

□最近の活動状況

【第29回朝食懇談会】

— 11月25日(金)クーラクーリアンテ・サンパレス —

講師 東北運輸局 局長 田中由紀氏

テーマ 「ポストコロナ禍社会の観光振興～変容した消費者ニーズにこたえる観光地域づくりとは～」

参加会員数 43名

○観光の意義

旅行・観光の GDP 及び雇用への貢献についてみると、2019年に世界全体で観光産業が占める割合は約10%、観光関連に従事している労働者数は約10人に1人となっています。日本においては、旅行消費の GDP に占める割合は7.1%、約12人に1人が観光に従事しています。

観光産業は非常に成長率が高い産業で、2018年において世界全体では製造業の成長率が一番高く4%、次いで観光が3.9%となっています。国別では、中国、インドが約7%と非常に高い成長率ですが、日本は3.6%です。アメリカ、スペインが約2%ですので日本の観光は成長率が高いと言えます。

○他産業への波及効果

観光産業は波及効果がある裾野の広い産業です。ホテルや旅行会社だけでなく、サービスを提供している企業や、地元の食材を提供している農産業の方など非常に幅広い人たちが観光に関わっています。旅行者が国内で消費した2019年の旅行消費額は29.2兆円で、生産波及効果が55.8兆円、雇用誘発効果として456万人の雇用が生まれています。この29.2兆円のうちインバウンドが日本で消費する金額は4.8兆円です。定住人口1人当たりの年間消費額が130万円と言われていますが、旅行者の消費に換算すると外国人旅行者8人分、国内旅行者(宿泊)23人分、国内旅行者(日帰り)75人分にあたります。今後、少子化が進むとこれが縮小していきますので、経済活動を維持していくためにインバウンドは非常に重要となってきます。

○コロナの感染拡大

2019年から2020年のコロナ禍の影響を見ると、観光 GDP は約4～5割減少しています。労働者の



講師 田中由紀氏

数も非常に大きく減少しています。全体の GDP に占める割合も1割から6%に低下しています。日本においても同様で、GDP に占める割合は7.3%から4.2%に低下しており、産業全体に大きな影響を受けています。2019年の国内における旅行消費額は、27.9兆円でしたが、2021年には9.4兆円まで減少しました。内訳をみると国内旅行の減少が約10兆円と非常に大きいですが、インバウンドの4.8兆円がほぼ無いことも大きな意味を持ちます。

インバウンドの旅行消費額は製造業の輸出額に相当します。製品別輸出額と比較すると、半導体等電子部品や自動車部品の輸出額よりもインバウンド旅行消費額のほうが大きく、インバウンドは自動車産業や化学製品に次ぐ一大輸出産業だったと言えます。

GDP の押し下げ効果も発生しています。経済産業省の試算では、インバウンド旅行消費が約9割減少したことによる GDP 押し下げ効果は0.8%と試算しています。現在の日本においては決して無視できない大きな数字です。

○ポストコロナ禍の準備と観光政策の方向性

世界全体では少しずつコロナ前の状況に戻りつつありますが、コロナ禍で消費者の動向、観光客のニーズが変化しており、観光政策を考える上でそこを見極めていく必要があります。変化のポイントは3つで、「移動ニーズの変化」「健康の優先順位上昇とデジタルの活用」「持続可能性に対する関心の高まり」です。

移動ニーズの変化としては、ワーケーション、リモート・ワークが世界的に広まり、世界の旅行者の37%は自宅以外の場所で仕事をするために宿泊先の予約を検討しています。国内では地方への関心が高まっており、特に若い世代でその傾向は強く、こうした背景から、今後、新たな旅のスタイルを浸透させるためには、ワーケーション等の効果や意義について企業等の理解や認識を改めていく必要があります。

コロナ前から旅行者は旅マエ、旅ナカ、旅アトも全てスマートフォンで解決するという状況でしたが、コロナ禍で更にデジタル化に対するニーズが高まりました。世界の旅行者の約6割は健康管理に関心があり、健康リスク回避のためにテクノロジーを活用することが重要だと考えています。デジタル技術を活用することで旅行者が安心、安全に滞在、周遊できる環境の整備が求められています。

