

新しい東北観光の在り方とその波及効果について  
私の提案

CHANGE TOUHOKU  
～Y e s , W e c a n～

青森公立大学 経営経済学部 経営学科

脇ゼミナール 2年

代表 白石直也

小田桐実佳 小野いつか 佐々木晴奈

佐々木良輔 沼田理絵 藤田朱音

目次	p.1
はじめに	p.2
第 1 章 東北観光における現状	pp.3~9
1-1 東北観光の入込客数	
1-2 東北地方の観光の問題点に対する考察	
第 2 章 東北観光における、私たちの提案	pp.10~15
2-1 提案内容を述べるまでの前提条件	
2-2 提案内容	
第 3 章 提案内容による波及効果について	pp.16~17
おわりに	pp.18~19
参考文献	pp.20~22

## はじめに

2011年3月11日に発生した、東日本大震災。それに伴い、福島第一原子力発電所の臨界事故による放射能汚染の問題が発生し、放射能による風評被害は、農林水産業等への影響だけでなく観光業にも大きな影響を及ぼしている。その中で、震災後の東北を元気づけ、活性化させるための目的で、東北6県の夏祭りを集結させ開催されている「東北六魂祭」は、青森ねぶたや、盛岡さんさなど、それぞれの祭りの知名度の高さや6県の祭りを一度に見ることができるという、観光客にとってのメリットもあり、多くの観光客を呼び込んだ。しかし、夏期の観光入込客数と比較して、冬の東北地方への観光入込客数は、依然として低い水準となっている。現在の東北地方の問題と考えられる。これは、東北地方の活性化、そして、震災からの復興を目指す東北地方にとって、改善していくかなければならない問題ではないだろうか。

私たちは、以上のことから、冬の観光入込客数を増加させ、年間を通して、安定した観光入込客数を確保するための方策と、それに伴う波及効果について論じていく。

第1章では、東北6県の観光入込客数の統計データを用いながら、現在の東北地方の観光の現状について遂行していく。

第2章では、第1章で考えられた問題について改善するべく、私たちの考えた、東北観光の新しい在り方について、具体例を含め提案する。

第3章では、私たちの提案内容において、考えられる波及効果を論じていく。

## 第1章 東北観光における現状

### 1-1 東北観光の入込客数

1-1では東北6県の観光入込客数のデータから、東北の現状を考察する。使用するデータは東北6県平成21年から平成23年までである。この3年間を見る理由は、東日本大震災が起きた平成23年と、東日本大震災が起きる前の観光入込客数を比較するためである。平成24年の観光入込客数のデータは6県とも統計がとられていない。

