



BOJ

Reports & Research Papers

2026年9月24日

東北の主要夏祭りの動向

日本銀行青森支店
日本銀行秋田支店
日本銀行仙台支店
日本銀行福島支店

本稿の内容について、商用目的で転載・複製を行う場合は、予め日本銀行仙台支店までご相談ください。転載・複製を行う場合は出所を明記してください。

【照会先】：日本銀行青森支店：017-734-2154 日本銀行秋田支店：018-824-7802
日本銀行仙台支店：022-214-3120 日本銀行福島支店：024-521-6353

はじめに

- 本ペーパーは、東北地域に所在する日本銀行4支店（青森支店、秋田支店、仙台支店、福島支店）において、東北の主要夏祭りについて調査を行い、その取り組みを取りまとめたものである。
- 東北の主要夏祭りは全国的に知名度が高く、国内外から多数の観光客を集める地域最大級の観光資源であり、宿泊・飲食・物販等、広範な経済効果をもたらすイベントとして、東北地域の経済に大きく貢献してきた。
- 今回は、各地域の夏祭りの入込動向や特徴を整理するとともに、調査を通じて確認できた「インバウンド需要の取り込み状況と課題」、「各種コストの上昇や人手不足への対応」についても取りまとめている。

目次

1. 要旨

2. 入込客数等の状況

3. 関連ビジネスの動向

4. インバウンド需要の取り込み状況と課題

5. 各種コストの上昇や人手不足への対応

(BOX) 東北地域へのクルーズ船の寄港数

1. 要旨

- **入込客数**は、近年の国際定期便の増便やクルーズ船の寄港が追い風となったほか、プレミアム観覧席の販売等の誘客施策の奏功により前年を上回る夏祭りが相応にみられた。なお、天候要因等により地元客が減少したとの声が一部からは聞かれている。
- **関連ビジネスの動向**としては、物価高が続く中でも、旺盛な観光・イベント需要に支えられ、総じて堅調であったとみられる。
- また、今回の調査では、夏祭りのパレードへの参加体験企画やSNSによるPRなど、**夏祭りへのインバウンド誘客に向けた取り組み**がみられたほか、インバウンド客向けの商品の拡充や多言語化等、**受入環境の整備**に向けた動きが確認された。
- この間、**各種コストの上昇**や、**人口減少および若年層の域外流出**については、東北地域全体の経済を下押しすることに繋がり得るが、これらは夏祭りを継続していくうえでの課題でもある。今回の調査では、価格の引き上げや新商品の発売等による収益力向上、働き手の採用対象の拡大やデジタル技術を活用した省人化施策を講じる動きなどが確認できた。
- 今回の調査では、インバウンド客の増加が関連ビジネスの堅調さの要因の一つとなっていることが確認できたが、他方、さらなるインバウンド誘客については、「ヒト・モノの制約」、「誘客そのものへの懸念、関心の低さ」など、難しさを指摘する声も相応に聞かれた。
- 東北地域の夏祭りは有力な観光資源であるため、今後も安定的に継続していくことが望まれる。

2. 入込客数等の状況

- 2026年の東北地域の主要夏祭りの入込客数をみると、近年の国際定期便の増便やクルーズ船の寄港が追い風となったほか、各種誘客施策の奏功により前年を上回る夏祭りが相応にみられた【1】。

【1】各夏祭りへの入込客数の状況

(単位：万人)

