

「日本の田舎を楽しむ」で年間宿泊200人 岡山県津山市「UJITEI」のネット活用

インバウンド推進が言われて久しい。しかし特筆すべき観光資源を持たない地方、とりわけ田舎には無縁の話では一そう思っていた。ところが先日、岡山市で開かれた外国人観光客誘致推進セミナーを覗いて、目からうろこ。発表者は岡山県北で民宿2棟を営む山本侑香さん。そのうち、津山市加茂町の「UJITEI」は両親の自宅を改装し2014年、農家民宿として開業。家族運営だが、ネットを活用し4年余りで年間200人が泊まる人気の宿となった。

何が魅力なのか。加茂町は人口約5千人、地区の約9割が山林という農林業が主産業の過疎の町だ。山本さんはそれを逆手に取り、「日本の田舎が楽しめる」と世界に発信した。各国の民宿・民泊情報を扱うウェブサイトAirbnbを使い、田舎の日常や風景を雰囲気のある文章と写真で紹介。泊まり客は、取れたての卵や近所の店でお好み焼きを食べる、野山を散策する、農作業を手伝う—といった普段の暮らしや住民との触れ合いを体験。時にはもちつきや生け花、草木染めなどのイベントも組み込む。アーティストの父、話し好きな母の個性や親身な接客も奏功し、感度の高い外国人客が徐々に訪れリピーターも増えていった。

「宮崎駿が描く日本の原風景が見たい」と訪れた人がいた。都会では子どもから目が離せず親は疲れ果てる。加茂町では近所の人と一緒に面倒をみてくれ、親はゆっくりくつろげると喜ぶ家族もいた。山本さんは「足を運んで『違う』と思われたら信用を失い、レビューも落ちていく。自分の個性・趣味も生かしながら、地元の魅力を嘘のない一貫したイメージで発信することが大事」と話す。チェックインの際、相手の興味や距離感を探り、なぜこの宿を選んだか、何がしくて来たかなど、今後に生かすアンケートも欠かせない。

山本さんいわく「体験に飢えている外国人は多い」。モノよりコトの時代とも言われる。足元にある“宝物”に気付けば、やり方次第で地域を輝かせることができるのではないだろうか。

山陽新聞社営業局 広告本部 副本部長 高坂博士



観光庁の民泊ポータルサイトでも紹介されている農家民宿「UJITEI」