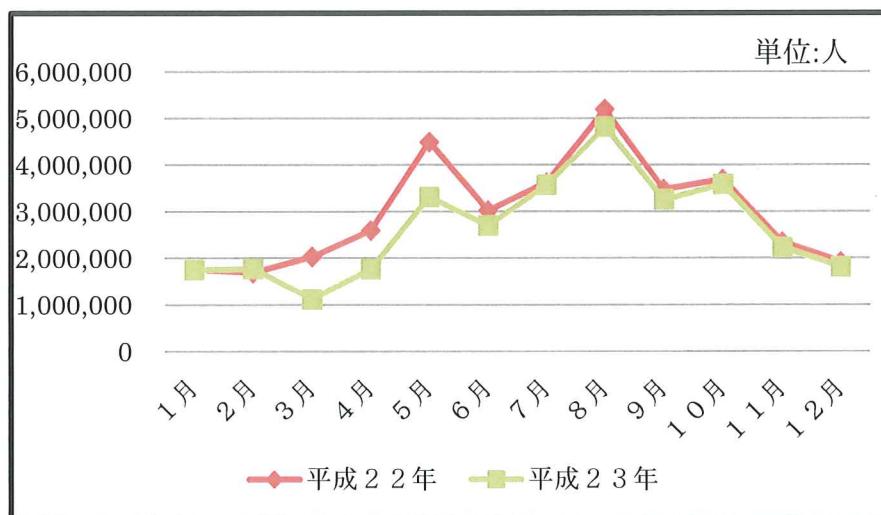


図1 青森県月別観光入込客数

出所)青森県庁ホームページ

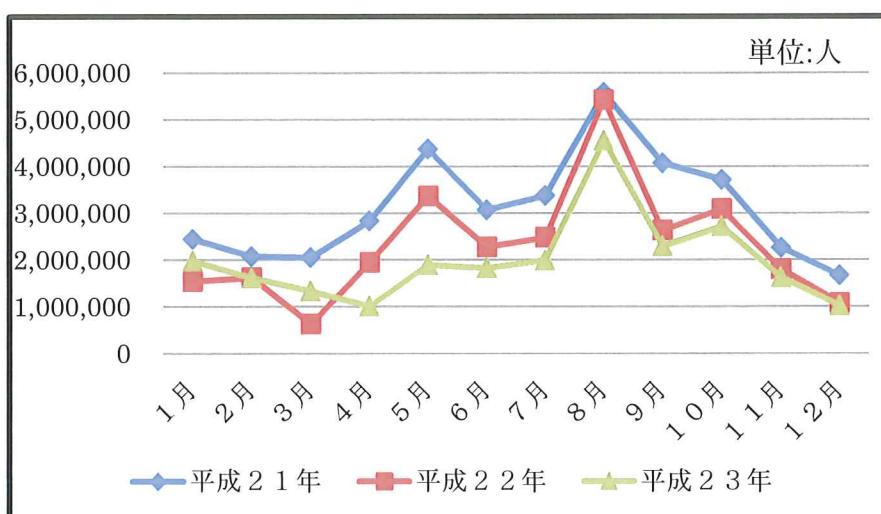


図2 岩手県月別観光入込客数

出所)岩手県公式ホームページ

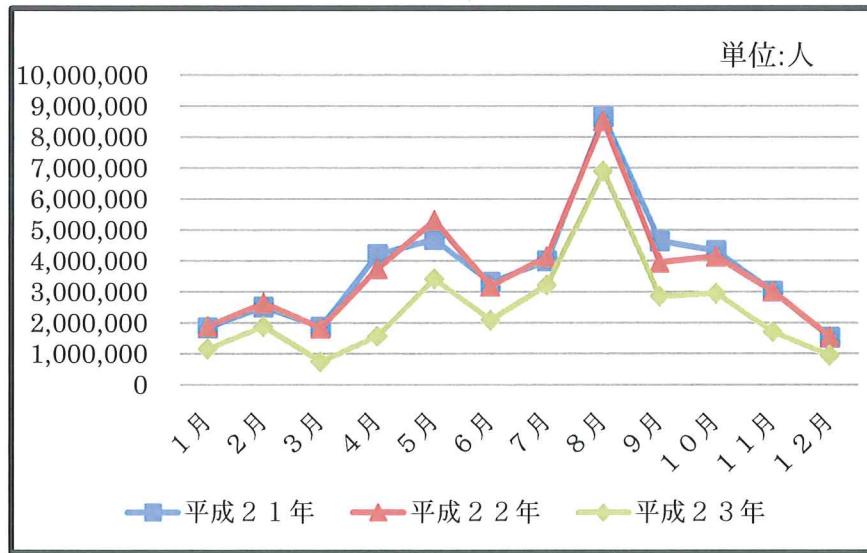


図3 秋田県月別観光入込客数

出所)秋田県公式ウェブサイト

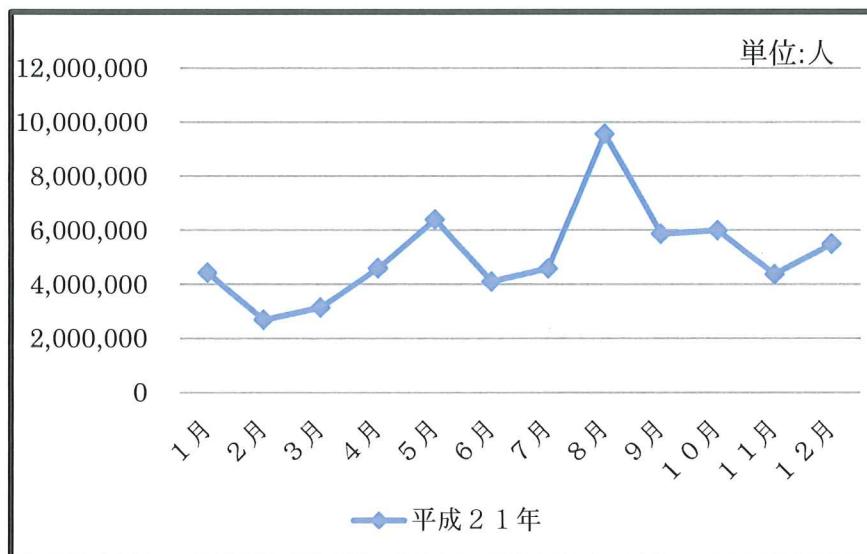


図4 宮城県月別観光入込客数

出所)宮城県公式ウェブサイト

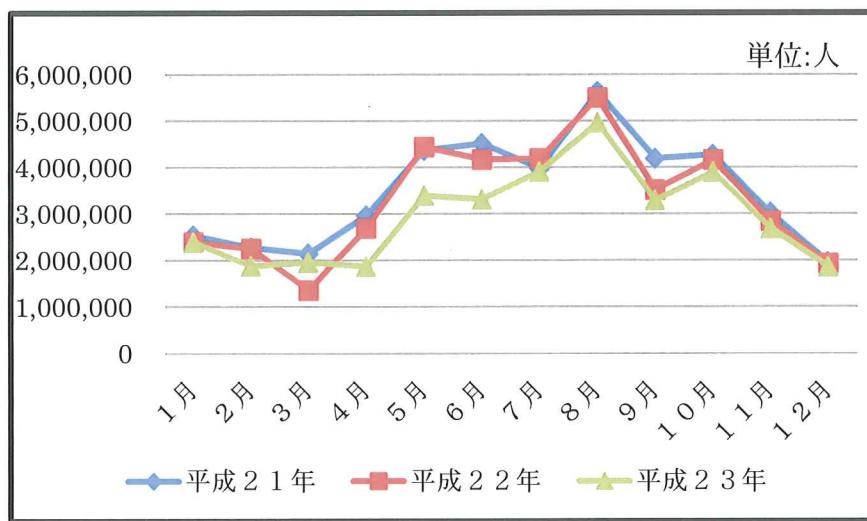


図 5 山形県月別観光入込客数

出所)山形県ホームページ

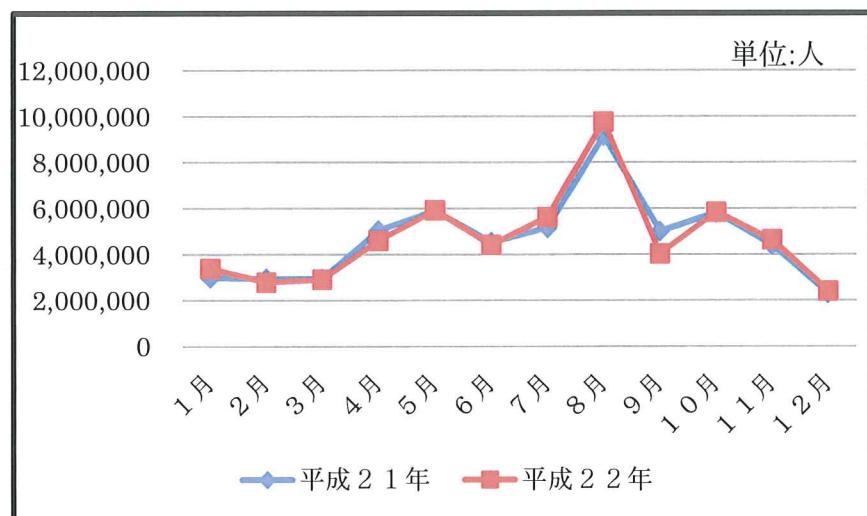


図 6 福島県月別観光入込客数

出所)福島県ホームページ

図 1 の青森県の月別観光入込客数を見てみると、平成 22 年、平成 23 年とも 5 月・8 月の観光入込客数が多い。この理由は、5 月はゴールデンウィークがあり、8 月は青森県の夏の祭りで有名なねぶた祭りが開催されるからである。平成 22 年から観光入込客数の調査方法が変わっており平成 21 年の月別観光入込客数が青森県庁ホームページに記載されていなかったため、平成 22 年、23 年をグラフに記載している。

図 2 の岩手県の月別観光入込客数を見てみると、平成 21 年から平成 23 年の 3 年間とも 5 月と 8 月の観光入込客数が多い。この理由は、5 月はゴールデンウィークがあり、8 月は岩手県では盛岡市で盛岡さんさ祭りなどの夏の祭りが開催されるからである。図 3 の秋田

県の月別観光入込客数を見てみると、平成 21 年から平成 23 年までの 3 年間とも 5 月・8 月の観光入込客数が多い。この理由は、青森県や岩手県と同様に 5 月はゴールデンウィークがあり、8 月は秋田県では竿燈祭りなどの夏の祭りが開催されるためである。図 4 の宮城県の月別観光入込客数を見ていく。宮城県公式ウェブサイトによると平成 22 年の年間観光入込客数が 6,129 万人、平成 23 年は 4,323 万人となっているが、月別観光入込客数は宮城県公式ウェブサイトに記載されていない。宮城県の平成 21 年の観光入込客数は 5 月・8 月の観光入込客数が多い。さらに 12 月も観光入込客数が 11 月と比較して上昇している。これは他の 5 県には見られない。これらの月の観光入込客数が増加する理由は、宮城県は 8 月に仙台市で七夕祭りが開催され、12 月に SENDAI 光のページェントが開催されるためである。図 5 の山形県の月別観光入込客数を見てみると、5 月から 8 月にかけて観光入込客数が多くなっている。この理由は、5 月には山形市で植木まつりが開催され、8 月には山形花笠祭りが開催されるなど、夏の祭りが開催されるためである。

図 6 の福島県の月別観光入込客数を見ていく。平成 23 年のデータは東日本大震災の影響もあり、月別観光入込客数だけでなく観光入込客数の統計がとられていない。福島県の平成 21 年の観光入込客数を見てみると、5 月・8 月が多い。この理由は、5 月はゴールデンウィークがあり、8 月は福島市で福島わらじ祭りなどの夏の祭りが開催されるためである。

