

# コロナ禍におけるインバウンド —青森県の現状をとおして—

佐藤 光 磨\*

## 論文要旨

2020年から始まったコロナ禍以前では、青森県のような「地方」と呼ばれる地域において、最近特に問題化されている人口減少と少子高齢化は、地域社会の生活維持にとって大きな課題となっている。これらの問題の解決策として、各地方自治体は政府が進めるインバウンド（訪日外国人旅行者）により、インバウンドの人の流れを巻き込んだ交流人口がより一層増えることで、地方の活性化に繋がることを期待していた。

ところが、今年の第7波の感染拡大によるコロナ禍までは、残念ながら日本特に青森県に関してはインバウンドは皆無という状況が継続していた。そして、現在の第8波の感染拡大によるコロナ禍では、政府の規制緩和策により少しずつ インバウンドの回復の兆しがようやく見えてきた。このコロナ禍における様々な角度からの観光への視点により、インバウンドの何が終わりを告げ、そしてアフターコロナに向けた何が始まったのかを検証していきたい。

## 1. 目的と方法

### 1-1 背景

背景として、2020年からのコロナ禍前の青森県におけるインバウンドについて触れていきたい。

次の表1 青森県の中華圏別延べ宿泊者数と図1 青森県の国・地域別延べ宿泊者数であるが、青森県内の従業者数10人以上の施設を対象としている。2016年から2017年にかけての伸びが急である。2019年には、青森県内に208,230人もインバウンドがやってきていたのである。

2016年から2017年にかけての伸びが急となった原因は、2017年5月からの中国本土の奥凱航空<sup>オーケイ</sup>による国際定期便・青森—天津線就航である。そして2019年7月からは、台湾のエバー航空が台北から青森へ週2便就航となり、冬季スケジュールでも週5便に増便したのである。やはり定期便の就航がインバウンドに大きく影響していると言わざるを得ない。青森県内に1年間で20万人もの中華圏からのインバウンドが押し寄せて、地域経済や交流人口を活性化させていたことは、まぎれもない事実である。今後の更なる交通体系の発達、地域経済に好影響を及ぼすであろう。

表1 青森県の中華圏別延べ宿泊者数（従業者数10人以上の施設）

（人泊）

国等	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年
中国	5,690	2,380	4,070	4,200	5,080	11,280	17,040	64,430	72,210	60,490
台湾	12,580	2,850	6,070	17,370	21,920	30,610	51,200	80,920	95,820	116,520
香港	7,250	1,670	2,160	3,380	3,850	5,090	7,470	16,670	24,110	31,220
合計	25,520	6,900	12,300	24,950	30,850	46,980	75,710	162,020	192,140	208,230

\* 弘前大学大学院地域社会研究科 地域社会専攻 地域文化研究講座 第19期生

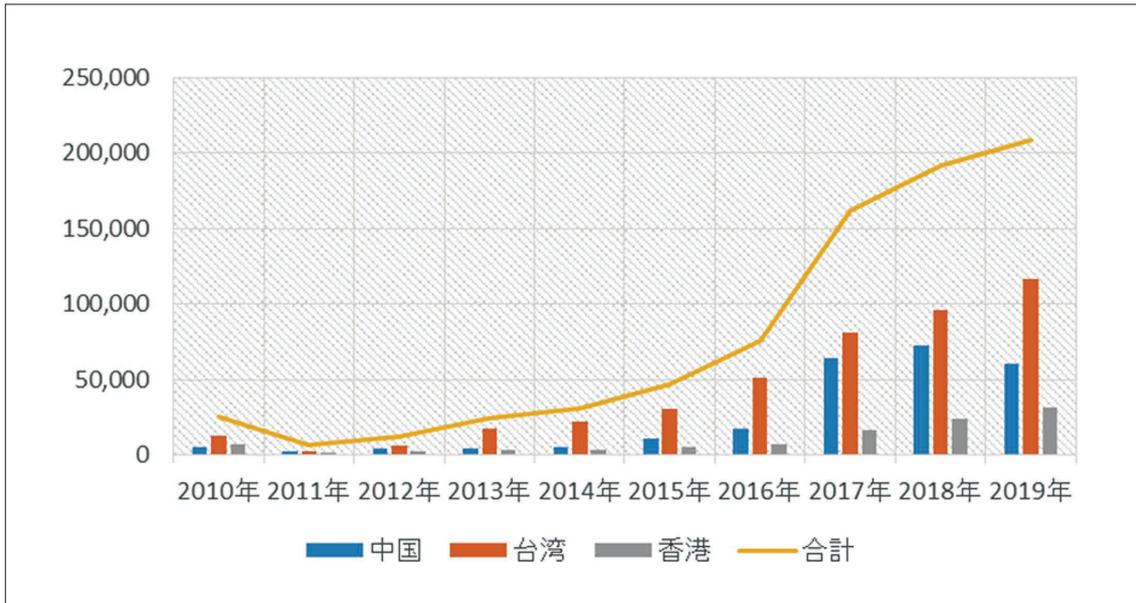


図1 青森県の国・地域別延べ宿泊者数（従業者数10人以上の施設）（人泊）  
※年は、1月から12月まで

## 1-2 目的

コロナ禍以前の2019年までは、人口減少と少子高齢化の二つの問題の解決策として、各地方自治体は政府が進めるインバウンドにより、インバウンドの人の流れを巻き込んだ交流人口がより一層増えることで、地方の活性化に大いに貢献していた。

