

特集1



# 週末は山梨にいます。

## 富士の国やまなし「風林火山」観光キャンペーン展開中

今年のNHK大河ドラマ「風林火山」の放送は、山梨県にとって、その魅力を全国にアピールする絶好の機会です。

また、これに続く平成20年春(4~6月)には、JRと連携し山梨県の魅力を全国に向けて集中的に発信する「デスティネーションキャンペーン」を予定しており、平成18年度からの3年間で、山梨県を全国に向けて宣伝し、多くの観光客に本県を訪れていただきたいと考えています。

このため県では、関係団体などと連携・協働した宣伝・誘客活動や観光客への心からのおもてなしなど、山梨ファンを獲得するための『富士の国やまなし「風林火山」観光キャンペーン』を展開しています。

コンセプトは「身近なオトナの田舎」

富士の国やまなし「風林火山」観光キャンペーンは全国に向けて展開されていますが、中でも今後大きな市場として期待できる「首都圏のシニア層」に対しては、集中的な取り組みを図っています。

キャッチフレーズは「週末は山梨にいます。」としました。「平日は都心に向かうオトナが、週末は癒しの空間「山梨」でリフレッシュする時間を過ごす。」というイメージを表現しています。また「週末」という言葉には、団塊の世代(シニア層)の退職期を意識し、「第二の人生は山梨で暮らしています。」という意味合いも含まれています。

キャンペーンのコネクトは「身近なオトナの田舎」。これから退職期を迎える団塊の世代を中心とするシニア層が、第二の人生をゆっくり過ごすイメージです。豊かな自然や農山村の景観、日本一の水と光、手塩にかけたフルーツや農産物などをふんだんに紹介し、心と身体が喜びに満たされる空間・山梨へいざなおうという狙いです。そして多くの観光客が本県の多彩な魅力に触れ、ゆったりと過ごすことのできる「滞在型観光地」を目指しています。

週末は山梨にいます。

山梨は、異空間、違った世界。緑のトンネルを抜けたところに広がる別天地。そこでは富士山、南アルプス、八ヶ岳といった日本を代表する山々や桃の花のピンクのじゅうたん、丘に広がるブドウ畑、また宝石をちりばめたような夜景や満天の星空が迎えてくれます。そして、そこにある温かいもてなしが、日頃の無機質な生活から解放してくれる。そんなイメージを表現したのが、ここに紹介した五連のポスターです。ポスターには、国語学者・金田一春彦



## INTERVIEW 私流のおもてなし

### 降矢 英文さん 甲府城御案内仕隊隊員



甲府城を訪れる観光客の方々に城内を案内するボランティアに参加しています。案内をさせていただくお客様の中には、私以上に甲斐の歴史について詳しい方もおり、自分自身がいかにか地元の歴史を知らなかったかを痛感しました。地元のことをもっと知りたい、もっといいところを紹介したいと次々に新しい目標ができ、それがまた楽しいと感じています。

また、なによりいろいろな人と知り合えることが、隊員となって一番良かったことだと思っています。人に説明するためには自分で勉強することが不可欠なので、隊の活動とは別にさまざまな研修にも参加していますが、そういった研修でも新たな出会いがあり、勉強になります。

義務的な感じを持たずに、好きでやっているという気楽な気分で、できるだけ長く続けられたらと思っています。そして、なによりお客様の「いい旅」の思い出づくりのお手伝いをしていけたらと思います。

### 広瀬 アツエさん 山梨を楽しもうキャンペーン2005 私が出逢った山梨のおもてなし最優秀賞に登場 小菅村 広瀬屋旅館大女将



この小菅村の地で、昭和25年に創業してから60年間、季節の折々で採れる地のものを使った料理でお客様をおもてなししています。

春には山で採れるウドやワラビなどの山菜。秋にはキノコや自分で手をかけた畑の大根や里芋。小菅村の自然の恵みを私たちなりの料理でお客様には楽しんでいただいております。

毎年5月、東京の高校生が競歩大会で峠を越えていくときは、夜通し寝ずにお手伝いさせてもらっています。もう40年以上のお付き合いで、お手伝いにいらっしゃるOBの方との交流も楽しみにさせてもらっています。

