

「教育旅行」などの新メニューで 観光客を増大

野口英世の心象風景

野口英世の手紙があります。渡米してロックフェラー医学研究所で研究生活を送っている時に、小学校の恩師にあてた手紙の一文です。

「まことに不思議なのは夢です。アメリカに渡つてから、ただの一度も東京やアメリカの夢は見ません。必ず小学校時代や幼年時代の夢だけを見ます。磨^{すり}上原^{あがはら}での運動会、鳥獲り、水遊び、秋の田んぼ、雪の日の登校、竹馬の友……。私の最も長かった時代、最も薰陶を受けた時代、最も記憶すべき歴史はこの時代、この生活の時でした」

ふるさと福島県への想いが熱く綴られているのです。猪苗代町に生まれ、苦難の前半生の中から医学の道を志し、黄熱病の病原体を発見するなど

世界的業績を残しました。朝日新聞（平成12年）が行った「この1000年の『日本の科学者』渡米してロックフェラー医学研究所で研究生活を送っている時に、小学校の恩師にあてた手紙の一文です。

短い言葉が色鮮やかに描く、豊かな自然と歴史・文化。この世界の偉人の心象風景が福島県の魅力そのものなのです。

ふくしま観光誘客増大戦略

平成18年1月に発表した「うつくしま産業プラン21」重点施策の一つが、「ふくしまの『良さ』を生かした多様な交流を促進し、新たな発展をもたらすために」です。「21世紀を先導する創造的で活力ある産業が展開する『ふくしま』を目指して取り組む商工労働行政の、その最も重要な戦略の一つに観光政策



冬の猪苗代湖

福
島
県

名づけて「ふくしま観光誘客増大戦略」。

少子高齢化による人口減少社会が本格化する中、地域経済の持続的な発展を図るために、さまざまな産業に関連し裾野が

広い観光の振興を図り、交流人口を拡大させていくことが重要性を増してきています。そういう認識に立ち、基本的な視点として豊富な観光資源の活用、団塊の世代への対応、新たな二

代への対応、広域連携など、時代を先取りした戦略性のある施策を掲げたのです。

観光誘客戦略の展開方向

福島県への観光客入込数は年間約4200万人(平成16年度)。

それほど多くはありません。しかし、それは将来性、すなわち拡大するポテンシャルがあると

いうことを意味します。だから

第1が「地域の宝」戦略です。「地域が主体となつた「地域の宝」の発掘、育成、継承の取り組みや、これらを活用した交流の促進を支援します」。

「地域の宝」は福島県の観光戦略において最も重要なキーワードになっています。

観光資源として十分活用されていない「地域の宝」を発掘、育成し、これらを活用した持続可能な観光振興を図つていくために、地域が主体的に取り組む「地域の宝」の実態把握、課題解決策の検討やモデルプラン作成などを積極的に支援しています。

同時に、「地域の宝」を活用した誘客を具体化させるため、専門家のノウハウを活用したイベントの創出や旅行商品の開発も



雪の会津鶴ヶ城



五色沼(るり沼)

こそ、本プランでは平成20年以来の目標を年間5000万人に設定しているといえます。つまり、それだけこの観光客誘致戦略に対する期待が大きいのです。この戦略の中身を4つ紹介しましょう。

「地域の宝」の 発掘、育成、継承の促進

支援していこうという取り組みです。

新たな観光メニューの開発促進

第2は「多様化する観光ニーズに対応した新たな観光メニューの開発に取り組み、教育旅行の誘致促進やツーリズムガイドの育成等を進めます」という戦略です。ここでいう「教育旅行」もこの県の重要な観光施策のキーワードの一つです。

福島県には教育旅行に適した多数の素材が存在しています。自然や歴史・文化に恵まれていることはもちろん、グリーン・ツーリズム、エコ・ツーリズムをはじめ、猪苗代湖が4年連続で水質日本一に輝いていることからも知ることができます。さらに、伝統産業を生かしたもののづくり体験等の体験・交流型旅行メニューも豊富です。

