アフターコロナの地域の魅力発信

緊急事態宣言が明け、沖縄にも観光客が戻り始めた。那覇市の国際通りでは降りていたシャッターが開き、活気も出てきた。

海外路線の再開の見通しはまだ立っておらず、コロナ前とはいかないが、国内客や、修学旅行生の姿を見ると徐々に経済が動きだしていることが分かる。

ただ、アフターコロナの沖縄観光は正念場を迎えている。リーディング産業である観光は、外的要因に左右されやすい脆弱さがあるが、それがコロナ禍であらためて浮き彫りになった。

ウイズコロナ時代に、持続可能な観光の形をどうつくるか。数を求めてきた観光は長年の課題である「量」から「質」への転換ができるかにかかってくる。

沖縄県は来年度から新たにスタートする第６次観光振興基本計画で、平均滞在日数を伸ばし、消費単価を上げることを目指す。これまで目標値に示してきた入域観光客数は設定せず、人泊数の目標値を重視することにシフトする予定だ。

滞在日数を延ばすのは簡単なことではないが、やはり満足度を高めることが必要となる。

旅の目的はさまざまだが、その醍醐味は訪れた地域を知る、見る、土地のものを食べることだと思う。地域の魅力を再考し、どう発信していくかの戦略・施策が求められる。

星野リゾートがオープンした那覇市内のホテル「OMO5沖縄那覇」は、スタッフが市内の路地裏や、地元のスーパーなどを案内するユニークなサービスを提供する。

那覇市観光協会はインバウンド向けに、首里城を巡る新たなルートを作っている。通常の正殿につながるルートではなく、城壁を間近に見ることができる「出口」から案内する。城壁の曲線美を見ながら琉球の歴史を学ぶことを重点にするという。

地域の魅力を最大限に発信するための取り組みやサービスをどれだけ生み出せるか。官民一体となって知恵を絞ってほしい。

沖縄タイムス社　編集局政経部　赤嶺由紀子

緊急事態宣言解除後初の週末で国際通りを行き交う観光客ら
＝１０月２日、那覇市