	開催地	入込客数				開催期間
		2024年	2025年	2026年	2025年差	
青森県						
青森ねぶた祭	青森市	105.0	101.0	n.a.	n.a.	8/2（日）～8/7（金）
弘前ねぶたまつり	弘前市	142.0	116.0	136.0	20.0	8/1（土）～8/7（金）
五所川原立佞武多	五所川原市	29.4	25.2	32.1	6.9	8/4（火）～8/8（土）
八戸三社大祭	八戸市	156.5	137.5	n.a.	n.a.	7/31（金）～8/4（火）
秋田県						
秋田竿燈まつり	秋田市	122.0	103.0	111.0	8.0	8/3（月）～8/6（木）
全国花火競技大会	大仙市	—	—	—	—	8/29（土）
土崎港曳山まつり	秋田市	23.0	27.0	26.0	▲ 1.0	7/20（月）～7/21（火）
花輪ばやし	鹿角市	19.8	10.5	19.7	9.2	8/19（水）～8/20（木）
岩手県						
盛岡さんさ踊り	盛岡市	110.8	110.5	112.6	2.1	8/1（土）～8/4（火）
北上・みちのく芸能まつり	北上市	10.5	10.3	n.a.	n.a.	8/7（金）～8/9（日）
山形県						
山形花笠まつり	山形市	70.0	71.0	80.0	9.0	8/5（水）～8/7（金）
新庄まつり	新庄市	42.0	44.0	39.0	▲ 5.0	8/24（月）～8/26（水）
宮城県						
仙台七夕まつり	仙台市	203.6	210.7	197.3	▲ 13.4	8/6（木）～8/8（土）
福島県						
相馬野馬追	南相馬市他	13.0	12.9	14.3	1.4	5/23（土）～5/25（月）
郡山うねめまつり	郡山市	12.9	14.4	13.4	▲ 1.0	8/6（木）～8/8（土）
福島わらじまつり	福島市	30.1	29.2	13.0	▲ 16.2	8/7（金）～8/9（日）

(注) 1. 入込客数は、千人未満を切り捨て。2. 計表中の「n.a.」は、各祭り運営本部から今後公表される予定。3. 2023年以降、全国花火競技大会は入込客数の公表を取り止め。なお、有料観覧席約10万席は例年完売となっている。

(出所) 各夏祭り運営本部

2. 入込客数等の状況

- 2026年の夏祭りにおける入込客の特徴としては、近年の国際定期便の増便やクルーズ船の寄港に加え、プレミアム観覧席の販売等の新たな取り組みや、人気ゲーム・アニメとのコラボレーション企画、PR活動の奏功等からインバウンド客を含む域外客が増加したことが挙げられる。なお、天候要因等により地元客が減少したとの声が一部からは聞かれている【2】。

【2】2026年の夏祭りにおける入込客等の動向と特徴

近年の国際定期便の増便やクルーズ船の寄港を通じて、台湾や韓国、欧米からの観光客が増加し、インバウンド客全体では前年より幾分増加した印象（青森）。

好天に恵まれたことに加え、ドローンショーやプレミアム観覧席の販売等の新たな取り組み、国内の他地域やインバウンド客向けの積極的なPRが奏功し、入込客数は前年を上回った（秋田）。

前年に比べて暑さが和らいだことなどから、入込客数は前年を上回った（仙台）。



パレードへの出演者の増加や人気ゲーム・アニメとのコラボレーションなどの集客効果により、入込客数は前年を上回った（福島）。

<運営本部・観光団体>

当地のPR強化や関係先への誘客の働きかけが奏功し、インバウンド客はアジア圏に加え、フランスやポルトガルなど、これまであまりみられなかった欧州からの来訪もあった（仙台）。

高温や天候不順により地元客を中心に日中の人出が落ち込んだことを主因として、入込客数は前年を下回った（仙台）。

（注）（ ）内はヒアリングを実施した支店名。仙台支店は宮城県・岩手県・山形県のヒアリングを実施（次頁以降、同様）。

3. 関連ビジネスの動向

- 夏祭り関連ビジネスの需要動向をみると、物価高が続く中でも、旺盛な観光・イベント需要に支えられ、総じて堅調であったとみられる【3】【4】【5】。
- この間、調査先からは、各種コストの上昇を受けて商品・サービス価格を引き上げる中でも、高単価な夏祭り期間限定の商品やサービス、地域の伝統工芸品等が人気を集めたとの声が聞かれており、節約志向による買い控えの動きは限定的であったとみられる。

【3】物販店

- … 新商品や夏祭りモチーフの土産品、伝統工芸品等の販売が好調。インバウンド客を含む域外客を中心に購買単価が上昇し、前年を上回る売上高を確保したとの声が多く聞かれた。

各種コストの上昇を受けて衣装のレンタル・着付け料金や土産品の販売価格を引き上げたが、国内客・インバウンド客ともに購買意欲は旺盛であり、夏祭り期間の売上高は好調であった（青森）。

