

報道関係各位

東日本大震災後の東北6県への旅行者対象 意識調査

「東北地方を訪れて良かった」は約96%

～旅行前の不安は、「被災地の方への迷惑」が多いが、現地では歓迎を実感
約95%が再訪を希望し、目的のトップは「復興支援のための観光」～

クラブツーリズム株式会社(東京都新宿区、代表取締役社長:岡本邦夫、以下クラブツーリズム)は、東日本大震災後に東北6県(青森・秋田・山形・岩手・宮城・福島)へクラブツーリズムのツアーで訪れた旅行者603名を対象に、東北旅行に関する意識調査を実施いたしました。

東日本大震災後、東北地方への旅行者は大幅に減少し、東北経済への悪影響が懸念されています。そこで、「こころを旅でとどけよう」をメッセージに掲げ、震災後東北方面への旅やイベントを積極的に実施してきたクラブツーリズムでは、旅行先としての東北の意識をとらえるため、「東北を訪れた理由」「東北を旅行するにあたり不安だったこと」「実際に訪れた感想」「今後の東北旅行への意向」などに関して調査を行いました。

<調査結果概要>

- 1) 東北を訪れた目的・理由は、「復興支援の思いから」が約66%と1位
・特に、被害が大きい岩手県、宮城県、福島県を訪れた人の間で、復興支援の思いが強い
- 2) 東北を訪れる際に不安に感じたことは、「余震の可能性」に次いで「被災地の方への迷惑」「復興活動の邪魔になるのではないか」など、現地への配慮が目立つ
・特に、震災半年後以降に、現地への迷惑を懸念する声は増加傾向
- 3) 旅行先では観光客の少なさと、地元の方からの熱い歓迎を実感
- 4) 東北を訪れた感想は、「良かった」が約96%
・約95%が再訪を希望し、目的の1位は、「復興支援のための観光」
・東北旅行中は、買い物で復興を支援する「応援消費」を実施
- 5) 旅行前に不安があった人でも、旅行の満足度、再訪の希望は同様に高い
- 6) 旅行後、被災地の復興や被災地が抱える問題などに以前よりも興味を持った人が87.3%にも上り、観光が復興支援への関心を高めている

◆報道関係のお問合せ先

クラブツーリズム 広報担当: 株式会社プラップ ジャパン 担当:小竹 茜、中村 由帆
TEL:03-4580-9105 FAX:03-4580-9131 E-mail: club-tourism@ml.prap.co.jp

クラブツーリズム株式会社 総務部広報課 担当:久保田 智子、木村 佳世
TEL:03-5323-6875(月～金 9:15～17:30/土日祝除く) FAX:03-5323-6956 E-mail: ctpr@club-tourism.co.jp

クラブツーリズム株式会社

〒160-8308 新宿区西新宿 6-3-1 新宿アイランドウイング 15階
TEL.03-5323-6875/FAX.03-5323-6956/Email:ctpr@club-tourism.co.jp

< 調査の実施概要、回答者の特性 >

対象： 東日本大震災後(5月～12月)にクラブツーリズム主催ツアーで東北6県へ旅行した20～80代の男女

サンプル数： 1,000名

調査方法： 以下の4分類のクラブツーリズム主催ツアー参加者から抽出し、東日本大震災後初めて参加した東北旅行ツアーについて郵送調査

- ・震災後半年以内に岩手県、宮城県、福島県を訪れたツアー
- ・震災後半年以降に岩手県、宮城県、福島県を訪れたツアー
- ・震災後半年以内に青森県、秋田県、山形県を訪れたツアー
- ・震災後半年以降に青森県、秋田県、山形県を訪れたツアー

実施時期： 2012年1月～2月

有効回収数(率)： 603名(60.3%)