しかし、今年の第7波の感染拡大によるコロナ禍まではインバウンドは皆無という状況が継続していたが、現在の第8波の感染拡大によるコロナ禍では、政府の規制緩和政策によりインバウンドの回復の兆しがようやく見えてきた。

この本論の目的としては、コロナ禍における様々な角度からの観光への視点により、インバウンドの何が終わりを告げ、そしてアフターコロナに向けた何が始まったのかを検証していきたい。

## 1-3 方法

弘前市森町12番地にある弘前忍者屋敷には、様々な観光に関する職業の方々が入館している。その方々に、2021年に「インバウンド（訪日外国人観光客）について」のアンケート調査を実施した。

「インバウンド（訪日外国人観光客）について」の質問事項は、次のとおりである。

### 【主旨】

- 青森県内の「オーバーツーリズム」について、実態を検証したい。
- 日本国内のインバウンドについて、先進地に立ち遅れている現状を打破するため、COVID-19パンデミックによるインバウンド観光客減の時期に、アフターコロナを踏まえて何か準備しているかを検証したい。

### 【質問事項】

- ① 青森県内の「オーバーツーリズム」について、何か見聞きしたことはありますか。（はい いいえ）
- ② 見聞きした「オーバーツーリズム」があれば、具体的に教えてください。（具体的に）
- ③ COVID-19パンデミックによるインバウンド観光客減の期間に、インバウンドについて何か取り組んだことはありますか。（はい いいえ）

- ④ インバウンド観光客が減少した期間のインバウンドについての取組みを、具体的に教えてください。(具体的に)
- ⑤ インバウンド観光客が減少した期間のインバウンドについての取組みが、できなかった理由を教えてください。(具体的に)
- ⑥ インバウンド観光客が減少した期間におけるインバウンドについての取組みは、現時点での状況はどうですか。(具体的に)
- ⑦ 青森県内のインバウンドについて、何か提言があれば、教えてください。(具体的に)

次に、「アンケート対象者」のリストアップ(17名)は以下のとおりである。

**【官庁・大学関係】**

1. 青森県観光国際戦略局観光企画課まると青森情報発信グループ Aさん
2. 青森県観光国際戦略局観光企画課まると青森情報発信グループ Bさん
3. 弘前市観光部国際広域観光課観光企画係 Cさん
4. 弘前市観光部国際広域観光課 Dさん
5. 弘前市観光部観光課誘客推進係 Eさん
6. 弘前大学国際連携本部 Fさん

**【観光関係】**

7. JTBGMT (JTBグローバルマーケティング&トラベル) Gさん
8. JTBGMT (JTBグローバルマーケティング&トラベル) Hさん
9. 株式会社びゅうトラベルサービス インバウンド戦略本部企画グループ Iさん
10. 青森県通訳士会 Jさん
11. 株式会社イースト・デイリー 函館営業所 るるぶ&more Kさん
12. 株式会社北海道宝島旅行社 旅行営業チーム トラベルコンサルタント Lさん
13. 公益社団法人 青森県観光連盟 Mさん
14. 株式会社ジェイアール東日本企画 Nさん

**【出版社】**

15. 昭文社 Oさん

**【食品・流通関係】**

16. メガ 元インバウンド担当 Pさん

**【インフルエンサー】**

17. 株式会社ライフブリッジ Qさん

アンケートの回答は、表2 アンケート回答表のとおりである。

表2 アンケート回答表 (①～⑦、Aさん、Bさん、Cさん)

