

通 算 2640回  
2010年12月17日  
第 23 回 例 会  
毎 週 金 曜 日

会報編集 山賀勝彦 委員

## 1 2 月 家族月間

点 鐘 中川貴夫会長  
歌 唱 ッグリーダー 田上和弘委員  
国 歌 「君が代」  
R. S 「奉仕の理想」  
司会・進行 井手富浩委員長

### 会長の時間

中川貴夫会長

昨日今日と、大変寒い日が続いており、冬本番となりました。昨日は、粉雪舞い散る一日でもありました。

先日、12月15日（水）は、久々に宇土RCにメイクアップを致しました。青年会議所時代の先輩、後輩がいるクラブでありましてお邪魔すると温かく迎えて戴き、とても行きやすく、楽しく明るいクラブであります。中村信二会長のもと現在18名で運営されているクラブです。作守順子さんとおっしゃる女性の幹事さんがおられ、とてもハキハキとした感じの良い方です。地区の研修会にもほとんど参加され、ワークショップの発表者に進んでなられ、まとめも上手な幹事であります。

「宇土RCに作守あり」と言われるのではないのでしょうかと言いますと、メンバーより「その通り」との声も聞こえました。近い日には会長になられるのではないかと思います。宇土RCは、過去に熊本第五分區で金森ガバナー補佐を輩出しており、小さなクラブであります。現在のCLPを導入して運営をされ活発な奉仕活動をしています。

例会の会務報告の中で委員長が事業を報告し、協力を要請し、皆で活動をしています。其々が委員長で委員なのです。また、皆が協力して成立しています。「誰かがするだろう。」との甘い考えでは、委員会が成り立た

ちません。小さなクラブですがまとまりのあるアットホームなクラブであります。

中村会長の卓話は、12月は家族月間です。に関連して人口の減少と消費動向について話をされました。「少子化ではどんな商売でも衰退していく。なぜならば、買い物して貰うにも人口が減れば買う量も少なくなるし消費が落ちる。」と言う話でありまして少子化がすべての商圈に影響する。熊本の人口も現在180万人が15年後には151万人と、29万人も少なくなるそうです。昔みたいに、金はないけど子沢山、がむしゃらに働いて来られた先人のごとくそして発展してきたことを思い出すことも、ある意味必要な気がします。また、元気で明るく楽しい家族が出来れば世の中も明るくなるのではないのでしょうか？との話でした。そこまでは良かったのですが、中村会長の卓話が終わったら、突然、「人吉ロータリークラブの会長さんにも、今日の例会には時間の余裕がありますので、人吉ロータリークラブについてお話をして下さい。」と言われました。そうと分かっておれば人吉RCの葉が入ったRCバッグを持って行ったのにと思いましたが、後の祭りです。覚悟を決めて今年度、私の方針「基本を見つめ、魅力あるロータリーライフ」について10分程度話させて戴きました。今後、他のクラブにメイクアップさせて戴くときは葉を持参しようと思った次第です。

明後日19日（日）は、国際奉仕・社会奉仕合同研修セミナーがくまもと県民交流会館パレアにて開催されます。浅野委員長と私で勉強してまいります。来週の例会に報告致します。

2010-2011年度RIテーマは

「地域を育み、大陸をつなぐ」です。

## 【連絡事項】

①人吉青少年育成市民会議の開催の案内が届いております、新世代岩井委員長にお渡し致します。

日時:平成22年12月20日(月)午後7時～

②人吉市社会福祉協議会より、第4回歳末たすけあい演芸会実行委員会の開催の案内が届いております。社会奉仕葉山委員長にお渡し致します。

日時:平成22年12月17日(金)13:30～

場所:人吉市社会福祉センター

## 【例会変更】

熊本西RC1/11→19:00～夜の例会

## 【本日の回覧】

八代南RC週報 八代RC週報 人吉中央RC週報  
ハイライト米山130号

人吉総合病院広報誌「翔」

## 【本日の配布】

新年名刺交換会のご案内

## 会務報告

## 【親睦委員会】

塚本哲也委員

新年会のご案内です。1月7日(金)時間を夜に変更し、新年会を開催致します。会では、銀婚のお祝い、恒例のオークションも行います。ご夫婦での出席をお待ちしております。後ほどFAXでご案内しますので出欠を12月24日(金)までお願い致します。3000円相当のオークション用の商品を当日までに提出して下さい。当日欠席の方もお願いします。それから、1月のゴルフは1月9日(日)に開催します。9時半スタート、場所はクラウンゴルフです。こちらもFAX案内します。締切日までに参加の有無を返信して下さい。以上です。

## 【ローターアクト委員会】

## 12月第2例会のお知らせ

宮崎県航空ショー見学

日時;12月19日(日)午前6時集合

集合場所 人吉産交(バス乗り場)