また、世界の旅行者の約8割が「来年はサステナブルな宿泊施設に滞在したい」と回答しています。あるいは、すでに約半数の人が「過去1年間にサステナブルな宿泊施設に滞在した」と回答しており、持続可能な旅行に対する意識が高まっています。コロナ前から地球温暖化の問題に関心を持つ旅行者は多くいましたが、コロナ禍の中でさらに強まり、今後インバウンドの振興を広めていくうえでサステナブルな取り組みは非常に重要なテーマです。

○地域コミュニティを巻き込んだ観光地域づくり

25%の旅行者は地域コミュニティに貢献するために高い金額を払う用意があり、また66%の旅行者は地域文化を代表する本物の体験を希望しています。こうしたニーズに応えるためには、観光産業だけではなく地域の人たちを巻き込んだ取り組みが必要になってきます。この取り組みのポイ

ントは、マーケットインの視点とプロダクトアウトの視点です。旅行者が何を求めているのか分析しデータに基づいたマーケティングと、地域側の視点で地域資源を発掘し提供していくこと、これらをうまく混ぜ合わせていくことがポイントです。観光地域づくりを進めていくうえで、地域の幅広い業種、地域の人たちと連携して取り組んでいくことが重要です。

○インバウンド再開後に求められるもの

世界的に観光市場がコロナ禍前のレベルに戻りつつある中で、日本のインバウンド市場を復活させるためには取り組みを加速化させることが急務です。今後必要となるインバウンド戦略は、アクセス向上のために国際線を復便することです。また、すぐに対応できる戦略として、「ビジネスインバウンド」の振興です。ビジネスで日本に来た方に、東北来訪を促し、経済効果の獲得、認知度向上、リピーター市場創出を実現するという取り組みです。特に東京から近い福島県はビジネスインバウンドを呼び込み、地域経済を活性化させることが可能だと感じています。

コロナ禍で消費者の動向は変化しました。今がポストコロナ禍に向けた今後の方向性を探るチャンスと捉え、観光産業あるいは自治体の皆様と問題意識を共有し、課題解決に向けた取り組みを進めて参りたいと考えています。

(文責：事務局)



会場風景

【(公社)経済同友会防災・震災復興委員会との意見交換会】

— 9月2日(金)クーラクーリアンテ・サンパレス —

(公社)経済同友会防災・震災復興委員会の石村委員長、奥村副委員長、岸野副委員長、林明夫委員、林信秀委員が福島県視察に訪れ、「クーラクーリアンテ・サンパレス」にて、当会北村代表幹事、芳見代表幹事代理の佐久間順・福島民報社取締役総務局長、矢吹副代表幹事との意見交換会が開かれました。

東日本大震災から11年が経過した被災地域の復興状況や、BCP(事業継続計画)策定に向けた取り組みについて説明しました。



意見交換会風景

【第45回経済同友会東北・北海道ブロック会議】

— 10月21日(金)ウェスティンホテル仙台 —

東北6県と新潟県、北海道の経済同友会会員による東北・北海道ブロック会議が、仙台市の「ウェスティンホテル仙台」にて開催されました。

今年は「ロシアによるウクライナ侵攻の東北経済への影響」をテーマに意見交換が行われました。

当会からは、北村代表幹事、芳見代表幹事を始め8名が参加しました。



左から、矢吹副代表、芳見代表、北村代表

□事務局だより

○2022年9月から12月に入会・変更のありました会員を紹介します。(敬称略)

会員交代	 2022年11月交代 はやし かつみ 早坂 一美 (株)商工組合中央金庫 福島支店 支店長	2022年11月交代 おおつき せいたろう 大槻 清太郎 大槻電設工業(株) 総務経理部課長
------	--	---

引続き会員増強にご協力をお願い申し上げます。(2022年12月30日現在 会員数102名)

