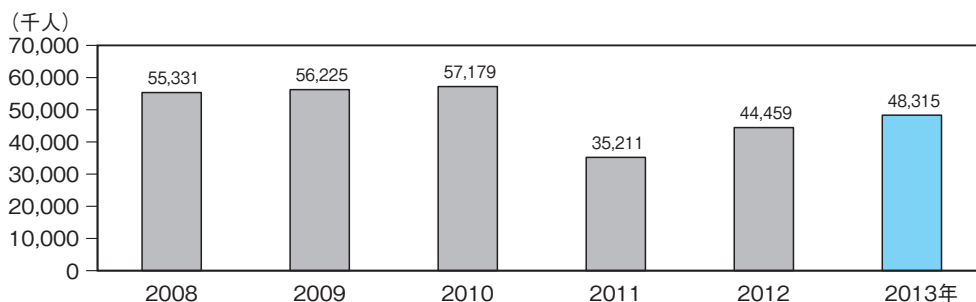
###### ② 花灯路の実施

「おこしやすプラン21」の中で、その中核事業として企画されたのが「花灯路」である。「花灯路」は、夜の道を露地行燈で結び散策してもらうもので、年間を通し開催できるイベントである。2003年に「東山花灯路」、2005年に「嵐山花灯路」が開始され、ともに100万人以上の来場者を集め、冬期間の入込客数の増加に寄与している。

##### (3) 関係機関における連携

この点が、計画を成功させる要因として最も重要なポイントであると思われる。「産」「官」「神社」などの観光施設の連携とひと口にいても、数多くある施設ごとに置かれる状況や思惑の違い

図表11 福島県観光入込客数



福島県「福島県観光客入込状況」

など、実現には多くの困難が立ちふさがる。京都市では、観光振興推進計画の策定にあたり、観光の専門家、市民、芸妓なども策定委員会に参加しており、地域全体で盛り上げることに成功している。関係機関の連携の緊密化を地道に進め、次第に成熟していったことにより、目標達成につながったものとみられる。

#### (4) インターネット環境の整備

京都市では2012年以降、観光客が快適に情報を入手できる環境を整備するため、公衆無線 LAN 整備事業「京都どこでもインターネット」を開始した。公共施設、地下鉄駅、バス停、コンビニ等において、誰でも無料で利用できる公衆無線 LAN スポットを設置しており、設置場所は現在650か所以上に上る。更に2015年3月末までに約1,400か所まで増加する見通しであり、国内外からの観光客の利便性向上への取り組みを強化して

いる。

なお、京都市では2014年～2020年において「京都みらい観光振興計画」を立ち上げており、観光の「質」の向上に取り組んでいる。

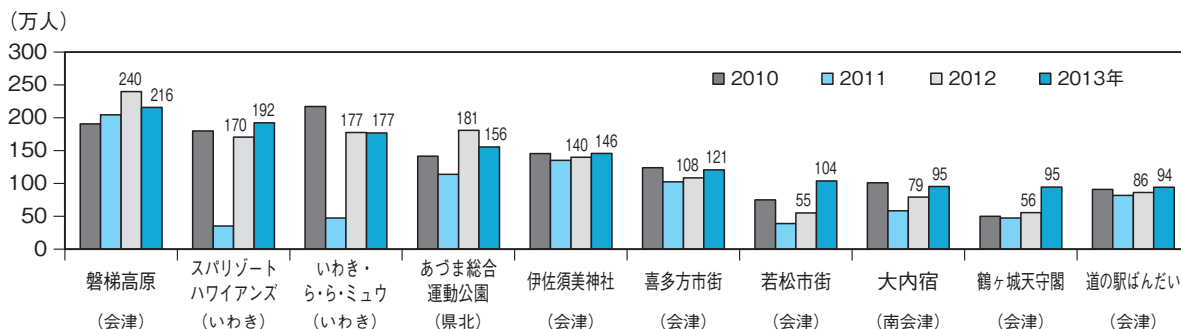
## 5. 本県の観光動向

大河ドラマが放送された2013年の本県観光動向を見てみる。

### (1) 観光入込客数

本県の観光は、震災により2011年は前年比△38.4%と大打撃を受けた。その後、2012年は同+26.3%と持ち直し、2013年は同+8.7%と更に増加した。震災後の復興支援ツアーなどとの相乗作用もあり、大河ドラマ放送の効果は大きかったと言えるが、それでも、55百万人を超えていた震災前の84.5%の回復にとどまった（図表11）。

