

# 白河に観光客を呼び込むヒント

2月26日、東京都内で「しらかわ大使懇談会」が開催されました。今回のテーマは、4月から3年間にわたり、JRグループ6社と協力して観光誘客を促す「ふくしまDCステイネーションキャンペーン」以下「ふくしまDC」に向けて「白河地域をPRするための地域資源の活用と戦略」についてご意見をいただきました。今月号では、その内容を抜粋してお届けします。



▲本市の観光発展のため助言をするしらかわ大使

## 1 一過性のものにせず、次につなげる分析を

多くの観光施設に言えますが、また訪れたいと思うところは少ない。何が悪いのではなく、また行こうと思わない。その理由は何かを分析する必要があります。強みや弱みなど現状を良く知るところから始めなければなりません。

以前、神戸で全国の商工会議所の会議があり、その中で観光について話がありました。資源が多くあるところは、力が分散して中途半端になってしまう。むしろ資源の少ない所が、1つにこだわり徹底的に宣伝することで有名になっているとの報告がありました。

ふくしまDCでは、一過性の誘客にならないよう、観光資源を徹底的に分析し、リピーターにつなげるため、何をどう売り込むかを良く考えるべきです。これだというものの種をまき3年間で育て、次につなげるようにすべきだと思います。



Asai Mitsuki  
**浅井光昭氏**  
住友ゴム工業(株)相談役、元同社取締役会長

## 2 違った方向からのアプローチ

若年層が何に興味を持っているかを調べたとき、高い確率でスマートフォンを所有していることが分かりました。そのアプリを紹介するページを見ると、ほとんどがゲームでした。人気のあるゲームの中には、ご当地の観光資源でポイントをためていくものがあります。ストーリーの面白さもありますが、観光資源を載せることで、その地域に興味を持つ方がいます。白河でも民間の力で地元の歴史や農作物、名産品を紹介するゲームを作ってはどうか。ゲームは活字ではないので、楽しみながら名所や名産品がインプットされ、誘客にもつながると思います。

また、ロードバイクも流行っています。町を巡るコースを作ること、遠くから訪れている事例があります。歴史ではない方向からアプローチするのも誘客につながるものと思います。



Kawase Nanao  
**川瀬七緒氏**  
第57回江戸川乱歩賞受賞作家

## 3 ベースを明確に、市民が同じ方向で

ふくしまDCのために、色々なアイデアを出すのは良く分かりますが、ベースになるものを明確しておかないといけません。白河自体のイメージがどう変わってきているのか、1度立ち返って考えるべきだと思います。

企業の場合は、そのブランドや個性をどのようにしていくかが重要です。日産時代にソフトやハード面で色々なアイデアを出しましたが、最終的には、自社ブランドに関する認識や理解を深めるという結論に至りました。大きなビジョンや方向性、ストーリーがあって、それを市民の皆さんや観光に携わる皆さんが、同じ方向で進んでいくことが重要です。

ベースとなるものに、色々なものがつながると、どの年代をターゲットにするかという方向性やストーリー、戦略が見えてくると思います。あせらずに広い視野で考える必要があります。



Toida Kazuhiko  
**戸井田和彦氏**  
(株)ファルテック取締役社長、元日産自動車(株)常務執行役員

## 5 リピーターにつながる「おもてなしの心」

観光地で大切なのは、おもてなしの心です。お客の気持ちを考えてそれを具体化すること、そういう親切な対応が見えると、もう一度そこへ行きたくくなります。

案内板も重要です。昨年行った旅行では案内板が不十分で一番大事なポイントを見逃してしまいました。地元の人には分かっている、観光客はそうではありません。第三者の目で案内板を見直してはどうでしょうか。国土交通省も東京オリンピックにあわせて、外国人が見てもわかるよう道路案内表示板を直そうとしています。

また、長期的なリピーターを増やすため、訪れるたびに無期限のポイントを与え、その点数によって特典をあげてはどうでしょうか。歴史は変えようがありませんが、おもてなしの質や対応の良さが観光客はリピーターになります。リピーターの確保は、おもてなし次第です。



Hitomi Nobuo  
**人見信男氏**  
(株)サン総合管理代表取締役社長、元警察庁交通局長・元警視庁副総監

## 4 お客様に楽しんでいただく心掛けを

駅はその町の顔であり、これからの旅の始まりを期待させるものなので、駅構内を整備してはどうでしょうか。また、観光客は、観光地へ行くまでの手段や時間、金額を気にしています。それを明確に示し、スケジュール管理することで、観光客は時間を有効に使い、余裕をもって旅を楽しむことが出来ます。白河は魅力があるので、そこに、ここで何かをすると恋が生まれるなど、ストーリー性を加えてみてはいかがでしょうか。

お金を掛けずに出来ることもあります。あいさつだけでも違います。自宅では、お客様がきたらお出迎えやお見送りをしたいと思います。お金をいただくのなら、それ以上のことをするべきです。良い店・良い宿をつくるためには、お客様からお金をいただくサービス業であることを自覚し、プロ意識をもって臨まなくてはなりません。



Nozaki Hiromitsu  
**野崎洋光氏**  
「分とく山」総料理長

## 6 白河の良さを伝えるための観光を

今度のふくしまDCでは、JRと協力して観光施設を巡るツアーをつくってはどうか。まずは、白河の良さを知ること、リピーターの増加につなげていただきたいと思います。

関東から白河は近いので、週末白河に行ってラーメンを食べるツアーもできます。その際に、宿泊できる民間施設があったら一番良いです。特に南湖等の観光地の近くに、落ち着きがあって、しばらくとどろ留したいと思わせる施設があれば良いと思います。滞在中に時間があれば、そこを拠点に観光施設を訪れることもできますし、

兄弟など親せきが大勢で集まる場所として活用することもできます。

また、震災を逆手にとって、復興がここまで進んだということ、小峰城を含めて全国の人に見てもらおう仕掛けをつくるのも誘客につながる一つの手であると思います。



Taguchi Shintaro  
**田口信太郎氏**  
東邦銀行取締役、元NHK福島放送局長