※メイクアップで、同じ日に餅つきボランティアも行います。午前8時30分集合、場所は、つつじヶ丘学園にて餅つき手伝いとなっております。たくさんの方のご参加をお待ちしております。



## 本日の出席率

会員数	71名	78.26%	
出席免除	4名	12/3例会出席率	76.47%
欠席者数	13名	補填数	1名
出席者数	54名	修正出席率	77.94%

## \*届け出欠席者

宮山・本田・戸高・立山・有馬・有村・宮原・山本  
尾上・堀・青木・蓑田・尾方

## \*出席免除会員

(a) 石蔵, 齊藤 (b) 増田, 愛甲康,

## \*メイクアップ

宇土RC例会; 中川

## 【雑誌委員会】

## ロータリーの友12月号の紹介

紹介者 丸尾 孜委員

まず、横書きの表紙の方から、白い怪獣の様な大群が押し寄せるここ吾妻連峰の西吾妻山(2035メートル)は、山形県と福島県の県境にまたがる。この大群の正体は樹氷で、他にも蔵王や青森の八甲田山、盛岡の八幡平などが有名だが、この吾妻連峰の樹氷の規模はまことに雄大そのもので、スキーヤーなども出現しないので清澄にして神秘的な景観にひときわ凄みがある。

縦書きの表紙は、南アルプスの仙丈ヶ岳(3033メートル)これがシュカブラといわれても、たいていは直線型だから意外に思ってしまう。たしかにこういう紋様はちょっと珍しい。でも南アルプスのあの辺りは風がとても強くて巻くんですよ。波形になるような風のかたちでね。と、説明がされています。

RI会長メッセージにいけます。横書きの1ページ、ロータリーはシンプルであるべき。50年前私は、ロータリーはシンプルであるべきだという話をよく聞きました。この忠告は歳月の流れとともに聞かれなくなりましたが、私はロータリアンの皆さんに、ロータリーの奉仕と基本的な概念はシンプルである、という点を思い出していただきたいと思えます。地域社会のリーダーであるクラブ会員の皆さんは、友情や親睦、ネットワークを生み出す例会を通じて、お互いを理解し、尊敬することを学びます。地域社会のニーズがはっきりとしたとき、クラブの会員はそれに応えるためのすばらしい能力を持っていることに気づきます。なぜならば会員たちは地域社会の一員として地域の牽引役となる。事業や職業上のリーダーであると同時に、それを遂げる術を知っているからです。

4 ページでは日本のロータリーについて説明があります。わが国最初のロータリークラブは1920年(大正9年10月20日)に創立された東京ロータリークラブで、翌1921年4月1日、世界で855番目のクラブとして国際ロータリーに加盟が承認されました。

では次に、縦書きの16ページを開いてください。ここは各クラブ自慢のバナーを紹介するコーナーです。人吉ロータリークラブが投稿した『バナー』が載っております。

説明は、1957年5月25日(昭和32年)に創立、『1969年作製のバナー(2代目)です。日本三大急流の一つ「球磨川」が、日本100名城にも選ばれる「人吉城」の石垣を洗うように流れる様子を描いたものです。石垣と清流のコントラストが美しいバナーです。』と付けています。

19ページの友愛の広場では、「ロータリーバッジの重み」と題し、自分はロータリアンである、とバッジに勇気づけられた出来事が投稿されています。

他にも大変興味深い記事が載っております。是非お読みください。以上で12月号の紹介を終わります。

## 【プログラム委員会】

### 新入会員卓話



石原弘章会員  
2010年7月30日入会  
職業分類；外国為替銀行

されることが多い。その直接的要因としては情報発信やPRが不足していることが考えられるが、そもそも地域資源の本質や魅力を十分に伝えきれていないのではなかろうか。突き詰めて言うならば、地域資源を“知らない”ことに起因するものであり、今後、認知度を高めていくためには足元の地域資源の再発見が不可欠であろう。

そこで今回は、再発見のヒントとなる熊本県内の観光資源に関する現状と課題を浮き彫りにするために、国内4地域(首都圏、中京圏、京阪神、九州)を対象にして、九州の中における熊本の観光資源や一次産品などに関する県内外からの意識や評価を調査した。そして、調査結果をふまえて今後の地域活性化に資する方策を考察した。

### ■アンケート調査の概要■

1. 調査時期：2010年3月
2. 調査対象：以下の4地域在住の20歳以上の男女  
九州(沖縄県を除く7県)  
首都圏(東京都、千葉県、埼玉県、神奈川県)  
中京圏(愛知県、岐阜県)  
京阪神(京都府、大阪府、兵庫県)
3. 調査方法：調査会社登録モニターへのネット調査
4. 有効回答：4,344人

