

訪日客をディープな神戸へ カラオケバーや路地裏の居酒屋巡るツアー 地元住民が案内<ローカル+α>

2024/3/12 05:30

社会 ローカル+α 神戸 #インスタ



穴場を巡るツアーで訪れたカラオケバーで、スタッフや常連客も交えて乾杯する参加者ら＝神戸市中央区元町通1



訪日客らに路地裏の居酒屋やスナックなどを巡ってもらい、定番の観光スポットとはひと味違う楽しみ方を伝えるツアーに注目が集まっている。地元住民らと触れ合い、その場所にちなんだ体験をしたいというニーズに応えることで、新たな地域の魅力発掘につなげる。観光客の増加で住民生活が脅かされるオーバーツーリズム（観光公害）対策にも一役買うとの見方もある。（門田晋一）

■ローカルも楽しい

2月上旬、神戸・元町のゲストハウス神戸なでしこ屋に、ベトナム、インドネシアなどの20～30代の男女7人が集まった。

「神戸へ、ようこそ！」

英語であいさつしたのは、ガイドの会社員柏木幸輝さん（30）。住まいも勤務先も元町で、顔なじみの飲食店も多い。知人の紹介でガイドを務めている。

参加者は軽くお酒を飲んだ後、習字に挑戦した。お題は「神戸」。筆の持ち方に悪戦苦闘しながら書き上げた1枚を持って記念写真に納まった。

続いて近くの居酒屋へ。肉豆腐や菜の花のごまあえを味わいながら「神戸でお薦めのバーは？」「おいしいハイボールが飲める店を教えて」と柏木さんへの質問が相次いだ。

最後はJR元町駅前のカラオケバー「ダミー」へ。3度目の乾杯を終え、マイクを握った。映画の主題歌や、故郷のヒット曲を熱唱した。常連客とも話が弾み、お酒も進む。にぎやかなまま、ツアーは午後9時半ごろに終了した。

タイ出身のオンタンマクン・カラヤコンさん（26）は「習字を体験したり、裏通りを歩いたりできてとても新鮮だった。ローカルにこだわった観光も楽しい」と笑顔を見せた。

■王道から穴場へ

ツアーは、高速バス事業などを展開する大手ウィラー（大阪市）のグループ会社、ウィラー・アクロス（東京）が「ワンダー・ジャパン」として1月に発売した。

元町以外にも、JR大阪駅前のビル内ではしご酒するなど4プランを用意する。所要時間は2時間半～3時間半で、価格は5千～1万3800円。

共通するのは「穴場」を巡ることだ。神戸では南京町、メリケンパークなど「王道」の観光スポットは除外。裏通りの居酒屋やカラオケバーを訪れ、地元を知る住民がガイドを務めることも特徴の一つだ。

担当者は「日本に複数回訪れたことがある人や、滞日歴が浅い人がターゲット。地域に入り込み、地元住民との交流を希望する声強い」と背景を明かす。

■課題は人材確保

同様の取り組みは他にも。旅行会社ビートラベル（神戸市中央区）は、垂水区の塩屋地域を巡るツアーを売り出す。

地元在住のガイドと漁港や商店街を散策し、季節によってはノリ加工場の見学や完成品の試食なども組み込む。神戸市内の一宮神社から七宮神社までの7社などを巡るプランなどもある。

同社の渡辺華穂社長（36）は「日本の魅力をSNSなどで発信したい訪日客が多い」と分析し、「神戸、京都、大阪は移動しやすい。神戸での宿泊は無理でも、日帰りプログラムがあれば参加したいとのニーズはある」と強調する。

ただ、現状では地域をガイドできる人材は少ない。渡辺社長は「街のことを知らないガイドを派遣すればツアーの評価を下げる。また、普段は一般企業で働くガイドは、平日の都合がつきにくい。神戸でもっと訪日客が増えれば、ガイドに興味を持つ人も増えるはず」と期待を寄せる。

■神戸のチャンス拡大も

日本政府観光局によると、2023年の訪日客数は、約2500万人で、新型コロナウイルスの感染拡大前の約3190万人（19年）の8割程度まで回復した。国も23年3月に改定した観光立国推進基本計画で、25年までに19年の水準超えを目標に掲げる。

一方、訪日客らが観光地に集中し、各地で公共交通機関の混雑や、ごみの放置など住民生活に悪影響が及ぶ観光公害が多発。兵庫県や神戸市によると、大きな問題は発生していないが、30年をめどとする神戸空港国際化も控え、県と市の担当者は「今後の動向次第で対策強化が必要になる」と口をそろえる。

訪日客について詳しい関西国際大学の李容淑教授（66）は「今後、訪日客が増え、神戸が京都や大阪などからあふれた人の受け皿になる」と予想。「その場所ならではの体験を提供することが主流となり、穴場へのツアーが増えることで、分散化による観光公害の低減にもつながる」と話した。