

特集

東日本大震災からの復興に 観光は何を果たしたか

— 5年間のふりかえりと今後への期待



樋口 保 (ひぐち たもつ)

宮城県総務部行政経営推進課課長補佐(総括担当)。1993年入庁。観光課在籍中に東日本大震災発生。自宅が津波で被災し家族も犠牲に。震災当初、観光振興班長として被災者避難活動等に従事。震災後は観光の復興に向けた2013年度仙台・宮城DCの開催に尽力。2016年4月より現職。宮城県名取市閑上生まれ。

樋口 2011年(平成23年)3月11日の東日本大震災の発生時、私は県の観光課に所属していました。当日、議会も終わったので、翌年度の事業方針について、同僚とともに県庁最上階で打ち合わせを行っていた時に地震が発生しました。執務室に戻って非常電源がついた時、テレビ

で初めて津波の映像を見ました。ついさっきまで「来年の観光をどうしよう」と考えていたのが、その映像を見た瞬間「もう観光という言葉は使えないのでは」と思いました。佐藤 当時、私はJTB東北の法人営業仙台支店で公務営業などを担当する営業二課長を務めていました。

本社で打ち合わせをしていた時に地震が起こり、まず支店に戻ってお客様と社員の安否確認をしました。その後に支店が入居するビルが14日までに立ち入り禁止になったので、本社に拠点を移しました。旅行を取りやめたお客様に対して仙台支店が1週間約8000万円以上の取消受付をした時は、会社が潰れるのではないかと思いましたね。

「被災地対応・第1フェーズ」
ライフライン復旧応援隊の
宿泊手配 (3月下旬)

佐藤 3月14日月曜の午後、私は地震発生後に初めて県庁を訪れまし

宮城県の観光業界が果たしたこと
— つながりとマッチング、観光の特長を活かした取組

宮城県総務部 行政経営推進課 課長補佐(総括担当)

樋口 保

東北観光推進機構推進本部 副本部長

佐藤 一彦

1

東北地方太平洋沖地震による東日本大震災の発生から5年が経過。

現地では、生活の再建、そしてまちづくりや産業などの復興に粘り強く取り組む姿が、いくつもの記事や報道で伝えられています。

この間、多数のボランティアや関係者が地元に出向き復旧や復興を支援してきましたし、旅行会社などによる被災地応援ツアーなども頻りに企画されました。

このような被災地で暮らす人たちと、他地域から訪れた人たちとの交流、そして観光は、復興にどのように貢献したのでしょうか。

今号では、主に復興の現場で活動された方々の声を通して、観光の意義と可能性を探ります。



佐藤 一彦(さとう かずひこ)

東北観光推進機構推進本部副本部長。1990年(株)日本交通公社(現ジェイティービー)入社。山形支店、東日本営業本部、JTB東北などを経て2015年より現職。東日本大震災後、宮城県からの委託を受け、「みやぎ観光復興支援センター長」「みやぎ教育旅行等コーディネート支援センター長」を務めた。山形県天童市生まれ。

た。樋口さんをはじめ皆さんが無事なのかという安否確認と、何かお手伝いできますかという気持ちでした。樋口 それまで佐藤さんとは、ほとんど毎日のように顔を合わせていました。南三陸町や石巻、気仙沼など沿岸部と一緒に観光資源を掘り起こし、教育旅行を強化しようとしていた矢先にそのエリアが被災し、地元職員がどうなったかという情報すら取れない状態でした。

そんな状況の中、全国から「ラインフライング再建の救援のため、そちらに行きたいがどこに泊まれるか」という問い合わせが県庁のいろいろな部署に入り始めていました。

佐藤 県庁に伺った時、そのお話を聞きました。問い合わせが入ってくるけど、仙台市内でどのホテルが営

業しているのか全く分からないと。

樋口 観光課で対応を一元化しようということになり、旅行会社と組んであつせん窓口を置きました。例えば土木部が問い合わせを受けた時にも、観光課が電話で相手から必要事項を確認して受付票に記入し、旅行会社にその情報を渡し、宿泊施設とのマッチングをしてもらうという流れです。この窓口は3月18日に作られ、県庁内でこのようなシステムを作り、公表しました。

佐藤 その時にはもう電話は開通していましたが、JTBの予約システムの、宮城県の宿泊予約機能がほとんど停止状態であったため、社員で手分けして、旅館やホテルに1軒ずつ電話をかけ「何室使えますか」「電気はつきますか、水は出ますか」「お

風呂は使えますか」など聞き取りをしました。受入をするための台帳作りですね。仙台市内だけでは足りないもので、山形県の宿泊施設にも電話しました。

最初のあつせんは3月19日。5件問い合わせが来て3件をマッチングしましたが、どれも1泊ずつでした。しかし、ランドリーが使えず1泊ずつシーツ交換ができないと宿から聞き、連泊を優先したいこと、1泊の場合は寝袋持参で来てほしいという要望を県庁に伝えて、全国に発信していただきました。大広間に雑魚寝でもいいという救援隊には、それに合った宿を手配しました。

精算は事後とし、ファクスでやりとりしました。手書きで宿泊台帳を作り、お客様の希望を聞いて、空いている旅館に予約を入れていくという原始的な方法ですが、ある意味、旅行会社のインフラに乗せたただけなんです。

「被災地対応・第2フェーズ」 被災者の県内二次避難 (4〜6月)

樋口 次の局面が、被災者の二次避

難です。沿岸部で被災された方々が地元の体育館などに避難していましたが、仮設住宅の完成までは相当時間がかかるので、希望者は別の場所へ移動していただくという動きが3月下旬に出てきました。県外避難は企画部署が担当し、観光課は県内の宿泊施設に対する受入要請や移送などに関する業務を担当しました。

内陸部は、沿岸部に比べると被害が小さかったので、何とか営業している内陸部の旅館やホテルを避難先にしていただくということで、県では3月19日から検討を始め、3月26日に市町村と県の職員が各避難所に向いて住民説明会を行いました。佐藤 3月26日には、県庁と我々で正式に打ち合わせをしました。二次避難の取組は岩手県が少し早かったのでJTB東北盛岡店からその情報をもらい、県に伝えました。あとは、阪神・淡路大震災の時に神戸市が行ったリフレッシュ事業も参考にしました。