国内	首都圏		中京圏		京阪神		九州		合計		
	人数	構成比(%)	人数	構成比(%)	人数	構成比(%)	人数	構成比(%)	人数	構成比(%)	
合計	664	100.0	664	100.0	664	100.0	2,352	100.0	4,344	100.0	
性別	男性	332	50.0	332	50.0	332	50.0	1,176	50.0	2,172	50.0
	女性	332	50.0	332	50.0	332	50.0	1,176	50.0	2,172	50.0
年代	20代	166	25.0	166	25.0	166	25.0	588	25.0	1,086	25.0
	30代	166	25.0	166	25.0	166	25.0	588	25.0	1,086	25.0
	40代	166	25.0	166	25.0	166	25.0	588	25.0	1,086	25.0
	50代	113	17.0	107	16.1	112	16.9	421	17.9	753	17.3
	60代	53	8.0	59	8.9	54	8.1	167	7.1	333	7.7

## 観光新時代 九州・熊本の可能性 ～再発見から生まれる新たな魅力～

### はじめに

熊本県は、九州新幹線鹿児島ルートの中線開業を来年3月に控え、JR熊本駅周辺を中心に再開発が進むなど、交流人口の増加による地域経済の活性化に期待が高まっている。さらには、個人観光客の一層の増加が見込まれる中国をはじめとする東アジアからの誘客にも注目が集まるなど、観光の新しいステージが幕を開けようとしている。

一方で、外からの観光客の効果的な集客を実現するためには、まず“知ってもらおう”という認知度の向上が必要であるが、熊本は国内や九州の中における認知度の低さを指摘

### 1. 再発見から生まれる新たな魅力

#### (1) 熊本県の九州内外における認知の現状

九州内外における熊本県の評価について、現状を見た上で、熊本県の持つ観光資源の再発見を試みた結果を整理した。

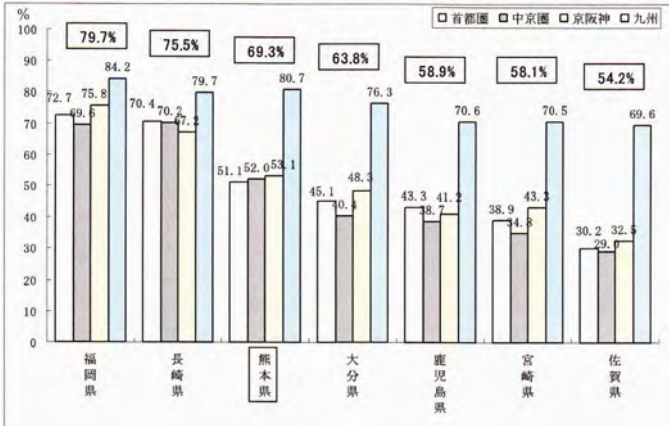
まず、熊本県が九州内外でどう認知されているかについてみると以下のようになる。

#### ① 訪問経験がある九州の県

訪問経験がある九州の県を尋ねたところ、全体では福岡県が79.7%と最も高く、2位の長崎県が75.5%となり、熊本県は69.3%の3位であった。以下、大分県の63.8%、鹿児島県の58.9%、宮崎県の58.1%、佐賀県の54.2%となった。

これを居住地別にみると、熊本県は九州居住者の訪問経験が80.7%と福岡県に次いで2番目に高かった一方、九州外居住者は52.1%にとどまった。なお、上位2県の福岡県と長崎県は、九州内外の居住者の訪問経験の差は15.0ポイント（以下、p）にとどまるが、熊本県やその他の県では30p前後もあり、九州内外の居住者で大きな差が見られる特徴がある。（図表1）。

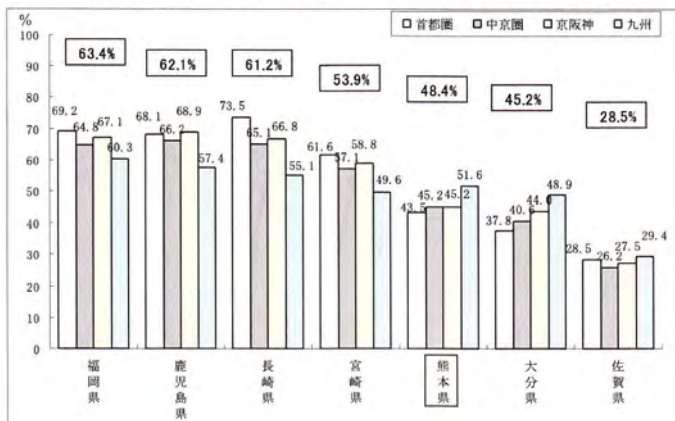
図1 訪問経験<居住地別>（九州居住者は居住県を除く n=3,900）



## ②訪問したい九州の県

続いて、訪れてみたい九州の県を尋ねたところ、全体では福岡県が63.4%と最も高く、以下、鹿児島県の62.1%、長崎県の61.2%、宮崎県の53.9%となり、熊本県は48.4%の5位で、大分県の45.2%、佐賀県の28.5%となった（図表2）。