図表12 入込数の多い調査集計地点（2013年）



福島県「福島県観光客入込状況（平成23年、25年）」より作成

図表13 2010年比で入込数の減少が大きい調査集計地点

(単位：人、%)

調査集計地点	圏域	種 目	2010	2011	2012	2013年	2010年比	
							入込数	増加率
郡山カルチャーパーク	県中	スポーツ・レクリエーション	1,294,304	551,748	844,358	843,025	△451,279	△34.9
いわき・ら・ら・ミュウ	いわき	都市型観光 －買い物・食－	2,171,100	474,300	1,774,500	1,767,200	△403,900	△18.6
夏まつり	いわき	行祭事・イベント	1,094,000	648,000	819,000	759,000	△335,000	△30.6
アクアマリンふくしま	いわき	歴史・文化	946,941	280,871	545,730	647,122	△299,819	△31.7
いわき湯本温泉	いわき	温泉・健康	590,810	542,872	428,220	303,114	△287,696	△48.7
ビッグパレット	県中	行祭事・イベント	841,537	87,308	340,735	577,712	△263,825	△31.4
道の駅そうま	相双	その他	616,503	411,677	385,873	388,726	△227,777	△36.9
福満虚空蔵尊圓蔵寺	会津	歴史・文化	711,400	427,733	490,223	488,525	△222,875	△31.3
道の駅南相馬	相双	その他	809,664	393,008	571,233	605,544	△204,120	△25.2
土湯温泉	県北	温泉・健康	416,283	296,918	227,728	247,865	△168,418	△40.5

福島県「福島県観光客入込状況（平成22～25年分）」より作成

## (2) 調査地点別の入込数では「磐梯高原」が最多

調査集計地点を入込数の多い順にみると、会津の「磐梯高原」が216万人で最も多く、次いで「スパリゾートハワイアンズ」が192万人、「いわき・ら・ら・ミュウ」が177万人といわきの2か所が続く。また、上位10傑をみると、「会津・南会津」が7か所を占めている（図表12）。

## (3) 風評被害からの脱却に大きなエネルギーが必要とされる浜通り地方

2013年に大河ドラマ放送がありながら、震災前を9百万人近く下回った要因として、集客の大きい施設での回復の遅れが挙げられる。震災前と比較し入込数の減少が大きい施設をみると、いわき地域の施設・イベントが4か所と最も多く、相双地域でも交通規制の影響などから相馬市、南相馬市の道の駅は大きく下回る（図表13）。いわき・相双地域は大河ドラマの中心となった会津地域から離れていることもあり、ドラマ放送による効果は限定的にとどまったと考えられる。

「いわき・ら・ら・ミュウ」と「アクアマリンふくしま」はともに「アクアマリンパーク」内に

あり、合わせると震災前の2010年より70万人以上少ない。津波被害や原発事故の影響で大きな打撃を受けたところから再開し、回復はしているものの震災前の水準を大きく下回っている。また、2014年の「アクアマリンふくしま」は573,140人で一転、前年を11.4%下回った。4月の消費税率アップによる消費支出の抑制なども要因となったことが考えられるが、復興支援ムードが次第に薄れつつある中で、アピール方法など、誘客への取り組みの工夫も求められる。

