



## 韓国にて観光プロモーションを行いました

福島県観光交流局観光交流課

### ■ 韓国での風評払拭のために

観光庁宿泊統計調査によると、福島県における韓国人延べ宿泊者数は、2010年には43,520人泊でしたが、2011年は3,860人泊、2012年は3,080人泊、2013年は2,970人泊と減少が続いており、対2010年比では6.8%と、震災前の1割にも満たない状況となっています。

2012年12月には、震災後初の、アジアナ航空による福島ーソウル間のチャーター便が運航されるなど、徐々に明るい兆しが見えつつありましたが、2013年7月に福島第一原発の汚染水問題が起こると、韓国内でこの問題が繰り返し報道され、韓国の皆さまの福島県に対する不安感が高まり、2013年7月から12月にかけて11本運航が予定されていたチャーター便は、10月以降が中止されるなど大きな影響が生じました。

こうした状況のもと、韓国国内の風評を払拭するため、韓国観光プロモーションを実施することといたしました。

### ■ 半数を超えた ■ 「福島に行ってみよう」

福島県では、2013年10月11日～15日にかけて、韓国観光プロモーションを実施しました。

#### (1) 「ジャパンフェスティバル」への参加

「ジャパンフェスティバル」は日本の観光・文化・物産・留学という4つのテーマにより日本の魅力を韓国の方に発信するイベントで、梨泰院メ<sup>イテウォン</sup>インストリートを会場に、2013年10月12日と13日の2日間、「地球祭り・世界文化祭り」と同時開催されました。韓国の皆さまに福島県に関する正しい情報をお伝えするとともに、韓国だけではなく、世界の皆さまに本県への興味を持っていただ

く絶好の機会であると考え、このイベントに初出展しました。

韓国の方の放射能に対する不安感が他国に比べて非常に高く、韓国内で繰り返し原発事故関連の報道がされているという状況を耳にしていたため、イベントに参加するまでは、福島県の観光PRができるのか不安な部分がありました。

しかし、フェスティバルが始まると、多くのお客さまが福島県のブースに足を運んでくださり、2日間のイベントは大盛況



起き上がり小法師の絵付け

でした。特に、福島県会津地方の民芸品である起き上がり小法師<sup>こぼし</sup>の絵付けでは、小さな子どもからご年配の方、さらに若いカップルなど幅広い年齢の方に楽しんでいただきました。

また、福島県産の日本酒・桃ジュースの試飲を行った際には、福島県産のものは口にしたくないという反応があるかと心配し



桃ジュースの試飲

ましたが、試飲を始めると、あっという間に提供分がなくなるなど、「福島県＝原発事故」というマイナスの反応はほとんど見られませんでした。

さらに、イベント初日にはパレードにも参加しましたが、沿道に詰めかけた大勢のお客さまから、「福島、頑張れ!」といった温かい声をいただき、大変勇気づけられました。主催者の発表に

よると、2日間で45万人が来場したということですが、このイベントを通じて、福島県の元気を韓国の皆さまにお伝えすることができたと感じております。

また、イベント開催中、ブースに立ち寄っていただいた214人にアンケートを行ったところ、「福島県についてどんなことを知っているか」という問いに対して、「震災で被害を受けた」が28%、「原発事故があった」が50%で、半数の人は原発事故があった県であると認識していることが分かりました。また、「福島県に行ってみたいか」という問いに対しては、「行ってみたい」が57%、「行ってみたくはない」が43%で「行ってみたくはない」が半数を超えましたが、「福島に行くことは不安か」という問いに対しては、「不安はない」が46%、「不安である」が54%という結果となり、放射能への不安を持つ方が多いということが分かりました。2日間のイベントは大盛況でしたが、今後も、風評払拭のためにPRを続けていく必要があると感じました。

## (2) 関係機関への訪問活動

ジャパンフェスティバルの翌日は、福島県とつながりのある旅行会社を中心に訪問活動を行い、福島県の現状を説明するとともに、韓国側の動向について聞き取りを行いました。各旅行会社からは、「汚染水漏れの報道後、韓国からの訪日旅行者が減っており、円安にもかかわらず、日本全体の商品が売れない状況では、福島県への送客はかなり難しい」という声が聞かれました。

風評を払拭するためには、引き続き正しい情報



関係機関への訪問活動

の発信に努めるとともに、福島県への観光に関しては安心して訪れていただける状況であることをもっと伝えていくべきだと感じました。

## ■ ■ 実際に来て、見てもらうことが大切

今回の韓国観光プロモーション活動を通して、韓国での福島県に対するイメージや反応を直接見聞きすることができました。

現実には予想以上に厳しく、韓国からのインバウンド復活に向けては、今後、一層の努力が必要だと感じましたが、福島県が次にすべきことは何かを考える機会となり、まずは、旅行会社やマスコミの方に福島県に実際に来ていただき、自身の目で見てもらうことが大切だと感じました。

こうしたことから、今年の2月にはスキー、3月にはゴルフの旅行関係者を招き、本県を視察していただきました。

参加者からは、「福島に来るまでは不安だったが、来てみて安心した」、「福島の商品を検討してみたい」という声が聞かれ、やはり、実際に自分の目で見ていただくことが重要であると感じております。

2013年は訪日外国人が1,000万人を超え、さらに2020年には東京オリンピックの開催が決定し、日本全体では今後、訪日観光需要の拡大が見込まれております。

また、昨年のNHK大河ドラマでは、福島県が舞台の「八重の桜」が放送され、会津地方を中心に多くの観光客が訪れましたが、海外でも台湾、タイなどに続き、4月以降に韓国でも放送されるとのことです。

こうした訪日観光客誘致に向けた明るい展望や旬の話題とともに、福島県の観光の魅力を海外の皆さまに十分にお伝えできるよう、今後の観光プロモーションに力を入れ、多くのお客さまに本県へお越しいただきたいと考えております。

最後になりましたが、当該事業実施について、クレアおよび同ソウル事務所に多大なる御支援と御協力をいただきました。心より、感謝申し上げます。