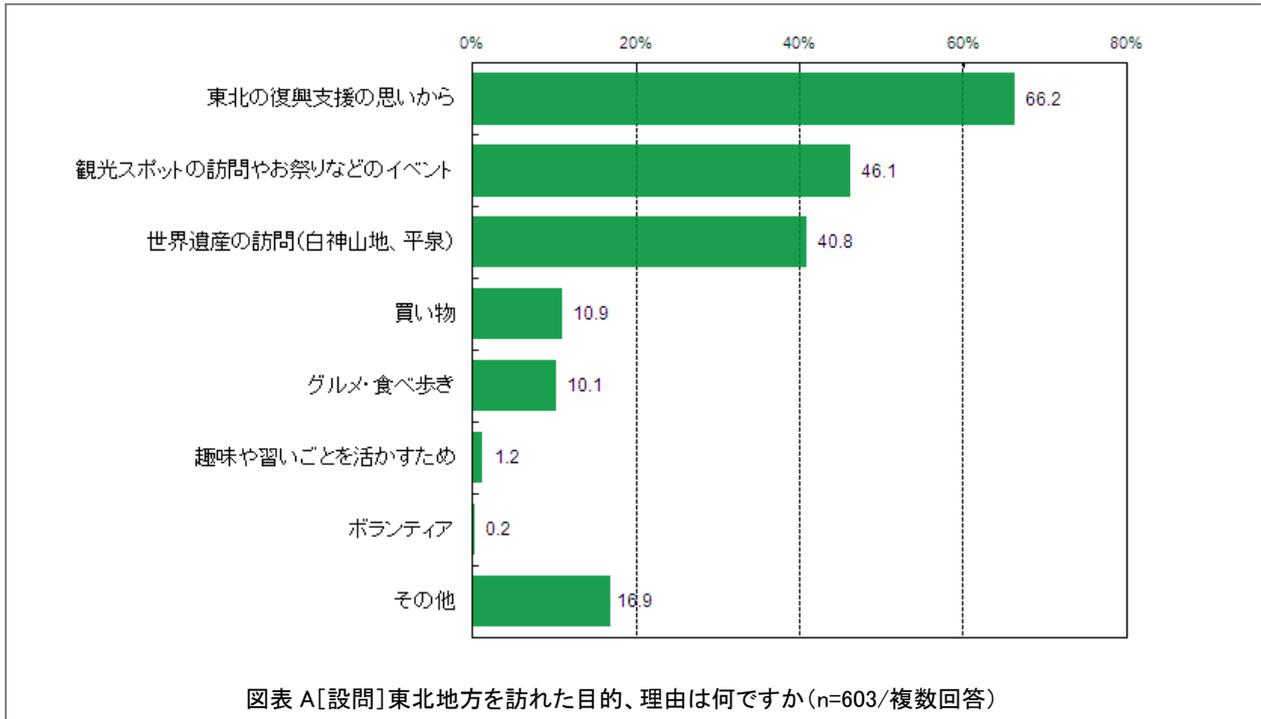
回答者の属性：

	全体	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代	年齢無回答
全体	603	2	3	22	70	293	185	25	1
%	100%	0.3%	0.5%	3.6%	11.6%	48.6%	30.7%	4.1%	0.2%
男性	222	1	2	9	12	89	90	19	0
%	37.3%	0.5%	0.9%	4.1%	5.4%	40.1%	40.5%	8.6%	0.0%
女性	379	1	1	13	58	204	95	6	1
%	62.4%	0.3%	0.3%	3.4%	15.3%	53.8%	25.1%	1.6%	0.3%
性別無回答	2								
%	0.3%								