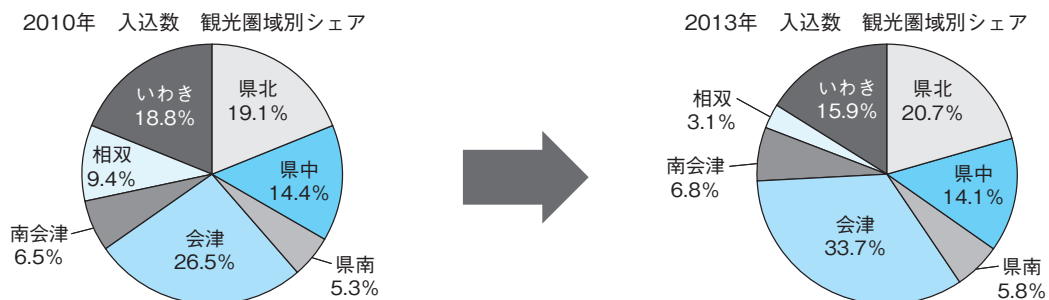
## (4) 重要性が高まる「会津・南会津」の観光

観光圏域別の入込数割合をみると、「会津・南会津」は合計で震災前の2010年に33.0%と最も高い割合であった。大河ドラマの放送年であった2013年を同様にみると、「会津・南会津」は合計40.5%と4割に達しており、同地域において観光客が大幅に増加したことを示している（図表14）。

「会津・南会津」は、県内に占める面積が広いこともあるが、歴史的に史跡・名所などが多く、県外からの観光客にとって最も選択される機会が多いルートであると考えられる。県内全体の入込数を伸ばすことは当然であるが、その中心となる



図表14 圏域別入込数の比較



福島県「福島県観光客入込状況（2010年分）」より作成

福島県「福島県観光客入込状況（2013年分）」より作成

当該地域における誘客に力を入れるとともに、アクセスを含めた新たな観光資源の発掘が必要となる。

## 6. 大河ドラマによる会津地域への恩恵と課題

2013年大河ドラマ放送の効果は、舞台の中心となった会津地域に多くもたらされたものと考えられる。そこで、その効果とその後の動向に注目してみる。

### (1) 2013年の会津若松市観光客入込数は前年比3割以上増加

会津若松市では2005年7月～9月のJR「福島県あいづデスティネーションキャンペーン」開催に伴い、観光客入込数は、2004年に3,000千人を突破した。震災により2011年は2,348千人にまで低下したが、2012年は再び増加、そして更に2013年は3,959千人と4,000千人に迫る入込数を記録し

た（図表15）。

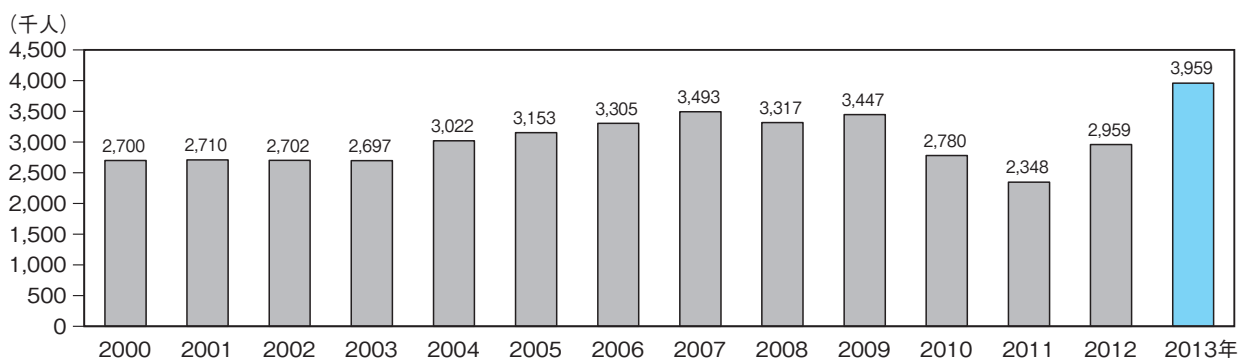
### (2) 鶴ヶ城天守閣の動向

鶴ヶ城は会津若松市のシンボルであり、2013年は大河ドラマ効果で大幅に入場者数を伸ばし、90万人を超えた（図表16）。2014年は1月に前年を上回った以外は前年を30%以上下回る水準で推移した。平年との比較では、1月～10月の累計をみると、2014年は529千人で、平年の水準である2008年の544千人にやや及ばないもののそれに近い水準となっており、定番スポットとして引き続き多くの観光客が訪れている。