質問事項	1. Aさん (青森県観光国際戦略局観光企画課まると青森情報発信グループ)	2. Bさん (青森県観光国際戦略局観光企画課まると青森情報発信グループ)	3. Cさん (弘前市観光部観光課観光企画係)
①青森県内の「オーバーツーリズム」について、何か見聞きしたことはありますか。	・はい。	・いいえ。	・いいえ。
②見聞きした「オーバーツーリズム」があれば、具体的に教えてください。	・葛沼 (八甲田連峰)。		
③COVID-19パンデミックによるインバウンド観光客減の期間に、インバウンドについて何か取組んだことはありますか。	・はい。	・はい。	・はい。
④インバウンド観光客が減少した期間のインバウンドについての取組みを、具体的に教えてください。	・SNSによる青森県観光情報の発信。	・AT (エージェント、旅行会社) 向け商品を専門家の方に指導してもらい、県内の体験や施設等を巡り商品造成をしている。	・オンラインバーチャルツアー実施 (マレーシア・シンガポール向け) ・オンライン商談会参加 (韓国・タイ・台湾)。
⑤インバウンド観光客が減少した期間のインバウンドについての取組みが、できなかった理由を教えてください。	・取組み有り。	・取組み有り。	・取組み有り。
⑥インバウンド観光客が減少した期間におけるインバウンドについての取組みは、現時点での状況はどうですか。	・渡航ができないため、現状ではインバウンドの取組は成果が出ないため、優先順位は低い。	・④の回答と同様。	・現地旅行会社とオンラインミーティングを続けており、商品造成に向けて検討を進めている。
⑦青森県内のインバウンドについて、何か提言があれば、教えてください。	・渡航ができるようになった時のために、今から受入態勢の整備等しておくことが必要と思う。	・来青してもらうための課題を分析、分析結果を公表し業種ごとに対策案を検討。上記を基にアプローチ方法を検討する。 ①実施できることから取り組む②事業者だけでは不可能な案件については青森県に相談。	・多言語案内表記をさらに充実させるなどして、受入環境の向上を図る必要があると考えている。 ・雪の魅力をもっとPRしていければと思う。

表3 アンケート回答表 (①～⑦、Dさん、Eさん、Fさん)

質問事項	4. Dさん (弘前市観光部国際広域観光課)	5. Eさん (弘前市観光部観光課誘客推進係)	6. Fさん (弘前大学国際連携本部)
①青森県内の「オーバーツーリズム」について、何か見聞きしたことはありますか。	・いいえ。	・いいえ。	・いいえ。
②見聞きした「オーバーツーリズム」があれば、具体的に教えてください。			
③COVID-19パンデミックによるインバウンド観光客減の期間に、インバウンドについて何か取組んだことはありますか。	・はい。	・はい。	・はい。
④インバウンド観光客が減少した期間のインバウンドについての取組みを、具体的に教えてください。	<ul style="list-style-type: none"> <li>・マレーシア・シンガポールのAGT、一般客に向けてのバーチャルオンラインツアー・市内の宿泊業者、観光事業者向けのインバウンド対応向上セミナー</li> <li>・現地コーディネーター (台湾・タイ) からの情報収集</li> <li>・タイ旅行会社とのオンライン旅行勉強会・台湾旅行会社とのオンライン商談会。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・インバウンド旅行者を対象とした体験コンテンツの造成・モニターツアー (県内在住の外国人を招請して実施)・ファムツアー (国内在住のランドオペレーター等を対象に実施)。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・さまざまな観光施設の紹介を海外配信のオンライン授業に組み込んだ。</li> </ul>
⑤インバウンド観光客が減少した期間のインバウンドについての取組みが、できなかった理由を教えてください。	・取組み有り。	・取組み有り。	・取組み有り。
⑥インバウンド観光客が減少した期間におけるインバウンドについての取組みは、現時点での状況はどうですか。	<ul style="list-style-type: none"> <li>・設備的な問題もあり、できないことがあるが、反応は良いことが多いため、コロナ収束後の海外需要は必ずやってくると感じる。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・未だ成果は出ていない、商品はできた。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・観光施設のプロモーション (英語) に関する相談への対応。</li> </ul>
⑦青森県内のインバウンドについて、何か提言があれば、教えてください。	<ul style="list-style-type: none"> <li>・近いこともあり、青森県へのインバウンドといえば中国、台湾、韓国からの観光客が主体であり、対応もそちらを重点的に行っているが、コロナ収束後は今まで来ていなかった地域の観光客も増えることが予想されるため、多言語対応だけでなく、ハラル対応などの準備が必要になるのではないかと感じる。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・在日外国人を対象に誘客を進めるところから始め、将来的にインバウンドを見据えるべき。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・パンデミックの状況が続く中、代案となるバーチャル観光などの可能性を探る価値があると思う。</li> </ul>

表4 アンケート回答表 (①～⑦、Gさん、Hさん、Iさん)