<調査結果>

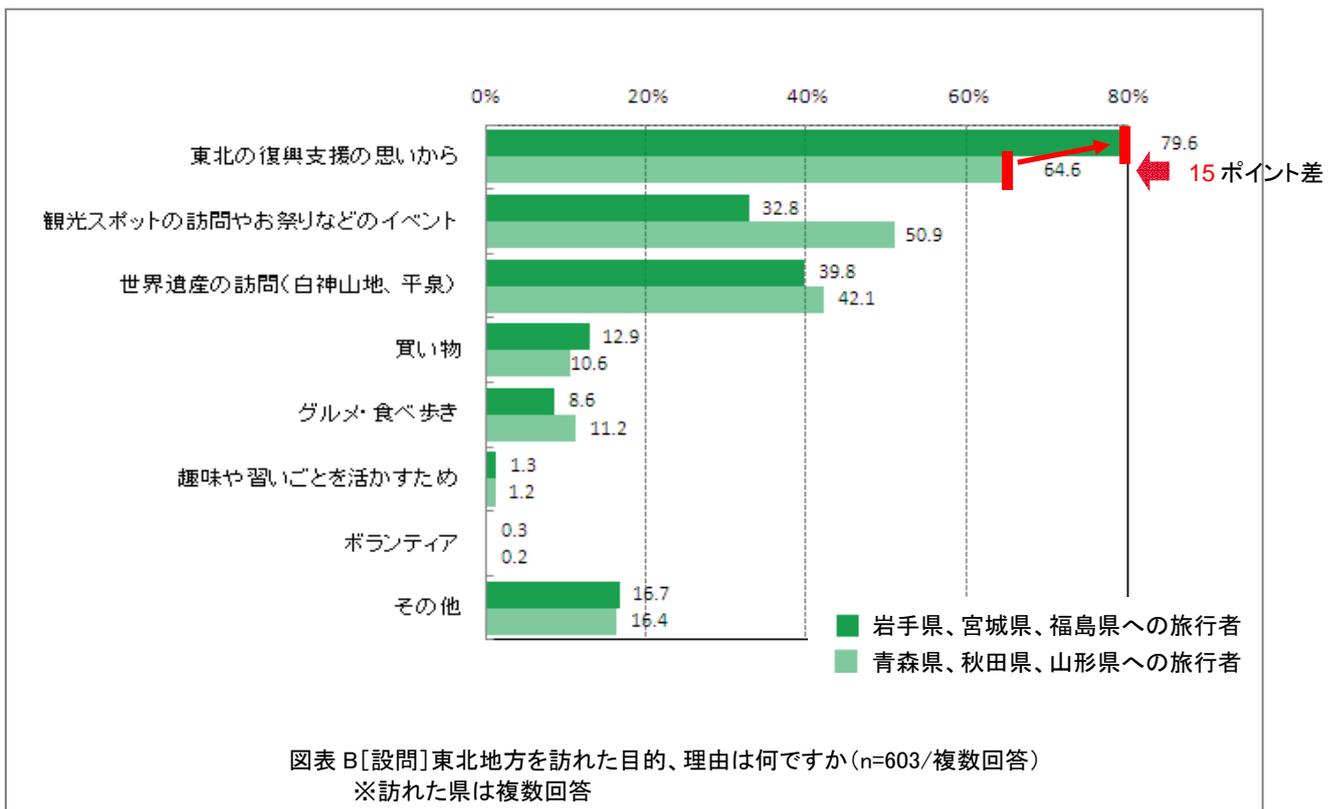
1) 東北を訪れた目的・理由は「復興支援の思いから」が66.2%と1位

東北を訪れた目的、理由について尋ねたところ、「復興支援の思いから」が66.2%と1位となりました。次いで「観光スポットの訪問やお祭りなどのイベント」46.1%、「世界遺産の訪問(白神山地、平泉)」40.8%など、通常の観光を目的とした理由も多くなっています(図表A)。



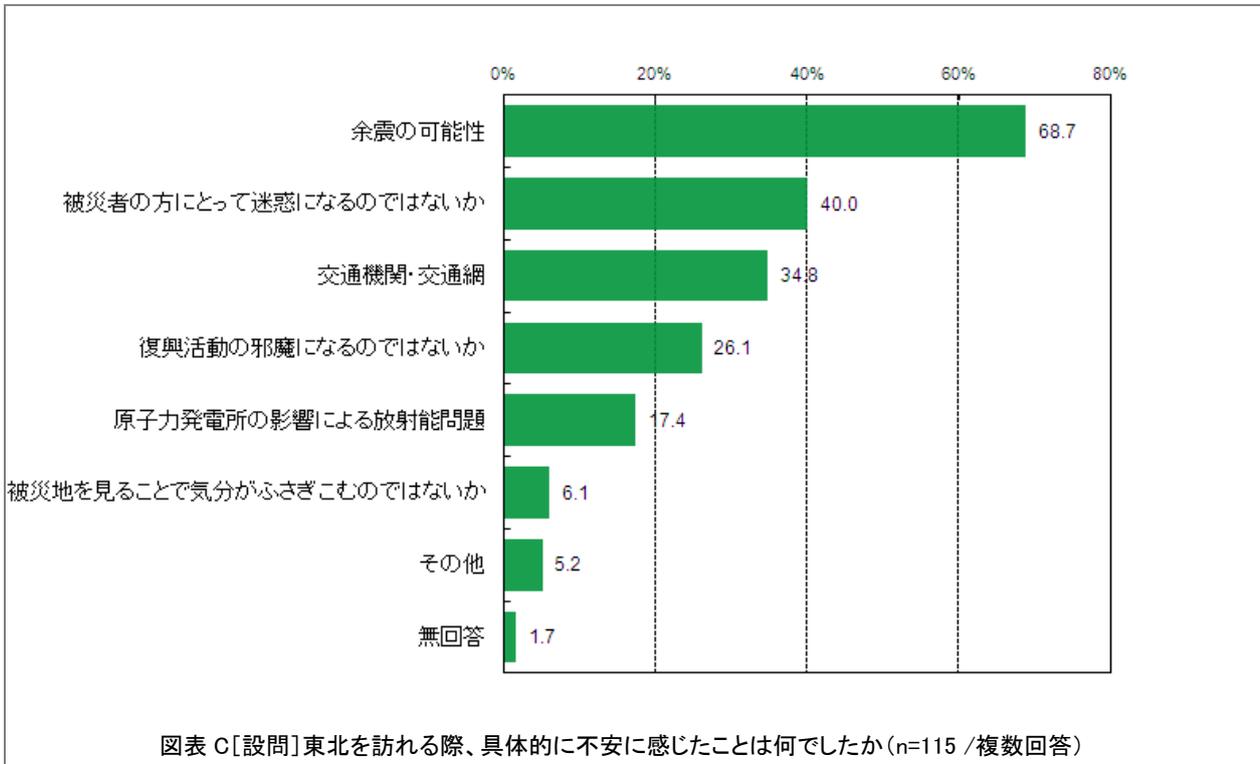
特に、被害が大きい岩手県、宮城県、福島県を訪れた人で、復興支援の思いが強い

行き先別に目的を比較したところ、被害が大きい岩手県、宮城県、福島県を訪れた人は「復興支援の思いから」が79.6%と、比較的被害が少なかった青森県、秋田県、山形県を訪れた人よりも、復興支援への思いが高くなっていることがわかります(図表B)。