編集日誌

- ◇FIFAワールドカップカタール大会で、日本代表がサッカー強豪国のドイツとスペインを打ち破って予選リーグ1位で決勝トーナメントに進出。「新しい景色」を見ることはできませんでしたが、新しい可能性を感じ胸が熱くなりました。
- ◇試合後、整理整頓された日本代表のロッカールームや、スタジアムのゴミ拾いをして帰るサポーターがマスメディア等で取り上げられ、“来た時よりも美しく”という日本人の良さが大きな話題を集めました。
- ◇その一方で、国内においてはゴミがあらちちに落ちています。訪日外国人の目にはどのように映るでしょうか。朝食懇談会で、ポストコロナ禍社会の観光政策において訪日外国人の増加が欠かせないとのお話を伺いました。名所・旧跡・観光地以外でもゴミが落ちていない美しい日本でありたいですね。(今野)

□会員企業紹介 【第32回 東開クレテック株式会社】

今回は当会の幹事を務めていただいている、東開クレテック株式会社の三浦社長にインタビューしました。創業に至る経緯や社名の由来についてなど貴重なお話をお聞きすることができました。



三浦 康伸 代表取締役社長

○創業の経緯

先代である父は当時福島市の佐藤工業(株)に勤めていましたが、東北開発(株)からセメントを仕入れるための会社が必要となって、その設立について父に白羽の矢が立ち1958年に創業しています。東北開発さんのセメント取扱業者ということで、お名前から「東」と「開」を頂き「東開商事」と命名しました。なお、まだ24歳だった父は、経験が浅く人脈もあまりなかったため、佐藤工業の金子氏が初代社長に就任しています。

創業40周年にはプロジェクトでこの社名を変更することになりました。先代は創造すること、研鑽をつむことが私たちの仕事には重要だという思いで「創研」という言葉を私たちに残してくれたので、その思いを引き継ぐために、創造する意味の「クリエイティブ」と技術を磨く意味の「テクニカル」を合わせた造語「クレテック」と、お客様に広く認知されていた「東開」とを組み合わせて、「東開クレテック」と改名しています。

○経営理念

当社の経営理念は、「新しい地域環境を拓く創造技術集団」です。私は社長に就任したときから「人と環境とのハーモニー」をコンセプトに、人々はもちろん、環境からも愛される会社を目指しています。土木建設業は社会のインフラを作り出すことと、これまでの社会のインフラを守ることの両方を支える、社会貢献性の高い仕事です。それ故、利益を求めるだけではなく、地域に根を張り、地域に生かされ、地域を守る企業でなければならないと考えています。私たちの仕事が社会の根幹をなす仕事であるという誇りを胸に、一步一步前に進み続けて参ります。

○社員教育

学校や商業施設などに関わる資材・工事を扱う建築部、道路や橋梁など土木工事に関わる資材・工事を扱う土木部と言う両輪で福島の建設業界に携わっています。多様化するお客様のニーズに対応すべく資材の販売だけでなく施工や工事まで一括で請負工事の管理も承っています。この為、現場の最前線で働いている職人さんの仕事を理解することにも力を入れています。そうすることによって、図面だけではイメージできないスキルが身につく、お客様との交渉がスムーズに行えるようになると思っています。仕事は一人ではできません。相手の気持ちを理解できる社員に一人一人がなって欲しいと思っています。

○未来を切り拓くために

創業以来64年、私たちは生き残っていくために一生懸命やってきました。時代は平成になり、20世紀が終わり、令和へと変わりました。会社が生まれたころには、はるか未来で当時は夢物語だったたくさんのことが現実のものとなって私たちの前に存在しています。そうなった今でも、建物は、建てる環境、建てる方向など違いがあり、同じ建物は一つもありません。私たちは、世界にたった一つしかないものを作っている企業であり、お客様にこの世界でたった一つのものを提供しているという矜持を持ち、これからも素晴らしい未来のために夢を追い続けます。



住 所 〒960-0113 福島市北矢野目字成田小屋 12
 創 業 1958年7月
 従業員数 73名
 T E L 024-553-8111
 U R L <http://www.tokai-cretec.co.jp/>