樋口 観光業界は宿泊、運輸、飲食など裾野が広いので、災害が起きた時には観光のスキームで支援ができたんですね。

最初の旅館やホテルへの二次避難は南三陸町から栗原・登米・鳴子に4月3日に行いました。事前の意向調査で、通院の必要の有無、どこに避難したいかなどという希望も聞いています。仙台に親戚がいる人は仙台の近くがいいとか、車を持っていく人はオートキャンプ場を希望されたりしました。

佐藤 宿泊先には介護ベッドを入れるられる部屋は何部屋かなども確認しました。

樋口 バス40台を派遣しましたが、1台に数人しか乗ってないバスもありました。後から理由を聞くと、情報が入らなくなるのではという不安や子どもたちの学校や仕事の問題、土地への愛着などがあり、最初は手を挙げていても、いざバスが来たら乗らなかったというケースもありました。

佐藤 我々は旅行業法上の契約ではなく、県が行う避難業務を一緒にやって遂行するという業務補助的な契約形態をとって業務を引き受けました。南三陸町から400人くらいの名簿が来て、3時間くらいで部屋割りを行いました。募集型企画旅行のバスツアーなどでやっていることな

ので、通常の業務のノウハウを生かしています。

部屋割りの構成については、避難されている方の情報を市町村を通じて収集してもらい、コミュニティ優先など、ベーシックな要望をいただきました。ご家族で入ってもらったり、年齢が離れている夫婦2組を組み合わせて相部屋を組んでみたり、トラブルが起これにくいよう工夫しました。

樋口 これは災害救助法に基づく避難なので、旅館に対しては1泊3食5000円が宿泊費として国から旅館に支払われます。支払いは旅行会社を通さずに地元の市町村から旅館に払い、市町村に県が払う形です。

旅館には旅館料理ではなく、普通のご飯を出してくださいとお願いしました。

佐藤 「受け入れます」という地域は徐々に増えていきました。最初は鳴子が多かったですが、その後蔵王の遠刈田温泉、青根温泉などにも広がりました。

樋口 県の北部と南部は二次避難、秋保や作並は応援隊、松島は警察と、何となくすみ分けができてきま

した。この二次避難は10月末まで行われ、約3000人が参加しました。

【被災地対応・第3フェーズ】 短期間の「二次避難」 (6月)

樋口 二次避難をせず、一次避難先の体育館などにずっととどまっていた方たちもいました。夏が近づき、我々が心配したのは衛生面です。冷房もないので、健康面も心配でした。

そこで「温泉に短期間行って、二次避難を体験してください」という新しい制度を作ることを5月下旬から検討し、6月1日からスタートしました。一次避難と二次避難の間ということで「二次避難」と名付けました。期間は2泊3日から最長1週間、その間に体育館の清掃などを行おうということになりました。

当初、短期間の避難は災害救助法のスキームに合わないということでしたが、国としっかりと話し合ったところ、事業開始前に災害救助法の適用を認めていただきました。

県と地元市町村では、災害救助法の1泊3食5000円に、事業主

体となる市町村の判断で2000円を上乗せできるようにしました（県ではこのうち半額の1000円を助成）。これは、通常の二次避難と比べ、短期的な宿泊になるため、リネンや清掃、宿泊調整の困難度が増すことを踏まえたものです。ハンドリングは日本旅行業協会（JATA）にお願いしました。

佐藤 阪神・淡路大震災の時、神戸で短期型避難という事例があったのでそれも参考にしています。実施趣旨の一つには、「旅行自粛ムードに苦しむ宿泊施設の支援」も入っていました。

【観光復興・第一フェーズ】 観光自粛ムードが二変した (4月)

樋口 震災が起きた直後から、被災地への配慮からか観光やレジャーを控える傾向があり、お花見やイベントが軒並み延期されました。このような状況を踏まえ、村井宮城県知事は、被災地が元気になるためには日本経済全体の元気が必要であり、過度に自粛することなく、日本全体を

盛り上げてほしいというメッセージを全国に発信しました。「自粛を自粛してください」とお願いしたんです。これに呼応する形で、宮城県で最

図1 形態別マッチング実績(人数)の推移

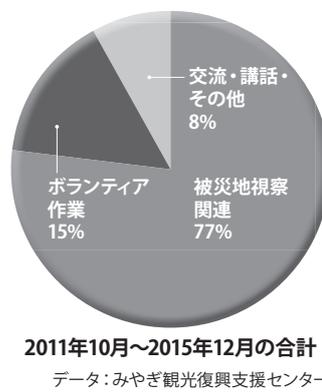
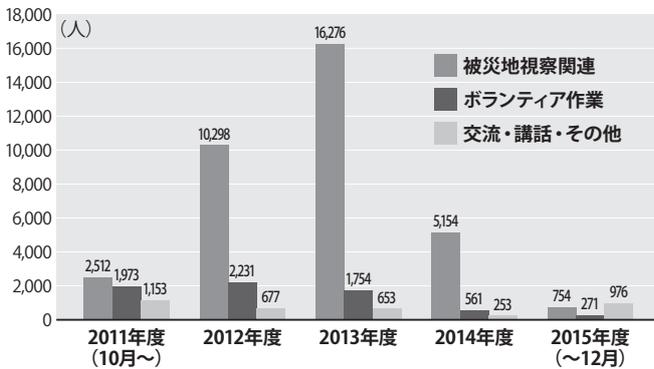
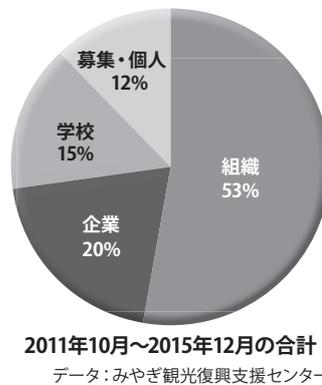
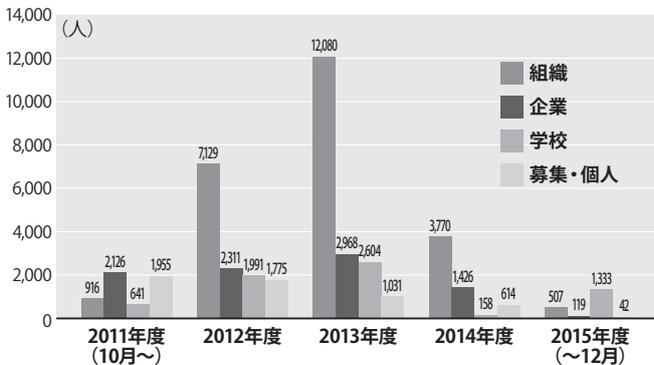