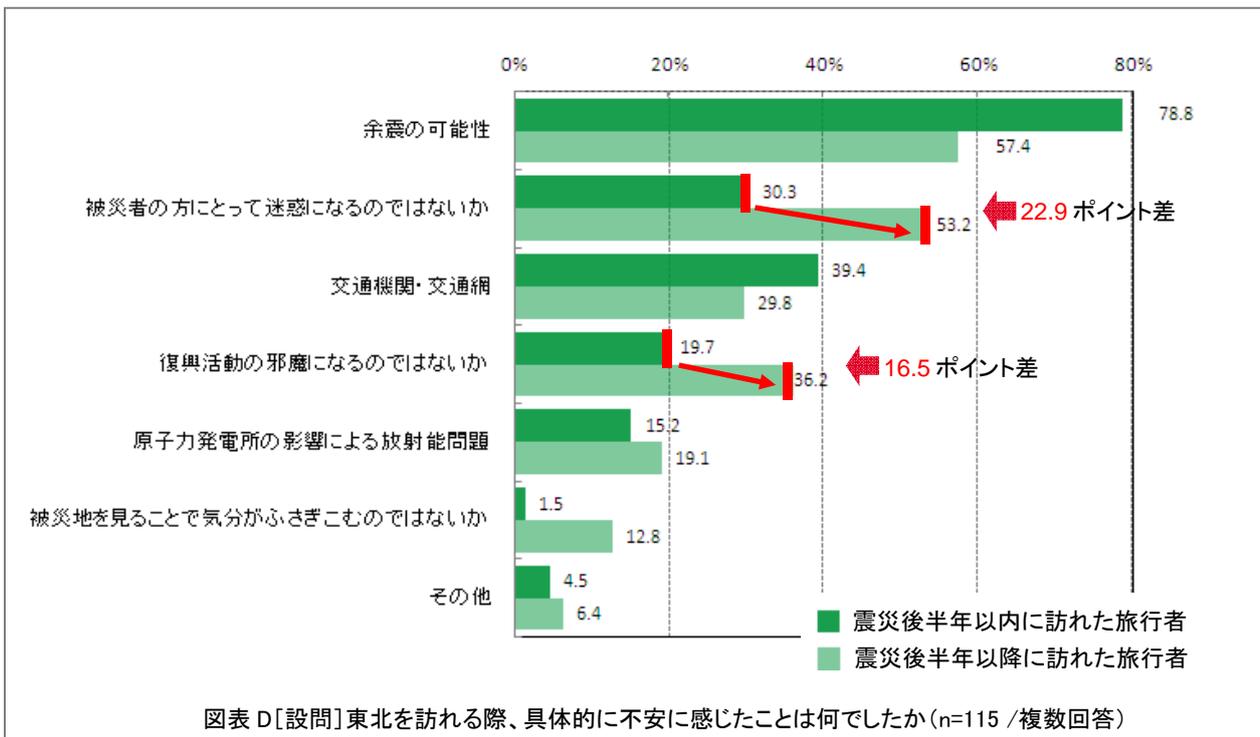
2) 東北を訪れる際、不安に感じたことは、「余震の可能性」に次いで「被災地の方への迷惑」「復興活動の邪魔になるのではないか」など、現地への配慮が目立つ

東北地方を訪れる際に不安を感じた人を対象に、具体的な不安の内容について聞いたところ、「余震の可能性」が68.7%と最も多く、「被災地の方にとって迷惑になるのではないか」40.0%、「復興活動の邪魔になるのではないか」26.1%など、現地へ迷惑がかかることを心配する声が多くみられました(図表 C)



震災半年後以降の旅行者の間で「被災地の方への迷惑」「復興活動の邪魔になるのではないか」など現地への負担を懸念する声が増加傾向

震災後半年以内に訪れた旅行者と、半年以降に訪れた旅行者が不安に感じた内容を比較すると、「余震の可能性」や「交通機関・交通網」など、東日本大震災の直接的な影響を懸念する声は時間経過につれて減少する一方、「被災地の方にとって迷惑になるのではないか」、「復興活動の邪魔になるのではないか」との心配する声は増えており、実際に東北地方を訪れるまでは、観光で訪れることが現地へ迷惑になるのではないかと心配する人が多いことが明らかになっています(図表 F)。



3) 旅行先では、観光客の少なさを実感するとともに、地元の方からの熱い歓迎を実感

東北旅行の印象を自由回答で質問したところ、観光客の少なさを指摘するコメントが、期間・訪問先を問わず、多くの旅行者から挙げられました。自由回答ながら、全体の14%にも上り、震災以降、観光客の足が向いていない東北地方の現状が浮き彫りになっています。

