

九州の魅力を売り込む「LOHAS九州」

ソウル駐在員事務所

秘書 洪 承 元

最近よく耳にするロハス

ロハス（LOHAS）とは Lifestyles of Health and Sustainability の略字で、健康と環境問題に関心の高い人々のライフスタイルをいいます。アメリカで 1990 年代後半に誕生、日本でも 2004 年からロハスの熱風が吹き始めたそうです。韓国でも数年前から、健康食品はもちろん有機野菜からヨガまで、健康で心の安らぎを求める生活スタイルは、現代の韓国社会を語る上で欠かせないキーワードとなっています。

そのロハスに九州が加わると？

昨年から九州運輸局と九州観光推進機構がロハス九州（LOHAS Kyushu）という新しいブランド名で、Relax（休息）、Healthy（健康）、Beauty（美しさ）の三つのテーマで新しい九州の魅力を発信し韓国からの観光客を呼び込んでいます。

ロハス九州はビジット・ジャパン・キャンペーン（VJC）の地方連携事業の一環として推進しており、昨年下半年から韓国の大手民放テレビからポータルサイト、新聞等多様な媒体に集中的に広告を掲載し、もちろん韓国内の大手旅行会社ともタイアップしています。

今まで韓国では九州旅行と言えば、ゴルフと温泉が中心で地理的に近いために低価格旅行というイメージもありました。しかし今回は、ロハスの概念を前面に打ち出しワンランク上の層をターゲットとしています。高級な日本式旅館と温泉、有機農産物を使った自然料理や有機農ワイン、浴衣を着て町を歩いたり陶器に絵を描いて見たりと、体験を通じた休息と健康と美を併せた旅を楽しんでもらいます。

Relax（休息）は、九州全域の温泉と阿蘇の乗馬体験、街の風景等自然との出会いに、

Healthy（健康）は、鹿児島島の福山での黒酢味紀行、無農薬野菜等体験 + 料理、

Beauty（美しさ）は、心が癒される温泉とエステを含むことで女性観光客を刺激する等々。

このようなキャンペーンの効果や円安で割安感がでたこと等の理由で、昨年初めて訪日韓国人の数が訪韓日本人を上回りました。ここ数年は毎年二割以上の伸び率です。韓国人の旅先として福岡市の訪問率は国内第三位を占めています。また、九州を訪れる海外からの観光客のうち韓国人は六割にも達するそうです。

桜散る春に週末を使って、私も久しぶりに九州へ行って見ようかしら...



写真出所：

<http://www.welcomekyushu.or.kr/html/>