図2 団体種別マッチング実績(人数)の推移



も早く動いたのは、県内有数の観光地、松島でした。町や観光協会が中心となって、4月中旬から観光施設や宿泊施設の営業が再開されました。

もう一つは4月29日、ベガルタ仙台と東北楽天ゴールデンイーグルスのホームゲーム開幕戦の同時開催です。この場で、知事が「震災復興キックオフデー」を宣言し、観光自粛ムードを払拭し、多くのお客様を再び宮城県にお迎えする取り組みを再開しました。知事のリーダーシップは非常に大きかったです。この日は東北新幹線が全線復旧した日でもあります。これからまた我々は、観光という言葉を使っていいたんだなあ、と思いました。

佐藤 お花見などが自粛されるムードがあつて日本酒が売れず、南部美人の社長が「宴会自粛をやめてほしい」と言い始めていた頃です。

樋口 これがきっかけでテレビの旅番組も取材が入るようになりました。とにかく観光で外からお客さんを入れるしかない。被災地を実際に見てもらったことが息の長い支援につながると思っただです。7月頃から、宮城県の観光課では「きて・みて・感じて・応援して」という言葉をキヤッチフレーズとしてよく使うようになりました。

「観光復興・第2フェーズ」

ボランティアバス (4月下旬～5月)

佐藤 阪神・淡路大震災は「ボランティア元年」と言われ、NPOなどの組織が多数できました。そういう方々が今回の発災直後からテントを持って支援に来てくれました。一般の方たちからも、「休みを利用してボランティアをしたい」という話が出てきて、ゴールデンウィーク頃には首都圏などからボランティアバスツアーが運行されるようになってきました。

私たちは二次避難の支援などで各避難所に入入りしていたので、被災された方々の意向などはある程度つかんでいました。これと、県外の旅行会社のニーズとマッチングさせるという役割です。そこが合えば、あとは当事者同士で任せられるので。

我々がマッチングを始めたのはゴールデンウィークが明けてからです。当初、ボランティアの受け皿となっていたのは社会福祉協議会ですが、依頼が多すぎてゴールデンウィーク中はパンク状態でした。

樋口 その時に役立ったのも、やは

り旅行会社のノウハウや観光業界のネットワークです。一・五次避難や二次避難も同じで、さまざまなことにつながりです。「観光業は裾野が広い」と改めて感じました。

佐藤 「こんなにもこれまでのつながりが生きるのか」ということを私も実感しました。旅館などだけでなく、我々が普段、営業活動しているお客様とのつながりもこの支援に生かされました。

先ほどお話しした社会福祉協議会も通常は我々のお客様ですし、避難所になった学校もやはりお客様です。社員の知っている先生が避難所の運営に携わっている場合もあり、避難所の情報をもらいやすいこともありました。

「観光復興・第3フェーズ」

県外への観光PR (5月)

樋口 2008年(平成20年)に仙台・宮城ステイネーションキャンペーン(以下DC)を行いました。宮城県にとって初めてのDCです。そして震災前には、2回目のDCを2013年(平成25年)に行いたい

と手を挙げていました。

開催内定の発表が震災によりいったんストップしましたが、5月10日に「仙台・宮城」でDCを行うことが発表されました。震災からの観光復興に向け、何とか開催したいと心待ちにしていた発表でした。我々観光課の職員も、この頃からPRのための県外出張が入ってきています。震災後、私が最初に行った出張は5月25日で、JATAが東京の商品造成担当者を田沢湖に集めて開催した会議でした。そこから私は立て続けに県外出張に行っています。

5、6月はボランティアや避難者の受入で、一定の稼働率があったにもかかわらず、一般観光のPRを始めた理由は2つあります。一つは復興需要は何年も続かないこと、もう一つは、被災3県はある程度宿泊者数が確保できているものの、日本海側の山形・秋田の落ち込みが相当のものであると聞いていたことです。東北全体が観光復興に向かっているかなければと感じていました。我々の県は支援隊などが来ていますが、あちらは一般のお客さんが全く来ていない。東北が一体になってPRしな

いといけないと考え、我々も「今、泊まる場所がなければ山形や秋田がありますよ」と、いろんなところにPRしました。

この震災は復興に何年かかるかわからないという思いがあったので、とにかく継続して支援してもらわないといけない、ボランティアも「一度行ったからもういい」となるのがすごく怖かったので、何とか東北が忘れ去られないように、早めに手を打てることは打とうという思いでした。

「観光復興・第4フェーズ」

語り部ガイドの誕生 ～復興応援ツアー(5月～)

佐藤 5月29日、南三陸町で語り部ガイドがスタートしました。首都圏や仙台からバスで来てもらい、買い物してもらいましょうと、原則、毎月最終日曜日に「復興市」をやっており、そこで始まりました。それが各地に広がり、語り部ガイドが本格化するのには夏以降からです。実は、語り部ガイドは自然発生的に生まれたわけではないんです。南三陸町が着地型旅行受入のために育

図3 帝京大学特別教育プログラム 旅程表 (スケジュールB)