図2 訪問意向のある九州の県<居住地別>（九州居住者は居住県を除く）



最も高い福岡県は、九州内外の居住者で6割以上の訪問意向があった。次いで2位となった鹿児島県は、特に九州外での訪問意向が高く、中京圏や京阪神では最も高かった。3位の長崎県、4位の宮崎県も九州外居住者の訪問意向が九州居住者を上回った一方、対照的に5位以下の熊本県、大分県、佐賀県は九州居住者の訪問意向が九州外居住者を上回るという特徴が明らかになった。

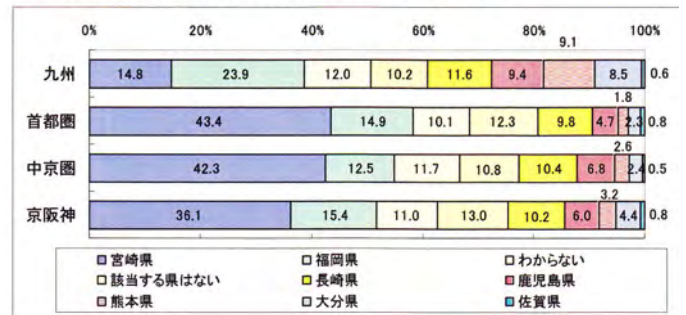
なお、熊本県の訪問意向は、前問の訪問経験と比較すると、大きなギャップが見られる点が目立つ。

## ③印象に残る情報提供をしている九州の県

さらに、情報に関して、「最も印象に残る情報提供をしている九州の県」を尋ねたところ、全体では宮崎県が26.6%と最も多く、“東国原知事効果”のためか最も印象に残る県となった。次いで福岡県の19.5%となり、上位2県で半数近くを占めていることがわかる。以下は、「わからない」の11.5%と「印象に残る情報提供をしている県はない」の11.1%をはさんで、長崎県の10.9%、鹿児島県の7.8%となり、熊本県は6.1%にとどまり、大分県の6.0%、佐賀県の0.6%となった。

居住地別にみると、1位の宮崎県は、九州居住者が14.8%となり他県に比べて突出しているわけではないものの、九州外居住者は4割前後を占めており、九州外で印象に残る情報提供を実現していることがわかった。一方、熊本県は、首都圏が1.8%、中京圏が2.6%、そしてKANSAI戦略をはじめ情報発信に力を入れている京阪神も3.2%にとどまった。このようにみると、熊本県は、特に九州外居住者に対する情報提供が弱く、印象が薄いことが明らかになった（図表3）。

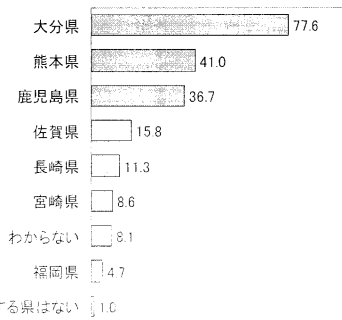
図3 最も印象に残る情報提供をしている県<居住地別>



## ④観光資源が魅力的だと思う九州の県

ここでは、九州の観光資源のうち、「テーマパーク・遊園地」、「温泉」、「自然」、「食」、「名所・旧跡」、「農畜産物」、「水産物」、「お酒」について魅力的だと思う九州の県を尋ねた。そのうち、魅力が突出する県がある（1位と2位に10p以上の差がある）観光資源は、大分の「温泉」（大分県77.6%、2位の熊本県41.0%）、福岡県の「食」（福岡県62.9%、2位の鹿児島県43.8%）、長崎県の「名所・旧跡」（長崎県54.9%、2位熊本県41.9%）、鹿児島県の「お酒」（鹿児島県66.0%、2位熊本県26.9%）、

図表4 温泉が魅力的だと思う九州の県



長崎県の「水産物」（長崎県40.1%、2位大分県24.7%）などが挙げられる。

熊本県についてみると、8項目のうち1位となった観光資源はひとつもなかった。一方、2位となった観光資源は「温泉」、「自然」、「名所・旧跡」、「お酒」の4項目であった。それぞれ詳しくみてみると、「温泉」は図表4のように1位の大分県と差が大きく開いているうえ、特に九州外居住者は鹿児島県を下回り3位の評価であった。次に、「自然」をみると、九州居住者では1位となったが、九州外居住者では鹿児島県の評価に次いで2位の評価となった。「名所・旧跡」をみると、九州居住者では長崎県に次いで2位となったが、九州外居住者では鹿児島県の評価を下回り3位の評価となった。「お酒」は、芋焼酎のイメージが強い1位の鹿児島県と大きく差が開いている。なお、「食」は5位にとどまり、中でも「食」の要素である「水産物」は最下位となった。