夏祭り期間には全国各地から観光客が訪れたことで客数が増加し、売上高は前年を上回った。また、欧米からの観光客等には当地の伝統工芸品が人気で、高単価ながら購入する動きも相応にみられた（仙台）。



<物販店>

今年は、通年で販売しているタオルやピンバッジ等に加え、最近の流行を取り入れつつ、期間限定のTシャツやマグネット、扇子、立体シールを新商品として投入したところ、いずれの商品も販売は好調であった（秋田）。

夏祭り関連グッズの売上高は前年を上回った。特に、数千円の風呂敷等、夏祭り期間限定の高単価な商品の販売が好調であった（福島）。

3. 関連ビジネスの動向

【4】宿泊施設

- … 各種コストの上昇等を受けて夏祭り期間の客室料金を前年よりも引き上げる中でも、高水準の客室稼働率を維持したとの声が聞かれた。また、会場から離れた宿泊施設でも、夏祭りを目的とした観光客の利用がみられた。

各種コストの上昇を受けて客室料金を引き上げているが、それでも国内客・インバウンド客を問わず多くの利用がみられ、夏祭り期間は全日満室となった（仙台）。

夏祭り期間には、会場近くの宿泊施設の多くが満室となる中、会場から離れた当社のホテルを利用する動きが相応にみられた。ここ数年、こうした動きが目立つようになり、観光・イベント需要の強さがうかがえる（仙台）。



<宿泊施設>

国内客・インバウンド客を問わず、夏祭り期間には観光客が増加し、地域内の多くの施設が満室となったとみられる（仙台）。

夏祭り期間中はホテルの空室がほとんどないのが実情。なお、客室料金が高騰するとの認識も広がっているようであり、キャンピングカーで夏祭りに訪れる観光客が増加している（青森）。

3. 関連ビジネスの動向

【5】飲食店

- … 夏祭り期間中に開催されているグルメフェスなどでは、各種コストの上昇を受けて販売価格を引き上げる中でも、売れ行きは好調との声が多く聞かれた。また、夏祭り期間における高単価商品の需要増加を指摘する声も聞かれるなど、引き続き活発な観光・イベント需要がみられた。

夏祭り期間に開催したグルメフェスでは、好天を受けてビールを中心とするアルコール飲料等の販売が好調であった。また、各種コストの上昇を受けて販売価格を引き上げる中でも、高単価商品の売れ行きは好調であった（秋田）。

キッチンカーや飲食ブース出店者からは、各種コストの上昇から販売価格を引き上げたものの、平日であっても例年並みの販売数量を維持したほか、土曜日にはほとんどの店で売り切れる商品が発生するなど、総じて好調であったとの声が聞かれた（青森）。



<飲食店>

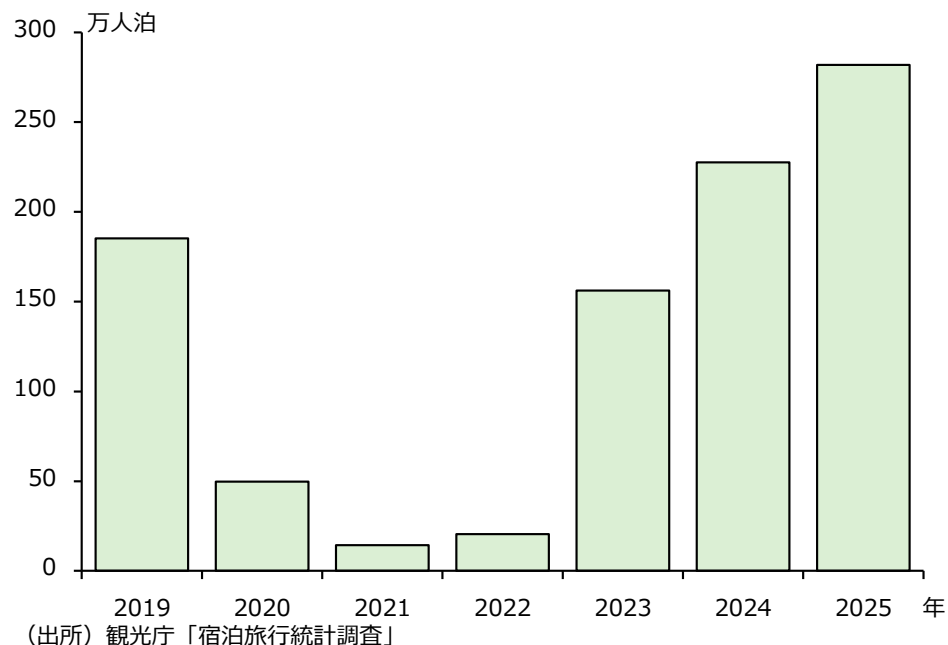
屋台で販売する商品の価格は年々上昇しているが、旺盛な観光・イベント需要のもとで来場者から節約志向は感じられなかった。また、台湾や香港等からのインバウンド客による屋台の利用も相応にみられた（仙台）。