記述の通り、夏の東北の観光入込客数はデータから見て多くなっている。私たちはその理由を、青森県のねぶた祭りなど、東北には有名な夏の祭りがあるからではないかと考えた。

しかしその反面、宮城県以外の 5 県は、12 月から 3 月までの観光入込客数が 300 万人を下回り、冬に東北に訪れる人が少ない。宮城県は 12 月に SENDAI 光のページェントが開催されるため観光入込客数を伸ばしているが、12 月に比べ 1 月から 3 月にかけての観光入込客数は少ない。

つまり、6 県とも夏よりも冬の観光入込客数が少ないことがわかる。それはなぜであろうか。

次節でなぜ冬の東北の観光入込客数が少ないのであるのか、また東北観光の現状をさらに具体的に説明する。

第 2 章では冬の東北観光をかえるための提案を述べる。

## 1-2 東北観光の現在の在り方

2011 年に発生した東日本大震災は東北に様々な悪影響を及ぼした。多くの人は地震が起ることへの不安やストレスを溜めているだろう。そんな中、東北を元気づけ、活性化させるためのイベントとして開催されている東北六魂祭は着実に人々に元気を与えていた。今の東北に「祭り」という存在は必要なのではないだろうか。また、ストレスの解消につながるといわれている「食の力」が東北の人々に元気を与えることができるのではないだろうか。

まず私たちは、冬の観光入込客数が少ない理由を、冬の祭りがないからではないかと考えた。夏には各県に夏の祭りがあるため観光入込客数が多くなっているという考えがあった。しかし実際に調べてみると青森県には弘前雪燈籠祭りや八戸えんぶり、岩手県にはいわて雪まつりなどといった祭りが冬にあったのである。

ではどうして夏には観光客が来て冬には来ないのだろうか。私たちには、冬に東北へ観光に行くのであれば北海道に行く。つまり、「さっぽろ雪まつり」に人が行ってしまっているのではないかと結論づけた。そこでさっぽろ雪まつりが行われている北海道の札幌市の観光入込客数を分析する（図 7）。その結果、雪祭りが行われている 2 月の観光入込客数が 1 月と 3 月を比較してとても高いというわけではないことがわかる。2012 年のさっぽろ雪まつりへの観光客数は 205 万 4 千人で、そのうち 47% が札幌市民、35% が道内から、15% が道外からとなっており、半数以上が北海道民であるということがわかった（さっぽろ雪まつり公式サイト）。

この結果より、祭りの知名度があっても冬の東北に観光客が来るわけではない。ではなぜか。それは冬の東北は「寒い」イメージが強すぎるのではないかという考えにいたった。そこで 2011 年の東京と東北の冬の気温を比べてみると、12 月の東京と東北の平均気温の温度差は 5.8℃、1 月は 6.5℃、2 月は 5.7℃、3 月は 5.8℃ と、約 6℃～7℃ の差があることがわかる（図 8）。さらに実際の温度が同じでも東北に住む人の体感温度と東京に住む人の体感温度は違うだろう。それゆえ東北はより寒いイメージをもってしまう可能性もあるのではないだろうか。

また、雪が降ることで生活が不便になると感じる人が多いのではないだろうか。朝日新聞デジタルの記事によると 2012 年 1 月に東京の大手町で 4 センチの積雪が観測され、その積雪の影響と見られるスリップ事故などが 1842 件起きたという。また運行を見直す鉄道が多くなり人々の交通に支障をきたした。歩行者が転倒し病院に搬送されるという事故も起こっている。2011 年 1 月の青森県青森市の降雪量は 311cm であった。雪になじみのない地方の人からすれば 311cm という数字は想像もできないものではないだろうか。また、4cm 積もるだけで東京では公共交通機関が動かなくなるため、3m 積もる雪国での公共交通機関は動いているはずがない。したがってわざわざ雪国に行こうという気が起こらないのではないだろうか。

このように様々なマイナスイメージによって、観光客は冬の東北に来ないのでないだろうか。

したがって私たちは東北の観光をよりよいものにするためにも冬から連想されるマイナスイメージを払拭する必要があると考えた。そして先ほども述べたように観光には「祭り」の存在を生かす必要があるだろう。しかし、ただマイナスイメージをなくすだけでは知名度の高いさっぽろ雪まつりに人が流れてしまう可能性がある。したがってさっぽろ雪まつりに劣らない点がなければいけない。マイナスイメージをなくし、東北の冬の祭りの知名度を上げるとともに食の力も使い、観光入込客数を増やすことで東北の観光は変わるのでないだろうか。