### (3) 各種観光施設の動向

鶴ヶ城天守閣以外の主な観光施設について、2013年は、どの観光施設も大幅に増加し、8か所を合計した「主要観光施設」では前年比2倍の入込となった（図表17）。また、「福島県立博物館」

図表15 会津若松市観光客入込数



会津若松市「平成25年 観光客入込数とその実態調査」より作成

大河ドラマ館の入場者数593千人は加えず

図表16 鶴ヶ城天守閣入込客数

(単位：人、%)

	2008	2009※1	2010※2	2011	2012	2013	2014年	
								前年比
1月	18,523	17,731	17,401	12,817	15,330	20,366	20,719	1.7
2月	18,894	19,129	19,382	15,281	16,195	23,909	16,094	△32.7
3月	31,357	30,930	30,056	12,192	26,210	50,850	30,985	△39.1
4月	70,116	72,168	60,408	36,172	61,886	116,958	76,464	△34.6
5月	75,736	93,188	78,224	66,706	60,252	105,230	70,076	△33.4
6月	53,451	57,783	39,812	33,396	45,445	96,389	52,394	△45.6
7月	45,562	57,842	39,195	37,375	41,667	86,358	45,037	△47.8
8月	91,244	108,609	74,804	70,319	76,458	136,639	90,389	△33.8
9月	59,557	99,070	44,503	59,491	54,630	92,929	60,650	△34.7
10月	79,377	87,564	50,335	62,267	75,576	102,550	66,647	△35.0
11月	60,649	68,722	33,629	50,092	62,862	84,515		
12月	19,486	21,406	12,761	18,583	19,969	28,605		
1～12月累計	623,952	734,142	500,510	474,691	556,480	945,298		
1～10月累計	543,817	644,014	454,120	406,016	473,649	832,178	529,455	△36.4

資料：会津若松市より提供

※1 2009年…大河ドラマ「天地人」効果により増加

※2 2010年…赤瓦への葺き替え工事の影響により減少

図表17 会津若松市の観光施設入込客数（各年1月～10月の累計）

(単位：人、%)

	2010	2011	2012	2013	2014年	
						前年比
麟閣※1	284,648	249,564	287,072	461,209	38,370	△91.7
御薬園	45,260	30,268	45,676	73,529	49,760	△32.3
県立博物館	87,971	53,863	83,828	100,250	47,513	△52.6
主要観光施設※2	652,807	321,427	457,290	916,897	490,615	△46.5
合計	1,070,686	655,122	873,866	1,551,885	626,258	△59.6

資料：会津若松市

※1 工事により2014年4月以降閉鎖

※2 会津武家屋敷、白虎隊記念館、会津酒造歴史館、飯盛山スロープコンベア、駅café、会津ブランド館、会津藩校日新館、会津村

は2013年NHK大河ドラマ特別展「八重の桜」の開催もあり、10万人を超えた。

2014年は前年比大きく減少し、「御薬園」以外は震災前2010年の水準も大きく下回っている（「麟閣」は修繕工事により4月以降閉鎖した特殊事情もあり）。

#### (4) 温泉入込客数

会津若松市にある2つの温泉の入込状況をみると、2013年は東山温泉で震災前を上回り、芦ノ牧温泉でも震災前をやや下回る水準まで回復したが、2014年はその反動が表れている。各年の1月～10

月の累計を比較すると、東山温泉は2014年に前年比△18.2%、芦ノ牧温泉は△20.4%と大きく減少している（図表18、19、20）。ともに2013年を大きく下回る結果となったが、2012年をも下回っており、回復の足取りは鈍い。

2012年は大河ドラマの準備の他に復興支援ツアーなども開催され回復がみられた年である。2014年の結果をみると、大河ドラマ効果が薄れたというだけでなく、復興支援ムードも次第に萎んでいることがうかがわれ、今後かつての輝きを取り戻すためには、官民一体となった強い働きかけが求められる。