このようにみると、熊本県の観光資源に関する魅力は全体的に弱く、中でも九州外からの評価が低いことが明らかになった。

続いて、観光資源が魅力的だと思われる比率を県別にみると、九州各県の特徴がみてとれる。まず熊本県をみると、熊本県は全体的

に居住県、九州他県、九州外と評価にはっきり差がでる円心円状の形となる。(図表5) 例えば、「温泉」をみると、熊本県居住者の86.0%は熊本の温泉が魅力的だとしている一方で、九州他県居住者は50.8%、さらに九州外居住者は23.4%にまで下がる。その他の「自然」や「食」などの項目でも同様の特徴が見られる。このように、熊本県は、居住者が内からみた観光資源の魅力と県外居住者が外からみた魅力には大きなギャップがあるようであり“内外イメージ不一致型”と言える。なお、同様の特徴が見られるのは、佐賀県と大分県となっている。佐賀県は、全体的に観光資源が魅力的だと思われるものが少ない。また、大分県は、「温泉」の評価が突出して高く、特に九州外の評価も高いがそれ以外の観光資源は熊本県と同様の特徴が見られる。

対照的に福岡県は、全体的に居住県、九州他県、九州外の評価が似た結果を示しており観光資源の魅力がわかりやすい。福岡県は、他設問でも今後の訪問意向や情報量などが九州の中で最も高くなっており、“内外イメージ一致型”と言えるようである。

これらの結果をみると、熊本県は訪問経験の高さに比べ訪問意向が少なく、熊本県に関する情報の印象も弱いことから、熊本の九州の中での位置づけは相対的に低いことがわかる。中でも、九州外居住者から低い評価を受けていることが特徴であった。また、熊本県が最も魅力的だと評価された観光資源はなく、内から見た魅力と外から見た魅力は大きく異なる。

## (2) 個別資源の再発見

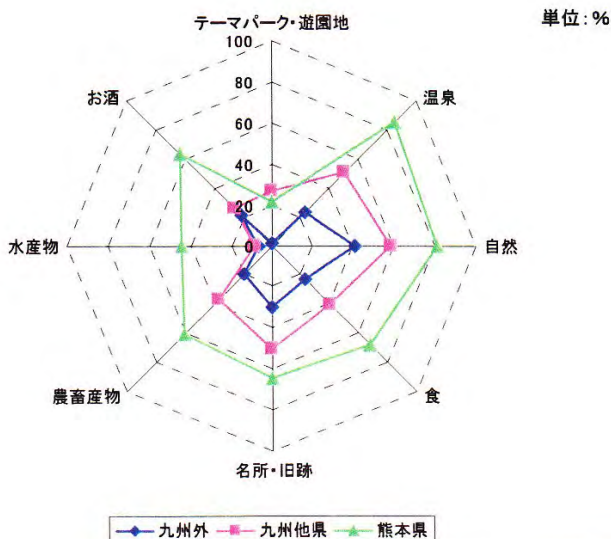
ここからは、九州・熊本の観光資源を「温泉」、「自然、名所・旧跡」、「料理」、「おみやげ品」、「一次産品・お酒」に分けて個別に評価する。そして、評価にあたり各観光資源の現状を「認知度」、「経験度」、「潜在意向度」、「リピート意向度」の指標ごとに偏差値で数値化して「総合指標」として整理した上で熊本のポジションを考察する。総合指標は、積み上げグラフであり、グラフの高さが総合的な評価となる。

### ①温泉

調査対象とした九州の温泉18カ所のうち総合指標の上位は、1位別府温泉郷(偏差値合計261.4)、2位湯布院温泉(259.0)となり、九州の温泉の中でこの2つの温泉の総合評価が特に高い結果であった。

