

観光客の来訪が教えてくれること

使用者委員 吉富秀介

円安や渡航条件の緩和などにより、海外からの旅行客が大幅に増加しています。

交流人口が増えた地域では、もともと海外からのお客様を想定していなかった商店街でもクレジットカードが利用できるようになるなど、本腰を上げた対応が始まっています。

大勢のお客様の来訪を経験して初めて何が必要とされているのかが分かり、前向きに取り組む姿勢には感服するとともに、やはり「集客」は大切なのだと思われました。

集客のために地元の魅力を世界に発信する数々の取り組みが行われているところですが、そうした情報発信を「プッシュ型」と呼ぶとするならば、その反対である「プル型」もあります。それは、旅行を計画している方が「鹿児島の情報を引き出す」ことです。

かつては、「自前主義」とでもいうのでしょうか、県外や海外の資本が、例えば宿泊業界に進出してくることへの拒否反応があったように思います。今でも地元を優先することに何の疑問も感じていません。しかし最近、世界中に展開しているネットワークに「Kagoshima」の名が連なることも一種の情報発信ではないのか?と思うことがあります。例えばホテルチェーンの中の Japan にある Kagoshima という名から、「桜島を望む風景」などの情報を引出し、当地を訪れたいと思っただけのこともあるだろうと考えたからです。

ともあれ、きっかけがプルかプッシュを問わず、大勢の方の来訪が、地元の多くの分野に恩恵をもたらすことを期待しています。

ところで大勢の観光客をお見かけすることで、我が身も変化を迫られそうです。

というのも、自分は運輸業に身を置いているので観光振興により物流が活発になることは容易に想像できますが、築およそ 50 年の本社屋の前を毎日のように大勢の外国からのお客様が歩いて通ることは想定していませんでした。遂には、此処にオフィス以外の設えが必要なのかもしれないと考えるまでになりました。

これまで、観光目的の方が立ち寄ることはなかった商店でクレジット決済ができるようになるのは素晴らしい、などと他人事のように考えていた自分が、自社ビルの観光地としてのあるべき姿に思いを馳せる様になるとは!