

美しい四季、本県強み

新たな魅力発信 必要



内堀知事と面会するキー会長（右から2人目）。
「福島は一番重要な旅先の一つ」と語った
＝12日、ベトナム・ホーチミン

観光誘客

SNS活用要望

たださらなる誘客には、新たな魅力の発信も不可欠だ。ベトナムではキーが「地域住民の生活が見える旅行商品の開発を内堀に要望。フェイスブックの普及率が8～9割に上るタイでは交流サイト（SNS）による情報発信を求める声が多く聞かれた。

近年の県産品輸出などに、東南アジアには本県に興味を持つ人が多く、きっかけ一つで訪日客を大きく増やせる可能性がある。2026年4～6月に大型観光企画「デスティネーションキャンペーン（DC）」の開催が決まった本県では、今後、観光商品の開発が進み、情報発信も強化される。

「雪への憧れが強い。観光交流課」という。サクラなど花々が咲き誇る春、紅葉が美しい秋も両国からの観光客が増える傾向にある。

交通の便の良さも要因の一つだ。ベトナムからの直行便運航は地方空港では珍しい。タイからの直行便は国内主要空港に限られるものの「新幹線に乗れば、東京から約1時間半で到着するが本県の強み」と県は分析する。県はこうした強みを生かし、新型コロナウイルス禍で激減した訪日客（インバウンド）を、コロナ禍前を上回る水準まで増やしたい考えだ。

「福島を一番重要な旅先の一つに位置付けている」。県と交流促進に向けた覚書締結したベトナムの旅行大手ベトトラベルグループ会長のケン・クオク・キは12日、知事の内堀雅雄を前に、こう言い切った。キーが本県を重要視する理由は食や自然ばかりではない。東日本震災直後の本県で撮影されたドキュメンタリー番組。家族を亡くした子どもが食事の配給を最初にもらうよう周囲に促されながら、最後尾に並ぶ姿に胸を打たれた。「福島県民には気遣いと秩序がある。送客していても、残念な出来事は一度もない」と県民の人柄を称賛する。

昨年、ベトナムから本県を訪れた宿泊客は3880人。この連載は高崎慎也が担当しました。

▲ 9月16日 福島民友新聞掲載

記事から知り得たこと

調べてわかったこと、考えたこと（330字程度）

疑問に思ったこと、調べてみたいこと

海外などの外から見た本県のよさを知り、
改めて本県の強みに気づくことも大切ですね。