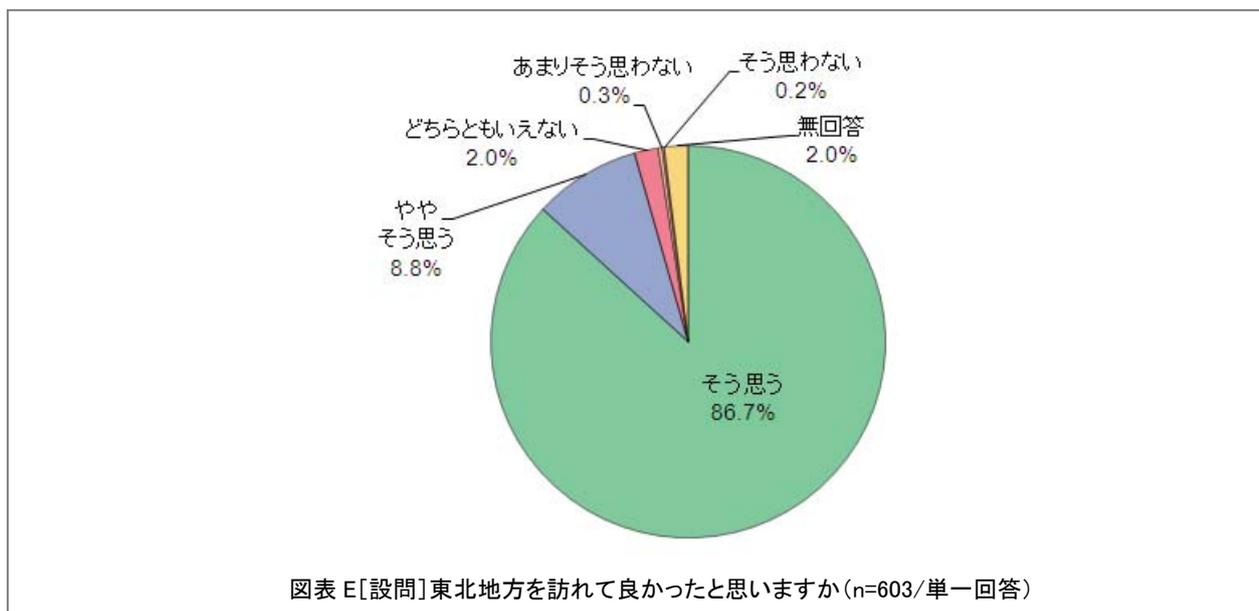
観光客の少なさに関するコメント
「観光客が少ないのに驚いた」
「観光客が少なかった。学生の修学旅行がなかった。観光バスが激減していた」
「観光客が訪れた先で想像したより少ないと思った」
「観光客が我々以外ほとんどいなかった」

このように、観光客が激減する中で東北地方を訪れた旅行者からは、地元の方々に強く歓迎されたというコメントが多く見られました。自由回答ながら、8%もの旅行者が地元の方からの歓迎について触れています。

地元の方の歓迎に関するコメント
「物見遊山的な感じで迷惑ではないかと思ったが被災者の方から喜んで頂き、『(全国の方に)来て頂きたい』とメッセージを預かった」
「仕事が無かったようでバスガイドの人が涙ながらに観光客が訪れたことに感動していた」
「観光ツアーに対して冷たい視線を向けられると想像していたが、現地の人々の生きる力が歓迎を感じさせてくれた」
「お店の方の『来てくださるだけで嬉しい』という言葉が印象に残った」
「現地の方(山形県)が我々を「震災後初めてのツアー客」ととても歓迎してくれ、喜ばれた」
「観光で訪れて良いものかと思っていたが、誰もが何らかの被害を受けているにも関わらず喜んでくれた」

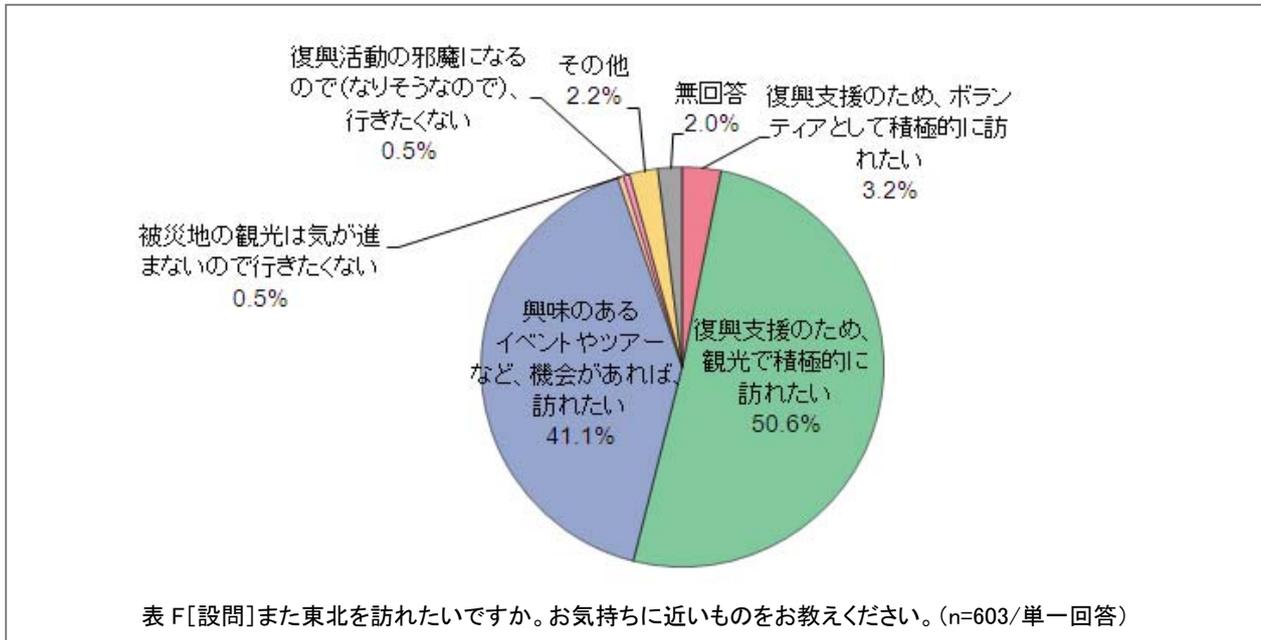
4) 東北を訪れた感想は「訪れて良かった」が約96%

「東北地方を訪れて良かったと思うか」の質問には、「そう思う」が86.7%、「ややそう思う」が8.8%と、訪れて良かったと思っている人が95.5%にも上ることが分かりました(図表E)。観光客が少ない中訪れた旅行者への、現地の方からの熱い歓迎などが高い満足度につながっていることが伺えます。



