

社説

<2022.1.26>

誘客ともてなし 両輪で

持続可能な観光地

静岡県観光基本計画の次期計画(2022〜25年度)の素案が公表された。新型コロナウイルス感染症の打撃から再起し、将来も観光立県であり続けるための「持続可能な観光地域づくり」を掲げた。

コロナ下の移動自粛や参加人数制限で、キャラバンやイベントなど従来の誘客手法の限界が露呈した。一方、よそではできない交流や体験で満足度を高める「もてなし」の重要性が改めて確認された。誘客ともてなしを車の両輪として観光業の持続化を図りたい。

17年度に策定した現行計画は、21年度の県内旅行消費額7500億円、延べ宿泊者数2200万人を目標とした。しかし、増加基調はコロナ禍で急ブレーキがかかり、20年度は半数に届かなかった。専門家による審議会では、

本県観光は全国平均と比べて飲食、娯楽、買い物消費額が低く、宿泊日数も短いほか、デジタル化の遅れや人材の不足が課題に挙がった。

観光は関連産業の裾野が広いだけでなく、自然環境保護や国際理解促進など、地域社会の活力維持と発展にも役割を担う。コロナ下で新しい働き方「ワーケーション」が生まれたように、観光のとらえ方も変化し拡大した。この流れに乗り遅れてはならない。

新たな観光地づくりとその持続化の鍵が推進体制と人材確保にあることは論をまたない。現行計画の下、観光地域づくり法人(DMO)が県内に5団体設立された。県中部の「するが企画観光局」の呼び掛けで茶のかき水プロジェクトが毎夏行われるなど、戦略的な取り組みもみられる。

担い手確保は、19年に静岡文化芸術

大に「文明観光学コース」が開設され、20年には県立大に「ツーリズム研究センター」が開所した。市町や関係機関は交流会やインターシップ(就業体験)を通して若者の声を聞いてほしい。

最近では多くの人が旅先でもスマホで最新情報を求めている。県が20年に構築した「観光デジタルプラットフォーム」はこまめな情報更新など、ユーザーファーストを徹底すべきだ。

県内でも近年、アニメの舞台や、東京五輪・パラの自転車競技開催などをきっかけにしたテーマ性がある観光が注目されている。歴史的建造物や景勝地がなくても、人を呼び込むことはできる。何を誘客のきっかけにできるか、そして満足してもらえるか。アイデアとサービスが問われる。

多くの人に訪れてもらい、喜んでもらうことで住民が街の魅力を再発見し、愛着を深められれば、地域の活気につながる。観光地域の持続化は持続可能な地域づくり策にもなる。