★東京通信★
熊本県経済観光センターの窓口から

東京駅の七番ホームに立つと〝天草パールラインと阿蘇――くまもとへどうぞ！〟というキャッチフレーズに天草五橋と阿蘇の美しいカラー写真を配したつり看板がいやが応でも目にとまる。これは経済観光センターが編み出したアイディアだが、県の観光PRが東京駅構内に進出したのは熊本県が初めて。南国ムード溢れるこの看板なかなかの好評らしい。

―東京駅のホームにかかった観光PRの看板―

天草五橋といえば、昨年の天草五橋開通を機に〝夢の島天草〟がマスコミに取り上げられたり、又国鉄や交通公社をはじめとする旅行あっ旋業者が「天草パールラインめぐり」の宣伝に力を入れたこともあって、九州横断道路と結ぶ天草観光が一躍脚光を浴びるようになった。いわば天草ブーム一色という感が強い。

マスコミに乗った〝観光天草〟

引っ張りだこの観光資料

ところでこのセンターが、銀座に店開きをして今年で足かけ三年目になるわけだが、現在関東一円に対する観光PRと観光客の誘致に力を入れているほか、東北地区への啓蒙体制も除々に強化されつつある。特に今年は国際観光年にあたり東京を場としての経済観光センターの役割は大きい。さし当って外国商社（旅行あっ旋業者）や、国内旅行あっ旋業者との懇談会が考えられている。

次に、最近におけるセンターの活動で主だったものをあげると、まず観光映画による啓蒙である。これは旅行あっ旋業者や学校での利用と、映画館での上映が殆んどだが、観光シーズン中は要求に応じ切れない程である。観光シーズンといえば、このところ大学や高校の観光熱がかなり高まって、特にシーズン前になると問合わせや観光や産業の資料作成などで、センターに殺到する学生も多く見られる。

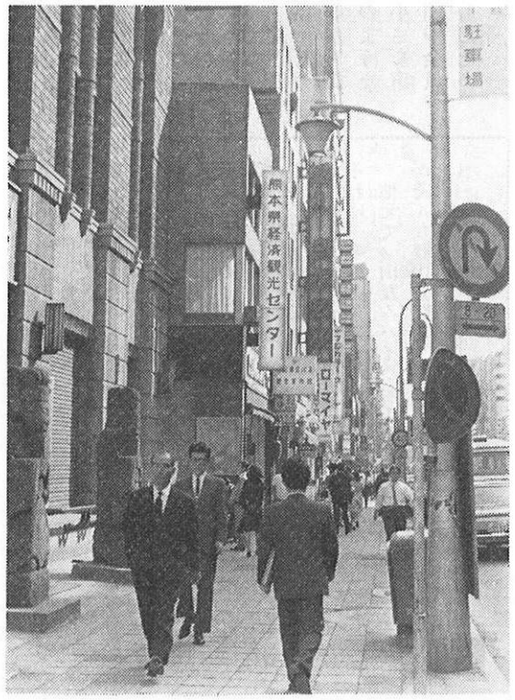
多くなったコースの問い合わせ

しかし東京という舞台では何といっても巨大なマスコミの力を無視することはできない。例えば天草五橋の完成を前後して、新聞や東京から発行されている雑誌、週刊誌、グラフ雑誌は殆んどといっていい位、天草の写真と記事で飾られた。センターでは、これらの新聞や雑誌に対して五橋の航空写真や天草の写真を貸出したり、提供したりして観光PRのタイミングをつかんだ。

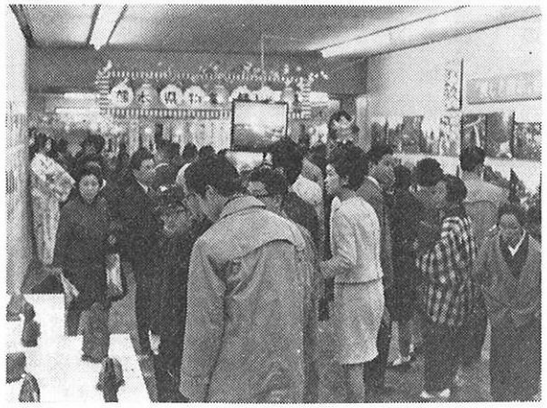
次に、センターの窓口から見た観光の問い合わせだが、まずいちばん多いのが乗り物。日に二、三件は必ずある。次が観光コース。又、最近特に多くなったのがドライブのためのコースの問い合わせ。宿泊地の選び方もこれまでの阿蘇中心から天草、人吉、県北地区への伸びが見られるが、県内一泊が二泊へと、夢の島天草への興味が示されつつあることは見逃がせない。