熊本県の温泉では、黒川温泉(231.6)が4位であった。黒川温泉は、認知度が5位、経験度が8位の評価にとどまるものの、リピート意向

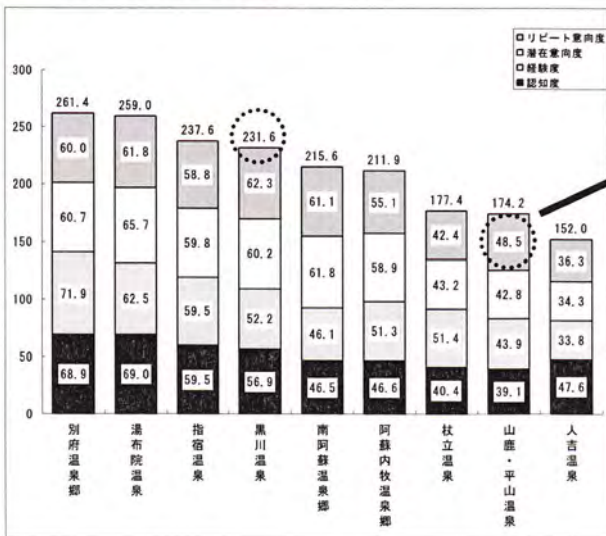
図表5 九州の観光資源の中で熊本県が魅力的だと思う比率



度は湯布院温泉を上回る1位の評価であり、熊本のみならず九州を代表とする温泉と言える。

その他の熊本県の温泉は、南阿蘇温泉郷(215.6)、阿蘇内牧温泉郷(211.9)、杖立温泉(177.4)、山鹿・平山温泉(174.2)、人吉温泉(152.0)であった。中でも、山鹿・平山温泉は認知度が39.1と熊本県内の温泉では最も低いものの、リピート意向度は48.5の評価であり、リピートしたい温泉として選ばれた理由をみると、泉質の高さを挙げる人の比率が湯布院温泉や別府温泉郷などを抑え突出して高い点は注目される(図表6)

図表6 温泉の総合指標<上位3位と熊本の資源>



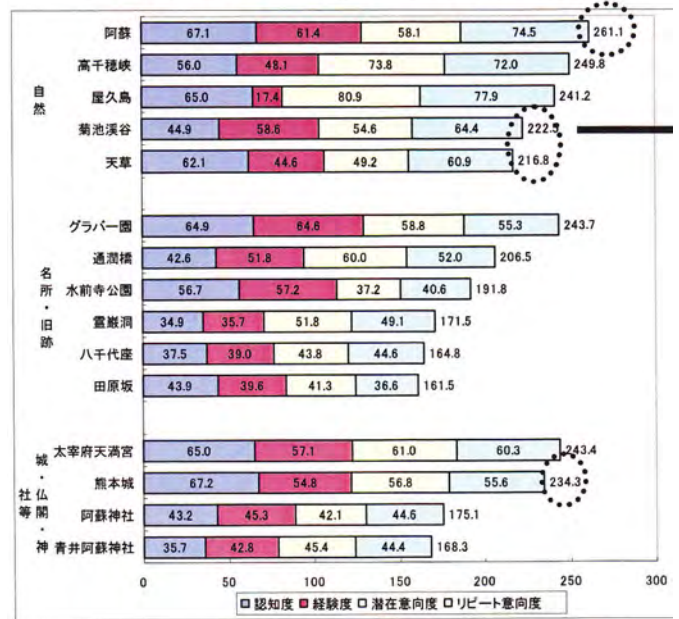
## ②自然、名所・旧跡

九州の自然、名所・旧跡53カ所のうち、総合指標の上位は1位阿蘇(偏差値合計261.1)、2位高千穂峡(249.8)、3位グラバー園(243.7)、4位大宰府天満宮(243.4)、5位屋久島(241.2)であった。阿蘇は、偏差値合計が2位の高千穂峡と10ポイント以上の差があり、九州の自然を代表する観光資源と言える。また、阿蘇は特にリピート意向度が高い特徴がある。

阿蘇以外の熊本県の資源では、菊池溪谷と天草の評価も高く、菊池溪谷は認知度が低いものの潜在意識度が高くなった。天草をみると認知度が高い一方で経験度が低いが、九州外居住者の潜在意向度が阿蘇と同程度の結果となった。

また、熊本城の評価も認知度が総合で2位と高いが、経験度、潜在意向度、リピート意向度は中位にとどまった。中でも、経験度をみると、居住地別では九州外居住者の訪問経験が少なく、年代別では若い年代が少なくなる特徴があり、阿蘇と並ぶ熊本の代表的な資源であるが若干力不足な結果であった。(図表7)

図7 自然、名所・旧跡の総合指標<上位5位と熊本の資源>



## ③食

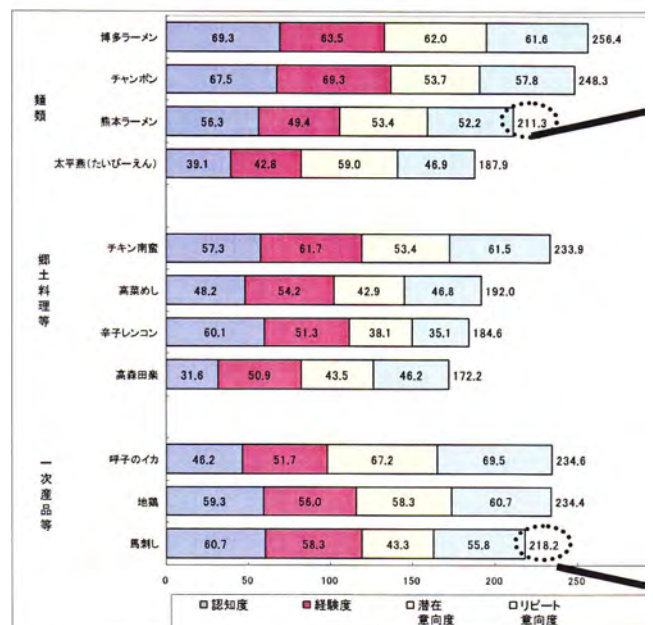
九州の料理41品目のうち、総合指標の上位は1位博多ラーメン(偏差値合計256.4)、2位チャンポン(248.3)、3位呼子のイカ(234.6)であった。博多ラーメンとチャンポンは、九州の食を代表する料理と言える。

