広域連携でシンガポール人に観光ＰＲ

シンガポール事務所

2015 年のシンガポールからの訪日旅行者数は、前年比 35.5%増の 30 万 8,800 人と訪日旅行者がますます増えているシンガポールで、春夏旅行商品に関する旅行博「Travel Revolution 2016」が 2 月 26 日から 28 日に開催されました。クレアではＪＮＴＯシンガポール事務所と連携し、ジャパンパビリオン内のビジットジャパンブースで来場者に対して日本の観光案内を行いました。自治体が旅行博で観光ＰＲすることも定着しており、今回の各ブースでのＰＲ方法について気がついたことを報告します。

観光案内をするクレア職員

広域で連携したブースが目立ちました

関西、四国、北陸信越、中国では、関連地域が広域で出展することで、各県の良さを取り混ぜて来場者に説明をしていました。中国ブースの担当者からは、「中国地域の知名度はまだまだ低いが、日本へのリピーターが多く、新しい目的地として話を聞いてくれる。」と好感触を得ているようでした。

ラッキードローで客を引き付ける

シンガポールでは、ギブアウェイ商品の効果も大きいです。いくつかのブースでギブアウェイ商品を活用していましたが、中でも北海道観光推進機構のブースの千本引きには長蛇の列ができていました。景品に駄菓子を利用したことも新鮮でした。

大人気の千本引き→

旅程を作成して配る

静岡県東南アジア駐在事務所のブースでは、東京からの着地型旅行スケジュールのリーフレットを作成し、旅程提案を効率よく行える工夫をしていました。リーフレットにはハイライトの写真も織り交ぜており、観光地紹介のパンフレットと併せて説明を行っていました。来場者の中には、「往復航空券だけを買ったけど、どこを訪れたらいい？」といった質問をする方もいるため、有効なＰＲ手段と言えます。

静岡県が作成した着地型旅程→

（太田所長補佐　浜松市派遣）