約 95%が再訪を希望し、目的の1位は、「復興支援のための観光」

再び東北を訪れたいかの問いには「復興支援のため、観光で積極的に訪れたい」50.6%、「興味のあるイベントやツアーなど、機会があれば訪れたい」41.1%、「復興支援のため、ボランティアとして積極的に訪れたい」3.2%と、再訪を希望する人が 94.9%にも上ることが分かりました(図表 F)。「ボランティア等はできないので、現地への観光で協力したい」など、多くの人が、現地で行う復興支援の第一選択肢として観光を捉え、前向きに検討していることが伺えます。

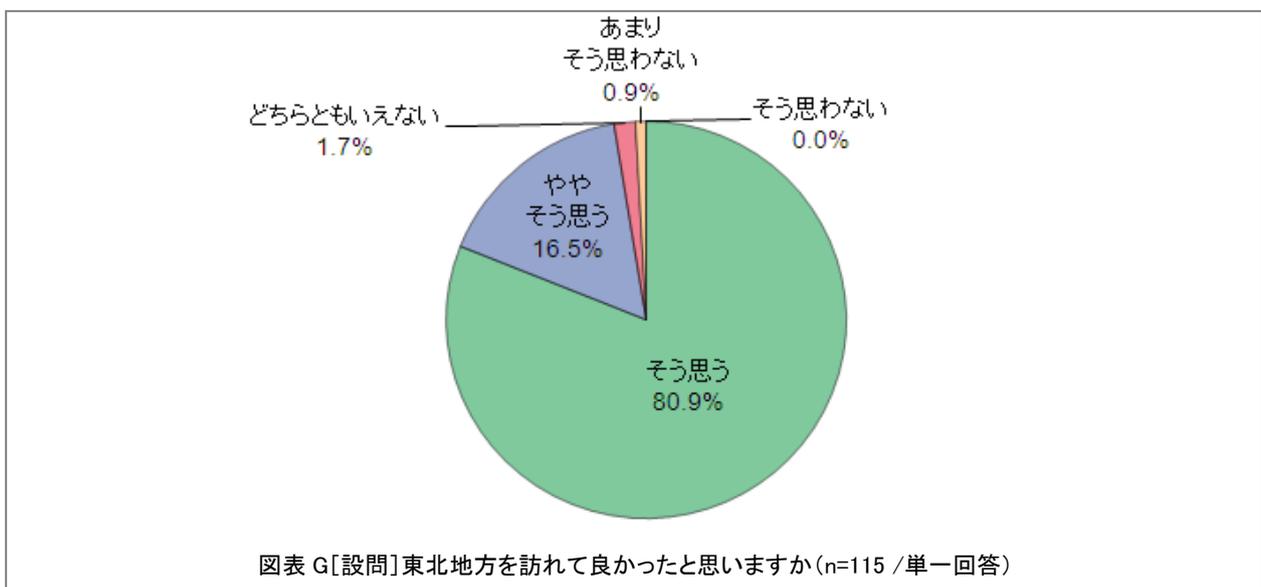


東北旅行中は、買い物で復興を支援する「応援消費」を実施

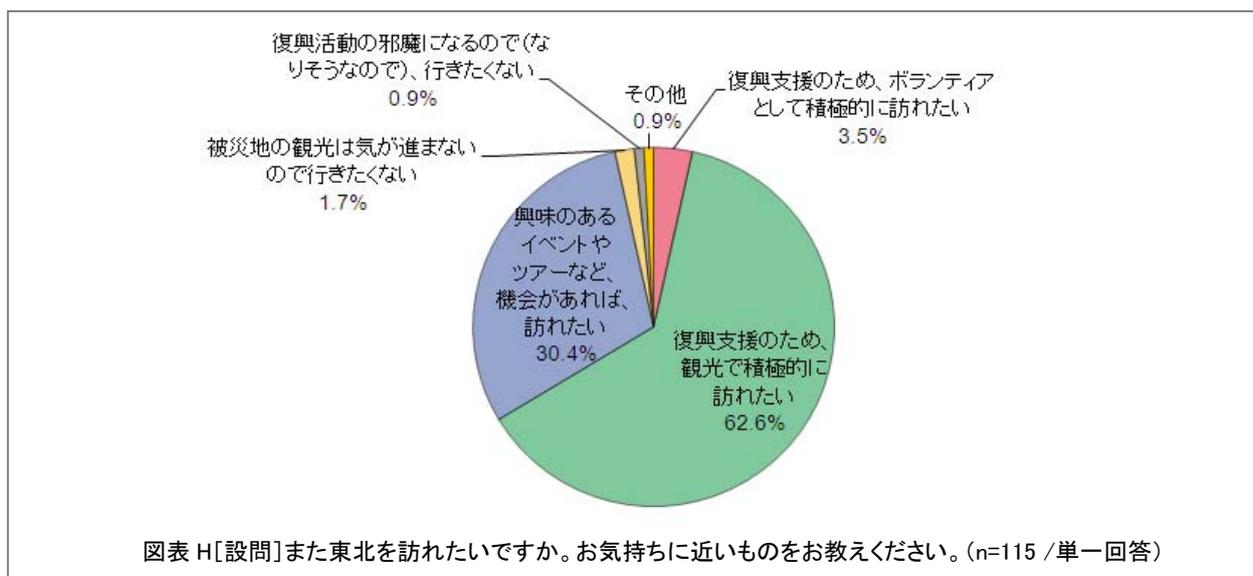
東北を訪れた際のお土産や買い物(飲食費を除く)に使った金額は、平均で 18,630 円という結果となりました。これは、観光庁調査の平均 8,372 円と比べると、2 倍以上の額に上り、実際、東北地方を訪れた旅行者において、お土産などの買い物によって東北の復興を支援する、「応援消費」が行われていることが伺えます(「2009 年旅行・観光消費動向調査結果」/2011 年 3 月国土交通省観光庁発表)

