

シンガポールで仙台の魅力を発信！

シンガポール事務所

クレアシンガポール事務所は、5月26日にJR東日本ホテルズがJAPAN RAIL CAFE（以下、JRカフェ）で開催した仙台の魅力発信イベントに参加し、仙台の観光プレゼンテーションを行いましたので報告します。

1 訪日外国人旅行者の現状

JNTOによると2017年における訪日外国人旅行者数は2,869万人と過去最高を記録しました。一方で、東北エリアにおいては、訪日旅行者の延べ宿泊客数の伸び率がエリア別で最大となっているものの、全国シェアは僅か1.3%と低迷している状況です。そこで、東北エリアでは、（一社）東北観光推進機構を中心に官民一体となったインバウンド誘客の取組を強化し、2020年における宿泊客150万人の達成を目指しています。

2 イベントの概要

今回のイベントは、JR東日本ホテルズがJRカフェにて長野、秋田、山形、岩手、仙台を3週に渡って特集し、各地のホテルメトロポリタンや駅ビル等を紹介することで各地の魅力を発信したものです。

当日は、初めにDVDで仙台を紹介した後、クレアシンガポール事務所による仙台観光プレゼン、そして、仙台駅で撮影されたVTRが流れ、仙台名物の紹介や仙台駅直結のレストラン、ホテルメトロポリタン仙台等が紹介されました。イベントの最後には、仙台名物「ずんだ餅」が配られるとともに、ラッキードローも行われ、ホテルメトロポリタン仙台のレストラン招待券等がプレゼントされました。また、今年の仙台七夕で実際に飾られる短冊もイベント参加者を書いてもらうなど、1時間の短い時間を有効に使って仙台の魅力を伝えました。



ラッキードローの様子



参加者に配られた仙台名物「ずんだ餅」

3 JRカフェとは

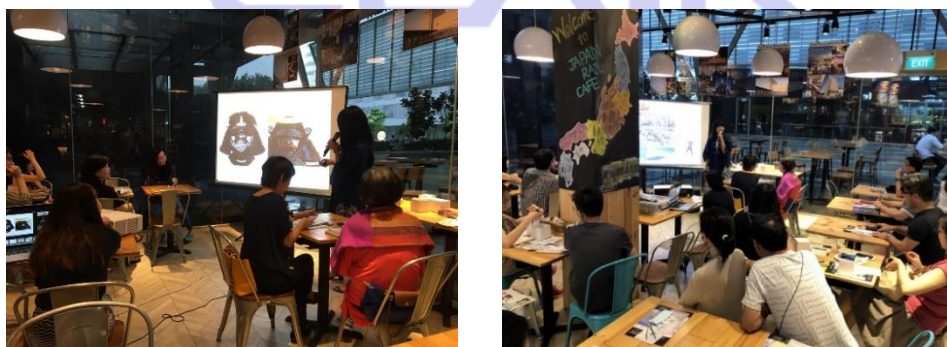
今回イベントが行われたJRカフェは、JR東日本が、2016年11月に訪日旅行に関する情報発信と日本に関心の高い現地の方々の交流の「場」としてオープンしたものです。これまでも日本の自治体・企業・団体と連携し、日本各地の魅力を紹介するほか、訪日旅行の相談に応じる係員の配置や訪日外国人旅行者向けの鉄道パス類等を販売する旅行カウンターも設置されています。また、日本を感じる季節感のある料理や飲料の提供と雑貨・食品の販売も行っています。

シンガポールからの訪日旅行者はリピーター比率が7割を超えており、定番の観光情報のみならず、ユニークで最新の日本の情報が求められています。JRカフェは、日本各地の情報発信や、訪日旅行が好きな方々同士の情報交換等を促進することで、ASEANにおける新しい形態のインバウンドの拠点を目指しています。

4 仙台観光PRのプレゼンテーション

クレアシンガポール事務所のプレゼンターは仙台出身ということもあり、定番の観光情報に加えてユニークで出身者だからこそ知っている地元で人気のお店や観光スポットを紹介しました。導入部分では、仙台駅から徒歩圏内の食を中心としたおすすめスポットを紹介することで、イベント参加者がまるで仙台の街歩きをしているかのように感じるよう工夫しました。また、東北特有の気候に焦点を当て、春に桜と雪が同時に楽しめるという東北ならではの魅力を紹介しました。併せて、ユーチューブでの映像発信が火付け役となり、インバウンド客が急増した「キツネ村」や「猫島」も紹介し、動物と触れ合える体験型の観光も紹介することで、参加者の興味を惹きつけました。

プレゼンテーション中は参加者に質問を多く投げかけ参加者と会話することで、JRカフェのコンセプトでもある「訪日観光が好きな方々同士のコミュニケーション」が実現出来るよう工夫しました。



仙台観光PRプレゼンテーションの様子

5 イベントを終えて

当日は大雨となりましたが、用意された席はほぼ埋まり、集まった参加者は、おすすめ観光スポットを携帯にメモを取ったりと熱心に聞く様子が窺え、改めてシンガポール人の日本への関心の高さを実感しました。イベント後、仙台での旅行体験を熱く話してくれる方もおり、次回は訪日経験者とタイアップするとより効果的に参加者にPR出来ると感じました。

また、自分が書いた短冊が実際に仙台に飾られることに非常に興味を持つ方が多かったのも印象的でした。クリアシンガポール事務所では、今年の仙台七夕で今回作成された短冊が飾られている様子をフェイスブック等で発信し、来年は訪日して本物を見たいと思ってもらえる工夫を続けていきます。

(倉田所長補佐 仙台市派遣)