夏祭り期間は観光客を中心に盛況であり、売上高は前年同時期を上回った。なお、来店した同客の多くは、高単価商品を注文するなど、観光・イベント需要の強さがうかがわれた（仙台）。

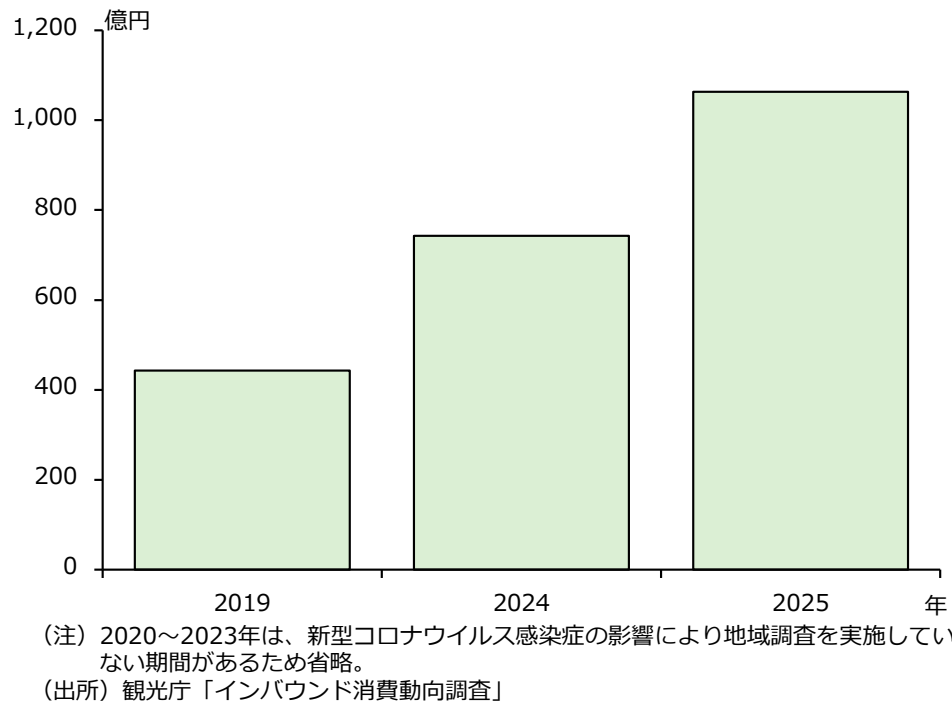
4. インバウンド需要の取り込み状況と課題

- 東北地域における外国人延べ宿泊者数は、2021年をボトムとして増加を続けているほか、インバウンド旅行消費額も、2025年は前年を4割以上上回るなど、急速に増加している【6】【7】。
- こうした中、拡大するインバウンド需要の夏祭りへの取り込みに向けた動きとして、夏祭りのパレードへの参加体験企画やSNSによるPRなどがみられたほか、受入環境の整備に向けた動きとして、インバウンド客向け商品の拡充や多言語化等、様々な施策・工夫がみられた【8】【9】。
- 他方、①宿泊施設の受入余力や多言語対応が可能な人材の不足といった「ヒト・モノの制約」、②大事にしたい地元客を押し出してしまうことへの懸念や地域全体としての関心の低さを背景とする「誘客そのものへの懸念、関心の低さ」など、インバウンド誘客の難しさを指摘する声も相応に聞かれた【10】。