質問事項	7. Gさん (JTBGMT)	8. Hさん (JTBGMT)	9. Iさん (株式会社 びゅうトラベルサービ ス インバウンド戦略 本部企画グループ)
①青森県内の「オーバー ツーリズム」について、 何か見聞きしたことはあ りますか。	• いいえ。	• いいえ。	• いいえ。
②見聞きした「オーバー ツーリズム」があれば、 具体的に教えてください。	• 青森県の事例では ないが、京都の交通 渋滞・混雑等につい てうかがう機会が あった。また富士登 山者の問題も耳にし たことがある。		
③COVID-19パンデミッ クによるインバウンド観 光客減の期間に、インバ ウンドについて何か取組 んだことはありますか。	• はい。	• はい。	• はい。
④インバウンド観光客が 減少した期間のインバウ ンドについての取組み を、具体的に教えてください。	• インバウンド向け 都内発募集型企画旅 行の企画、顧客層ご との情報整理。	• 弊社JTBGMTでは今回佐藤様 にお世話になったように、訪日客 回復へのきっかけになるべく、オ ンライントアラーを造成している。 また、リアルツアーに際しても、 コロナやSDGsの考え方に連動し ての、バス車内での消毒等を強化 したりと来たる回復に向けた準備 を進めている。	• 在留マーケットへの マーケティング施策、 オンライントアラーの実 施、海外AGTへの情 報発信。
⑤インバウンド観光客が 減少した期間のインバウ ンドについての取組み が、できなかった理由を 教えてください。	• 取組み有り。	• 取組み有り。	• 取組み有り。
⑥インバウンド観光客が 減少した期間におけるイン バウンドについての取 組みは、現時点での状況 はどうですか。	• 募集型商品に関し ては、予約が入り始 めたような段階。	• オンライントアラーについては、 いわゆるブームが一段落した様相 を見せており、集客は落ち込んで いるが、企業や大学の研修需要な ど個人とは別の形での申し込みが 活況を見せている。	• 在留マーケットへの JR EAST PASS販売、 オンライントアラーの継 続実施、情報発信の継 続を上記の通り継続し ている。
⑦青森県内のインバウン ドについて、何か提言が あれば、教えてください。	• 地域内での歴史や 自然に関連する観光 資源が豊富だと感じ た、北海道や東北各 県との連携や、今後 の生活様式に合わせ た非密集型ツアーの アピール等が有効か と感じた。	• 貴県が非常に素晴らしい観光資 産をお持ちなことに感銘を受け た。今後インバウンドが復活した 際には、お都市圏からの流入に加 えて、韓国や台湾等の国際直行便 に傾注したインバウンド政策を取 られることが望ましいと考える。	• 青森に限らず、多言 語対応がまだまだ少な い。今回の東北PR事 業でも、招請者のアン ケートへコメントされ ることが多かった。ね ぶた村は大学と協力し て留学生の力をかりて 多言語化をすすめてお り、好評だった。

表5 アンケート回答表 (①～⑦、Jさん、Kさん、Lさん)

質問事項	10. Jさん (青森県通訳士会)	11. Kさん (株式会社 イースト・デイリー 函館営業所 るるぶ& more)	12. Lさん (株式会社 北海道宝島旅行社 旅行営業チーム トラベルコンサルタント)
①青森県内の「オーバーツーリズム」について、何か見聞きしたことはありますか。	・はい。	・いいえ。	・はい。
②見聞きした「オーバーツーリズム」があれば、具体的に教えてください。	・ねふた祭り期間中や弘前さくらまつり期間中は開催都市のみならず周辺都市でもホテルが満室で宿泊が必要な人はそこからかなり離れた場所に宿をとらなければいけない。	・鎌倉や宮古島の事例はニュースなどで拝見している。	・弘前公園の桜祭り。友人知人から、混みすぎていて本丸に行けなかったという話を何件か聞いた。
③COVID-19 パンデミックによるインバウンド観光客減の期間に、インバウンドについて何か取組んだことはありますか。	・はい	・はい	・はい
④インバウンド観光客が減少した期間のインバウンドについての取組みを、具体的に教えてください。	1. 青森県主催のFAMツアーに案内人として参加。 2. 近県へのリサーチ。	・台湾に対して観光で足を運べないため北海道の物産のフェア開催。終息したら足を運びたいと思ってもらえるようなプロモーション動画の作成及び配信。	・オンラインツアーを1回実施。売り上げには直結しないこと、手間暇が予想以上にかかることから、継続的にはできないと判断した。インバウンド復活に備えて、商品造成をブラッシュアップを行っている。
⑤インバウンド観光客が減少した期間のインバウンドについての取組みが、できなかった理由を教えてください。	・取組み有り。	・取組み有り。 集客にかかる広告事業、ガイドブック掲載や旅行サイトの掲載など。	・取組み有り。
⑥インバウンド観光客が減少した期間におけるインバウンドについての取組みは、現時点での状況はどうですか。	・首都圏大手旅行者からの青森県のインバウンドに対する関心は高いと感じた。北海道のようにインバウンドで潤っていた地域は本県とは比較にならないくらいダメージが大きい。シティホテルが2000～3000円で泊まれたりしている。10月に国内客が戻ってきててもまだまだ深刻だ。	・終息したら来ていただくような情報発信や在日外国人に向けた情報発信。	