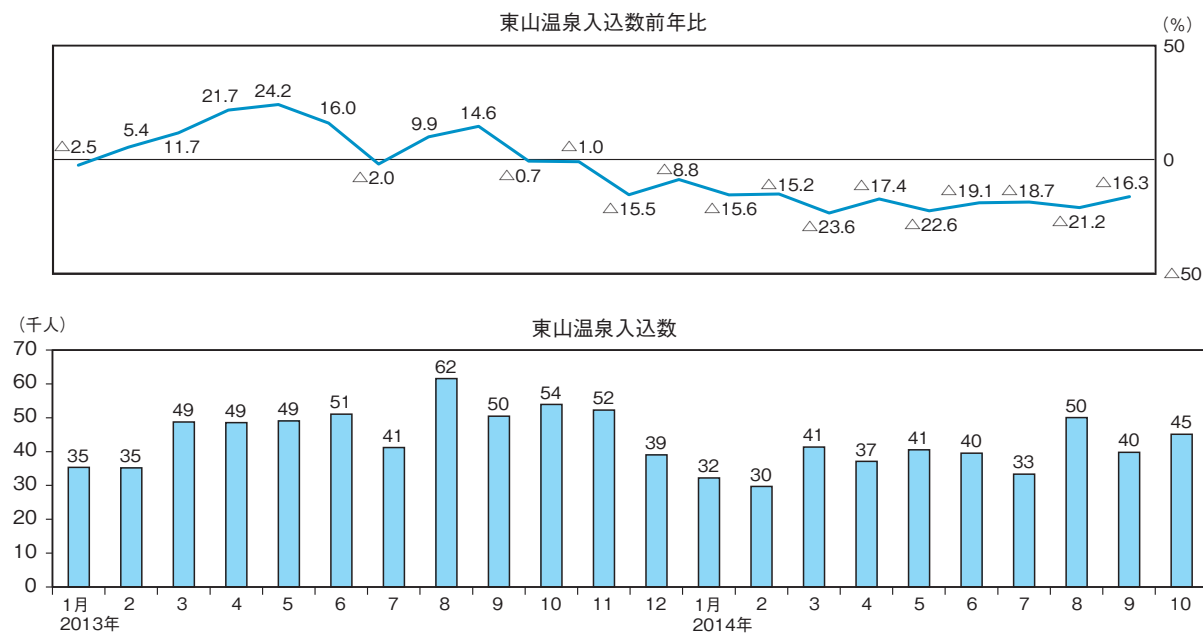
図表18 会津若松市の温泉入込数（各年1月～10月の累計）

（単位：人、％）

	2010	2011	2012	2013	2014年	前年比
	東山温泉	454,979	304,183	433,140	475,114	388,709
芦ノ牧温泉	249,086	162,537	188,691	232,593	185,158	△20.4
合計	704,065	466,720	621,831	707,707	573,867	△18.9

