



知られざるフィリピンの魅力 マニラ・ボラカイ島への誘い

7000もの島々からなるフィリピンには、首都マニラがあるルソン島や、観光開発が進むセブ島だけでなく、いまだ私たち日本人にも広く知られていない魅力ある島が数多い。

ボラカイ島も、その一つだ。ボラカイ島には空港がないので、マニラから、まずは隣接するパナイ島のカティクランという小さな空港をめざす。その空港から少し離れた船着場へまわり、今度は粗末なつくりのバンカと呼ばれるボートに乗船して、やっとの思いでボラカイ島に上陸できる。

ところが本当の旅はそこからだ。観光客がスーツケースとともに乗せられるのは、トライシクル(サイドカーがついた改造バイク)や、小型トラックの荷台に座席を設けたジブニー式の送迎バスで、これらが土埃をあげながら幾つかの集落を抜け、ようやくホテルにたどり着く。

こうしたアプローチが、旅人の気持ちを高揚させ、「はるか遠くへ来た」という旅情をそそる。そして青い海と白砂、熱帯雨林特有の木々の緑といった手つかずの自然、島の人たちが醸す何とも言えないアジアらしさが、喧噪のマニラとはあまりに好対照で魅力的だ。



フィリピン観光省のユージン・カウカ官補(左)とマニラの「ロムロ・カフェ」で

●ターゲットは女性観光客

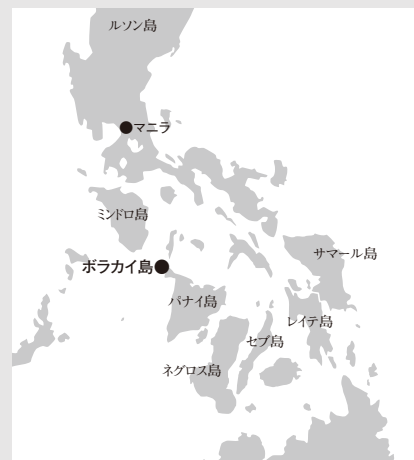
先日、ボラカイ島随一の賑やかな通り・ホワイトビーチをそぞろ歩いた。シーフードレストランや民芸品などの露天がひしめき、レトロな小さい観覧車もある。まるで時間が止まったかのような錯覚に陥った。猥雑さがない素朴なビーチリゾートだけに、海外からのカップルが多い。旅の原点に帰ったような気がした。

フィリピン観光省とともに今回、私たち女性記者をボラカイ島へと誘ってくれたのはANAである。観光の現場には数多くの白門OBが活躍しているが、ANAとのご縁も、所属する観光業白門会(任意団体)での小さな交流が始まりだった。

そのANAでは、マニラ線開設を機にフィリピンの観光政策における日本人誘致に、さまざまな意見交換の場をもったと聞く。日本から空路わずか4時間という近隣国だが、年間の日本人渡航者数は約38万人。台湾やハワイと比較をすると、約3分の1程度と振るわない。そのうち7割強を男性が占めるという。

いかに日本からフィリピンへの旅行者を増やすかという議論のなかで、ANA

は「韓国やタイがすでに成功させたように、女性ターゲットの情報展開が欠かせない」とフィリピン側へ提案した。そこで、今回のファミツアー(FAM=Familiarizationの略で、メディアや旅行会社等の招聘旅行のこと)が実現したというわけだ。



●白門がつなぐ

旅のディスティネーション(目的地)を掘り起こして商品化するのには、これまでは旅行会社が主体だった。しかし近ごろでは、インターネットを利用して航空座席やホテル客室を直接手配する個人旅行者も増えている。消費者が主体となって自由に航空会社やホテルを選ぶことができる時代、誰もが主役で、かつツアープランナーである。

そうしたときに、多角的な情報発信が欠かせない。今回のように女性記者が、プロの目で観て聴いたことを文字にして、多くの人に共有してもらうだけでなく、一旅行者のクチコミやつぶやきも、重要な情報ソースになっている。

それらがフィードバックされて旅行商品が形成されるという、逆転現象も旅行業の世界では起きている。

寒い日本の冬を抜け出して、隔絶された地上の楽園・ボラカイ島へ旅してみてもどうだろう。これは白門がバトンをつなぐ、フィリピンへの誘いだ。そして旅先で感じたことを、ぜひネット上でつぶやいてみてほしい。

略歴 ちば・ちえこ 観光ジャーナリスト。横浜商科大学・城西国際大学・東京成徳短期大学講師。中央大学経済学部卒。著書に「観光ビジネスの新潮流」(学芸出版社)など多数。