

4 本市の取り組み 認知度向上へ「再び始動！」

本市では、台湾をメインターゲットとした海外プロモーションを積極的に行ってきました。その成果が出てきた矢先、令和2年1月末、新型コロナウイルスの流行により、取り組みを中断せざるを得なくなりました。3年3ヶ月後の令和5年春、コロナ禍の終息が見え始め、本市の観光への取り組みを再開させ、現在、認知度向上に向けて動き出しています。

本市には、魅力ある観光コンテンツが豊富にありながらも、国内外へあまり知られていないことが課題でした。まずは「白石市」を認知してもらうため、観光コンテンツの中で、より認知度を強化するものを「5大観光コンテンツ」に位置付けました。それは、全国で5つだけの木造復元天守の城の一つである

「白石城」、国指定伝統工芸品の「弥治郎こけし」、宮城県指定伝統的工芸品の「白石和紙」、文化庁より100年フードに認定された「白石温麺」、そして、本市自慢の歴史ある「温泉」を5大観光コンテンツとして、海外プロモーションの体験動画を作成しました。

日本政府観光局の市場基礎調査によれば、「今後行きたい旅行先（資料③）」に日本を第一位にあげている国や地域は、台湾、香港、タイ、シンガポールなど多数あります。インバウンド向けには、その国々をターゲットとし、気軽にスマートフォンで閲覧できるようSNS活用による情報発信を行い、本市への誘客につなげようとするものです。

※動画は、こちらから視聴いただけます。



白石市観光協会
YouTube

●ショート動画（約30秒） 「白石城」 「白石温麺」



「弥治郎こけし」 「白石和紙」



「温泉」



●ロング動画 （約10分）



5 観光産業を支える人たち

観光産業には、支え手の力も不可欠です。市内には数えきれないほど、観光産業を支える人たちがいます。今回は、5大観光コンテンツの支え手に観光への思いを伺いました。

白石城

（元地域おこし協力隊） あしがるさん 後藤永行さん



日本でも貴重な木造復元天守の白石城内外を活用した本格甲冑体験を提供しています。「お客さまをお殿様にする」をコンセプトに、私自身が足軽となつて戦国時代の世界観にお連れし、楽しんでもらっています。外国からのお客さまは全体の3割を超え、特に台湾やアメリカからのお客さまが多いです。日本の文化を深く学びたいという気持ちがいっぱいですね。昨年は、甲冑を身に着け、演技する映画撮影体験も造成しました。私は、これらの体験を世界に向けて発

信し、東北を代表する体験コンテンツにしたいと思っています。

東北や宮城県の観光は可能性にあふれています。白石市には、これまで先人が大切にしてきたすてきな文化があります。これは白石市の観光にとって、大きな武器です。私は、その文化を甲冑体験を通して体感してもらい、白石市の観光をさらに盛り上げていきたいと思っています。



▲甲冑体験の様子

弥治郎こけし

こけし工人

新山吉紀さん



こけし工人の活動として、全国各地の物産展や伝統製品のイベントに呼ばれる機会が多くなりました。特に、インバウンド向けのイベントが増えていると感じています。絵付け体験の指導をしたりロクロをまわしたりすると、たくさんの方に興味を持ってもらえ、反応もいいですね。

また、弥治郎こけし村を拠点とし、地元工人との交流を楽しんでもらっています。これから、国内外の多くの方々にこけ

しファンになってもらえるよう、つながりを大切にし、紡いでいきたいと思っています。



▲体験指導の様子



▲思い出の記念撮影

資料③

	韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア	フィリピン	ベトナム
1位	米国 29.1%	日本 25.8%	日本 61.1%	日本 61.1%	日本 60.4%	日本 44.0%	日本 32.2%	日本 47.5%	日本 45.9%	日本 41.9%
2位	日本 21.5%	米国 25.3%	韓国 24.3%	台湾 27.0%	韓国 29.3%	韓国 19.4%	韓国 19.9%	サウジアラビア 25.5%	韓国 30.7%	韓国 31.9%
3位	豪州 18.9%	豪州 19.0%	米国 22.3%	韓国 21.1%	米国 20.7%	台湾 18.6%	ニュージーランド 18.7%	韓国 24.6%	米国 26.3%	米国 27.1%
4位	カナダ 18.3%	韓国 15.0%	ニュージーランド 13.1%	豪州 19.3%	スイス 13.9%	豪州 18.3%	豪州 16.1%	米国 18.0%	カナダ 20.9%	豪州 17.1%
5位	スイス 17.3%	タイ 14.9%	豪州 12.3%	タイ 13.8%	ニュージーランド 12.1%	ニュージーランド 18.0%	スイス 14.1%	シンガポール 16.8%	ニュージーランド 16.1%	中国 15.5%

▲出典：日本政府観光局「今後行きたい旅行先」東アジア・東南アジア地域（2024年）