【6】外国人延べ宿泊者数（東北地域）



【7】インバウンド旅行消費額（東北地域）



4. インバウンド需要の取り込み状況と課題

【8】夏祭りへの誘客に向けた施策に関する声

夏祭りへの誘客に向けた施策

海外の有名インフルエンサーを招き、周辺地域を含む当地の観光情報を発信してもらっている。また、足もとでは、インバウンド客向けの情報発信をさらに強化するために、**当地在住の海外出身者にもSNSなどを通じたPR活動に協力してもらっている**（青森）。

今年から夏祭りのPRのためにSNSアカウントを開設し、**定期的に写真や動画を投稿した**。こうした取り組みを進める中、少数ではあるものの台湾や米国からのインバウンド客が増加した（秋田）。

夏祭り期間中に開催しているグルメフェスへの誘客に向けて、**有料観覧席の事前購入者に対するチラシ送付や、クルーズ船のターミナルでのチラシ配布**を実施している（秋田）。

インバウンド客向けに、事前申込制で、夏祭り当日に演者の指導のもとで踊りを練習したうえ、**揃いの衣装でパレードに参加できる企画**を数年前から実施している。台湾からの観光客を中心に相応に申込みがあり、参加者からは好評を博している（仙台）。

インバウンド誘客に向けて、**国際スポーツ大会の開催時や当地へのクルーズ船の寄港時に、伝統芸能である夏祭りの演技を披露した**（秋田）。

インバウンド客を含む域外客の誘致に向けて、**地元企業や観光団体等が多数の街歩きツアーを実施し、それぞれが多くの観光客を集めた**（仙台）。

4. インバウンド需要の取り込み状況と課題

【9】受入環境の整備に向けた対応に関する声

受入環境の整備に向けた対応

この数年間の取り組みで蓄積した知見をもとに、夏祭り期間中か否かにかかわらず、**インバウンド客の好みを踏まえた商品ラインアップの見直しや取扱数量の拡充**に努めている（青森）。

2～3年前からインバウンド客が夏祭り期間以外でも頻繁に来店するようになったため、**スマホの翻訳アプリ等**を活用して対応している（青森）。

数は多くないものの、一定数のインバウンド客の来館がみられるため、ここ数年で**展示物やパンフレットの多言語化**を進めてきた（秋田）。

テナント向けに、インバウンド客が訪問先選びの参考として利用することの多い**口コミサイトの使い方や、インバウンド客の消費傾向を学ぶ研修**を開催。さらに、テナントにおける**多言語対応や海外のキャッシュレスサービスの導入**を支援している（仙台）。

以前、インバウンド客への対応に苦労した経験から、今後は**通訳案内士を採用して本部に配置**することを検討している（秋田）。

インバウンド客への対応については、**タブレットやスマホの翻訳アプリ**を活用している。ここ数年でインバウンド客が増加しているため、当初戸惑っていたスタッフも対応に慣れてきている（青森）。

国内客だけでなくインバウンド客についても、**有料観覧席を各種クレジットカード決済で購入できるようにするなど、決済手段の拡充**を進めている（秋田）。

商店街の組合員は、**人流データの活用や、生成AIを用いたウェブ上の店舗情報の拡充・多言語化等**、DX化を進めている。これにより、商店街へのインバウンド客を含む誘客拡大に成果がみられている（仙台）。

4. インバウンド需要の取り込み状況と課題

【10】インバウンド誘客の難しさを指摘する声

①ヒト・モノの制約

家族経営で収益力が低い店舗が多いうえ、人件費も上昇する中、多言語対応が可能な人材の雇用は難しく、夏祭りへのインバウンド誘客に向けた新たな取り組みはみられない（青森）。