日次	月日(曜)	行程
1	2011年 9/13(火)	9:00 帝京大学 → 昼食 (各自持参) → 16:00 南三陸ホテル観洋 (泊) 被災地復興イベントと集客効果について 16:00-17:00 6階弁天 講師: 福興市実行委員長 山内様
2	9/14(水)	10:00 南三陸ホテル観洋<講義・ワークショップ> → 14:30 石巻市 → 16:00 松島 (泊) → 18:00 被災地視察 (車窓) 震災復興と観光まちづくりについて 10:00-12:00 6階弁天 1部講師: ホテル観洋女将 阿部様 2部講師: 歌津地区協議会長 小野寺様 昼食 12:00-13:00 6階羽衣 被災地において学生はどんな役割を果たすことができるのか 13:30-14:30 6階弁天 講師: 株式会社大浦社長 工藤様
3	9/15(木)	8:00 ホテル → 8:40~9:30 石巻・東松島 → 18:00~18:30 秋保温泉 ①相川小学校清掃ボランティア活動 (2.3.5号車) ②東松島市ボランティア活動 (1号車) ③石巻市立鹿妻小学校避難所支援活動 (6号車) ④石巻市立釜小学校ボランティア活動 (4号車)
4	9/16(金)	8:15 秋保 → 10:15 秋保大滝 → 12:00 瑞鳳殿 → 12:15 青葉城址・見学・昼食 → 13:15 18:30 帝京大学

てていた「ボランティアガイドサークル汐風」が地元であり、その人たちが教育旅行などを受け入れるために行っていたガイド経験を生かして語り部を始めました。既にガイドをする下地ができていたのです。DCの仕込みが意外なところで役に立つたと言えます。

樋口 現場に立って空気を感してほしいという思いが我々の中にもありました。来て、見て、震災を体験した人の話を聞いてもらうことが重要と

考えたいたら、南三陸の人が語り部を始められたんです。ただ、語り部の人たちも悩んだと言っていましたね。自分たちの不幸をしゃべってそれを仕事にしたいのかと。私事ですが、私も自宅を津波で流出し、身内を亡くしているので、語り部の人たちの葛藤を自分のことのように感じました。

一方、この頃になると、がれき撤去や泥さらいといった初期のボランティア作業がどんどん減っていきま

した。5月から減り始めて、6月にはそれが顕著になった。田んぼのがれきなども重機で撤去するなど復旧が専門化していきま

した。復旧のためのボランティアから復興のためのボランティアに変わっていったのです。ボランティアをしたいけど、何をしたいか分からないという人に、とにかく来てもらうこと、被災地で物を買うことも間接的な支援になるという考えが我々の復興ツーリズムの基本になってい

ます。着地側からそういうことを発信することで安心して来てもらおうということ

樋口 復興食堂や復興商店街で買い物をする経済的なメリットもありますが、何より「風化させない」とだと思

います。佐藤 元気な人の姿があることで、やはり地域の雰囲気が変わります。町の活力みたいなものが違いましたね。賑わいがなくなるとやはり駄目だなと感じました。

心を突く質問が多かったのが印象的でした。

佐藤 さらにこの後、翌年4月には仙台で世界の観光産業トップが集まる世界旅行ツーリズム協議会(WTTTC)が国際会議を開催し、WTTTCの主要メンバーの被災地ツアーを我々で企画しました。その後も仙台ではIMF・世界銀行年次総会特別イベントも開催されたので、まずWTTTCの会議が仙台で開催されたことは本当にありがたかったです。

「観光復興・第6フェーズ」 みやぎ観光復興支援センター の設立(10月)

樋口 全国から「被災地に行きたい」「ボランティアがしたい」と寄せられる問い合わせに、対応窓口を一本化したほうが利用される方々にも受け入れる現地の方々にもいいだろうということ、2011年10月1日にみやぎ観光復興支援センターを設立しました。県外から被災地に行きたいという方々と、受入をする現地側の方々とこのコーディネートが主な役割です。

佐藤 「ボランティアツアーに行きたい」という問い合わせが被災地に直接ありましたが、現地では他にやることもたくさんあって対応しきれず、被災地の市町村の観光課の人たちが疲れていました。被災地は刻々と状況が変わるので、誰かがワンストップで対応しないと両方が大変なことになる、双方をつなぐ役割を作ったほうがいいと考えました。

樋口 県としての判断は早かったです。短期間でできるところは短くしてとにかく前に進まない。震災直後は担当者がその場で判断することも多くありましたので、上司に対しても同僚に対しても報告だけはきちんとするように、職場全体で心掛けました。このセンターの設立についても判断は早かったですよ。6月から企画を立て、7月には予算を確保しました。

佐藤 この業務をJTB東北が受託しました。スタッフは緊急雇用創出事業の制度を使い、被災された方を15人雇用してスタートしました。
樋口 ここを窓口にするので、県に入った問い合わせにも対応いただくので、いい流れができました。

佐藤 被災地に入ってボランティアを受け入れたり、語り部ガイドをしてくれる人を探すなど、市町村ごとの担当スタッフ約10人を各地に配置し、毎日「ご用聞き」に行ってもらって情報をまとめつつ、一方ではいろいろな旅行会社に対して情報提供するという形です。情報提供の手段は当初はメルマガ配信でした。

樋口 センターはさまざまな旅行会社や学校を相手にマッチングしていきます。JTB東北に業務を委託しましたが、センターは県の事業ですので、極力企業名を出さないよう、観光復興に向けた役割を果たすよう、お互いに心掛けました。入手した情報は公平に提供していただいたので、旅行会社からはかなり信頼を受けたいと思います。

佐藤 立ち上げ当初から被災地に來たいという人は多かったですね。旅行会社から「こういう団体が來たい」と言っているけど、どこか受け入れられる所はないか」と言われ、センターに現地から受け入れてもいいと連絡が來たら、3日後には「100人來ます」という感じですよ。
樋口 観光復興にどんどん軸足を

移していった中で、いくつかのターニングポイントがあったと思います。が、このセンター設立というのは大きな出来事でしたね。

佐藤 長く被災地と関わるためには、ビジネスとして関わっていかないと続けられないの思から、自分の仕事として何ができるかを考えてきました。ボランティアではなく業務にすれば、公に認められるので。そういう意味では、このセンターを作ったのは、継続的に関わるための仕組みを作ったというか、個人的には相当な思いがあり、自分のためでもありました。こんなに長く関わりは思っていませんでしたが。