第2章では冬の東北観光をかえるための提案を述べる。

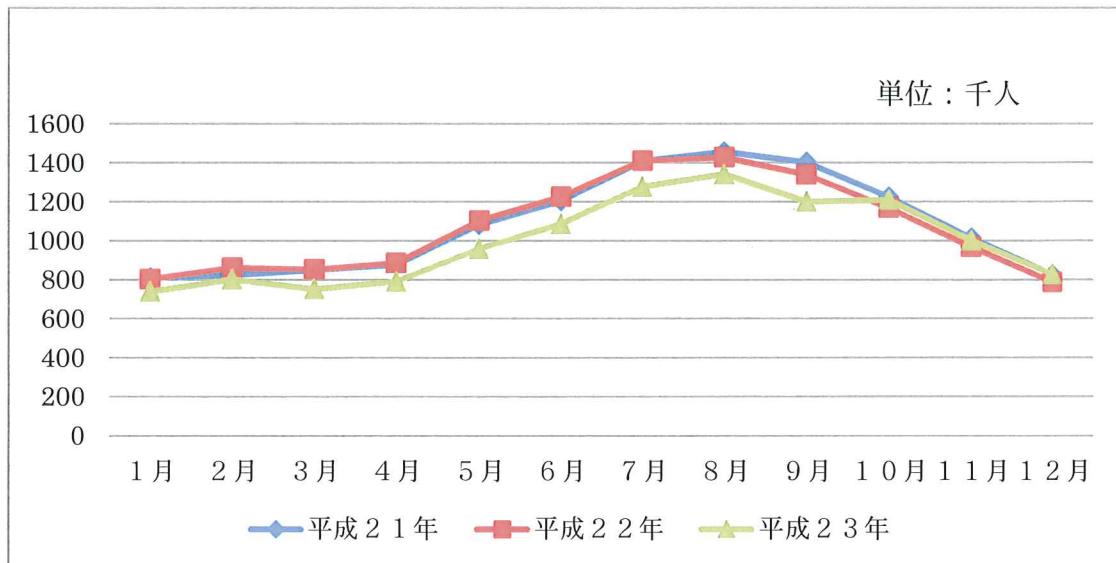


図7 札幌市観光入込客数

出所)北海道のホームページ

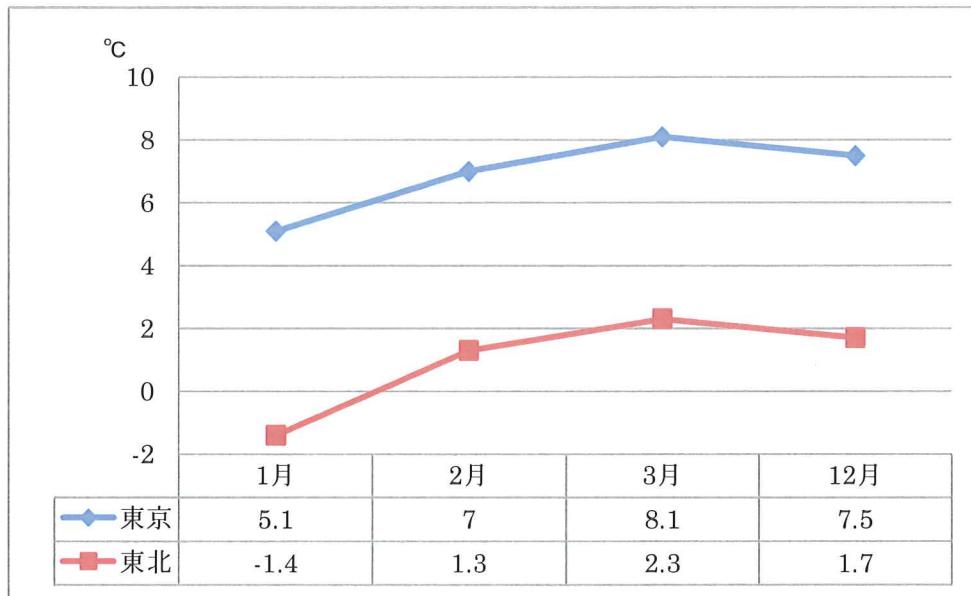


図 8 東京と東北の冬の平均気温の比較

出所)気象庁

## 第2章 東北観光における私たちの提案

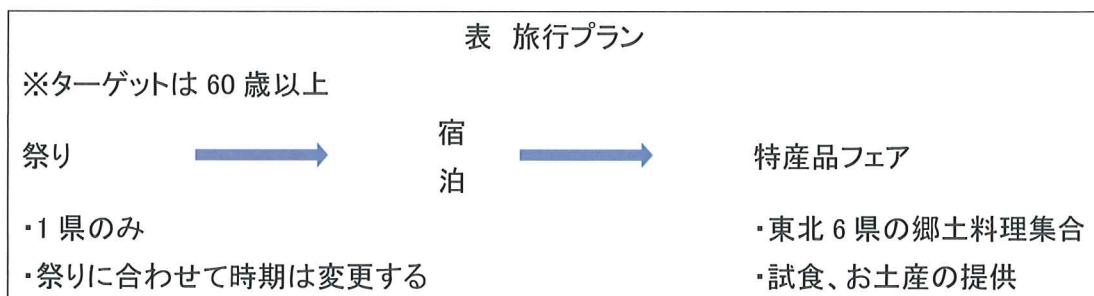
### 2-1 提案内容を述べる上での前提条件

2-1では、プランを述べる上での前提条件を述べていく。

1章で述べたように冬に観光客が少ない理由は、雪が多く降るために移動手段に問題があり、観光客を呼び込むための一つの方法である祭りの知名度が低いことが分かった。このような状況で東北に観光客を呼び込む方法は、交通手段や宿泊施設を用意し、東北の祭りを見てもう1泊旅行プランを作ることが最も適しているのではないかと考えた。

以下では、旅行プランとその旅行プランを設定する際の前提条件を説明する。

すでに述べたように、私たちは「祭り」と「食」に焦点をあてて、東北の旅行プランを策定する。東北では冬の祭りは、ほとんど夜に開催される。したがって、このプランは、1泊2日のものである。



私たちは1泊2日の旅行プランを設定するにあたり、ターゲット層を考えた。ターゲットは60歳以上にする。なぜなら、このプランは1泊2日の宿泊プランになっており、時間と経済面において余裕のある年齢層を狙っていく必要があるからである。60歳以上層は仕事も退職し、子供がいる人でも進学や就職で自立しているため、時間に余裕が出てくる。60歳以上の年収は40~50歳代よりも少なくなっている(図)、退職して子供も自立しているため、使う目的は少なくなっていると考える。これから、旅行や趣味など自分のために使える金額が増えるのではと考えたため、この年齢層をターゲットに選んだ。

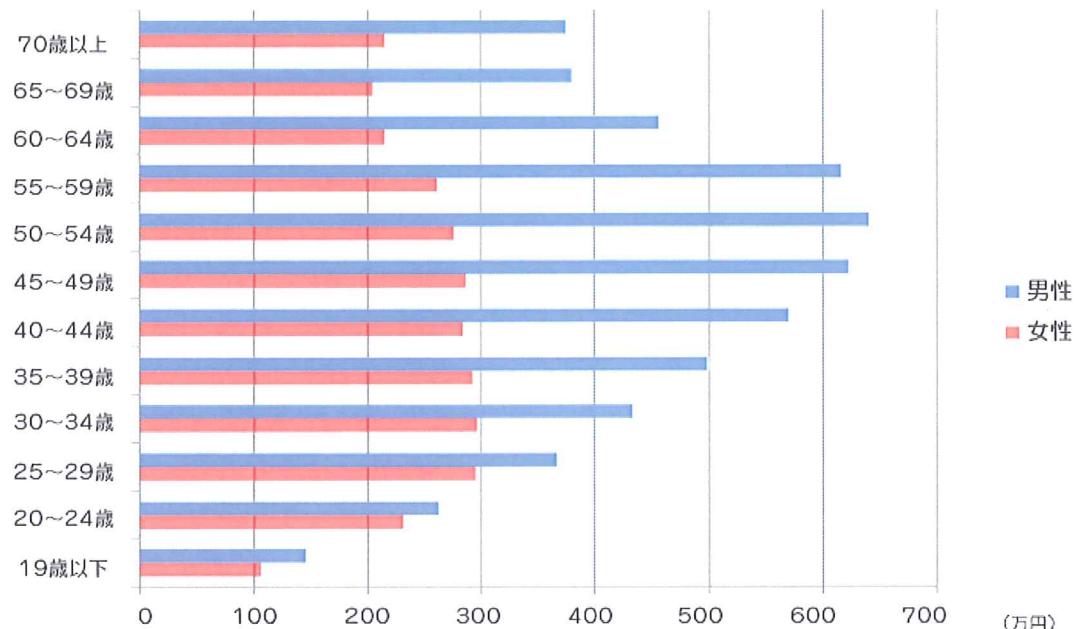
次に祭りについてである。東北の祭はその県によって開催時期が異なっている(図)。私たちの最初の案では、複数の県を巡って祭を観光することも検討していた。しかし、青森県や岩手県の祭は雪を大量に使用するため、雪の最もおおい2月にだけ開催することが可能なのである。また、宮城県などの祭を2月に変更させることは厳しいため、複数の県の祭を観光することは不可能である。そこで私たちは毎年1県の祭を観光するプランを考えた。行く県は毎年変更させ、各県を巡ってもらえるようにする。

このように1泊2日以上滞在してもらうことで東北の冬に親しんでもらうことができ、魅力を知ってもらういい機会になるのではないかだろうか。

観光客に宿泊をしてもらうなら、次の日も楽しんでもらえるような魅力的なイベントが必要である。そこで、私たちの2つ目の焦点である「食」に関するイベントを開催する。すなわち、それは郷土料理を集結させて東北の味を知ってもらうイベントである。イベントを食べ物にしたのは、旅行目的で観光・紀行、温泉・スパ・エステの後にグルメがランキングに入っていたため(図)、ニーズに適していると考えたからである。また、今はやっているB級グルメよりも、ターゲット層に親しみやすい特産品を集めさせ、そこで1コインで様々な特産品を楽しむことができる試食や宅配サービスありの各県のお土産を販売する。

