

「食」と「人」の魅力 個人客にPR

夕暮れ時にぎわう鹿児島市内の繁華街でひととき賑やかな集団を見かけた。片側2車線の中央分離帯で横一列に並んだ“中国人観光客のおばちゃん”たちである。どうやら横断歩道を渡る途中で信号が変わって取り残されたらしい。

運の悪いことに、渡った横断歩道は通行人がボタンを押さないと変わらない押しボタン式だった。歩道からその様子を見かけた地元の人がさっとボタンを押して信号は変わり、おばちゃんたちは談笑しながら渡った。

鹿児島を訪れた外国人観光客はこの「人の温かさ」に触れてリピーターになる人が多いという。海外の観光客や旅行代理店、視察団などの声を拾うと、当初は桜島を代表とした自然に魅力を感じるが、帰国時には「人の温かさ」が上位にくる。

これと並び評価が高いのが、黒豚、黒牛、地鶏など豊かな食材を存分に生かした料理だ。少し長めに滞在すると太って帰る人も珍しくなく、これらに触れた観光客の多くが「もう一度鹿児島へ」とやってくる。地元でもこの点を注視し、県観光連盟などでは通常のPRのほか、SNSのインフルエンサーなどにもアプローチし個人に直接働きかける方法にも知恵を絞る。

上海、香港、台北、ソウルの各都市と直行便がある鹿児島は、これらの路線維持と発展を軸にインバウンド施策を展開。親日が多いシンガポールやタイ、ベトナムなどの東南アジアの国々や欧州もターゲットに現地でのセールスやメディア関係への売り込みに力を入れている。

施策は奏功してきたが、日韓関係の悪化や政情不安が直行便のあるソウルと香港の観光客数に影響し始めている。この状況に県観光連盟海外誘致部の川窪重伸部長は「リスクを予測してなるべく実害が少なくする施策が大事」と説明する。その手段は「鹿児島が好きになること」に力を注ぐこと。まずは鹿児島に足を運んでもらい、おいしい食事と人の温かさに触れてもらうことが一番だと考える。

南日本新聞社 営業局業務推進部部長 高嶺千史



特産の完熟きんかんの魅力を
レポートする香港のリポーター
＝鹿児島県南さつま市