また、九州のおみやげ品45品目のうち、総合指標の上位をみると1位カステラ(偏差値合計266.5)、2位辛子明太子(257.9)、3位さつまあげ(245.5)となった。

一方、熊本県の料理やおみやげ品をみると、上位10位以内に位置したのはいきなり団子のみであり、熊本県の食は相対的に魅力が薄いようである。

そのような中、料理では熊本ラーメンの評価

図表8 料理の総合指標<上位5位と熊本の資源>



が高かった。ご当地ラーメンが博多、熊本、久留米、鹿児島と挙げられている中で、熊本ラーメンは博多ラーメンに次ぐ位置づけにあり、リピートしたい理由をみると、「おいしい」を挙げた人の比率は博多ラーメンより高かった。このことから、熊本ラーメンは素材としての魅力が高いと言える（図表8）

#### ④お酒

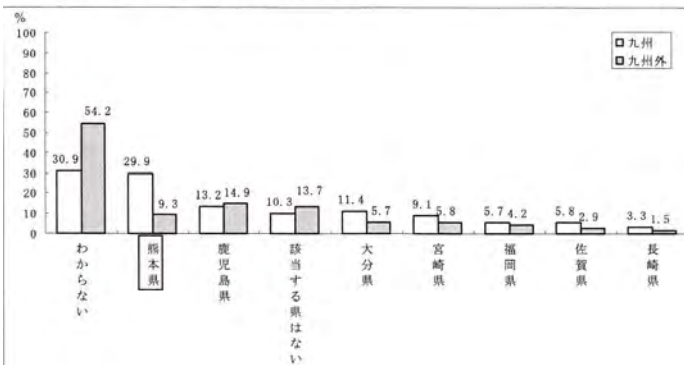
「米焼酎のイメージがあてはまる九州の県」を尋ねたところ、わからないとの回答が最も高く、特に九州外居住者は54.2%と半数以上を占めた。2番目に熊本県（九州居住者29.9%、九州外居住者9.3%）が挙げられているが、水準は低かった。熊本県には「球磨焼酎」という地域性の高いブランドがあるものの、産地としてのイメージが薄いようである（図表9）。お酒に関しては、鹿児島県の芋焼酎のイメージが九州内外で定着し、米焼酎の主産地が熊本県であることを正確にイメージするのは難しいようである。

とから、今後は九州観光の主演となる“メイン”へと変貌するための戦略が求められる。

それでは、ほどほどの評価を受けている個別の資源が多く存在するという熊本のポテンシャルは、どのような形で「サブからメイン」に変えることができるのであろうか。この点、国内の観光旅行は団体旅行、名所見物、周遊などを主とする観光から、旅行者の意識や行動の変化に応じて、その細分化された旅行ニーズを満たす観光へと変化している。ここまで見てきたように熊本には、“ほどほど”の評価を受けている個別の資源が“多く存在する”という強みがある。この強みを、テーマ性を持たせた組み合わせやストーリーを感じることが出来る組み合わせなどによって細分化されたニーズへ対応させることが、熊本の新たな魅力を生み出し今後の熊本の商品価値を高めることになる。そして、この再発見した個別の資源を組み合わせる新たな魅力を生み出すことこそが、まさに熊本のポテンシャルを「サブからメイン」に変える形であろう。

さらに「熊本県観光動態調査」などを参考に、熊本県を訪れる観光客を居住地別にみると、おおよそ4分の3を九州居住者が占める（図表10）。この九州居住者を熊本の商品価値を活かすことができる最大のターゲットとして重視すべきであろう。九州居住者は、海外居住者、九州外居住者に比べると“熊本県”としての評価が高いうえ、熊本の個別の資源の評価も高いことから「熊本の商品価値」を発揮しやすい土壌がある。今後も熊本県を訪れる観光客のうち、九州からの観光客が主なターゲットとなることを再認識する必要があると思われる。

図表9 米焼酎のイメージがあてはまる九州の県



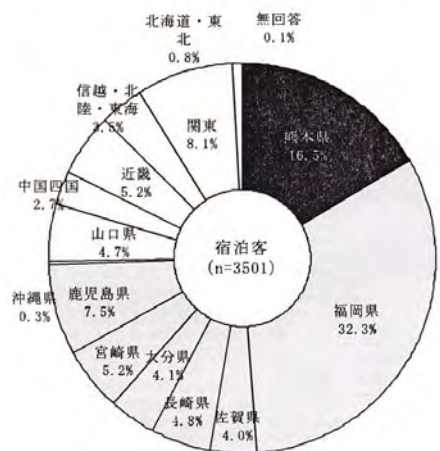
## 2. 観光新時代に向けて

### (1) 熊本のポテンシャルを発揮できる市場

熊本の可能性を考える際に当然のように語られる、いわゆる「熊本はポテンシャルが高い」という点を個別の資源でとらえた場合に阿蘇は格別としても、その他の資源にそのままあてはめることは難しいと思われる。しかしながら、本調査では熊本の個別の資源のうち意外に評価を受けているものがあることもわかった。この“ほどほど”の評価を受けている個別の資源が“多く存在する”ということは、熊本にとっての強みであると考えられ、さらに「熊本のポテンシャル」を形成するものであると考えられよう。

