



国際化の最前線から



海からやってくる「観光する」人々

クリアプロモーション・アドバイザー クルーズ・マスター 清水 克子 (KNT-CT ホールディングス(株))

クルーズ・マスターとして活動して10年、クリアで地域の国際化推進に関わって6年が経つ。

2016年は外国船の寄港回数が1,444回、日本船が574回となり、合計が過去最多の2,018回、前年比564回増となった。

クルーズ船は、寄港地に一度にたくさんの観光客が訪れ、ショッピングやグルメなど地域における大きな経済効果を生み、また外国船寄港の場合、外国人観光客が港周辺の観光地を訪れるきっかけとなり、クルーズ船誘致が地方の活性化に大きく貢献している。

私は、クリアの交流支援部、交流親善課に4年在籍し、クリアの事業とともに日本の海洋観光の一助となるべく活動を行ってきた。その経験の中から、クルーズ船活用による地域振興について気づいた点をいくつかご紹介したい。

1. 寄港地としての役割

まず「受入」と聞くと、インフラ整備が頭に浮かぶ。着岸の波止場を作る、入国管理やチェックイン等のためのターミナルを建てる、などハード面の充実を図ることは、とても重要なことだが、下船後の人の流れ、動きはどうだろうか。鉄道駅や空港に比べて貧弱な印象が強い。

しかし、工夫次第で特徴あるおもてなしもできる。

先日、クルーズ船である島の漁港に入港した。大きな船は直に着岸できないため、通船(連絡船)で島に渡る。漁港なのでターミナルの代わりにテントを張り、地場産品をお土産として売り、来島客をもてなしてくれた。島内中心部まではシャトルバスが出て、オプションに参加しなくても、自身でその周囲を散策することができる。また、出港時には島の皆さんの見送り、とクルーズではよく見られる光景だが、観光後、船に戻る通船の待ち時間、お買い物も済ませ、歩き疲れているお客様に、待合所としてのテントと椅子が用意されていた。偶然、急な雨ということもあり、雨除けにも丁度良い場所となった。そのような心配りがとても嬉しく感じられた。



寄港地写真(八丈島)

陸に降り立ったとき、濡れないようにと岸壁に準備されたテントと、奥には休憩用の椅子が用意されたテントも。

2. 観光地としての役割

クリア時代に、自治体プロモーションについてリサーチさせていただいたところ、「春は桜の花が素晴らしく、四季折々を感じていただける…」、「朝日が素晴らしく映える丘が…」とポスターや映像をお送りいただいた。どれも素晴らしいものだったが、地名を隠して並べてみると、どれがどこかわからない。もともと日本には四

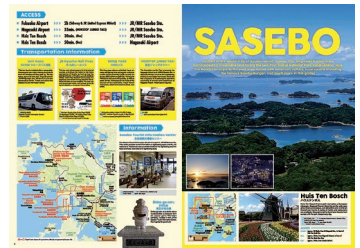
季があり、花々の変化とともに時の移ろいを感じる風情があるのだが、外にPRするには特徴的なものがないと、目立つことができない。

よく「外国船に来てもらうためには、どうしたらよいか?」という質問をお受けする。また、「寄港地からすぐ観光地にバスで移動してしまい、寄港地の近くにある観光スポットを知らずに帰ってしまうお客様が多い」というお話をいただくことも多い。

船に揺られて来たお客様に何を見てもいいのかわからないのか、何を楽しんでもいいのかわからないのか、気持ちで想像していただきたい。

旅行者は「非日常」を求めて旅に出る。日常で見る光景がそこにあったとしても、売り子の方言や売られている食材、観光地としてのその土地ならではの魅力を上手にアピールすることにより、最後の乗船前の観光地として、寄港地は存在することができる。

国もクルーズ船を積極的に誘致する政策をとり、今後さまざまな計画が出てくると思われる。空港が無い、新幹線駅が無いとしても、近くに港があればチャンスは広がる。



パンフレット表紙(佐世保市)クリアとコラボして作った、外国人用佐世保市英語版パンフレット。A4版の見開き型で、外面には佐世保市を象徴する写真とアクセスを掲載。



パンフレット中面初めて訪れた、特に訪日外国人には体験してもらいたい佐世保市の見どころを、ウォーキングコースで紹介。所要時間やポイントなどを、判りやすく解説。

プロフィール

清水 克子(しみず かつこ)
東京都出身。近畿日本ツーリスト(株)入社。2006年イベント企画で旅行業界の「ツアー・オブ・ザ・イヤー2005」グランプリ受賞。2008年クルーズ旅行のスペシャリスト「クルーズ・マスター」を取得。2012年(一財)自治体国際化協会に外向。2014年自治体の港湾観光アドバイザーを務め、2016年KNT-CTホールディングス(株)帰任。元国土交通省「海洋観光の振興に関する検討会」委員、現クリアプロモーション・アドバイザー。