ともかくも東京を含めて、まだ未開発といえる東日本等においては〝南国熊本〟への関心は徐々にではあるが高まってきているというのが実感であり、観光PRはこれからだともいえる。

―銀座の目抜き通りにある経済観光センター―



―賑う熊本県の観光物産展―



★大阪通信★
熊本県大阪事務所の窓口から

大阪の旅行あっ旋業者にとって、国内旅行のドル箱は従来まで北海道とされてきた。それが最近では九州へ移行しつつあるともいわれる。これは昨年の天草五橋開通が一つのきっかけをつくったともいわれるが、業者にいわせれば、九州の方が短距離で、利幅が高いからだともいう。だが、マスコミの影響や、旅行者のし好を反映してか、昨年春の大売出し抽せん券の特賞に「天草パールラインアベック旅行か香港マカオ旅行へご招待」というのがあって大阪人の話題を呼んだことは注目されてよい。つまりは、南国くまもとへの関心が非常に高まってきているということがいえるだろう。

大阪事務所では、こういった状況に即応して、旅行あっ旋業者との懇談はもちろん、報道機関や出版社の取材活動に積極的に協力し、又、機会を見ては取材を勧めている。特に効果的な手段の一つとして、取材記者に資料を提供し、観光地の事情を細かに説明したりしている。観光あっ旋業者に対するPRも今までよりも一段と、観光地の特色を強調し、浮彫りにすることに力点がおかれている。しかし最近の新しい傾向として、旅行者自身が旅行のプランナーになってきたのであっ旋者は単に側面的な協力をする立場におかれつつあり、業者の売り込み合戦は、その意味で複雑になってきているともいわれる。従って事務所ではこれまで観光PRを殆んど業者を対象としてきたのを、今後は一般を対象とした観光PRも意識的に展開する方針がとられるようになった。というのも近頃になって一般からの観光の問合せや相談が多くなってきたからである。

〝北海道ブーム〟から〝九州への魅惑〟へ

それともう一つの新しい対象としては在阪の九州バス協議会との合同研究会の開催である。〝九州観光の中の熊本〟という考え方に立って、宿泊施設の検討や観光道路事情の交換など行っている。特に、万国博開催を前にして、九州観光は一つのブロックとしてさらにPR体制をととのえる時期にきているようである。

観光案内もキメ細かに

ところで商業都市大阪は、都市の性格からして、旅行といえば大半がビジネスとレジャーを兼ねた観光旅行が圧倒的に多いといわれる。それと、商社、信用金庫等の招待や、積立預金による団体旅行である。国鉄の調べによると、昭和四十一年度に関西から九州に出かけた観光客は（国鉄利用のみ）ざっと千二〇〇万人。この中の七〇％八四〇万人が熊本に向っていると推測されている。又、関西の旅行者は殆んどが九州は二度以上という人が多いので、観光案内も、オーソドックスな方法より、都市周辺温泉郷の紹介や立体的楽しめるコースの方が歓迎されているようである。

旅行グループとタイアップして観光誘致

大阪事務所では、交通機関や学校関係への資料提供や、観光大手資本を熊本に誘致する問題などいろいろあるが、何としても関西、中京地区の旅行エージェントとの連携の強化と共同宣伝や旅行グループとタイアップした観光客の誘致が活動の大きな軸となってくる。それと日下実施を予定している近畿二府四県五二〇の高校を対象とした修学旅行の実態調査と、問題点の究明は、観光供給源としてますます重要な地位を占めている関西、中京地区に対する啓蒙宣伝の推進に大きく役立つものと期待されている。

旅行関係団体との懇談会も活発に…　―写真は熊日提供―