5) 旅行前に不安があった人でも、旅行の満足度、再訪の希望は同様に高い

東北地方を訪れる前に不安を感じていた人に、訪れて良かったかたずねたところ、「そう思う」が 80.9%、「ややそう思う」が 16.5%と、97.4%もの人が、訪れて良かったと感じていることが分かりました(図表 G)。



また、訪れる前に不安を感じていた人に再訪の意向をたずねたところ、復興支援のため、観光で積極的に訪れたい」62.6%、「興味のあるイベントやツアーなど、機会があれば、訪れたい」30.4%、「復興支援のため、ボランティアとして積極的に訪れたい」3.5%と、96.5%にも上ることが分かりました(図表 H)。



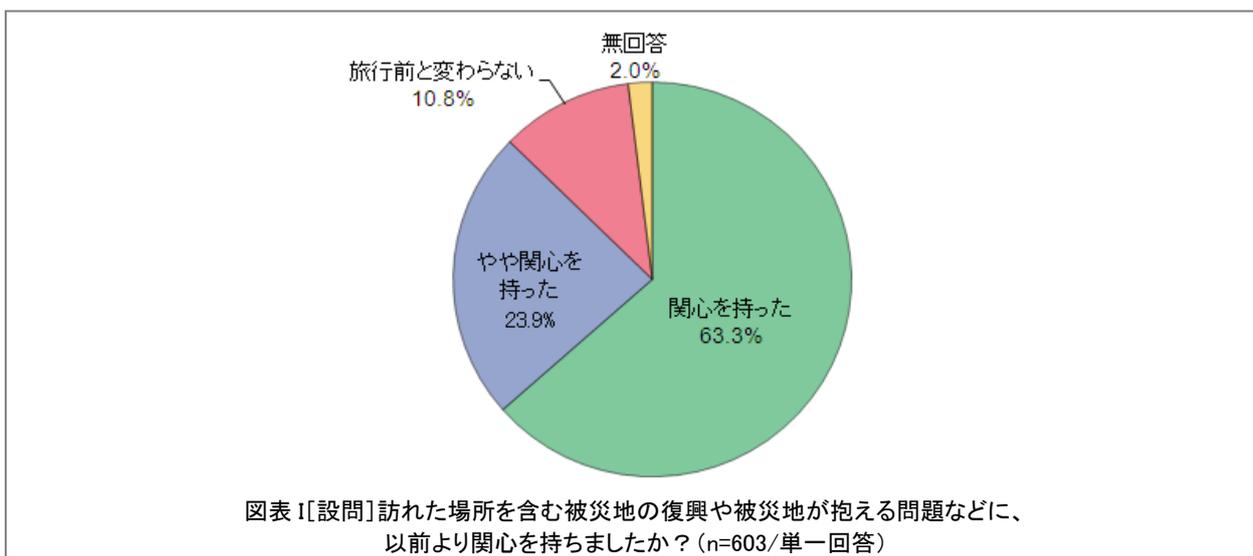
旅行の満足度、再訪の希望のどちらも全体よりも高い数字となっており、被災地の方への迷惑など、訪れる前には不安を感じた旅行者も、現地の方からの熱烈な歓迎などから東北旅行を満喫できたことが伺えます。