<p>⑦青森県内のインバウンドについて、何か提言があれば、教えてください。</p>	<p>・まずオーバーツーリズムに関してですが、京都のように観光客の増加によってバスや道路が、青森県ではそれほど切実な状況にはなっておらず、桜の季節やねぶた祭りでもそれほど切迫した状況ではない。個人的には自治体や関係者がよく頑張っているように見える。インフラが弱い奥入瀬溪流も紅葉の時期に一般車両を締め出すなどの工夫で週末の日光いろは坂のような渋滞も起こっておらずうまくやっているように思う。インバウンドについて、桜、紅葉、祭は日本に関心がある外国人にはもう十分に知れ渡っているので、これだけに頼ってPRするとオーバーツーリズムに陥るリスクがある。逆に冬場は観光客も少なく宿泊施設も空いており、これを逆手にとって雪を観光アトラクションにする場所を増やし、東南アジアなど雪の降らない地域に住む外国人にもっと冬の青森の非日常をアピールし、さらにおもりに来て雪で遊んでもらえるような企画も出してみたら面白くなるのでは、と思う。</p>	<p>・今年是世界遺産に登録されたこともあり注目度は大きいと思う。北海道北東北の中でも特に青森の遺跡が見栄えもするし整っている為実際足を運んだ方の満足度は高いため情報発信をやめないことだと思う。</p>	<p>・大きな課題は3つだと思います。 1. 日本全体の問題かもしれませんが、観光関係者で英語対応できる人が少ない。 2. 桜とねぶた祭以外での集客力がまだまだ低く、特に冬の需要を掘り出す必要がある。 3. 食について、ベジタリアンや宗教対応できるレストランを探す必要性。 インバウンドで青森県単体で旅行することは考えにくいので、東北6県もしくは北海道と一緒にツアーを売り込んでいくのが、間違いないと思う。</p>
---	---	---	---

表6 アンケート回答表 (①～⑦、Mさん、Nさん、Oさん)

質問事項	13. Mさん (公益社団法人 青森県観光連盟 昭文社)	14. Nさん (株式会社 ジェイアール東日本企画)	15. Oさん (昭文社)
①青森県内の「オーバーツーリズム」について、何か見聞きしたことはありますか。	・いいえ。	・はい。	・はい。
②見聞きした「オーバーツーリズム」があれば、具体的に教えてください。		・蔦沼における来訪者問題。	・青森県では、弘前城の桜の時期の話は聞いたことがあります。日本では京都。海外では、ハワイのハナウマ湾、タイのピピ島など。
③COVID-19 パンデミックによるインバウンド観光客減の期間に、インバウンドについて何か取組んだことはありますか。	・はい。	・はい。	・いいえ。

④インバウンド観光客が減少した期間のインバウンドについての取組みを、具体的に教えてください。	<ul style="list-style-type: none"> <li>・アフターコロナを見据え、自然の中でのアクティビティなどを含むアドベンチャートラベルツアーの作成。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・反転攻勢に向けた商品造成ならびに、プロモーション素材の制作。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・なし。</li> </ul>
⑤インバウンド観光客が減少した期間のインバウンドについての取組みが、できなかった理由を教えてください。	<ul style="list-style-type: none"> <li>・取組み有り。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・緊急事態宣言による一部招請事業の延期、ならびに渡航規制緩和の見込みが立たないことによる対象市場向けプロモーションの中止。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・なし</li> </ul>
⑥インバウンド観光客が減少した期間におけるインバウンドについての取組みは、現時点での状況はどうか。	<ul style="list-style-type: none"> <li>・現在、ツアー作成中。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・直接誘客ができない状況により、プロモーションを控えている。広告誘導については、これまで通りのレスポンス。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・なし。</li> </ul>
⑦青森県内のインバウンドについて、何か提言があれば、教えてください。	<ul style="list-style-type: none"> <li>・SDGsについてもPRしていく必要が出てきそうだと感じる（特に欧州向け）。実際にはすでにSDGsの取り組み（地産地消、ごごん刺し体験などの地域文化を守る取り組み等）はたくさんあるため、どうPRするのかなと思う。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・幅広いターゲット層毎の商品造成が必要。ファミリー層向け、富裕層向け、LGBTQ（性的少数者）向け等など、且つ各ターゲットにおいてもエコノミー、カジュアル、プレミアム、ラグジュアリーと収入に合わせた商品が必要。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・私の自論としては、日本からの情報発信より、現地（発地国）の人が、現地の言語で、青森県を訪れた感想・写真・ハウツーを情報発信するのが得策かと思う。</li> <li>・インバウンドを活性化させるならば、ブッキングドットコムやビクターなど、グローバルOTAに旅行商品を流通させるのがよいと思う。</li> <li>・オーバーツーリズムを回避するのであればテクノロジーの力が有効かと思う。人流を分散させるため、事前予約などのシステム構築が必至かと思う。コロナ後、最大の変化だと思う。</li> </ul>

表7 アンケート回答表（①～⑦、Pさん、Qさん）

質問事項	16. Pさん (メガ、元インバウンド担当)	17. Qさん (株式会社ライフブリッジ)
①青森県内の「オーバーツーリズム」について、何か見聞きしたことはありますか。	<ul style="list-style-type: none"> <li>・いいえ。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・はい。</li> </ul>
②見聞きした「オーバーツーリズム」があれば、具体的に教えてください。		ニセコにおける土地価格の高騰による地元民のドーナツ化現象
③COVID-19パンデミックによるインバウンド観光客減の期間に、インバウンドについて何か取組んだことはありますか。	<ul style="list-style-type: none"> <li>・いいえ。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・はい。</li> </ul>

