

## アウトバウンドの大切さが骨身にしみる鹿児島の実情

冬の足音が近付くにつれて、鹿児島のゴルフ場は国際色が濃くなる。冬でも快適にゴルフを楽しめる環境を求めて韓国の観光客が多数訪れるからである。10月30日に格安航空会社チェジュ航空の直行便が就航し、毎日運航できる環境が整った。この冬はさらにはにぎわいそうだと期待は高まる。

鹿児島は韓国のほか、中国、台湾、香港との直行便がある。これら空の便を利用して東アジアの国々からの観光客が順調に伸びている。とりわけ香港は2017年度に前年度比162%と大幅に伸び、この秋の増便につながった。

この好循環は当然のことながら、自然発生した訳ではない。遡ること3年前。外国人観光客を対象に実施した都道府県の知名度調査で、鹿児島の知名度は予想以上に低いことがわかった。

「知らないと来てもらえない」。この認識の下、現地メディア対象のツアーにSNSで影響力を持つインフルエンサーも招待。桜島や温泉、離島、おいしい食材などさまざまな魅力を紹介し、知名度向上を図った。好循環はこうした取り組みの結果だという。

同時に課題も見えてきた。鹿児島県民が海外に出かけるアウトバウンドの少なさである。県民のパスポート取得率は全国でも最下位レベルだ。満員の乗客を乗せた飛行機が帰りは空ではツアーは成り立たない。「アウトバウンドの大切さは骨身にしみる」と鹿児島県観光連盟海外誘致部部長の川窪重伸さんはしみじみと語る。

江戸時代の末期、薩摩の若者たちはイギリスへ留学をするなど積極的に海外を目指した。それが原動力になった明治維新から150年、いかに海外に行ってもらえるかが今の課題。何とも皮肉な巡り合わせである。

南日本新聞社 営業局業務推進部部長 高嶺千史



ゴルフを楽しむ韓国人旅行客