お客様が大好きで、お話を聞いたり村の話聞いてもらったりと、私たち自身が楽しんでいるから、お客様にも満足していただけるのだと思っています。

気取らずに、自分たちができることを一生懸命やっているだけ。これからも私たちなりのおもてなしを続

### 小山 芳久さん (財)みずがき山ふるさと振興財団 増富の湯 総支配人





秩父多摩甲斐国立公園内に位置し、武田信玄の隠し湯としても知られる増富温泉は、みずがき山の麓に位置し、雄大な自然に囲まれています。立地条件がいいとは言えない場所なので、お客様が訪れたいと思っていただけるような価値づくりをしていかなければなりません。

お客様のいのちのサポートを理念に、ラジウム泉の温泉と、周辺の森林から出るマイナスイオンに包まれた素晴らしい自然環境を生かし、また、山菜を中心に作る料理も合わせて、心穏やかになってお帰りいただけるよう心掛けています。

その中で、何よりも大切なのはスタッフ一人ひとりがお客様をおもてなしする気持ちだと思っています。特別なおもてなしをするのではなく、普通のことを当たり前にごお客様に満足していただけるよ

●お問い合わせ：山梨県観光部観光振興課(山梨県大型観光キャンペーン推進協議会事務局)  
TEL 055 223 1557

 <http://www.yamanashi-kankou.jp/>

  携帯版観光専用ホームページ <http://ykyk.jp/>

の思いが、くり返し訪れることにつながっていきます。観光に携わる人々や、県内各地の観光ボランティアが

イドのみなさんはもちろん、道で行き交う私たち県民一人ひとりのおもてなしが、心に残る「山梨の思い出」と

なります。山梨ファンを増やすことは、観光業だけでなく、さまざまな産業や地域を元気にしていきます。

このキャンペーンを県民全体で展開し、ふるさと山梨を活力あふれる滞在型観光地に育てていきましょう。

「滞在型の観光地づくり」を本県が目指していく上で、この四つのテーマは、重要なキーワードとなります。このため市町村などと連携し、地域の特性を生かした素材や、これらを組み合わせ

せた本県ならではの体験交流型の観光メニューづくりを進めています。例えば、甲府市の美術館・文学館と史跡めぐり／山梨市の森林セラピー／笛吹市の石和温泉健康増進プラン／富士川地域のクラフト体験、味覚体験／北杜市のグ

リーンツーリズム／富士北麓のエコツーリズムなど。キャンペーンでは、こうした地域のさまざまな取り組みを、全国あるいは首都圏のシニア層にしっかりと伝えていきます。

私たちが旅をして記憶に残るのは、その土地ならではの郷土料理や、心も身体も癒してくれる温泉、四季折々の美しい景観などいろいろありますが、旅先で出逢った人々との心のこもったふれあい、何と云っても一番です。そして、その地域へ

団塊の世代を中心とするシニア層は、「健康を維持する」「自然に親しむ」「地域と交流する」「能力を高める」ことへの潜在需要が高くなっています。(レジャー白書二〇〇六 特別レポートより)

「健康」を維持する ウォーキング、温泉

「自然」に親しむ 花、森林セラピー、夜景

「地域」と交流する 食、体験、フルーツ、地場産品

「能力」を高める 歴史、文化、学習

### 展開テーマ

氏の山梨を題材にした随筆からの抜粋と、「週末は山梨にいます。」のキャッチフレーズを載せ、都市住民に山梨の素晴らしさを強く印象づけられるようデザインしました。

このポスターは、全国一、五〇〇のJR主要駅や主な観光施設などに掲出され、山梨の魅力アピールしています。

### 統一イメージの展開

今年のNHK大河ドラマ「風林火山」の統一イメージを全県的に展開するため、山梨県民の誇りであり精神性の象徴でもある「孫子の旗」と「風林火山のほり旗」を作成し、県内各施設に掲出しています。これにより「風林火山＝山梨県」というイメージの一層の定着を図っています。また、「富士山の世界文化遺産登録活動」などとも連携した富士山ブランド・ロゴマークを富士の国やまなし「風林火山」観光キャンペーンでも使用し、統一したイメージの展開を図つ