そして、これらのバリエーションに富んだ、質の高い教育旅行情報のデータベース化を図るとともに、首都圏や隣接県の小中高校や旅行代理店を対象に民・

官が一体となって積極的に訪問、PRを展開しているのです。

その具体例として、「ふくしま教育旅行サポートプログラム」があります。250を超えるメニューは刮目する値します。「福

島県は全国に先駆け、全国の中学校の体験学習を受け入れてきました。そのノウハウは、どこにも負けない自信があります」と担当者の姿勢には力強いものがあります。

ちなみに体験・交流型観光においては、地域の魅力を伝える観光ガイドやネイチャーガイドなどの体験指導者の役割が極めて重要となります。そこでツーリズムガイドの育成を図るために、ガイド団体の支援や認定試験の実施、ガイドを活用した体験メニューの開発にも数年前から取り組んでいます。

効果的な情報発信への取り組み

第3はターゲットを絞った効果的な働きかけです。

高速交通網の整備が進み、首都圏に近接する地理的優位性を持つ上に、体験・交流型の観光

の適地である福島県。その特性を生かし、情報発信にもひと工夫をほどこそうとしています。例えば、女性や団塊の世代などターゲットを明確にした上で、マスメディアやITなどを

活用し、新たな観光メニュー、イベントなどの旬の情報やトピックをきめ細かく情報発信し、福島の魅力をアピールしています。首都圏や福島空港就航先もターゲットとして欠かせません。



相馬野馬追

せん。

とりわけ首都圏を中心に、大量退職後のふるさと回帰現象が期待されている団塊の世代や、多様な好みとライフスタイルを持ち始めたファミリー層。これらをターゲットとして、首都圏等への積極的なキャンペーンを本格化させているのです。従来の観光にさらに驚き・発見・喜びを与える魅力的な「地域の宝」を結びつけ、交流・体験型を含



福島秋の大内宿

業種と連携する新しい観光をつくり出そうとしています。

既に「ふくしま定住・二地域居住推進事業」や「新北白河ライフパーク定住・二地域居住奨励事業」などといったプログラムが、19年度の県の重点事業として位置づけられていることは注目してよいでしょう。

広域観光の推進

隣接県と連携した広域観光の推進も重視しています。周遊地が複数地域にまたがるという観光の広域化に対応するため、東北6県、南東北、北関東や新潟県などの隣接県などと連携し、

共通のイメージづくりやPRにも積極的に取り組んでいるのです。

野口英世と猪苗代湖、戊辰戦役と白虎隊、蛙と草野心平。そして光る安達太良山と智恵子抄。福島はそういう日本人の「宝物」のような歴史文化を、豊かな自然とともに訪れる人たちと共有しようとしています。東京にはない「ほんとうの空」は、この地にこそあるというべきで

めた「ほんもの」の観光づくりや、農業、製造業、ITなど異業種と連携する新しい観光をつくり出そうとしています。

そう考えて中国、韓国を最重点地域として東アジアをターゲットに誘客アクションを進めきました。海外国際旅行見本市への出展、誘客促進、国際教育旅行の誘致促進など、県の上海事務所などを活用した取り組みも効果を上げており、その結果、県内の外国人宿泊者数は、4万3000人（平成17年）、7万2000人（平成18年）と好調に推移しています。将来の外国人宿泊者数を倍増させ、7万3000人（平成22年）にまでアップさせようとの県の計画は達成したも同然であり、今後がますます楽しみというものです。

それに加え、今後増加が見込まれる東アジアを中心とした国際観光に取り組む姿勢も積極的です。平成16年の外国人宿泊者数は3万6000人と控えめでしたが、多彩な自然や数多くの温泉、ゴルフ場、スキー場など優れた観光資源と福島空港を生

かし、外国人観光客の誘致を開しない手はありません。

（嶋津隆文）

写真提供：福島県