「観光復興・第7フェーズ」 首都圏プロモーションと 語り部研修

佐藤 とはいえセンターが活動を始めた当初は、受入側の反応は鈍かったです。センターのスタッフが現地に入ると「何しに來たの。観光? お客様を受ける?」「観光なんて言う場合じゃない」と言われて帰ってきていました。エリアによって多少

違いはあるものの、観光協会も、市町村もそういう反応でした。

樋口 11月15日に宮城県県の観光と農業関係者645人で新幹線を1編成借り切って、「食と観光」をテーマに首都圏プロモーションに行ったんです。内陸部もお客さんが来ていないので、とにかく県でまとまって首都圏に行こうと。

企画を立ち上げたのが10月中旬で、準備期間は1カ月しかなかったんですが、沿岸部の市町村全部を巻き込んで、県の観光課が仕掛けました。これは一つの変わり目になりましたね。

翌年（2012年）の4～6月、PRDCとして観光キャンペーンをやることにしていました。市町村には10月までに来年の4～6月の企画を出してほしいというお願いをしました。小さい行政体ほど、「何で7～8カ月も前に出さないといけないのか」と反発がありました。10月には旅行会社に企画を持っていかないと商品を作成してもらえないので。そうした企画を作りつつ、首都圏プロモーションをやることで、首都圏の方には「行っていいんだ」、地

元の人には「観光客を受け入れられるかもしれない」と思っていたところにも、ありのままを伝えればいいことを分かってもらえればと考えました。佐藤「南三陸で語り部やってるから、気仙沼や石巻でもやったら」という話をセンターのスタッフを通じて現地に持ち掛けていました。

樋口 語り部の話を聞きたい、体験を聞きたいという声が多く、受けるところを増やさないといけないというのは夏前から感じていました。その後、石巻、南三陸、気仙沼で語り部ツアーをたくさん受け入れ、復興市や仮設商店街も賑わいました。

県では2012年（平成24年）3月にまだ語り部がない市町村を集めて、南三陸町で語り部研修会をやりました。年度末なので予算も限られていましたが、DC協議会で何とか捻出し被災市町村、NPO団体の方々など多くの方を集まっていたので研修会を行いました。この研修の後に、巨理町などでも語り部ツアーが始まりました。佐藤 その下支えをみやぎ観光復興支援センターで行いました。10人

のスタッフが、各地域に「他の地域ではこうやっていますよ」と説明しに行き、研修会に参加してほしいと地道にPRをしてきました。行政だけでなく、お寺の住職などの個人にもお願いしに行きました。

【震災から1年後以降】 マッチング数の減少

佐藤 震災直後からNPOなどのボランティアや支援の方が入り、その後、ボランティアバスで一般の方も入ってきました。その次が企業などの団体の支援が入ってきて、2013年頃からは観光性が強くなりました。センターで行ったマッチング数もこの年が最も多くなっています。

被災地を見て、買って食べて消費するのも応援することなんだ、という意識が定着したのが2013年ですね。

2014年（平成26年）からはマッチングの数がぐんぐん落ちていますが、教育旅行は2014年が最も多かったです。教育旅行は1年半～2年前には計画されるので、一般のマッチングよりちょっと遅れてくる

んですね。こちらも、2015年（平成27年）は落ちてきています。

樋口 宮城県の観光客の入込数は2014年度で、震災前の94%まで回復しています。おそらく、一般観光にどんなシフトしてきていると思います。

佐藤 ヒアリングベースで作った各地域の語り部ガイド受入実績のグラフがありますが、あまり利用客は減っていません。センターを経由しない予約もあるので、詳細を分析してみないと分かりません。

樋口 センターでのマッチング件数が減ってきている一つの要因は、やはり「風化」だと思います。震災後2～3年は応援しようということで東北に来ていたけど、「去年東北に行ったから今年は別の所へ」という流れになってきたのでは。2015年は北陸新幹線の開通など、観光の風は西に向かって吹いていますから。観光は、どうしても風に影響を受けることがあるので仕方のない面もあると思いますが、風に影響を受けない部分もきちんと磨き上げていかなければならないでしょうね。

【震災から1年後以降】 教育旅行の強化

樋口 2012年1月、福岡のある高校が、行き先が決定していた修学旅行を宮城県に振り替えてくれました。今年まで4年間連続で来てくれています。前年の7月頃に校長先生がこちらに来て、その時の話がきっかけになっています。それから九州からの修学旅行が増えました。

「大震災や原発事故などが発生した地域に生徒たちを連れていくのはどうなんだ？」という意見がさまざまところから出たこと、生徒の自主性を重んじる学校なので生徒たちからも疑問の声が上がり、結果として自主参加の形での実施になったと聞いています。しかしこの旅行後は、「現地に立って、いろいろ考えることができてよかった」という意見や、行かなかった生徒たちとの議論を通して、学校全体で震災への思いを共有できたとも伺いました。生徒たちが東北への修学旅行で感じてくれたことを大人になっても忘れずにいてくれたら、風化の防止につながるのではないかなと思います。

その後、他の学校が次々と宮城県を訪れるようになったことで、震災学習の意義を改めて感じました。

今後、教育旅行を強化したいという意向がありますが、一つの目玉は復興ツーリズムです。将来ある子どもたちに現地に立ってもらい、語り部ガイドの話などを通じて震災の経験を正しく伝える。もう一つは仙台宮城のファンになってもらい、大人になったらまた新しい家族をつくるて来てもらう。その二つですね。

佐藤 学びも、防災・減災だったりボランティアだったり、建築だったりいろんな分野があると思います。それに、現代社会ではゼロに近い状態からまちづくりをする場所はないので、土地の問題を含めて都市計画の過程を見ることができるといってもいいと思います。

【今後の課題】

佐藤 震災から5年経って、語り部ガイドとして活躍してくれている方々が、どうやって組織を維持していくのが課題ですね。来る人が減っているので、活動している方も限られ、シユリンクしているのは事実

です。高齢化で語り部をやめる人もいますし、活動していた学生さんが卒業して時間が取れなくなったり、時間の経過による変化もあります。

仮設商店街などもだんだんなくなっているのが、拠点の問題もあります。まちづくりがもう少し進んで、祈念公園とかが整備されてきたら拠点になる可能性があり、そこに語り部ガイドやボランティア受入を行っている組織が入れば、延命できる可能性はあると思いますが、それまでになくならないと思います。

