

海外事務所だより

ニューヨーク事務所

東北地方の復興支援に向けた クレアニューヨーク事務所の取り組み (2011年度分)

(財)自治体国際化協会ニューヨーク事務所所長補佐 伊藤 崇宏(宮城県派遣)

はじめに

2011年3月11日に発生した東日本大震災は、多くの尊い命を奪っただけではなく、東京電力福島第一原子力発電所の事故による風評被害を含む深刻な被害を起し、日本経済に対しても打撃を与えた。特に海外からの訪日観光客の激減や、世界各国で販売されている日本の商品に対する懸念などについては、震災直後から早急な解決が求められた。

クレアニューヨーク事務所では、発災直後より、日本に滞在するJETプログラム参加者の安否確認と安全情報の提供に努めたほか、2011年度は、日本の風評被害払拭に取り組む各自治体や政府機関の活動の支援を行った。また、JETAA（JETプログラム同窓会）と連携した復興支援活動にも取り組んできたところである。

そのような取り組みに加え、当事務所では震災で特に大きな被害を受けた東北地方の復興支援に焦点を当て、さまざまなイベントにおいて同地方の復興状況のPRや、安全情報の発信を実施した。以下、いくつかの取り組みについて紹介したい。

ミシガン州「日本祭」への ブース出展

2011年10月3日にミシガン州ノバイ市で開催された「日本祭」においてクレアブースを設け、東北の復興状況などについて情報発信を行った。本イベントは、在デトロイト総領事館およびデトロ



東北の復興状況PRブースの様子

イト日本商工会議所が対日理解の促進のため毎年10月に開催しているイベントである。2011年は震災が起きたことから、震災の風評被害対策および観光促進のため総領事館から当事務所への出展要請があり、クレアブースを出展することとなった。

当事務所では最初に、本イベントにおいて①「何をするべきか」および②「何ができるのか」についての検討を行った。「日本祭」ということもあり、震災に対する関心も非常に高いと予測されたため、①「被災地の復興状況のPRおよび日本食の安全PR」をするべきであり、②「復興状況PRブースおよび仙台味噌を使った味噌汁の試飲ブース」を設けるという結論に至った。当日、復興状況のPRブースに集まった来場者からは、配布資料や展示している被災地の写真が入ったバナー（垂れ幕）を見て、現在の状況を心配する声や励ましの声が多く寄せられた。また、原発事故の放射能の影響が心配だが、安全面が確認できれば、日本へ旅行したいという人も多くいた。

味噌汁の試飲ブースも盛況で、開始1時間後には、用意した700食のサンプルが全てなくなった。試飲した人からは、被災地産品に対する不安の声も無く、仙台味噌の販売先について質問するなど、高い関心を示してくれる声も多かった。

「ボストン・グローブトラベルショー2012」へのブース出展等

2012年2月10日から12日の間、マサチューセッツ州ボストンで開催された「ボストン・グローブトラベルショー2012」において、在ボストン総領事館が設置した「ジャパンプース」の一部を当事務所へ提供してもらい、「東北観光PRコーナー」を出展することとなった。本イベントは、来場者が毎年およそ2万人を超える全米でも有数の大規模な観光イベントであり、旅行に興味を持つ一般客だけではなく、情報発信力を持つ旅行代理店やメディア関係者も多数来場する。このことから当事務所では、東北地方の観光をPRするため、「東北地方に興味を持ってもらう、かつ、楽しく知ってもらう」というテーマに焦点を当てた。また、後に触れるが、3月にニューヨークで開催された「ニューヨーク・タイムズトラベルショー2012」と実施内容が共通であることから、下記のように準備を行った。

- ・東北地方のパンフレット収集
(東北観光推進機構に協力依頼)
- ・ノベルティー・グッズ(アンケート回答者に対する景品)収集
※被災地の復興支援のため、被災3県(岩手・宮城・福島)の産品を選定
- ・東北地方の観光資源PRバナーの製作
(写真データは東北観光推進機構からの提供)
- ・クイズ形式のアンケートおよび東北の観光情報を盛り込んだ解答の作成
(解答を持ち帰り、東北の観光情報について知識を深めてもらうことが目的)
- ・メディアキットの作成
(事務所のオリジナルトートバッグに、パンフレット一式や東北観光地の写真データなどを保存したCD-Rを同封)