以上、概要を示したものが表である。

図9. 年齢別サラリーマンの平均年収



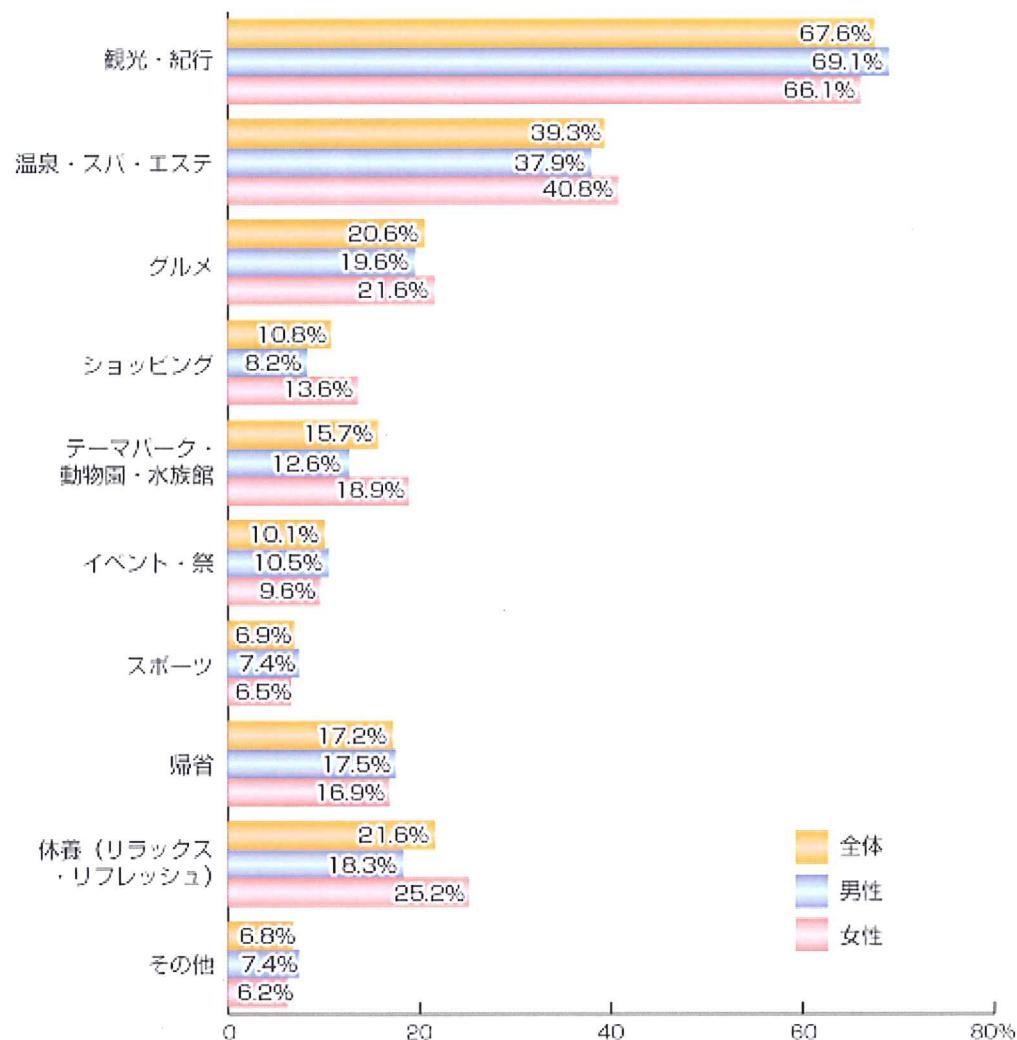
出所 サラリーマンの年収推移（平成23年） 年収ラボ

図10. 東北6県の祭り詳細

県名	祭り名	開催期間	開催時間
青森県	弘前雪燈籠まつり	2月10日～13日	16時30分～21時
岩手県	岩手雪まつり	2月4日～12日	9時～21時
秋田県	横手かまくら	2月15日～16日	18時～21時
宮城県	SENDAI光のページェント	12月初旬～31日	17時～21時
山形県	蔵王樹氷まつり	2月2日	19時30分～20時30分
福島県	光のしづくプロジェクト	12月1日～2月14日	17時～23時

出所 みちのく五大雪まつり  
仙台光のページェント  
蔵王温泉スキー場イベントインフォメーション  
福島イルミネーション 光のしづくプロジェクト

図 11. 10~60 歳の旅行目的



出所 国内旅行に関する調査 リサーチバンク

## 2-2 提案内容

2-1で述べたことからさまざまなデータやメリットを用い、各県の冬の祭りを1つに絞り、各県の旅行プランを2-2で述べていく。

表2 青森県の旅行プラン

弘前雪燈籠まつり → 宿泊 → イベント

青森県には、大きな冬の祭りとして「弘前雪燈籠まつり」「八戸えんぶり」「十和田湖冬物語」がある。その中でも「弘前雪燈籠まつり」と「八戸えんぶり」はみちのく5大雪祭りといわれている。「弘前雪燈籠まつり」は、フォートラベル株式会社が2011年11月に行つた“2012年に訪れたい「冬の祭り」”のランキング(図)に第5位として選ばれた。また、青森県内の冬の祭り・イベントの入込客数が1番多く、図12で示したように平成21年から観光入込客数が増加傾向にある。それゆえ、青森県の旅行プランの祭りは「弘前雪燈籠まつり」にする。

