

メッセージで心をつかむ —コロナ禍の観光戦略—

新型コロナウイルス感染症の影響で、5月には大分県内の延べ宿泊者数は前年同月に比べ89%減という衝撃的な数字を記録した。少しずつ回復しているものの、感染状況は予断を許さず、今なお出口は見えない。しかし、大分県内の観光地はコロナ禍においても動きを止めていない。

「旅行は不急ではあるけれど、不要ではない。再び人が動き出した時、行きたいと思ってもらえるような仕掛けを地域で提供したい」。先般取材した、由布院温泉のおかみの言葉だ。苦境に立つ地域の観光産業への支援に加え、「いつか訪れたい」と思う人に向けた地域の情報発信、県民をターゲットにした観光プロモーションに各地域で知恵を絞り、取り組んでいる。

先陣を切ったのは別府市だった。3月18日に市内の飲食店を応援する「別府市民11万7000人のテイクアウトプロジェクト #別府エール飯」を大分合同新聞に見開きで掲載。力強いメッセージはSNSで瞬く間に拡散された。この「#〇〇エール飯」は希望する市町村に無償でロゴを提供。全国に広がった。この広告は、本年度の日本新聞協会新聞広告賞で広告主部門優秀賞も受賞している。

12月1日からは、別府市と臼杵市とがタッグを組み、コロナ禍で苦境を強いられる両市の観光業や飲食業を盛り上げるため、「おもてなしPRIDEプロジェクト」を始動した。別府の温泉にお得に宿泊できる“オニワリ”と、臼杵市の名物であるふぐをお得に食べられる“フグワリ”、どちらが販売数を伸ばすことができるか、両市が競い合うといった内容だ。

「地獄」と呼ばれる温泉が有名な別府と、「国宝臼杵石仏」で有名な臼杵。地獄と仏、対極の観光資源がある二つの市が競い合うプロジェクトは、各市の観光協会、旅館や飲食店、市民を巻き込んで、それぞれのプライドをかけた“おもてなし”対決へと発展している。11月28日にはインパクトのある全面広告が掲載され、どちらの市にも予約が相次いだという。

厳しい環境だからこそ生まれる絆に、新しい価値がある。

大分合同新聞社 ビジネスサポート部兼GX編集室
マネージャー 渡部さおり