クイズ式アンケートに答える来場者の様子

当日の「東北観光PRコーナー」は、訪問者で常時にぎわった。特に、景品付きのクイズ形式のアンケートの人気は非常に高く、回答者数は3日間で481人に上った。アンケートでは、「震災後の日本における安全性の印象」にかかる問題を設定したが、回答者の97%が「問題ない」を選択した。また、「東北地方における観光資源の印象(複数選択可)」については、「自然」と回答した人が全体の61%と最も多く、次いで「郷土料理」(59%)、「歴史的施設」(53%)、「温泉」(51%)、そして「お祭り」(50%)と続いた。一方で、「世界遺産」の「平泉」(2011年登録)や「白神山地」(1993年登録)については、全体の37%にとどまり、さらなるPRが必要であることを示す結果となった。

多くの訪問者が「東北」というなじみのない地域にもかかわらず、熱心に、そして楽しみながら回答していた。また、回答者の多くは、回答後もブースからすぐに立ち去るのではなく、回答に関する我々の説明にも真剣に耳を傾け、興味を示していた。

また、本イベント前日の2月9日には、在ボストン総領事公邸での観光レセプションが開催された。レセプションは、訪日観光客誘致をPRするため、米系の旅行代理店や航空会社、マサチューセッツ州政府の関係者などを一堂に集めて実施された。当事務所では、東日本大震災で被災した東北地方の復興状況と観光PRについてのプレゼンテーションを行った。また、会場では、東北の郷土料理や地酒も振る舞われ、関係者に対して「東北の魅力」を訴えるものとなった。

「ニューヨーク・タイムズトラベルショー 2012」へのブース出展

2012年3月2日から4日にかけて、ニューヨークで開催された「ニューヨーク・タイムズトラベルショー 2012」に参加した。本イベントは、「ボストン・グローブトラベルショー 2012」と並び、米国最大級の旅行博の一つである。当事務所は、日本政府観光局(JNTO)と共同で「ビジット・ジャパンブース」を設け、大震災直後から低迷している訪日観光客数の回復を図るため、一丸となって日本の魅力発信を行った。

ビジット・ジャパンブースでは、2月のボストン・グローブトラベルショーと同様、東北地方を中心とした訪日観光客誘致のPRを実施した。また、来場客を引きつけるため、書道やけん玉のデモンストレーションを行った。今回はブースの規模が大きく、人手が多く必要となったため、JETAAニューヨーク支部に協力を依頼し、ボランティアを募った。その結果、9人のメンバーが手を挙げ、そのうち6人が被災3県で働いていたなど、大変心強い協力者を得ることができた。彼らは、東北地方への郷土愛を胸に、自身の経験や知識をフルに活用して対応してくれた。

当日のクレアブースは、景品付きアンケートクイズやJETAAボランティアの活躍、そして書道・けん玉のデモンストレーションにより常に盛況であった。アンケートの回答者数は、675人にも上り、多くの方がクイズを通し「東北地方」についてのイメージをつかみ、クイズの解答とともに観光情



書道デモンストレーション (左側はJETAAメンバー)

報パンフレットを持ち帰った。

アンケート結果は、「震災後の日本における安全性」について、92%の人が「問題ない」と回答し、ボストンでのアンケートと同様、震災後の状況を懸念して訪日を思いとどまっている印象は受けなかった。「東北地方の観光資源に対する印象」については、約69%の人が「自然」と回答し、「郷土料理」(57%)、「温泉」(53%)、「歴史的施設」(52%)、そして「お祭り」(51%)と続き、こちらもボストンでの結果に相通ずるものであった。また、東京から仙台へのアクセスが容易で、低料金かつ移動時間が短いということに驚く人が多く、本アンケートを通じて東北地方が旅行しやすい場所であることを広く周知することができた。

おわりに

米国では、募金活動や支援物資の提供など、震災直後から多くの慈善活動がいたるところで展開されている。震災から1周年の際には、全米各地において追悼イベントが開催され、多くの米国人が参加するなど、今でも日本のために祈ってくれる人々は数多い。これまで紹介してきた当事務所の取り組みは、単に観光客誘致PRや食の安全性の発信による日本のイメージ回復だけにとどまらず、そのような米国人に対して、彼らが支援を行った被災地が、復興に向けて歩みだしている様子を伝える良い機会にもなったと感じている。

上記のほかにも、当事務所では、ワシントン州シアトル、オハイオ州およびカナダ・ケベック州モントリオールで開催されたイベントにおいて東北の復興状況PRを行うとともに、風評被害払拭に向けたアピールを米国地方行政団体に対して行ってきた。また、JETAA等を通じた情報発信も行っている。

しかし、一方で未曾有の災害を被った海岸沿いの地域では、まだがれきが山のように積まれた状態のままに残され、多くの住民が仮設住宅での生活を余儀なくされており、継続した支援が必要である。2012年度もこれまでの経験を活かし、継続的に復興状況PRなどを行うとともに、東北が本来持っている魅力を伝えていくことで、観光振興に向けた取り組みを実施していきたい。