拠点という面では、女川町おなわでは駅周辺に商業施設を集めて、まちづくり会社も入って運営しているところなので注目しています。石巻市は人口も比較的多いので、今後の動きが注目されます。まだかなり先ですが、国立の祈念公園ができますから、人の流れができる可能性があります。ただ宿泊施設や飲食施設など、観光のベースとなるものがちょっと足りないですね。

樋口 もう一つは人口減少の問題です。沿岸部からどんどん流出しています。震災前から減少は徐々に始まっていましたが、震災で一気に加速

しました。やはり我々の仕事の範疇はんちゆうで言えば、交流人口を拡大することが非常に重要になると思います。

佐藤 人口調査でも沿岸部は軒並み、女川町、南三陸町などは3割くらい減っています。基礎となる人口がどこまで回復するのか。いかに交流人口が大事といっても受け入れる側に一定の規模がないと成り立たないと考えています。観光のことだけではなく、地域の状況を包括的に見ていかなければなりません。

樋口 私たちがこれまで取り組んできたことは、復興の過程の中でほんの一部にすぎないかもしれませんが、はの特長をうまく活かすことができたと感じています。これからも足元を見て、その先を見て、そして東北全体のことを気かけながら活動していきたいと思います。

佐藤 私はこの震災で旅行会社の根源的な役割を強く感じました。この仕事にプライドを持ち、引き続き震災復興、そして東北全体の観光振興に取り組んでいきたいと思っています。

聞き手…観光地域研究部 寺崎竜雄

取材協力…井上理江

とにかく「生きる」を伝えたい ——「石巻・大震災まなびの案内」の取組

石巻観光ボランティア協会

浅野 清一

石巻で「震災語り部」が始まったのは2011年（平成23年）の7月です。8月からは石巻観光ボランティア協会として行うことになりましたが、準備もあつて本格スタートは10月です。この協会は震災前にはまち歩きをガイドしていました。メンバーは20人ほど、ほとんどが被災者です。

初めにコースを考え、どこで何を話すかを話し合い、大まかな粗筋を作り、基本情報を共有しました。1時間半ほどの行程中は、バスの中で立って話し続けなければなりません。



60歳を超える私たちにとって、こればかり難しく、実際にガイドを務めたのは10人ほどでした。

3月11日の午後2時46分から数日間、自分は何をしていたか。ほとんどの人は、自分が生きるための行動をしていました。私は、「地震」が起きたら「津波」が来る、てんでんいいから高い所に「逃げろ」、とにかく「生きる」ということを伝えます。そして、全国からの支援に対するお礼を話します。

石巻では約4000人が犠牲になりました。ガイド同士で調査し、エリアごとの犠牲者数を推計しました。最も多くの犠牲者が出たところもコースに入れました。

知りたいことは何かを考えた

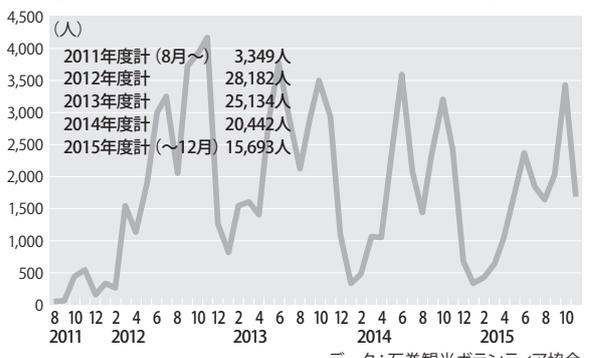
石巻は食彩感動の町というイメージを打ち出してきました。そして

2011年11月11日には、食の安全宣言を出しました。多くの方々に来てほしいという意味表示です。来て、食べて、買っていただくことが大きな応援になります。私たちは石巻に来ていただいた方々の受け皿として、来訪者が知りたいことは何かを考え、勉強を続けながら案内してきました。申し込みが最も多かったのは2012年（平成24年）の10月と11月で、1カ月間にバス150台、約4000人を案内しました。

2012年になると震災学習としてお客様を連れていきたいという旅行会社が増えてきました。2013年（平成25年）の後半ぐらいからお客様の種類が変わってきた気がします。それまでは、被災地への単純往復だったものが、松島や平泉を訪れる周遊ルートの中に石巻での「震災語り部」が組み込まれるようになりました。2014年（平成26年）からは、それが一層顕著になりました。観光性が強まったのです。

犠牲者のことを考え、案内中はお客様に飲酒を遠慮し、静かに見ていただくようお願いしているのですが、この頃になると私たちの意向が伝わ

「石巻・大震災まなびの案内」実績（人数）の推移



らないこともありました。

バス利用の団体を対象としていましたが、2015年（平成27年）からは少人数グループも受け入れます。しかし一般客は減少傾向です。代わって教育旅行が増えました。

今後、観光協会は、教育旅行やMICEの受入を推進するようです。私たちは学びのガイドとして防災教育にも力を入れていきたいと考えています。（談）（あさの せいいち）

取材協力：一般社団法人石巻観光協会
聞き手：観光地域研究部 寺崎竜雄 佐藤勇一

住民と観光客の集う場を目指して

—南三陸さんさん商店街の取組

南三陸志津川福興名店街運営組合 組合長 阿部 忠彦
 南三陸町産業振興課 観光振興係 係長 宮川 舞

震災前にあった「南三陸おさかな通り商店街」の店主が「ぼうさい朝市ネットワーク」に加盟してまいした。これは、全国の23の商店街が、災害時にお互いに助け合うことを目的として2008年（平成20年）に組織したもので、中越地震の際には南三陸町から支援物資を送るなどの活動を行っていました。



の4月から毎月最終日曜日に「福興市」を開催することになりました。この福興市は現在まで継続しており、この2月で54回を数えています。この活動を通じて、地元住民からの励ましや期待をいただき、商工会のメンバーの中に仮設商店街の整備の話が持ち上がったわけです。