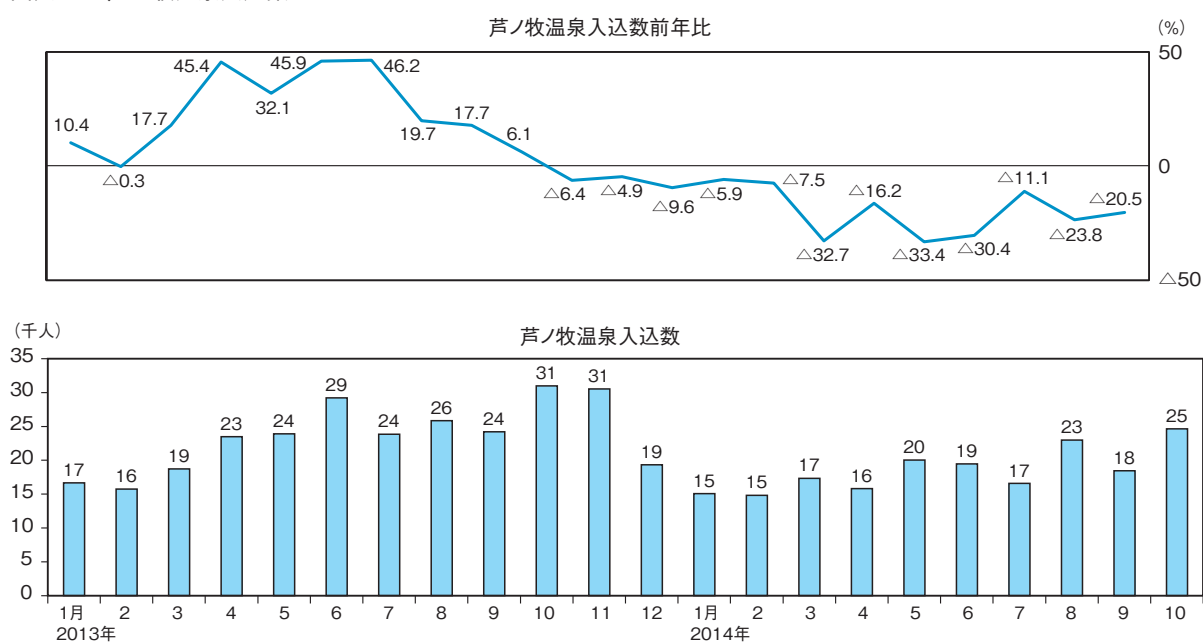
資料：会津若松市

図表19 東山温泉入込数



当研究所調べ

図表20 芦ノ牧温泉入込数



当研究所調べ

## (5) 教育旅行の状況

教育旅行に関しては、その目的や準備期間を考えると、大河ドラマ放送により件数が増加するという関係性は薄いものと思われる。しかし、教育旅行の回復も震災後の重要な課題となっており、現在の回復状況について確認してみる。

会津若松市には、震災前の2010年に県外から841校が訪れていたが、震災のあった2011年には100校となり、9割近く減少した。市や学校関係者が安全性をアピールし、誘致活動を地道に続けた結果、2014年には470校（速報）まで増加し、ようやく震災前の5割を超えるところまで回復している（図表21）。まだ回復途上であるが、九州から震災を学ぶ目的で訪れるなど、震災を機に新たに会津若松市を訪れる学校も出てきており、今後の広がり期待したい。

## (6) 会津若松市における大河ドラマ後の取り組み

東日本大震災と原発事故により大きな打撃を受けた本県観光は、次第に回復しているものの、まだ震災前には及ばないのが現状である。「観光都市」としての会津若松市では、観光客がスムーズに周遊できるサービスの充実、そのための観光案内のハード面、ソフト面の充実など、新たな取り組みも始まっており、その広がりが期待される。

### ① 2015年を見据えた準備

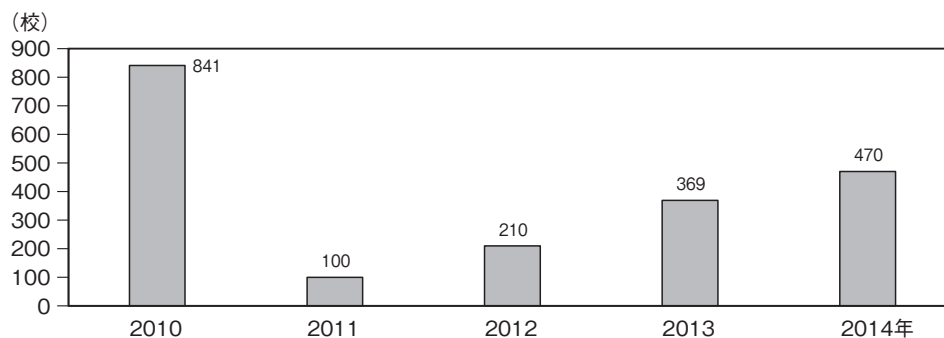
これまでの事例から、大河ドラマ放送の翌年は観光入込客数の減少が予想されたが、会津若松市における2014年は、大河ドラマ後というよりも、2015年を見据えた1年となった。2015年はJR「ふくしまDC」の本番を迎え、また、鶴ヶ城天守閣が再建されて50周年を迎える年でもある。従って、新たなイベントの実施や観光施設の開業などに力を入れるよりもじっくりと準備が進められた印象が強い。2013年に観光客が大幅増加した際の交通案内、駐車場の確保など、迎え入れるためのノウハウはその後活かされており、2015年の観光イベントへの期待が高まっている。