④インバウンド観光客が減少した期間のインバウンドについての取組みを、具体的に教えてください。	・なし。	・ワーケーションの推進、国内外双方に訴求できる観光コンテンツの造成。
⑤インバウンド観光客が減少した期間のインバウンドについての取組みが、できなかった理由を教えてください。	・実店舗なので、お客様が来店できなければできない。	・外国人観光客流入の停止。
⑥インバウンド観光客が減少した期間におけるインバウンドについての取組みは、現時点での状況はどうですか。	・なし。	・インバウンド向け動画制作等、アフターコロナに向けてのPRの強化。
⑦青森県内のインバウンドについて、何か提言があれば、教えてください。	・ネット販売、ネット見学。	・高単価・高付加価値コンテンツの商品化をすすめる。

## 2. 知見1

2021年6月から11月まで半年間に亘って、弘前忍者屋敷に入館した観光に携わる17人へ質問事項を試みた。各項目ごとに考察していく。

- ① 青森県内の「オーバーツーリズム」について、何か見聞きしたことはありますかについて  
 はいの回答：6人（35%）  
 いいえの回答：11人（65%）

- ② 見聞きした「オーバーツーリズム」があれば、具体的に教えてくださいについて  
 はいの回答の6人から抜粋してみた。

- ・Aさん（蔦沼、八甲田連峰）
- ・Jさん（ねぶた祭り期間中や弘前さくらまつり期間中）
- ・Lさん（弘前公園の桜祭り）
- ・Nさん（蔦沼における来訪者問題）
- ・Oさん（弘前城の桜の時期）
- ・Qさん（県外のニセコ事例）

矢ヶ崎紀子（2019）によると、オーバーツーリズムとは、観光の急増によって市民生活や自然環境に悪影響が出ることであり、国内外の著名な観光地を中心に社会問題となってきた。また高坂晶子（2020）によると、オーバーツーリズムとは、ある観光地において、自然環境、経済、社会文化にダメージを与えることなく、同時に観光客の満足度を下げることなく、一度に訪問できる観光客数の最大値である環境容量を超えて、観光客あるいは観光関連の事業者が自然や景観、伝統的建築物などの観光資源を過剰に利用することを指す。

つまり、観光地における体制や環境整備が追いついていない実態が観光公害の主要因である。ですから観光の重要性を理解し、住民と観光客の共生を可能とする対策が望ましいのではないかと。

今回の蔦沼と弘前公園については、まだ市民生活や自然環境に悪影響を及ぼすほどではない。八甲田連峰蔦沼観光客への紅葉シーズン渋滞対策としての早朝予約制や協力金の発生程度である。また弘前公園にしても、桜祭り期間中の本丸での観光客渋滞や市内ホテルの予約が取れない等である。つまり市民生活や自然環境に悪影響が出ていない青森県内の観光地では、まだ「オーバーツーリズム」とは言い難い状況なのではないかと。

- ③ COVID-19パンデミックによるインバウンド観光客減の期間に、インバウンドについて何か取組んだことはありますかについて  
ほとんどが、はいの回答である。
- はいの回答 : 15人 (88%)
  - いいえの回答 : 2人 (Oさん、Pさん) (12%)
- ④ インバウンド観光客が減少した期間のインバウンドについての取組みを、具体的に教えてくださいについて  
はいの回答15人から抜粋してみた。
- SNSによる青森県観光情報の発信。
  - AT (エージェント、旅行会社) 向け商品を専門家の方に指導してもらい、県内の体験や施設等を巡り商品造成。
  - オンライン商談会参加 (韓国・タイ・台湾)。
  - オンラインツアー・市内の宿泊業者、観光事業者向けのインバウンド対応向上セミナー。
  - 現地コーディネーター (台湾・タイ) からの情報収集。
  - タイ旅行会社とのオンライン旅行勉強会・台湾旅行会社とのオンライン商談会。
  - インバウンド旅行者を対象とした体験コンテンツの造成・モニターツアー (県内在住の外国人を招請して実施)。
  - ファムツアー (国内在住のランドオペレーター等を対象に実施)。
  - さまざまな観光施設の紹介を海外配信のオンライン授業に組み込んだ。
  - インバウンド向け都内発募集型企画旅行の企画、顧客層ごとの情報整理。
  - アフターコロナを見据え、自然の中でのアクティビティなどを含むアドベンチャートラベルツアーの作成。
  - 反転攻勢に向けた商品造成ならびに、プロモーション素材の制作
  - ワークেশョンの推進、国内外双方に訴求できる観光コンテンツの造成。
- ⑤ インバウンド観光客が減少した期間のインバウンドについての取組みが、できなかった理由を教えてくださいについて
- 取組み有り : 14人 (82%)  
集客にかかる広告事業、ガイドブック掲載や旅行サイトの掲載など