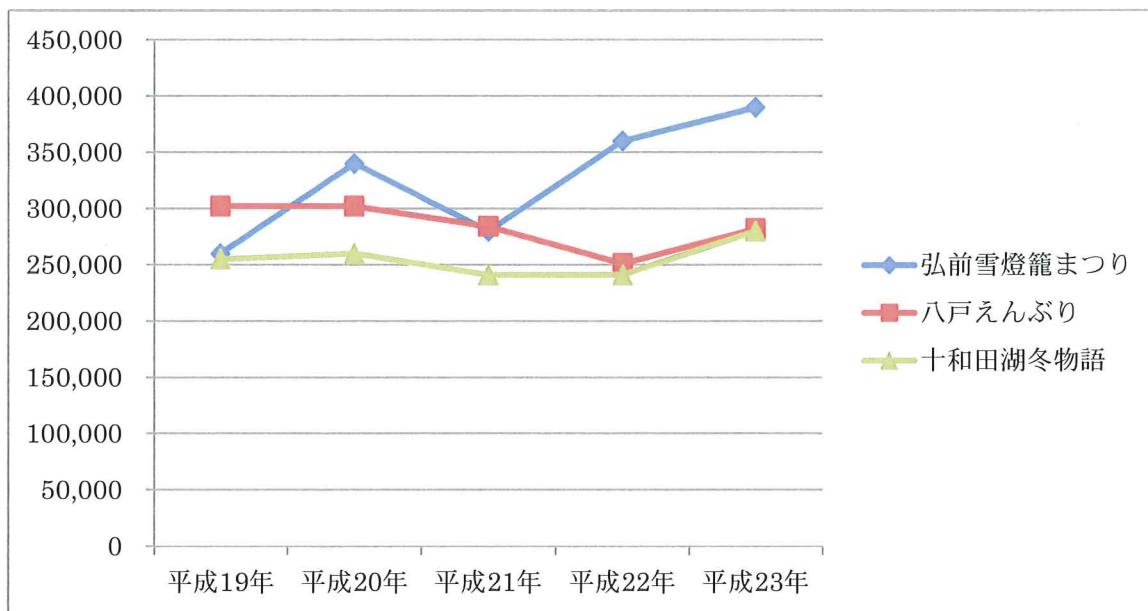


図12 青森県の冬の祭り観光入込客数

出所) 青森県観光情報アプティネット

青森県庁ホームページ

表 3 岩手県の旅行プラン

いわて雪まつり → 宿泊 → イベント

次に岩手県をみていこう。岩手県の冬の祭りには「いわて雪まつり」「もりおか雪あかり」「大東大原水かけ祭り」がある。その中でもみちのく 5 大雪祭りの 1 つでもある「いわて雪まつり」を挙げる。「いわて雪まつり」は雫石町の小岩井農場まきば園で行われている。交通の便としては、県庁所在地である盛岡市から最寄り駅の小岩井駅まで 10 分だが、駅からまきば園に行くまでにバスかタクシーを利用しなければならない。バスが来るまでに 1 時間程度待たなければならない場合もある。しかし、祭りの期間中は盛岡バスセンターと盛岡駅から小岩井農場まきば園まで直行の臨時のバスが運行されている。また図 13 でも示しているように年ごとに増加現象を繰り返しているものの県内の冬の祭り・イベントの中では入込客数が多い。

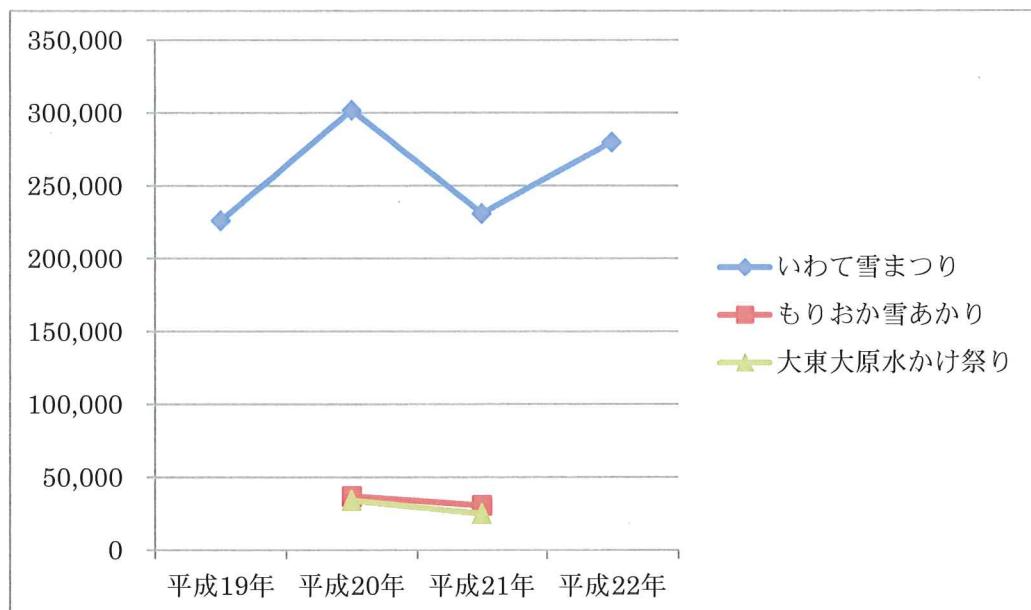


図 13 岩手県の冬の祭り観光入込客数

出所) いわての観光情報

岩手県公式ホームページ

※もりおか雪あかりと大東大原水かけ祭りは平成 19 年と平成 22 年のデータは発見できなかつた。

表 4 秋田県の旅行プラン

横手かまくら → 宿泊 → イベント

次に秋田県をみていく。秋田県の冬の祭りは「横手かまくらまつり」「男鹿なまはげ柴灯まつり」「大館アメッコ市」「犬っこまつり」がある。秋田県内にも「横手かまくらまつり」と「男鹿なまはげ柴灯まつり」の2つがみちのく5大雪祭りとしてある。しかし、交通の便から横手市と男鹿市を見てみる。両者とも東京発で新幹線と電車を使っての移動とし、乗換の待ち時間は含めないものとする。横手市までは約3時間50分、男鹿市までは約6時間10分の移動時間である。ちなみに男鹿市まで早く移動する方法として飛行機と電車の利用もあるが約5時間50分の移動時間である。横手市の方が移動時間も短く、1回の乗り換えで済むため「横手かまくらまつり」を秋田県の冬の祭りとして挙げる。また、ランキング(図)でも第4位に入っており、図14で示しているように県内の冬の祭り・イベントの観光入込客数も多い。

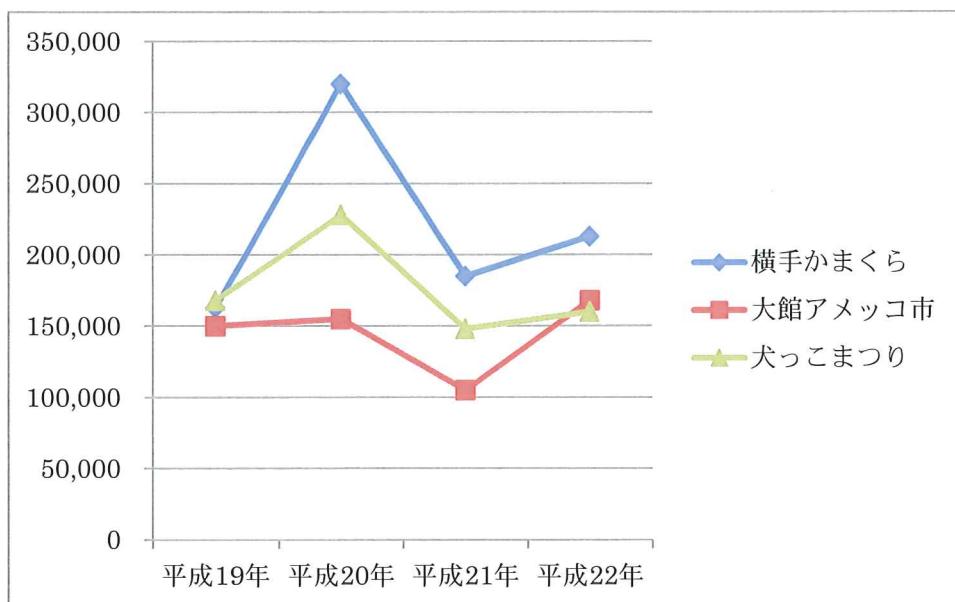


図 14 秋田県の冬の祭り観光入込客数

出所) 秋田県公式 Web サイト

※男鹿なまはげ柴灯まつりの観光入込客数のデータは発見できなかった。

### 第3章 提案内容による波及効果について

第3章では、前章で述べたプランの提案からもたらされる波及効果について論じていきたい。

第1章では、東北の観光入込客数の落ち込みが、冬の代表的な祭りとして有名な北海道のさっぽろ雪まつりに集客を取られているのではないかと推測した。しかし、さっぽろ雪まつりは、東北の夏の祭りと同様に知名度はあるが、観光客の大半が道民であった。したがって、知名度があるだけでは冬の観光入込客数の増加に繋がらず、寒さや雪などのマイナスイメージの影響で観光客が訪れないのではないかという考えにいたった。そこで私たちが第2章で、交通面の配慮や訪れやすい環境、寒さや雪が降ることを逆手に取ったプランを策定している。それを実行することで東北の冬の観光入込客数が増加するを考えている。

