

あわよくば

2 MARK 勝負

ボート界もインバウンドを狙う？

広島駅から宮島口駅に向かう電車の車内は平日にもかかわらず混雑している。広島駅から座ることができず、乗車していた客のほとんどが私と同じ駅で下車した。これだけの人が私と同じ目的地に向かえばボートレースの未来はこの上なく明るいだらう。だが、駅を出た一団は、直進するのに対して、私は交差点を左折する。そう、彼らは外国人観光客で、目的地は安芸の宮島。私はボートレース宮島を目指して歩いた。

現代は空前のインバウンドブーム。レース場がある都市のいくつかは、観光地とつながりが深い場所にある。この宮島は最たる場所だが、国際空港から近い福岡や平和島はアクセスの面で一歩も二歩もリードしている。ほかにも富岡製糸場と桐生、富士山と浜名湖、東尋坊と三国など、枚挙にいとまはない。

そこでボートレース場にインバウンド客を誘致する施策を考えてみた。

①多言語対応の情報提供

主要な外国語での案内や情報提供を行う。ウェブサイトやパンフレット、サインボードを多言語化するなどで、外国人客が利用しやすくなる。このあたりは福岡が先んじている。

②観光パッケージの提供

レース観戦と地域の観光を組み合わせたパッケージツアーを

提供する。地元の名所やグルメを楽しめるプランを用意することで、観光客の興味を引く。

③SNSやインフルエンサーの活用

インフルエンサーと連携してプロモーションを行う。外国人は、日本の観光動画を見て、旅行に来るらしい。外国人ユーチューバーの著名な人を起用してバズらせる。

④インバウンド狙いのグルメ

場内グルメは地域に根ざした安くてうまいが最大の魅力だが、外国人向けフードの開発は必須。海沿いであれば寿司。ラーメンが強い地域であれば、本腰をいれて名物ラーメンを作る。

⑤両替所の設置

外貨では舟券は買えないので、両替所を設置する。レース場に両替所があると周知されれば、それだけで外国人が立ち寄る理由になるだろう。

⑥アクセスの改善

公共交通機関との連携を強化する。空港からの直通バスを提供することで、訪れやすくする。

⑦体験型プログラム

ペアボートしかない。あれほどエキサイティングな体験は他にない。

ここまで7項目書き連ねたが、どれも外国人向けでなくとも行つてほしい施策ばかり。本場にファンを呼び戻し、現場が活気に溢れてほしい。(ウエスギ)