

【高知県の観光振興について】

最後に、観光の話をさせていただきたいと思います。大河ドラマ「龍馬伝」が高い視聴率を得ています。そして全国的にも、龍馬ブームが起きています。それに合わせて「土佐・龍馬であい博」を開催していますが、一昨日（5月15日）までに、まだ会期の3分の1ですが、4つのパビリオンに33万人のお客さんが来てくれました。前の「功名が辻」のときには、年間で26万人のお客さんが来てくれました。今回は、4つのパビリオンに増やしていますが、現在、全部で33万人ですから、かなりのペースでお客さんが来て来ています。

これまでに、高知駅前のメイン会場の隣にある「とさてらす」には、48万人ぐらいお客さんが入ってくれています。これは、都会にある各県のアンテナショップよりもはるかに多い数です。この龍馬ブームで、たくさんの方が高知に来てくれるようになりました。

実際に、高知県内の観光施設には、ゴールデンウィーク期間中は12%お客さんが増えたと新聞に書いていたと思いますが、あれは「土佐・龍馬であい博」のそれぞれのパビリオンを含まない数字ですから、それも入れれば、去年よりも33%増えています。もっと言えば、ゴールデンウィーク期間は、本当は、あまり観光客の伸びを言っても仕方がないんです。むしろ大切なのは、通常だったらお客さんがあまり来ない時期に、前の年に比べてお客さんがどれだけ増えているかということです。それで見ると、この1月から5月までにかけて宿泊客数、入り込み客数は、ともに3割ぐらいずつ、かなりの勢いでお客さんが増えています。

でも、まだ、県内の地域隔々にまでお客さんが行き渡ってはいません。もっと地域にまでお客さんに行ってもらうためにはどうすればいいかということが、一点目の課題だと言えます。

また、龍馬伝の効果があつた、なかったというのではなく、龍馬伝の効果、龍馬ブームを生かしたかどうか、非常に重要なんだと思っています。それぞれの地域に観光客が来るかどうか。例えば、安芸のパビリオンや岩崎弥太郎の生家には、一日に何千人とお客さんが来て来ていますが、そこから地域に、お客さんをどれだけ引っ張り込めるか、努力をしなければならぬと思っています。

そしてもう1つは、この「土佐・龍馬であい博」にしても、龍馬ブームにしても、これを今の時期にどれだけ高知県の物を売り込むための機会として生かせるかということも考えていかないとはいけません。「土佐・龍馬であい博」は、観光のためだけにやってるわけではありません。むしろ、この機会に、いかに高知県のいろんなものを有名にして、県外に売り込んでいけるようにするか、そのことが一番大事なんだというふうに思っているところです。

そして3番目が、この龍馬ブームが終わった後どうするのか。龍馬伝の放映が終わった後どうしていくのか。そのことについてどう考えるか。そのために今から何をするか。そのことが非常に大きなポイントになるんだというふうに思っています。これは非常に難し

く、大河ドラマの放映が終わった年は、大河ドラマが始まる前よりも観光客数を落とすものですが、そうではなく、ビフォー・アフターで比べて、アフターのほうが上に来るためにはどうすればいいのか、ということを考えなければなりません。そのためにはどうしていくか。それが大きな課題です。

PRするときに龍馬を全部捨て去っても多分いけない。だけど、龍馬だけに頼るのもいけないだろうと思います。そこらあたりが、来年に向けてのさじ加減の難しいところかなと思っています。