南三陸さんさん商店街の概要

仮設商店街「南三陸さんさん商店街」の整備にあたって、当初開催した説明会には108人の店主が集まりましたが、最終的には店の広さや家賃などの条件により29人に絞られ、そのメンバーで運営組合を結成しました。運営組合の結成は2011年（平成23年）10月であり、震災から半年後です。これは他の仮設商店街と比較してそれほど早いわ

南三陸さんさん商店街 来店者数の推移

2012年(2月~)	301,725人
2013年	274,301人
2014年	187,825人

データ：南三陸志津川福興名店街運営組合

たため、南三陸町観光協会が拠点を置いたり、BRT (Bus Rapid Transit) の駅が設置されたり、といったように、地域の交流に関わる機能が集約される形となっています。

地域外からの来店者への対応

仮設商店街のオープンには2012年（平成24年）の2月です。もともとは地元客をメインに考えていたのですが、オープンから2〜3カ月が経つてみると、ボランティアや工事関係者、被災地見学の一般客など、地域外からのお客さんが多く訪れるようになり、その割合は9割近くにも達しました。現在も7〜8割が地域外からのお客さんです。

広大な駐車場、公共トイレ、フードコート、広場など、団体の大型バスなどが立ち寄りやすく、イベントを開催しやすい要素を備えていたことも大きいと考えています。もっとも、中小機構の整備事業は、店舗の建物のみが対象となっていましたので、フードコートやゲート、案内板、照明、店舗の外壁デザインなどは民間のNGO（サルベージン・アー

ミー・救世軍)の支援を受けて整備したものです。

ともかく「なぜか分らないながらも、地域外から客が来ている」という現状に対して、各店舗でそれに応じたサービスを考えるようになりました。例えば接骨院のクイックマッサージ、理髪店の冷たいシャンプー(いずれも長距離ドライブで疲れた客がターゲット)、物販店のオリジナルキャラクター商品の開発、各飲食店が季節ごとに創意工夫して提供する「キラキラ丼」などです。もともと洋品店であったお店が、土産物屋に業態転換した例もあります。



とはいえ、観光客はあくまでプ

スアルファという考えはなかなか抜けず、常に「いつ観光客が来なくなるのか」という心配がありました。実際、オープンして約1年後の2013年(平成25年)2月頃に客足が落ち込んだ時期がありました。その時にはいよいよ観光客の客足も遠のくかと思ったのですが、その後夏にかけて客足が戻り、結局その年の10月頃までは衰えませんでした。

そういった集客の柱の一つであるJR東日本の「復興応援ツアー」は、語り部ガイドなどのコンテンツが整ったことにより、南三陸町観光協会



からも働き掛けて実現したものです。

毎週日曜日に運行され、現在も継続しています。特に2012年から2014年(平成26年)まではほぼ定員いっぱいまで運行されることが多かったですね。2015年(平成27年)に入ってから少人数で運行されることもあるようですが、これは、客層が変わってきており、県内からの来訪客が増えているため、マイカーで来訪するケースが多くなっているという事情があるようです。

このバスツアーが成功したことで、他の旅行会社のツアーも商店街に立ち寄ってくれるようになりました。ツアーの内容は松島や中尊寺などの東北の観光地と周辺の被災地への立ち寄りを組み合わせたものやJTBによる語り部バスツアーなど、少しずつ変化してきました。震災後しばらくは被災地を訪れることに遠慮があったようですが、商店街としては「来て応援してほしい」というメッセージを一貫して発信していました。そのように情報発信することで人に来てもらい、各商店主も注目されていることで意識が変わったという好循環が生まれました。

今後の見通し

2017年(平成29年)3月には、今よりも海に近い国道45号沿いに本設の商店街がオープン予定です。本設の商店街が整備される周辺は新しいまちづくりの計画の中で観光・交流エリアとして位置づけられており、隣接して道の駅が整備され、南三陸町観光協会やBRTの駅も同じエリアに移転する予定です。

2015年以降、来客が減少傾向にある中、一定の水準を満たさない店舗は入れ替えたほうがよいというアドバイスも受けますが、今後も入れ替えなしで全体の底上げを図って、地域外から来訪するお客様への対応をブラッシュアップし、商店街の魅力向上に取り組んでいきたいと考えています。

地域内と地域外のお客様の比率は、経営の安定性からは7・3くらいがよいのですが、現状は逆となっています。今後の見通しは地域としてどのような写真真が描かれるかによると考えています。(談)

(あべ ただひこ/みやかわ まい)

聞き手・観光地域研究部 菅野正洋

新しくなった女川を見てほしい — 女川町の取組

女川町産業振興課 公民連携室長
産業振興課 観光係長
一般社団法人女川町観光協会 事務局長

山田 康人
新田 太
遠藤 琢磨

津波により、女川町民の約1割が死亡、または行方不明となりました。人口比で見ると女川町が最大です。また、町民の生活領域や産業用地の約8割が被害を受けました。町役場、駅などの公共施設は全壊し、町としての機能は壊滅状態になりました。

震災前の来訪客数は年間約70万人、宿泊者数は5万7000人程度。当時の観光魅力は『マリナル女川』という観光施設で、展示や四季ごとのイベントを楽しみに訪れる人、併設の『おさかな市場』の買い物客が中心でした。



写真右：遠藤琢磨氏
下右：山田康人氏
下左：新田 太氏

団体客にも対応したいいわゆる「見せる」観光です。観光産業は、震災前も今も水産業に次ぐ町の基幹産業に位置づけられています。

仮設商店街をきっかけに

被災直後は、果たして女川に行ってもよいのだろうかという時期でした。こちらとしても当初は受け入れようがなかったのですが、日に日に町を案内してほしいという需要が出てきました。女川に何かをしたいという意向もよく聞きましたが、私たちとしては、とにかく買い物をしてもらいたかった。これによって経済活動が生まれ、雇用が創出されます。