夏祭り期間中は宿泊施設の受入余力が乏しく、外国語対応が可能な人材も不足しているため、インバウンド誘客を積極化することは難しい（仙台）。

これ以上インバウンド客が増えれば、宿泊施設の受入余力に懸念がある（青森）。

人的リソースの制約等から、来訪したインバウンド客がどのような点に不便を感じているのかを十分に把握できていないため、効果的な誘客策を講じることが難しいのが実情（仙台）。

夏祭り期間中は国内客を中心にホテルが高稼働となっており、インバウンド客の受入余力は乏しい。通年の稼働率を考慮すると、受入余力の拡大に向けた設備投資には踏み切れないものとみられる（青森）。

夏祭りへのインバウンド誘客に向けて、地域における多言語化等の環境整備を進めていくことも一案である（福島）。

②誘客そのものへの懸念、関心の低さ

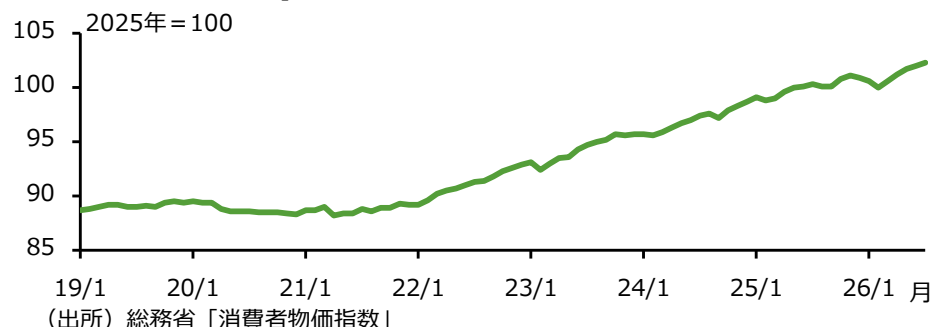
インバウンド客への依存度を高めれば、大事にしたい地元客の来店減少に繋がりがかねないと懸念している（青森）。

インバウンド客による地元資本の宿泊施設や飲食店の利用がほとんどない中、地域全体としてインバウンド誘客への関心は低いように感じる（仙台）。

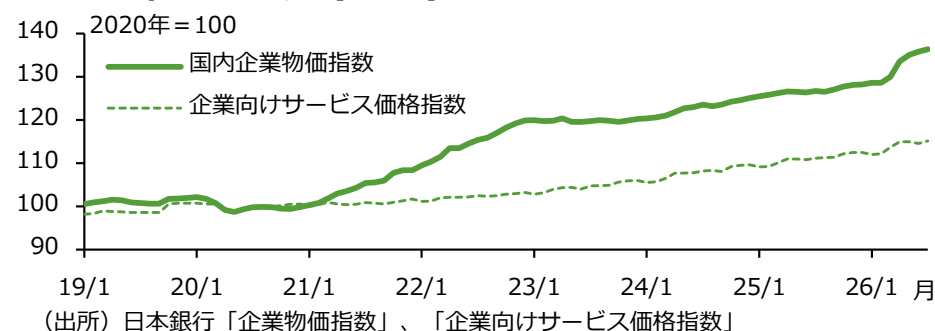
5. 各種コストの上昇や人手不足への対応

- この間、物価に関する各種統計が示すとおり、機材や資材の調達費や人件費、光熱費等の各種コストの上昇は続いており、夏祭りの予算を圧迫している【11】 【12】。
- さらに、人口減少や若年層の域外流出は、東北地域全体の経済を下押しすることに繋がり得るが、これは夏祭りも例外ではなく、今後夏祭りを継続していくうえでも大きな課題となっている【13】 【14】。
- こうした中、各種コストの上昇に対しては、商品・サービス価格の引き上げや新商品の発売等による収益力向上、人手不足に対しては、働き手の採用対象の拡大による人員確保やデジタル技術を活用した省人化等、夏祭りを持続的に実施するための施策や工夫がみられている【15】 【16】。

