

シンガポールで福岡市長が若者向けトッププロモーション

シンガポール事務所

1. トッププロモーションの目的



スピーチする高島市長

福岡市の高島宗一郎市長がシンガポールを訪れ、シティプロモーションイベントを行いました。シンガポールでは北海道が抜群の人気を誇っています。しかし、このところ九州の知名度も徐々に上がりつつあります。シンガポールから九州を訪れる観光客は今年上半期には、好調であった 2010 年の数字よりも増えています。しかし、福岡空港に到着後、すぐに熊本県、大分県など近隣県に向かう傾向があるようです。そのため、福岡県ではむしろシンガポールからの観光客数は減っています。福岡市は日本国内では若者に人気が高い都市です。シンガポールでも若者にその魅力を伝えるため、全国の政令指定都市の中でも年齢が30代と若く、情報発信力が非常に高い高島市長がトップセールスを行いました。

2. 若者にターゲットを絞ったプロモーション

シティプロモーションの場所として、福岡市は若者に人気の繁華街であるクラークキーを選びました。飲食店街のオープンスペースに屋外ステージを作り、福岡のデザイナーによるファッションショー、アイドルグループ QunQun のステージ、福岡市のクリエイターによるアニメの上演など、福岡市がクリエイティブ・エンターテインメントシティであるということをアピールしました。



ファッションショー



福岡のアイドルグループ QunQun

自治体が通常行う温泉、グルメ、名跡等を中心にPRする手法とはまったく異なるプロモーションは参加者に新鮮だったようです。福岡市はターゲット層を若い年代層に明確に絞りました。若者に特化したプロモーション場所の選定やコンテンツの選択など、日本の他地域との差別化を図る意味でも斬新な取組であると思います。

(中村次長 福岡県派遣)