**【出来なかった理由】 : 3人 (18%)**

- 緊急事態宣言による一部招請事業の延期、ならびに渡航規制緩和の見込みが立たないことによる対象市場向けプロモーションの中止。
- 実店舗なので、お客様が来店できなければできない。
- 外国人観光客流入の停止。

- ⑥ インバウンド観光客が減少した期間におけるインバウンドについての取組みは、現時点での状況はどうですかについて
- 渡航ができないため、現状ではインバウンドの取組は成果が出ないため、優先順位は低いと思う。
  - 現地旅行会社とオンラインミーティングを続けており、商品造成に向けて検討を進めている。
  - 設備的な問題もあり、できることできないことがあるが、反応は良いことが多いため、コロナ収束後の海外需要は必ずやってくると感じる。
  - 在日外国人を対象に誘客を進めることから始め、将来的にインバウンドを見据えるべき。
  - パンデミックの状況が続く中、代案となるバーチャル観光などの可能性を探る価値があると思う。
  - 募集型商品に関しては、予約が入り始めたような段階。

⑦ 青森県内のインバウンドについて、何か提言があれば、教えてくださいについて

- 渡航ができるようになった時のために、今から受入態勢の整備等しておくことが必要だと思う。
- 来青してもらうための課題を分析、分析結果を公表し業種ごとに対策案を検討。上記を基にアプローチ方法を検討する。実施できることから取り組む。事業者だけでは不可能な案件については青森県に相談。
- 多言語案内表記をさらに充実させるなどして、受入環境の向上を図る必要があると考えている。
- 雪の魅力をもっとPRしていければと思う。
- 近いこともあり、青森県へのインバウンドといえば中国、台湾、韓国からの観光客が主体であり、対応もそちらを重点的に行っているが、コロナ収束後は今まで来ていなかった地域の観光客も増えることが予想されるため、多言語対応だけではなく、ハラル対応などの準備が必要になるのではないかと感じる。
- 在日外国人を対象に誘客を進めるところから始め、将来的にインバウンドを見据えるべき。
- パンデミックの状況が続く中、代案となるバーチャル観光などの可能性を探る価値があると思う。
- 地域内での歴史や自然に関連する観光資源が豊富だと感じた、北海道や東北各県との連携や、今後の生活様式に合わせた非密集型ツアーのアピール等が有効かと感じた。
- 今年は世界遺産に登録されたこともあり注目度は大きいと思う。北海道北東北の中でも特に青森の遺跡が見栄えもするし整っている為実際足を運んだ方の満足度は高いため情報発信をやめないことだと思う。
- 大きな課題は3つだと思う。日本全体の問題かもしれませんが、観光関係者で英語対応できる人が少ない。桜とねぶた祭以外での集客力がまだまだ低く、特に冬の需要を掘り出す必要がある。食について、ベジタリアンや宗教対応できるレストランを探す必要性。インバウンドで青森県単体で旅行することは考えにくいので、東北6県もしくは北海道と一緒にツアーを売り込んでいくのが、間違いないと思う。
- SDGsについてもPRしていく必要が出てきそうだと感じている（特に欧州向け）。実際にはすでにSDGsの取り組み（地産地消、こぎん刺し体験などの地域文化を守る取り組み等）はたくさんあるため、どうPRするのかなと思う。
- 幅広いターゲット層毎の商品造成が必要。ファミリー層向け、富裕層向け、LGBTQ（性的少数者）向け等など、且つ各ターゲットにおいてもエコノミー、カジュアル、プレミアム、ラグジュアリーと収入に合わせた商品が必要。
- 私の自論としては、日本からの情報発信より、現地（発地国）の人が、現地の言語で、青森県を訪れた感想・写真・ハウツーを情報発信するのが得策かと思う。
- インバウンドを活性化させるならば、ブッキングドットコムやビアターなど、グローバルOTAに旅行商品を流通させるのがよいと思う。
- オーバーツーリズムを回避するのであればテクノロジーの力が有効かと思います。人流を分散させるため、事前予約などのシステム構築が必至かと思います。コロナ後、最大の変化だと思う。
- ネット販売、ネット見学
- 高単価・高付加価値コンテンツの商品化をすすめる。

### 3. 知見2

日本国内のインバウンドについて、先進地に立ち遅れている青森県の現状を鑑みて、COVID-19パンデミックによるインバウンド観光客減の時期に、アフターコロナを見据えての準備について、まとめてみた。

① 各分野の今後の観光政策の攻めどころが少し見えてきた。

アンケートから

- ・在日外国人を対象に誘客を進めるところから始め、将来的にインバウンドを見据えるべき。
- ・オンラインツアーについては、いわゆるブームが一段落した様相を見せており、集客は落ち込んでいるが、企業や大学の研修需要など個人とは別の形での申し込みが活況を見せている。
- ・在留マーケットへのJR EAST PASS販売、オンラインツアーの継続実施、情報発信の継続を上記の通り継続している。
- ・インバウンド向け動画制作等、アフターコロナに向けてのPRの強化。