また、津波被害が大きかった三陸地方など太平洋側沿岸部を訪れた旅行者を中心に、「海岸沿いに広がる津波の被害の大きさに胸が痛んだ」など、被害の大きさに驚く声が多く見られた一方、青森県、岩手県、宮城県、福島県の内陸部や、日本海側の秋田県や山形県を訪れた旅行者からは、「同じ東北でも、被災している場所としてない場所があるので、びっくりした」「山の方に(平泉)行った。東北は全体的に被害にあっていると思ったが全く問題ない場所も多い」など、一括りで語られがちな東北地方の中でも場所によって被害状況が異なる点が多く指摘されており、予想したよりも、震災以前同様の観光が可能であったことも、不安の払拭、高い満足度と再訪希望につながったと考えられます。

6) 旅行後、被災地の復興や被災地が抱える問題などに以前よりも興味を持った人は約 87%にも上り、観光が復興支援への関心を高めている

訪れた場所を含む被災地の復興や被災地が抱える問題などに、以前より関心を持ったかの問いには「関心を持った」が 63.3%、「やや関心を持った」が 23.9%となり、以前よりも関心を持った人が約 87%にも上ることが分かりました(図表 I)。

震災から1年が経ち、東北地方への旅行者の減少とともに、震災に関する問題が風化されていくことが懸念されていますが、東北地方を訪れ、実情を知ることにより、風化が食い止められ、被災地への関心や復興支援への思いが高まることが、この結果から伺えます。





クラブツーリズムは、東日本大震災に対して、「こころを旅でとどけよう」というメッセージを掲げ、旅行会社として、旅を通して地方の活性化を図るため、東北方面への旅やイベントを積極的につくり、多く実施してきました。東北地方への旅行者の減少、特に、団体ツアー客の減少が叫ばれる中、クラブツーリズムでは震災後も順調に送客を続けており、東北方面への旅行者は増加傾向にあります。

■東北地方の観光業者と協力し、東北の「今」が伝わり、復興にも結びつくツアーを、いち早く、多数実施

クラブツーリズムは、日本各地の観光業者(旅館・ホテル、ドライブイン、観光施設、バス会社など)約2500が参加する「パートナーズ会」を持ち、東北のパートナーズ支部会とも強い協力関係を築いています。震災以降、東北地方のパートナーズ会の協力のもと、実際に社員が現地視察を重ね、東北地方の「今」が伝わり、復興につながるツアーを協創し、現在までに1,615コース、194,056人を送客しています。

*いち早く東北支援ツアーに取り組み、4月初旬に東北支援ツアーを発売

優れた鉄道旅行を選ぶ「鉄旅 OF THE YEAR」では、「東北応援賞」を受賞

東北地方のパートナーズ会との強い協力関係を生かし、クラブツーリズムでは震災直後からいち早く東北支援ツアーに取り組み、4月初旬には、青森県の名勝地を訪ねる「往復飛行機利用で行く 弘前公園・角館 春色のみちのくを訪ねる 2日間」を発売しました。

以降、多くの復興支援ツアーを実施し、特に、手旗信号で運転を再開した「三陸鉄道」へ乗車するなど、復興し始めた三陸を体感できるツアー「鉄道旅情東北『絆』でつなぐ三陸路2日間」は、実際に東北支援に結びついている点が評価され、優れた鉄道旅行を選ぶ「鉄旅 OF THE YEAR」(主催:鉄旅オブザイヤー実行委員会)で、「東北応援賞」を受賞しています。

*多様なツアーで東北を支援

定期開催のユニバーサルツアーの行き先を、2011年9月は宮城県「松島」に設定

クラブツーリズムでは、ユニバーサルツアーにも積極的に取り組み、年に2回開催するユニバーサルツアー「ドリームフェスティバル」を開催していますが、2011年9月は、行き先として宮城県の松島を選定しました。

ツアー中は、被災地石巻からの招待者を含め225名の参加者(車いす利用者35名、杖利用者15名)が、東北の観光や地元の方との交流を楽しんだほか、また参加者から募った冬物衣料(ダンボール8箱)を南相馬の仮設住宅に寄付しました。

*福島県 農産物復興プロジェクト「ふくしま 新発売。」に協力するなど、東北地方の自治体と連携

福島県が8月に開始した農産物復興プロジェクト「ふくしま 新発売。」に共鳴し、報道取材ツアー用のバスの提供や、10月開催の「会津・裏磐梯!秋のビッグプレミアムフェスティバル」など、福島県を訪れるツアーを企画・販売することを通じて、サポートをしています。

■ツアー参加者やカタログ、広告などを通して、義援活動への積極的な呼びかけを実施

震災直後から、積極的にカタログや新聞広告を通して、また直接ツアー参加者へ、呼びかけを行いました。多くの方からご協力を頂き、総額で34,866,160円を(社)日本赤十字社に寄贈いたしました。

■今後も、多くのツアーやイベントを通して、長期的な支援を実施

クラブツーリズムは、三陸鉄道北リアス線の4月1日の新区間運転再開にあわせ、新たな三陸応援ツアー2種を開始し、2014年4月までの長期スパンで実施する予定です。また、4月21日、22日には、福島応援特別企画として、「スパリゾートハワイアンズ」でのイベントを開催し、5,000名以上の送客を予定するなど、今後も、多くの東北ツアーやイベントを通して、積極的かつ長期的な東北復興支援を行なってまいります。