

米国大手旅行情報メディア“Frommer’s”を活用した 東北の観光「再アピール」

ニューヨーク事務所

1. ニューヨーク・タイムズトラベルショー2013の概要

2013年1月18日から20日にかけて、ニューヨーク・マンハッタンのジャビッツコンベンションセンターにおいて、米国最大級の旅行博であるニューヨーク・タイムズトラベルショー2013（以下：NYTTS）が開催されました。同イベントでは、日本政府観光局（JNTO）が「Visit Japan ブース」を設置し、日本政府機関、地方自治体（東京・京都・神奈川・沖縄）及び旅行代理店及び航空会社等、オールジャパンによる訪日旅行促進を行いました。

クレアNY事務所では、昨年引き続き東日本大震災で被害（風評被害を含む）のあった東北地方を中心に観光PRを実施しました。特に、観光庁が米国の大手旅行情報メディア“Frommer’s”とのコラボレーションにより制作したガイドブック「東北 & 北関東」が1月に出版されたことから、本ガイドブックのブランド力を生かし、東北地方が有している観光地としての魅力の「再アピール」を行いました。



Visit Japan ブース全体の様子

2. “Frommer’s”とは

大手旅行情報メディア“Frommer’s”は、創設者のアーサー・フロマー氏が米国陸軍伍長としてヨーロッパに派遣されていた1955年に、彼と同じくヨーロッパに派遣されている米兵向けに作成した旅行ガイドを起源としています。米兵の間で大変好評であったことから、2年後の1957年に一般市民向けのヨーロッパ旅行のガイドブック「Europe on 5 Dollars a Day（1日5ドルのヨーロッパ）」を発売、“Frommer’s”を創業することとなりました。現在では、350タイトル以上のガイドブックを発行しており、その中には東京や京都など日本のガイドブックも含まれています。ガイドブックの販売部数は創業後通算で7千5百万部を超え、今や米国の旅行情報メディアとして不動の地位を築いています。

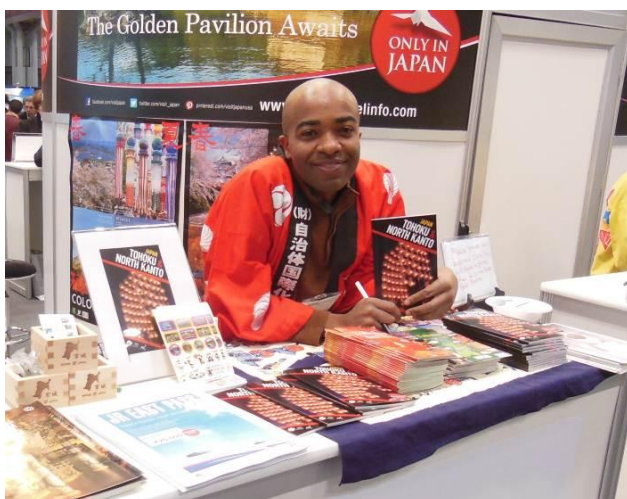


“Frommer’s” ブランドのガイドブック「東北・北関東」

3. JET プログラム経験者の会の協力

在 NY 日本国総領事館と国際交流基金の共同ブースでは、日本の伝統文化の紹介を目的とした鎧甲冑の着付け体験会が実施されました。ブースでは、領事館職員等と一緒に JETAANY (JET プログラム経験者の会 NY 支部) のメンバーが着付けの補助や、実際に甲冑を身につけ来場者の呼び込みを行なうなど、活躍している姿が目立ちました。

また、クリア NY 事務所のブースでは、JET プログラムで東北に配属されていたメンバーにボランティアとしてブース運営の補助を依頼しました。協力してくれた Owen Rosa 氏(岩手県)と Rashaad Jordan 氏(山形県鶴岡市)は、来場者に対し、それぞれの経験を基に説明を行ないました。来場者の中には真剣に東北行きを検討したり、彼らに対して、次の旅行の候補目的地としての詳細な質問を投げかける人が多くいました。



クリアブースのボランティアをする JETAANY メンバー



甲冑の着付け補助のボランティアをする JETAANY メンバー

4. クリアブースの当日の状況

通常は有料である“Frommer’s”ガイドブックの無償提供に対する人気や、東北観光推進機構及び東北の各自治体より提供していただいたノベルティの効果もあり、クリア NY ブースには非常に多くの来場者が集まりました。

クリア NY ブースでは、東北・北関東全般を表す「Northern Japan」の言葉を使い積極的な呼びかけを行い、日本の北東地方のプロモーションをしているブースであることを、来場者に対しわかりやすくアピールしました。東北地方がどこなのか良く知らない来場者に対しては、“Frommer’s”ガイドブックに掲載されている日本全体のマップにより東北地方の位置を説明す



クリアブース (一部) におけるパンフレット等配置状況 (“Frommer’s”ガイドブック、平泉、JRPASS を中心に PR)

るとともに、“JR EAST PASS”と「世界遺産 平泉」のパンフレットも併用、米国からの到着便が一番多い成田空港からのアクセスが容易で、「安く、早く、そしてこれまで見たことのない、世界遺産『平泉』のような魅力的な地域へ行くことができる」ことを強くアピールしました。ブースを訪れた来場者のうち5組は、本年中に東北地方へ観光に行くことを約束してもらえらるほどの手応えでした。

5. 今回得られた成果と、今後の課題

“Frommer’s”ブランドの活用により、来場者の注目を集めることができたことは、東北への観光客誘致を行なう上で、非常に効果的でした。また、東北に住んでいた経験があるJETAAのメンバーの実体験に基づいた説明をネイティブの英語で発信することができたことは、東北観光の魅力の説得力を一段と増すものであり、同地方への観光をPRする上で大変効果的であることを再確認しました。

一方で、訪日旅行の経験がある来場者の中でも東北に行ったことがない、あるいは同地方を知らない人が未だ少なくありません。彼らの多くは、東京から東北の主要都市の仙台まで、新幹線の利用により1時間半で行くことができることや、関西圏からも飛行機で簡単にアクセスできることを知りません。そのため、今後の東北観光のPRでは、JR東日本とこれまで以上に連携し、魅力的な東北地方へ、安く、そして簡単に訪問できることをアピールするモデルコースの提案など、一歩進んだプロモーション体制を築く必要があります。また、航空会社等とも連携を図り、ゴールデンルートなどの東北以外への観光と東北地方への観光を組み合わせた旅行など、多様な提案も行なうことで、より効果的に東北地方への訪日旅行を促進していく必要があると感じました。

クリアNY事務所では引き続き、自治体、関係機関、民間企業との連携を強化し、東北地方の観光をアピールしてまいります。

(伊藤所長補佐 宮城県派遣)

<参考>

観光庁の海外人気ガイドブックのブランドを活用した東北・北関東観光ガイドブック制作事業に関するページ：http://www.mlit.go.jp/kankocho/news08_000130.html