では、観光入込客数が増加するとどういったメリットが得られるのだろうか。まず、プランが実行されると旅行者はその土地でお金を使う。特にこのプランの中で挙げるとすると、交通費や宿泊料、イベントの中での昼食会やお土産代金等である。お金を使うと、その住民の暮らししがより便利で暮らしやすい環境になるための整備にお金を回すことができるのではないかと考えた（例：今までよりも除雪に力を入れることができたり、電車やバスの本数を増やしたりなど）。

また、プランに関わる人たちが得られるメリットも生まれる。

ここでは特に、（1）ホテルや近隣のお店、（2）郷土料理イベントの出展者、（3）県全体や地域住民、（4）旅行者、のそれぞれ4つの視点から考えられるメリットについて論じていきたい。

（1）のホテルや近隣のお店は、宿泊やお土産等で売り上げが増えるのはもちろんのことだが、プランで東北に訪れた旅行者が、口コミで自分の周りの知人や家族に勧めることで、他者が訪れてみたいと思わせることができたり、今回訪れた旅行者がリピーターになってくれたりすることも考えられる。（2）の郷土料理イベントの出展者は、自分たちが出展した地元の郷土料理を知ってもらえる。また、興味を持ってもらえた旅行者が、もう一度食べたいと思って今度はその郷土料理が名物になっている県に実際に足を運んでもらえることが期待される。イベントの効果で売上はもちろん、食がきっかけで旅行者が次回の旅行の行先の候補となることが考えられる。（3）の県全体や地域住民は、観光入込客数の増加や町でお金を使うことで、その町はさらに観光客を呼び込むためにお金をかけることができたり、先にも述べたが住民にとって住みより環境になるような整備へお金をかけたりすることができる。また、環境が整備されるとその土地へ住みたいと思う人たちが増え、移り住む人たちも出てくるだろう。観光客にも地域住民にも優しい町づくりが形成されることが期待される。（4）の旅行者は、マーケティングの4Cの視点からメリットを考えていこう。マーケティングの4Cとは、①Customer Value【顧客

にとっての価値】②Cost to the Customer【顧客の負担】③Convenience【入手の容易性】④Communication【コミュニケーション】であり、顧客の視点を重視したマーケティングである。②の顧客の負担は、旅費や交通費でお金がかかることがある。しかし、私たちの考えたプランに参加することによって、祭りに参加して東北の冬を楽しむことや、イベントで東北の郷土料理に親しむことができる。これは、①の顧客にとっての価値にあたる。②の顧客の負担よりも価値の方が大きくなったとき、満足してもらえるであろう。③の入手の容易性は、旅行者が自分でプランを立てなくても、こちらでプランを立てているので面倒なホテルの予約などをしなくてもよい点が容易性だと考えられる。(4)のコミュニケーションについては、顧客のニーズに対応したプランを提示して、結果として満足を得てもらえることがメリットである。

おわりに

この論文を書くにあたってまず始めに東北観光と聞いてイメージしたのが夏祭りであり、近年開催された東北六魂祭のことが浮かんだのである。メディアも東北の夏祭りや六魂祭をピックアップしており、実際のところ集客数としても結果を出している。

しかし、冬の観光に関して集客数は夏のものと比較すると決して高いとは言えない。そこで私たちは冬になぜ観光入込客数が少ないので現状のデータを示すと同時に理由づけをし、新しい東北観光のあり方として冬季の観光にフォーカスをあて、自分たちの考えを提示していくのではないかという方向にいたったのである。また関東圏に住んでいる冬の東北は積雪となると交通が全く動かないのではないかというイメージを払拭してもらうための解説を組み込んだ。

私たちはプラン提案において1泊2日という宿泊プランを提案した。「祭り」に関しては私たちが議論を進めていくうえで東北各県を巡っていくプランも出てきたのだが、開催時期が異なる県も存在したため、毎年1県ずつ堪能してもらうという方向で固めていった。

前提条件のひとつであるターゲット層を60歳以上という年齢に設定したわけだが、その年齢層にした理由として子供が就職、進学をして時間がある、年収が多い、といった理由・データに基づいて余暇が十分にあり、泊りがけで観光を楽しめるのではないかと分析した。

プランのもう一つの肝である「食」の方に関しても旅行目的のデータとしてグルメの項目が上位にランクインしていたため、プランの内容に沿った年齢層に対応して東北の特産品を提供するというプランを策定し、1県に6県分の特産品を集めることによって開催される県はもちろん、ほかの5県の特産品を知ることができるといった内容だ。また旅行が終わったあとでもインターネット販売、カタログといったもので商品入手しやすくなれるような手段も提案した。

プランの内容として実際1県のみの観光となるが、東北6県すべての県の祭りのバージョンとして対応できるように各県の主な冬の祭りとその土地に適した交通手段とアクセスを挙げている。

補足として本文に示したプラン提案はあくまで60代以上をターゲット層に設定したものであって、すべての年齢層に当てはまるわけではないということをご了承願いたい。

第3章では策定したプランにおける波及効果について述べていった。まずその土地の観光入込客数が増加することによって得られる波及効果に関しては観光客がその土地まで行く交通費、そこで宿泊やお土産などでお金を消費することによって、各地方自治体のインフラが向上し、その土地の経済が回るという分析をした。

そしてプランを行うことによって発生する主なステークホルダーをホテルや近隣のお店、郷土料理イベントの出展者、県全体や地域住民、旅行者と挙げて、それぞれのメリットを展開させていった。特に旅行者に関してはマーケティングの4Cからの視点でさらに深く掘り下げていきメリットを展開させていった。

以上のことから冬季における東北の観光入込客数を増加させ、波及効果が挙げられると考えた。

ここにいたるまで長い道のりであったが脇先生をはじめ、ゼミ生の皆との協力なしではここまで辿り着けなかつたであろう。ここまで論文を書けたことにただただ感謝である。

## 参考文献

会津絵ろうそくまつり 「<http://www.aizu.com/erousoku/>」 (2012/11/22 アクセス)

青森県観光情報アプティネット 「[http://www.aptinet.jp/ap\\_statistics.html](http://www.aptinet.jp/ap_statistics.html)」 (2012/11/25 アクセス)

青森県庁ホームページ 「<http://www.pref.aomori.lg.jp/>」 (2012/11/26 アクセス)

秋田県大館市トップページ 「<http://www.city.odate.akita.jp/>」 (2012/11/22 アクセス)

秋田県公式ウェブサイト 「<http://www.pref.akita.lg.jp/>」 (2012/11/25 アクセス)

朝日新聞デジタル  
「<http://www.asahi.com/national/update/0124/TKY201201240202.html>」  
(2012/11/25 アクセス)

いつも NAVI 「<http://www.its-mo.com/>」 (2012/11/26 アクセス)