以上を踏まえると、熊本の個別の観光資源は、九州の観光資源の中でみると脇役的な存在である“サブ”の位置づけにあるものが多いこ

図表10 居住地別にみた熊本県を訪れた観光客



## (2) 観光新時代に向けて

今後、熊本の商品価値を活かせる市場は、九州新幹線全線開業を契機として、その範囲が九州外に広がる可能性が高まる。そして、開業による時間的な距離の短縮とともに熊本からの情報発信と相まって、関西や中国地方からの心理的な距離が縮まることが予想される。熊本県では既にKANSAI戦略をはじめとした様々な戦略が実施されているところであるが、今後、“熊本県を知り、熊本の個別の観光資源を知る人”で構成される熊本の商品価値を活かせる市場を、九州から関西まで広げるためにさらなる取組みが求められよう。

また、これらの取組が国内の他地域のみならず中国、韓国をはじめとする東アジアからの訪問意向を高めることになるものと思われ、結果的に熊本を訪れる観光客の増加につながることで、観光新時代に向けて熊本が目指すべき姿と考える。

また、今回の調査結果から、熊本の個別の資源への評価は、内からみたものが外からみたものよりも高く、大きなギャップがあるという特徴が明らかになった。もし熊本の個別の資源の評価が、内からの視点だけに基づくならば、独りよがりのお国自慢ということになりかねず、外からの視点に立つことで新たな魅力を生み出すことが、観光の新しい幕開けにはふさわしいであろう。

ところで、熊本の今後の可能性を考えるにあたり、かなり象徴的な驚きの調査結果があった。これは「九州で最も親しみが持てる県をお選び下さい」という設問であるが、九州居住者では「福岡県」が22.4%と最も多く、「熊本県」は2位の15.6%となった。しかし、九州外居住者では大きく結果が異なっており、首都圏の3.3%、中京圏の5.4%、京阪神の5.1%と各地域で評価が低いうえに6位にとどまった(図表11)。

ここで、「親しみ」という言葉を個別の観光資源への評価とともに知人、友人などの親しい人を通じたその土地に関する情報の発信力や縁、ゆかりが評価されたもの、すなわち熊本を

知る機会の多寡により醸成されるとするならば、新たな切り口が生まれてくるに違いない。

これまでの取組みは、熊本に人を呼び込むインバウンドを重視した動きが多かったが、それに加えて外を意識した視点で熊本の商品価値を高める取組みが必要であり、“熊本を知る人”、“熊本に親しみを持つ人”を増やすことがその第一歩になると思われる。熊本の観光資源の本来の姿を再発見することによって生み出される新しい魅力は、熊本から外に「出て、語る」ことによって築き上げられるものであろう。そして、その際に私たちに必要なことは、外を意識した視点を持ちながら内からみた魅力と同質、同等の魅力を正しく伝えるという、いわば“翻訳家”としての役割を担うことであろう。

観光の語源は、中国の古典『易経』に登場する「国の光を観る」ことであると言われていている。熊本においては他の地域を観て知ることによって自分たちの地域資源の本来の魅力を客観的に再発見するという意味での、“外の光を観る”ことがとりわけ重要になる。現在、観光振興策の主流となつていうインバウンドによる集客を期待するだけではなく、双方向交流の「進化」と「深化」こそが、観光新時代における真の「観光」の姿ではなからうか。



### 【ニコニコ箱委員会】

水野虎彦委員長

- ・井手会員 石原支店長、新入会員卓話ありがとうございました。 1,000
  - ・浅野会員 11~12年度の幹事になる前の健康チェックをしてまいりました。12/2、ペット検査(ガン検診)、12/14~15人間ドッグと大変苦しい思いをしましたが、幸いガンは見つかりませんでした。一安心。但し、糖とコレステロールが予想通りでした。飲み食いが多いせいでしょう。今後気をつけます。今から山鹿出張につき早退します。 2,000
  - ・延岡会員 早退します。水野委員長スママセン。来週はニコニコ担当致します。 1,000
  - ・友永会員 早退します。 2,000
  - ・木村会員 早退します。 1,000
- ニコニコ・ごめんねカード12/17合計7,000

図表11 九州で最も親しみが持てる県