### ② 観光データ活用によるサービス拡充

観光客を受け入れる側として、かつての観光施設をつくり呼び込む方法のみでは限界があり、各自治体では観光客の心を刺激する新たな魅力づくりが必要とされている。

会津若松市では大河ドラマの放送に合わせ、富士通との連携による旅行者向けの着地型観光<sup>\*1</sup>周遊ルート計画支援サービス「Webルートガイド」<sup>\*2</sup>を2012年末に立ち上げた。旅行者が観光スポットを何か所か選択することで、自動車で移動する場合の最適な運転経路、距離、移動時間、周辺の寄り道情報などを調べることができ、それぞれの希望に合わせた旅行プランを支援するもので

図表21 教育旅行で会津若松市を訪れた学校数（県外校）



各年4月～12月の累計、2014年は速報  
資料：会津若松市

ある。団体ツアーでなく、限られた時間を有効に使いたい個人旅行者には便利なサービスとなっている。

一方、その認知度を引き上げることが今後の課題として挙げられる。

※1 従来の旅行会社を中心とした「発信型」の観光と異なり、受け入れる地域が主体となって地域の良さをアピールし、旅行プランなどを組み立てて集客につなげようとするもの。

※2 富士通システムズ・イースト社が運営管理する観光クラウドサービスの1つ。公共の持つ情報資産を民間に開放する「オープンデータ」の先駆的モデル。

### ③ 市町村間の連携

会津地域では、2005年に実施されたJR「福島県あいづDC」をきっかけに、全17市町村の連携による「極上の会津プロジェクト協議会」が組織されている。あいづDCは地域限定で行われたものとしては初めてで、会津地域が一つになる大きなイベントとなった。そこで築かれた組織・ノウハウが協議会に引き継がれたことは大きなプラスとなっている。協議会では、誘客活動や受け入れ体制整備などで連携を図り、特にJRとの連携に力を入れ、ポスター掲示やパンフレット配布などの活動を行っている。

一方、観光客が鶴ヶ城周辺を中心地が集まることで、周辺地域との差ができてしまうという懸念もある。2013年の観光客入込客数増加の際には、それが強調されるという側面も見られた。しかし、一度きりのイベントで終わるのではなく、もう一度来てみたいとリピート率を高めることにより、周辺地域にも着実に効果が表れるものと思われる。そのためには、市町村間で一体となった地道な取り組みが重要と思われ、新たな観光資源の活用や観光ニーズの発掘など、今後も継続的な活動が期待される。

## 7. おわりに

- (1) 震災から4年が経過しようとしているが、観光を含めた県内復興はまだ道半ばという状況である。県内観光入込客数は震災直後の状況から大幅に改善されてはいるものの、震災前の水準には及ばない。これだけ必要な情報がすぐ手に入る時代であっても、全国また世界において、まだまだ本県の現状が正確に発信され、理解されているとは言えないと感じる。
- (2) 2013年に大河ドラマ放送で盛り上がりを見せた県内観光は、2014年は郡山市での「B-1グランプリ」開催など、スポット的なイベントでは賑わったものの、年間を通じた観光復興の視点からは、やや控えめであった印象が残る。大河ドラマの効果は何年も期待できないことから、大幅に増加した観光入込客がもう一度県内へ足を運ぶには、動機づけが必要となる。
- (3) 日本の美しい自然の風景やそれを重んじる風流を表すものとして「花鳥風月」という言葉がある。本県は、太平洋に面し温暖な浜通りから雪深い会津まで、気候風土の異なる地域で構成され、まさに「花鳥風月」を実感できる場所であり、県内の良さをより多くの人に知ってもらいたいと思う。
- (4) 2015年は「ふくしまDC」の開催、また鶴ヶ城天守閣再建50周年など、再び集客効果が期待される年となることから、観光客に福島県の新たな魅力を発見してもらおうことで、この1年で終わらずに継続的な盛り上がりにつながることを期待したい。

(担当：木村)