

秋田の風

日銀秋田支店長コラム

日本銀行秋田支店では、今夏の観光動向に関するアンケート調査を行い、先日、その結果を公表した（秋田支店ホームページに掲載している）。示唆に富む内容であり、調査にご協力をいただいた多くの企業の皆さまにお礼をお伝えしたい。

調査結果をみると、コロナ禍を経て旅行のスタイルが個人や少人数の団体旅行中心になったため、お客さまの数はコロナ禍前の2019年に届かなかったところが多いようだ。一方、売り上げは、ほとんどの企業が19年の8割以上の水準を確保し、約4割の企業では19年をはつきりと上回るなど、全体としてコ

今夏の観光動向と今後

コロナ禍前の水準に概ね回復したといえそうだが、値上げを行いつつ、地域性を強化したメニューへの見直し、商品の価値や特徴の伝え方の工夫、客室の改装などにより、商品・サービスの付加価値を高めようとする動きが県内で広がり始めていると感じた。

また、県内観光業における人

ず、高単価のサービスを提供することで収益を確保しようとするインセンティブは、人手不足の面からも強まっているようだ。

が大切だろう。その上で、県外から付加価値を求める層をいかに安定的に呼び込めるかが重要になる。

政府は今春、「観光立国推進基本計画（第4次）」を公表した。持続可能な観光をキーワードに、観光の質の向上や観光業の収益力・生産性の向上

観光に限らず何事も、ある程度の品質まではできても、その質をさらに高めるには強い意志と努力、時間が必要になる。今はコロナ禍を経た観光の復活局面にあり、他県も基本的に同じ

付加価値向上へ挑戦を

手不足は極めて深刻であり、一部の企業では稼働率を下げするなど業務への支障が生じ始めている。従来ほど客数を求め

を目指すとしている。県内観光業が向かい始めた「客数の確保」から「客単価の確保」へという大きな方向は、こうした政府の施策とも一致している。

スタートラインを切ったところだ。秋田の観光は、幾分控えめなアピールにとどまってきたがゆえに、県外・海外の方々に十分には知られておらず、付加価値を高められそうな観光資源をまだまだ持っているという点で、伸びしろが大きいと捉えることもできる。

自然や文化に触れることを重視する高付加価値旅行も注目されている。地域に詳しい英語のガイドが求められるなどハードルは高いが、旅行者の消費額は桁違いに大きいとも聞く。今後、県内観光業で、商品・サービスの魅力向上に向けた継続的な取り組みとともに、従来なかったようなチャレンジが行われていくことを楽しみにしたい。



今後、秋田の観光の質を高めていくためには、まずは我々県民自身が秋田の自然環境、食、文化に理解と関心を深め、その維持や景観整備に取り組むこと

近年、海外では、旅行によるさまざまな体験を通じて地域の

（片桐大地・日本銀行秋田支店長）

〈随時掲載〉