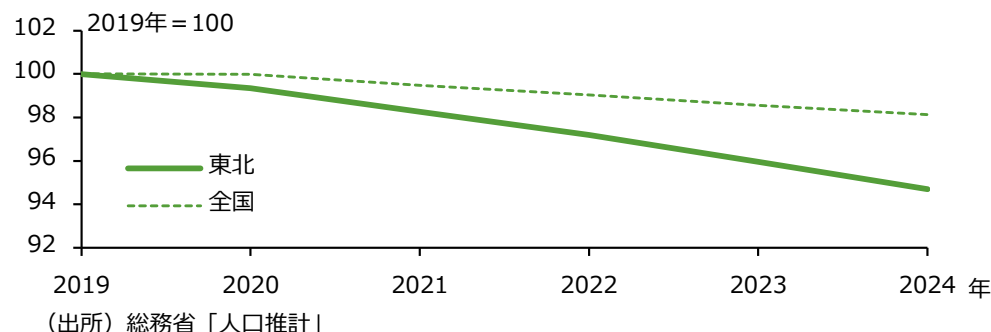
【11】 消費者物価指数（生鮮食品を除く総合、東北地域）



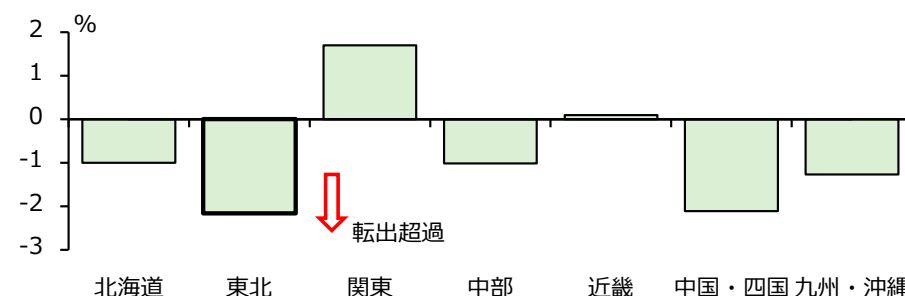
【12】 国内企業物価指数および企業向けサービス価格指数（全国）



【13】 人口推計



【14】 15～29歳の転入超過率（2025年）



(注) 転入超過率は、「(15～29歳の転入者数-同転出者数)/当該年齢の人口」により算出。
(出所) 総務省「住民基本台帳人口移動報告」、「住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数調査」

5. 各種コストの上昇や人手不足への対応

【15】各種コストの上昇およびその対応に関する声

商品の仕入価格の上昇分は販売価格に転嫁しているが、中東情勢の緊迫化を背景とする光熱費の上昇分は、今のところ価格転嫁できていない（青森）。

会場設営費や警備委託費が上昇。これらへの対応として、プレミアム観覧席の新設や新たな夏祭り関連商品を販売したところ、売上高が増加。加えて、企業協賛金も増えたため、なんとか吸収できた（秋田）。

中東情勢の緊迫化等を背景に資材等の仕入価格が上昇したことから、価格転嫁を実施。もっとも、資材価格が落ち着く兆しはなく、来年も各種コストの上昇が見込まれるため、収益悪化を懸念している（仙台）。