つまり、在日外国人を対象に誘客を進めながら、インバウンドの取り込みや関係人口を拡大させていくことが、大きな鍵となっていくのではないかと。

② コロナ禍での観光業界のダメージが大きい。

アンケートから

- ・首都圏大手旅行者からの青森県のインバウンドに対する関心は高いと感じた。北海道のようにインバウンドで潤っていた地域は本県とは比較にならないくらいダメージが大きい。シティホテルが2,000～3,000円で泊まれたりしている。10月に国内客が戻ってきてもまだまだ深刻だ。

新型コロナの影響で観光業界は大きな打撃を受けていることがアンケートからも伺える。現在は全国旅行支援などの効果で国内観光客数は若干回復傾向にあるが、中国のゼロコロナ政策や日本国内の物価高・燃料高が起因して、コロナ禍前の2019年のレベルに戻るには相当な時間がかかるだろう。

#### 4. 結論

最後に、今後のインバウンドについて触れていきたい。

まず、政府の新型コロナウイルスの水際措置を巡る経過を表8に示す。

表8 政府の新型コロナウイルスの水際措置を巡る経過（出典：東奥日報社より抜粋）

年 月 日	内 容
2022年3月1日	入国上限5千人に引上げ。観光目的以外の外国人の新規入国を解禁。
3月14日	入国上限7千人に引上げ。
4月10日	入国上限1万人に引上げ。
6月1日	入国上限2万人に引上げ。
6月10日	観光目的の入国受け入れ手続きを再開し、感染リスクが低い国・地域からの添乗員同行のツアーに限定。
9月7日	入国上限5万人に引き上げ、添乗員なしのツアーの入国も可能。
10月11日	訪日観光の個人旅行を解禁。入国者数上限なし。短期滞在ビザは68の国・地域で免除。入国時検査は原則なし。入国の条件はワクチン3回目接種証明か出国前72時間以内の陰性証明。
11月7日	観光庁は、2025年にコロナ禍前水準まで回復させる目標を設定する方針を固める。2019年の訪日客は3188万人。
11月24日	台湾のエバー航空は、青森—台北線の定期便再開に向け、来年4月に同路線のチャーター便を運航する方向で調整中と発表。

このように、日本政府はインバウンドの受け入れを、新型コロナウイルス感染症の世界的な流行となった2020年から、約2年ぶりの2022年6月10日から再開したものの、7月に観光目的で日本に入国した人は、全体で7,903人と低調だった。コロナ禍の第8波における感染拡大傾向が今後続くのであれば、観光庁の2025年にコロナ禍前水準まで回復させる目標方針は達成が困難となるだろう。

一方、青森県の観光業界としては、11月24日の台湾エバー航空の青森—台北線の定期便再開の発表は大歓迎であり、今後の台湾人によるインバウンド回復兆しが見えてきた。

ところで、今年の7月以降から弘前忍者屋敷に来館した外国人観光客は、フランス人1人、ドイツ人1家族（4人）、アメリカ人2家族（5人）、台湾人1人、ロシア人1人の合計12人である。

また、今年の12月23日にはメキシコ人家族5人が、インバウンド専門の旅行会社であるJTBグローバルマーケティング&トラベルの通訳者付き観光・体験ツアーにより、弘前忍者屋敷に来館予定となっている。このように地方にも確実に少しずつインバウンドの波が、押し寄せて来ているのである。

今後の推移を見守りながら、インバウンドについての知見を積み上げることで、地方において魅力的な観光交流人口の増大に目を向けた何がしかの検証を、この弘前忍者屋敷にて進めていければ幸いである。

### 【参考文献】

矢ヶ崎紀子、2019、『運輸政策研究』

高坂晶子、2020、『オーバーツーリズム—観光に消費されないまちのつくり方』、学芸出版社。

五十嵐泰正、2021、『COVID-19パンデミックとオーバーツーリズム—東京都台東区の計量調査から—』、地域社会学会年報33集。

Urry, John and Larsen, Jonas, 2011, *The Tourist Gaze 3.0*, London: Sage Publication, (=加太宏邦訳、2014、『観光のまなざし [増補改訂版]』法政大学出版局)。

佐藤光磨、2021、『地域社会におけるインバウンドへの意識—青森県の現状をとおして—』、弘前大学大学院地域社会研究科年報 第17号。

佐滝剛弘、2019、『観光公害—インバウンド4000万人時代の副作用』、祥伝社

村山慶輔、2020、『観光再生—サステナブルな地域をつくる28のキーワード』、株式会社プレジデント社。

平井太郎、2022、『地域でアクションリサーチ—話し合いが変わる』、農山漁村文化協会。