

「ビジット・ジャパン・フェスティバル」で愛知の魅力をPR ーサンフランシスコ市内の訪日旅行促進イベントに出展参加ー

平成25年2月10日
サンフランシスコ産業情報センター
駐在員 佐藤 賢児

サンフランシスコでは、以前から、在サンフランシスコ日本国総領事館を始め、サンフランシスコ・ベイエリアで活動する日系旅行代理店、航空会社、地方自治体等で構成される「VJC(ビジット・ジャパン・キャンペーン)推進会」が、訪日観光客の促進に取り組んでいますが、このような中、サンフランシスコ市内の中心部で「ビジット・ジャパン・フェスティバル」という訪日旅行促進イベントが開催され、当センターも出展参加しましたので、今回はその概況について報告します。

【ビジット・ジャパン・フェスティバルの概要】

今回の「ビジット・ジャパン・フェスティバル」は、在サンフランシスコ日本国総領事館を中心として、日本政府観光局(JNTO)ロサンゼルス事務所、日本貿易振興機構(JETRO)サンフランシスコ事務所、現地で活動する地方自治体、日系旅行代理店、航空会社、飲食関係の企業等などで構成される「ビジット・ジャパン推進イベント実行委員会」により、2月9日と10日の2日間、日本の「衣・食・住」をテーマとし、来場者に対し、日本食や酒、ファッション、文化、先端技術など、各産業分野における日本の魅力を総合的にアピールすることにより、訪日旅行を促進することを目的として開催されました。

【集客力の高いユニオンスクエアで開催】

今回のイベントは、サンフランシスコ市のダウンタウンにある、「ユニオンスクエア」という屋外広場で開催されました。ユニオンスクエアの周辺には、大型商業施設や高級ホテル、ブランド店舗、飲食店などが立地しており、また、すぐ近くにケーブルカー乗り場もあることなどから、このユニオンスクエアを中心とした一帯は、多くの観光客や地元の買い物客が集まる地域です。

そして、このユニオンスクエアに、全天候型の大型テント及びテントブースが設営され、日本の観光地や食、文化、先端技術などを紹介する約30ブースが出展しました。

イベントの初日には、大型テント内に設けられた特設ステージでオープニングセレモニーが行われ、在サンフランシスコ日本国総領事館の猪俣総領事や、来賓のマーク・チャンドラー・サンフランシスコ市長室国際貿易・商業担当部長、フィル・ギンズバーグ・



イベント会場となったユニオンスクエア



和太鼓の演奏

サンフランシスコ市レクリエーション・公園局長からイベント開会に当たっての祝辞が述べられた後、鏡割りが行われ盛大に開会しました。

開会の後、この特設ステージでは、約30分間にわたり和太鼓の演奏が行われ、その他にも、琴・尺八の演奏や、空手の演武、日本舞踊、生け花、書道の実演、J-POPショー、日本のアニメーションの放映などもあり、どのパフォーマンスにも多くの観客が集まりました。



書道の実演



空手の演武

また、屋外に設営されたテントブースでは、日本酒やお茶、味噌汁などの食料品メーカーが試食・試飲を実施していた他、衣料服、キャラクターグッズ企業による自社製品の販売・展示や、ベンチャー企業や航空・鉄道会社が、各社の先端技術を紹介するなど、各業界における日本の魅力をアピールしていました。

【大型テント内全体で観光PR活動を実施】

全天候型の大型テント内には、特設ブースの周りに、JETプログラム（語学指導等を行う外国青年招致事業）の紹介のために出展した在サンフランシスコ日本国総領事館を始め、日本政府観光局（JNTO）ロサンゼルス事務所、日本貿易振興機構（JETRO）サンフランシスコ事務所、本県や福岡県、静岡県、東京都、京都市などの地方自治体、日系旅行代理店がそれぞれ出展し、日本各地の観光スポットの紹介や日本の先端技術等に関する情報提供も行ないました。



屋外のテントブース

当センターの出展ブースは、大型テントの出入り口付近で、テント内へ出入りする訪問客が気軽に立ち寄れる場所だったこともあり、予想以上の訪問客に来ていただき、本県及び中部地方の各観光地を紹介するパンフレットや、当センターが発行している観光ニュースターなどを用い、多くの方に各観光地の説明をすることができました。

ブース来訪者の中には、“有松絞りの体験をするために、先週友達と名古屋に行ったばかり”と話して



当センターの出展ブース

いたご婦人や、“愛知県内の大学に留学している友達がいるので、来月愛知県に遊びに行くんだけど、どこかいい観光スポットを教えてください。”といった方からの嬉しい声も聞かれました。

また、当センターのブース訪問者に対し、観光に関する簡単なアンケートをお願いしましたので、主な集計結果をご紹介しますと、

“Q：日本に観光で行く場合、何を楽しまたいですか？（複数回答）”という質問には、①食事（88票）、②史跡巡り（65票）、③温泉（53票）という順番となり、日本食の人気の高さを裏付ける結果となった一方で、

“Q：日本への観光に関心がない理由は？（複数回答）”という質問に対しては、①旅行代が高い

（34票）、②言葉の問題（11票）、③距離が遠すぎる（6票）という結果になり、

“Q：旅行先を決める際の最も重要な情報源は？（複数回答）”という質問については、①友人（60票）、②インターネット（45票）、③ガイドブック（25票）という順番で、改めて“口コミ”の影響力の大きさを実感しました。



なお、本県の認知度を確認するために、“「愛知県」という県名を聞いたことがありますか？”という質問もしたところ、「愛知県に行ったことがある」の10%と「はい」の38%を合わせると、ほぼ過半数のブース訪問者が本県の事を知っていたようですが、逆に、まだ過半数の人が知らないということでもあるため、今回のようなブース出展も含め、継続的なPR活動の必要性を再認識させられる結果となりました。

そのため、これからもサンフランシスコ・ベイエリアで活動している日系関係機関と連携し、積極的に本県の観光PR活動にも取り組んでいきたいと思っております。