会場設営に係る備品のレンタル料等の大幅な上昇により予算が逼迫。レンタル備品の削減や警備体制の見直しなど、抜本的なコスト削減を実現（福島）。

【16】人手不足およびその対応に関する声

高齢化に伴う退職者の増加により運営本部の人材が不足する中、地元企業からボランティアを募ることでなんとか夏祭りを運営している（福島）。

有料観覧席の設営等を担うアルバイトの確保が年々困難化。このため、近年は高校生のアルバイトも活用することでなんとか人員を確保している（青森）。

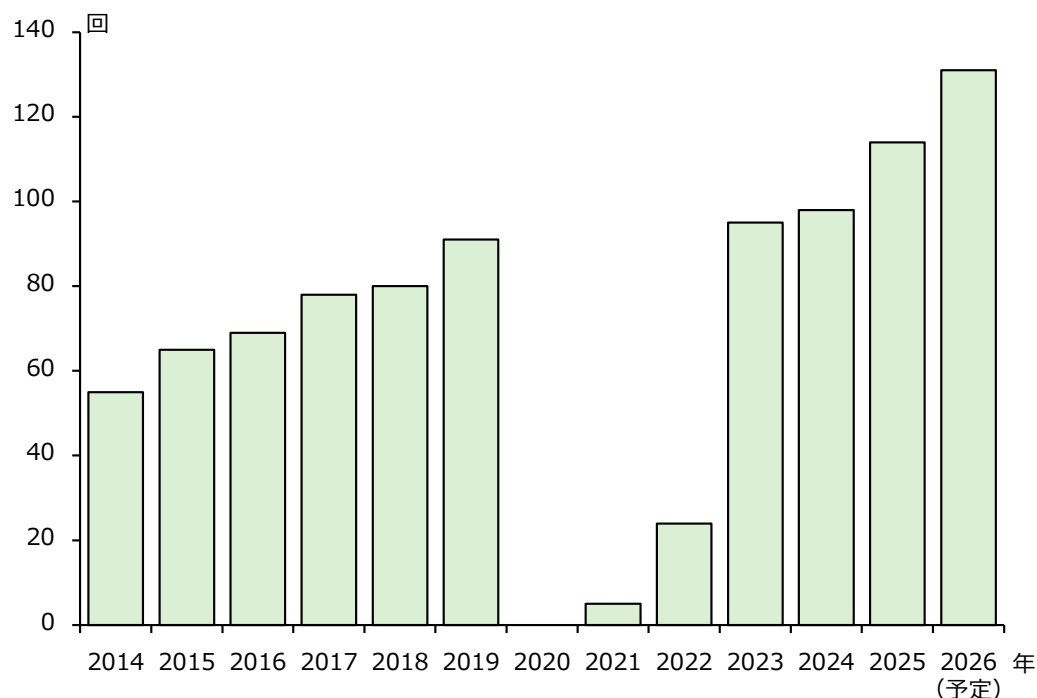
運営スタッフが不足する中、地元高校・専門学校と連携のうえ、GPSを活用して祭りの進行状況をリアルタイムで把握できる仕組みを構築したことで、少人数での警備や交通整理が可能になった（秋田）。

少子高齢化や若年層の域外流出による人手不足が続く中、将来の運営人材の確保に向けて、地元高校生による広報組織を立ち上げ、情報発信や関連イベントの企画・運営を担ってもらった（仙台）。

(BOX) 東北地域へのクルーズ船の寄港数

- 今回の調査では、近年の東北地域へのクルーズ船の寄港増加等を通じて、インバウンド客が増加したとの声が聞かれた。クルーズ船の寄港数を確認すると、新型コロナウイルス感染症の影響が和らいだ2023年以降、過去最多の更新が継続。2026年も131回を予定しており、4年連続で過去最多となる見込み【17】。
- こうした中、クルーズ船の寄港増加を絶好の機会と捉え、インバウンド客を含む域外客の誘客に向けて伝統芸能である夏祭りの演技を披露する取り組みがみられた。このほか、夏祭り期間に限らず、通年観光を意識した物販催事の開催等により、今後の観光需要の獲得を期待する声も聞かれた【18】。
- 今回の調査では触れていないが、東北地域の観光振興に向けた課題の一つに、広域・通年観光の拡充がある。クルーズ船の寄港増加を契機とするこうした取り組みが課題解決の一助となることを期待したい。

【17】クルーズ船の寄港数（東北地域）



(注) 2026年8月31日時点。

(出所) 国土交通省東北地方整備局「2026年東北管内港湾のクルーズ船寄港状況」

【18】クルーズ船の寄港に関連した声

近年の国際定期便の増便やクルーズ船の寄港を通じて、台湾や韓国、欧米からの観光客が増加し、インバウンド客全体では前年より幾分増加した印象（青森＜再掲＞）。

インバウンド誘客に向けて、東京都での国際スポーツ大会の開催時や当地へのクルーズ船の寄港時に、夏祭りの演技を披露した（秋田＜再掲＞）。

通年観光の実現に向けて、大型クルーズ船の寄港に併せて、特産品等を扱うクルーズマーケット（物販催事）を開催している（秋田）。

クルーズ船を周辺観光や飲食、土産品販売と組み合わせれば、宿泊施設の不足を補いながら、観光消費を地域内に広げられるとみている（仙台）。