



1市4町が一丸となって多様な施策に挑戦 外国人観光客の心をつかむ



関東一のパワースポットとも言われる三峯神社。西武秩父駅から車で1時間ほどかかる山奥の神社だが、最近は外国人観光客も多く訪れるという。



欧米人は歴史を感じさせる神秘的なものが好み。一方、アジア人はきらびやかなものが好き。そのため同じ三峯神社でも、まったく見え方が違うものをパンフレットの表紙にした。左が欧米人用。

東京から電車で約1時間30分。秩父地方は、長瀬川下りや広大な芝桜はもちろん、アニメの聖地としてもよく知られたエリアです。
2009年には「ちちぶ定住自立圏構想」がスタート。医療や保健・福祉、教育、産業、環境などの分野で、秩父市、横瀬町、皆野町、長瀬町、子鹿野町の1市4町が一丸となって、圏域行政サービスの向上を進めるようになりました。

アイデアを出し合った結果 外国人観光客は1年で25%増に

その観光分野を牽引するのが、2014年に設立された「一般社団法人秩父地域おもてなし観光公社」です。2016年3月には、誰もが自由に意見を言える場として「秩父インバウンド政策コア会議」を開設。住民も事業者も、立場を超えて誰もが参加できるオープンな会議で、出入りも自由。当初は10人ほどだった参加者も最近では約4倍に増え、旅行会社やネット事業者など多様な大手企業が熱心に参加するようになったそうです。

提案されたさまざまなアイデアを、インバウンド政策コア会議で精査。台湾、フランス、アメリカ、タイをターゲット国として選定しました。2016年度には、アメリカ・サンフランシスコで開催されたJ-POPサミットやITF台北国際旅展に参加し、秩父地方をアピール。一方で、フィールドインテグレーション調査を実施したり、秩父祭がユネスコ無形文化遺産



訪日客を呼ぶヒント

外国人目線で 秩父の観光資源を発掘

海外の旅行会社やメディアの人の協力を仰ぎ、外国人目線で秩父地域ならではの観光資源の掘り起こしを目指したフィールドインテグレーション調査を実施。お国柄によっても関心の度合いや分野が異なることを知り、アピール方法も変えた。

産に指定されたことを記念して屋台の曳き子に外国人枠をつくり募集したり……。曳き子については、50人の募集に対して60人以上の応募があったといいます。

「フィールドインテグレーション調査で海外の方たちの意見を聞いたところ、東南アジアの方たちと欧米の方たちでは関心を寄せるものが異なることが分かりました。それで2種類のパンフレットをつくったところ、とても好評です。2015年の外国人観光客が約48万人だった



2016年12月に行われた秩父祭で曳き子体験をした外国人観光客。「はちまきを結んでもらうなど、地元の人たちと触れあえたのは楽しかった」などという声も多かった。今年はこの曳き子体験を観光商品として販売。外国人観光客の反応も上々だった。



冬の寒さが厳しく、名水スポットが多い秩父は、酒造りに適した土地柄。武甲正宗や秩父錦、小次郎(上)などおいしい地酒が豊富に揃う。また、「原作印ワイン」というこの秩父産のワイン(下)もある。地酒もワインも「西武秩父駅前温泉 祭の湯」の1階フロアで購入できる。



上: わらじのように大きなロースかつが2枚乗った「わらじカツ丼」は、人気の郷土料理。
下: そばの産地として知られる秩父では、昔からそばは地元の味として親しまれてきた。荒川上流の澄んだ源流を利用して栽培された秩父のそばは、腰が強く、風味が豊かなのが特徴だ。

訪日客を呼ぶヒント

フランス人に大人気の地元企業と協力体制を

世界100カ国以上で愛読されているウイスキー専門誌で高い評価を受ける「イチローズ・モルト」。その醸造所である「ベンチャーウイスキー」には多くのフランス人が訪れるため、フランス人向けの観光PRにも力を入れている。



のに比べ、2016年は約60万人。2017年はさらに増えそうです」と秩父地域おもてなし観光公社の保泉友美さんは話します。

対応セミナーなどを開き 地元商店や料理店をバックアップ

前年の好評を踏まえ、2017年は旅行会社とコラボし、秩父夜祭屋台曳き体験を観光商品として販売。ターゲット国であるフランスのメディアを対象としたツアーも実施し、さらなる誘致を目指しています。

また、そうした取り組みと平行して、秩父地域の飲食店での多言語メニューやウェブページを作成。外国人観光客が秩父の名物料理を楽しめる工夫を施すと同時に、地元の料理店を対象としたインバウンドおもてなしセミナーなども実施し、「メニューに写真を載せる」「クレジットカードを使えるようにす

るといい」などの提案も行っているそうです。「外国人観光客が増えてきて最初は戸惑っていたお店の人たちも、最近は外国の方とのコミュニケーションを楽しめるようになってきたみたいです」

秩父名物の「わらじカツ丼」は、外国人観光客にも大好評。

「イチローズ・モルトで有名な蒸溜所のベンチャーウイスキーさんはフランスの方に人気で、そのおかげもあって秩父地域にいらっしゃる外国人観光客におけるフランス人比率は高いんです。秩父エリアには飲食店でお酒を飲むときの1杯目は必ず地元産のお酒という秩父市の条例があるのですが、そんな文化も交えながら、地酒や地元産のワインもアピールしていきたいですね」(保泉さん)

地元の文化をフックに、さらなるインバウンド増加を目指しています。