いわき市観光情報サイト 「<http://www.kankou-iwaki.or.jp/index.php>」 (2012/11/26 アクセス)

岩手郷土料理一覧 「<http://www.japan-rank.com/article/199734723.html>」 (2012/11/13 アクセス)

岩手県公式ホームページ 「<http://www.pref.iwate.jp/>」 (2012/11/22 アクセス)

いわての統計情報  
<http://www3.pref.iwate.jp/webdb/view/outside/s14Tokei/keywordKekka.html;jsessionid=CFD14DD00EBE2170ABBAC4F885576473?keyword=%25E8%25A6%25B3%25E5%2585%2589&tyosaCategory=%25E3%2581%258B>」 (2012/11/26 アクセス)

うつくしま観光プロモーション推進機構  
「[http://www.tif.ne.jp/jp/event/event\\_disp.php?id=1146](http://www.tif.ne.jp/jp/event/event_disp.php?id=1146)」 (2012/11/25 アクセス)

男鹿市ホームページ 「<http://www.city.oga.akita.jp/index.cfm/1.html>」 (2012/10/16 アクセス)

お客様の視点になってマーケティングを考える | 広告・販促に関する情報 | 株式会社イズ・アソシエイツ 「<http://www.is-assoc.co.jp/monthry/200712.html>」 (2012/11/14 アクセス)

片山又一郎 (2003)『マーケティングを学ぶ人のためのコトラー入門』(日本実業出版社)  
pp.72-75

気象庁 「<http://www.jma.go.jp/jma/index.html>」 (2012/11/26 アクセス)

喜多方観光協会 「<http://www.kitakata-kanko.jp/#>」 (2012/11/25 アクセス)

喜多方冬まつり 2012 「<http://www.kitakata-kanko.jp/winter/2012/index.html>」  
(2012/11/25 アクセス)

郷土料理百選 「<http://www.rdpc.or.jp/kyoudoryouri100/ryouri/03.html>」 (2012/11/23 アクセス)

クセス)

小岩井農場まきば園「<http://www.koiwai.co.jp/makiba/index.html>」(2012/11/25 アクセス)

さっぽろ雪まつり公式サイト「<http://www.snowfes.com/>」(2012/11/22 アクセス)

蔵王温泉スキー場イベントインフォメーション

「[http://www.kankou.yamagata.jp/zao/winter/pc\\_2013/](http://www.kankou.yamagata.jp/zao/winter/pc_2013/)」(2012/11/26 アクセス)

SkiGuide in ZAO 「<http://www.zao-ski.or.jp/access/>」(2012/11/22 アクセス)

零石町しづくいしちょう

「<http://www.town.shizukuishi.iwate.jp/modules/etc/index.php/content1072.html>」  
(2012/11/26 アクセス)

社団法人弘前観光コンベンション協会

「<http://www.hirosaki.co.jp/htcb/sightseeing/fes/yukimatsuri.html>」(2012/11/22 アクセス)

社団法人横手市観光協会「<http://www.yokotekamakura.com/>」(2012/11/26 アクセス)

ストレス・ラボ「<http://stress-labo.com/>」(2012/11/14 アクセス)

仙台光のページェント「<http://www.sendaihikape.jp/>」(2012/11/25 アクセス)

大東大原水かけ祭り「<http://www.city.ichinoseki.iwate.jp/index.cfm/6,4516,107.html>」  
(2012/11/22 アクセス)

第8回もりおか雪あかり「<http://hellomorioka.jp/yukiakari/>」(2012/11/26 アクセス)

第45回いわて雪まつり

「<http://www.koiwai.co.jp/makiba/yuki45/index.html>」(2012/11/22 アクセス)

只見ふるさとの雪まつり「<http://www.tadami.gr.jp/kankou/yukimaturi-top.html>」  
(2012/11/25 アクセス)

都道府県の観光統計リンク集「<http://nezimaki.nobody.jp/kankou/toukei-link.html>」  
(2012/11/22 アクセス)

十和田湖冬物語公式ホームページ

「<http://www.towadakofuyumonogatari.com/main.html>」(2012/11/26 アクセス)

年収ラボ「[http://nensyu-labo.com/heikin\\_nenrei.htm](http://nensyu-labo.com/heikin_nenrei.htm)」(2012/11/25 アクセス)

乗り換え案内時刻表「<http://transit.goo.ne.jp/>」(2012/11/22 アクセス)

八戸えんぶり「<http://www.city.hachinohe.aomori.jp/kanko/festival/enburi/>」

(2012/11/23 アクセス)

B級ご当地グルメの祭典 B-1 グランプリ公式サイト「<http://b-1grandprix.com/>」  
(2012/11/26 アクセス)

フォートラベル株式会社

「[http://4travel.jp/aboutus/pressroom/press/20120112\\_press.html](http://4travel.jp/aboutus/pressroom/press/20120112_press.html)」(2012/11/25

アクセス)

福島イルミネーション 光のしずくプロジェクト 「<http://hikarinosizuku.org/>」  
(2012/11/26 アクセス)

福島県観光ホームページ 「<http://www.pref.fukushima.jp/kanko/>」 (2012/11/26 アクセス)

福島県白河観光情報 「<http://shirakawa315.com/event/index.html>」 (2012/11/22 アクセス)

福島県ホームページ 「<http://wwwcms.pref.fukushima.jp/>」 (2012/11/22 アクセス)

北海道のホームページ 「<http://www.pref.hokkaido.lg.jp/>」 (2012/11/26 アクセス)

みちのく五代雪まつり 「<http://www.michinokugodai.com/index.php>」 (2012/11/25 アクセス)

宮城県公式ウェブサイト 「<http://www.pref.miyagi.jp/>」 (2012/11/23 アクセス)

宮城県・蔵王町観光協会 「<http://www.zao-machi.com/683>」 (2012/11/24 アクセス)

宮城県の郷土料理 「<http://www.rdpc.or.jp/kyoudoryouri100/ryouri/04.html>」  
(2012/11/25 アクセス)

山形県蔵王温泉スキー場 「<http://www.zao-spa.or.jp/>」 (2012/11/26 アクセス)

山形県ホームページ 「<http://www.pref.yamagata.jp/>」 (2012/11/22 アクセス)

山形市観光協会

「 <http://www.kankou.yamagata.yamagata.jp/db/cgi-bin/search/search.cgi?panel=detail&d01=95958345618723>」 (2012/11/26 アクセス)

山形市ホームページ

「<http://www.pref.yamagata.jp/ou/somu/020020/03/mailmag/series/pride/nikusoba.html>」 (2012/11/22 アクセス)

山形県米沢市上杉雪灯籠まつり公式ホームページ

「 <http://www.kankou.yamagata.yamagata.jp/db/cgi-bin/search/search.cgi?panel=detail&d01=95958345618723>」 (2012/11/22 アクセス)

湯沢市物産観光情報 「<http://aios.city-yuzawa.jp/kanko/event05.htm>」 (2012/11/26 アクセス)

ライフメディア リサーチバンク

「[http://research.lifemedia.jp/2012/03/120314\\_travel.html](http://research.lifemedia.jp/2012/03/120314_travel.html)」 (2012/11/23 アクセス)

We Love Fukushima Food 「<http://lovefood.jp/fukushima/>」 (2012/11/26 アクセス)