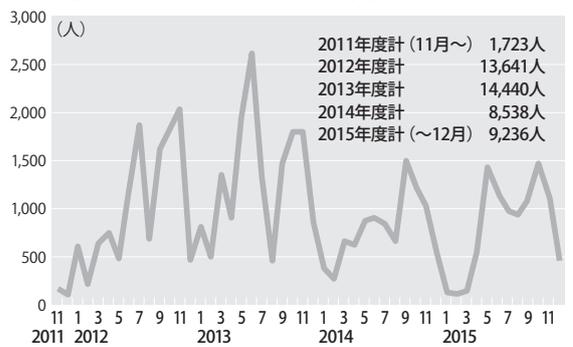
この対応として、2011年(平成23年)の秋から女川町観光協会ではバス案内を開始しています。がれきの間を縫っていくルートです。2012年

(平成24年)の夏頃まで、がれきがありました。同年4月末には仮設の商店街がオープンします。バス案内はこの仮設商店街を拠点とし、女川駅周辺の被災地、そして復旧復興中の様子を見て回るというもので、全体で1時間半ほどのツアーです。町内を巡った後に仮設商店街に立ち寄ると、相当多くのものをお買い上げいただきました。ただ私たちは、可哀想だから買い物をしてほしいわけではなく、例えば女川のサンマは本場においしいから買ってくれという考えです。

東京都が女川のがれきを受け入れてくれることになりました。私たちは、ありがたうを伝えるために、2012年10月に日比谷公園で感謝祭を催し、女川産のサンマ6万匹を提供しました。このイベントがポジティブな動きの幕開けとなりました。

2013年(平成25年)4月以降は、バス案内の参加者から1人当たり500円もらっています。このうちの300円は商店街でも使える地域通貨『アトム』として参加者にバックしました。つまりツアー代金は1人実質200円です。ただし、これが高いという団体もあり、その時にはバス1台当たり3000円もらっています。

女川町バス案内実績(人数)の推移



女川を訪れるバスツアーは2013年をピークに減少傾向です。それまでは女川の被災状況を見たい人たちが中心でしたが、徐々に来訪者の志向は変わってきました。被災地が誘客力となる時期は終わったのです。

若手に託された復興への道

さて、震災直後の行政は住民の生活基盤づくりのために奔走していました。これだけで手いっぱいでした。ならば、この先の女川をどうするかは自分たちで考えようと、産業界の人たちが動き出しました。今こそつながり、集まって



女川駅(写真奥)前にオープンしたシーバルビア女川

みんなで考えようという意気込みでした。これが『女川町復興連絡協議会(女川FRK)』を生み出します。女川FRKは、震災から10日後の3月21日に準備会がつくられ、4月中旬には正式に発足しました。商工会を核とした組織で、各産業の枠を超えて産業再生を目指そうという有志が集まりました。

その時産業界の重鎮は、「復興には10年も20年かかる。だからこそ若い人たちがやりなさい。俺たちは応援する」という気構えでした。これが「還暦以上は口を出すな。50代は口を出しても手は出さな」という言葉で伝わります。そして若い人たちは「自分たちにまちづくりを託してくれた。自分たちが責任を持ってやり、そして次の

世代につなげたい」という強い気持ちを持ち、行動したのである。

これが、テナント型商業施設『シーバルビア女川』を含めた女川駅前商業エリア復興の方向性を作り出すことになったと考えています。また、女川では全体を盛土造成することで防潮堤を造らないということを決めました。なるべく早く復興させたいということもありましたが、そもそも女川町民には生活の中に海が見えないということはあり得ないという意識が染みついていてではないでしょうか。

駅前の商業エリア整備にあたり、プロムナードとその周囲の主要な用地を公有地とし、テナント型の商業施設を造るという計画を作りました。これを核とした隣接の民有地にも個別再建店舗が集積する予定です。そしてこのテナント型商業施設は、第三セクターの『女川みらい創造株式会社』が運営します。27のテナントには被災事業者が約半数、町外からの誘致も含めて新規店舗が約半数を占めます。

2015年(平成27年)3月にJR石巻線が再開し、JR女川駅と温泉施設併設の駅舎が開業しました。そして12月23日、『シーバルビア女川』がオープンしました。ここには、町民向けの

生活用品や嗜好品^{しちう}、来訪客の購買を見込んだ独創的な女川関連グッズや、趣味の高い衣料品などを扱う商店が、文字通り軒を並べています。食堂やコーヒーショップ、焼肉店やバーもあります。近隣には水産物の加工を体験できる民間施設『あがいんステーション』、町民だけでなく来訪者も利用できるホールや会議室などを備えた『女川町まちなか交流館』も整備しました。

新しくなった女川を見てほしい

JR女川駅の開業に伴い、イベントを行ったところ、その状況がメディアを通じて全国に向けて発信されました。2015年12月、町開きイベントを行うと、さらに女川への注目度が高まりました。これまでは「被災地女川」を見に来る人たちでしたが、今は次の段階「新しくなった女川」を見に来る人たちです。これからは被災地から「立ち上がっていく女川」を見ていただきたいと思います。来訪者にはいまだに被災地の話をしてほしいというニーズがあります。私たちは新しい女川の町、そしてこれからどうなっていくかを見てほしい。今もまだ仮設住宅に暮らす人が多いのですが、今後、山を削

り、そこに住宅が建ち、そこで住民が暮らしていく様子を見てほしい。

今では観光バスだけではなく、自家用車やJRを利用する個人のお客様も多く訪れています。団体バスの数は確実に減っていきます。女川町観光協会は、地域限定旅行業の取得を目指しており、JR女川駅発着のツアーを造成し販売する予定にしています。個人向けツアーのポイントの一つは、地域の人たちと会話すること。そのために、お店の人たちには、お客さんと話すように言っています。もう一つは、体験メニューの充実。中でも女川の産業の核である水産業との連携による体験が重要です。女川の交流と観光は、駅前の広場、プロムナードを核にして進めます。女川の観光は、震災前よりさらに興味深いものとなるでしょう。

マイナスからのスタートですが、女川には自然があり、おいしい食べ物があり、楽しめる所がある。被災地だからということではなく、こういう女川に遊びに来てほしい。もはや被災地だということを売り物にする時期ではない。女川はこうだということを分かっ

てほしいと思います。(談) (やまだ やすと) につたふとし/えんどうたくま

聞き手・観光地域研究部 寺崎竜雄