

日銀の視点

幼少期の記憶は得てして曖昧なものである。小学4年生の夏、福島県の親戚に会いたいと、突然の一人旅を決意する。子どもにとっては大冒険だ。母は上野駅で私を急行列車に乗せるに当たり車掌さんをお願いしてくれたが、その際、車掌さんが、「勝田駅まで乗務するので安心してほしい、その後も引き継ぎます」と言ってくれたような、おぼろげな記憶がある。勝田が茨城のどんな街かは知る由もなかったが、常磐線に3時間半以上揺られ、そして、茨城にも似た福島風の田園風景や太平

日銀水戸事務所長 稲見 征史

観光振興は魅力の発信

角堂は、外海で波の高い太平洋に面しながらも、美しい岩肌の高い丘に囲まれ、入り江のような形状の岩礁地にあつた。そこだけが不思議な空間となり、波も穏やかで、景色にもアクセントがある。東京を後にした天心が、創作活動

や磯遊びの拠点にしようと思つたのも納得だ。ふと、1903（明治36）年当時、県北のこの地までどうやって来たのかと疑問が湧いたが、既に常磐線はいわき駅まで開通していたらしく、期待に胸を膨らませながら、汽車に揺られてきたのかもしれないと、勝

手に自身の思い出と重ね合わせてみた。茨城アフターデスティネーションキャンペーン（観光キャンペーン）が10月から始まっている。3年間の施策の最終年であり、それに相応しい入り込み客数や経済効果を期

待したい。現在の個人消費は、一部に節約志向が見られるが、賃金の上昇により所得環境が改善しているほか、インバウンド需要もあつて、特に旅行などサービス関連の消費は堅調である。楽しいことへの支出は惜しまない傾向とも言え、県内にも広くその恩恵が及ぶことを願う。五浦からの帰路に立ち寄った御岩神社や鵜の岬、日立の海岸沿いのドライブなども最高であった。同キャンペーンのパンフレットに、私が巡ったルートは残念ながら掲載されていないが、それは県内に数々の見どころがあることの証しでもある。期間中には、

たくさんの魅力的な企画や催事が予定されており、県内観光関係者のアイデアと実行力に気合を感じる。最後に観光振興の秘訣を紹介したい。私は仕事などでお会いする方に茨城の良さを尋ねるようになっている。その時にいつも感じるのだが、県民の皆さんが地元の良いところを県外の人に語ることで、「これは面白い」と思ってもらえることが必ずあるのだ。「そつたたまには茨城に遊びに行こう」と思えば、首都圏から手軽に来ることが出来る距離感。皆さんの何げないお国自慢の発信強化がキャンペーンの一層の活性化につながるかもしれない。

（次回は11月9日）