

釜山国際観光展と韓国市場商談会で釜山はもっと近くなる

ソウル事務所

1 注目したい、韓国第二の都市・釜山

今の韓国には反日感情や放射能に関する風評など、訪日旅行にマイナスの影響を与える要因が存在していますが、それでもなお今年上半期の訪日外国人観光客の最大シェアは 27% を占める韓国人で、その数 132 万人は対前年同期比で 38.4% 増加しています。



このような中、韓国第二の都市・釜山において「第 16 回釜山国際観光展 (BITF2013)」と「2013 VISIT JAPAN 韓国市場商談会 in 釜山」が盛大に開催されました。釜山は人口約 360 万人の大都市であり、釜山・慶南地域でみると人口 700 万人となる大きな市場です。日本への船舶便も毎日運航しており、航空便では今年下半期に那覇と結ぶ新規路線が決定、また LCC が関西便の運航を開始するなどして就航路線が大幅に拡大され、送客数の増加が期待されている地域です。

2 詳細な情報を用意しておきたい、釜山国際観光展

釜山国際観光展は釜山広域市の主催で例年 9 月に開催され、観客数はソウル近郊で開催される韓国国際観光展 (KOTFA) に次いで韓国内では二番目の規模となっています。第 16 回となる今年の観光展は 9 月 6 日 (金) から 9 日 (月) まで、BEXCO (釜山展示・コンベンションセンター) において開催されました。世界 43 か国、241 の団体や企業が出展し、観客数は 9 万 4484 名 (国内 8 万 6995 名、国外 7,489 名) に及びました。会期が秋月 (チュソク) 連休 (今年は 9 月 18 日から 5 連休) の直前ということもあって、具体的な旅行プランを考えている人が多いように感じられました。

「温泉 & ヒーリング」をテーマにしたジャパンパビリオンは JNTO (日本政府観光局) をはじめ自治体・観光関連団体・企業など 21 団体により構成され、それぞれが観光 PR に努めました。ブースを訪れる観客は日本に対して強い関心がある方ばかりで、日本に何度も行ったことがあるという方も珍しくありません。Suica は使えるのか、といった細かな情報が求められたり、マニアックかと思われるような情報が喜ばれたりもしました。



東京オリンピック開催決定
の知らせが入った



韓国人は写真撮影が大好き。撮影ができるブースは人気を呼んだ



韓国の旅行会社のブースが並ぶ区画。社員がブース対応をしているため、コンタクトをとる出展者もいた

3 観光展と合わせて参加を検討したい、韓国市場商談会

釜山国際観光展の前日には例年、日本の参加者向けに、観光庁と JNTO 主催による商談会が開催されています。今年は9月5日（木）午後にロッテホテル釜山で開催され、訪日旅行を扱う韓国の旅行会社・ランド社 42 社、航空・海運会社4社のほか、メディア関係者が招聘されました。日本側からは観光展出展者のほとんどを含む 36 団体が参加していました。

商談の相手は事前に専用サイトで申し込むことになっており、4社まで選択することができました。受け付けは先着順のため、有名企業との商談枠は早々に締め切られます。その他小規模の業者については企業情報の収集も困難であったため、よくわからない企業を選択したという参加者もいました。

多少不安な感は否めない中で始まった商談会ではありましたが、事前に用意された4枠とフリーの時間を合わせて各参加者はおおむね6～7社と商談することができた模様です。そしていずれの商談相手からも独自の商品開発をするためのネタを探したいという強い意欲が伝わり、真剣な商談や情報交換ができたようです。小規模な業者は社長自らが商談に臨んでおり、商品化に向けた具体的な話や、日本側の当事者が思いもよらなかったような新しい提案をすることもありました。個人自由旅行を専門に扱う旅行会社の若手社員は日々顧客に接しているらしく、放射能に対する安全性を顧客に説明するための資料を求めたり、得意先への配送用に案内資料をリクエストしたりもしていました。



4 より効果的なPR活動のために

観光展のブースでゲームをしたりプレゼントをしたりするのは定番となっていますが、集客の手段としてはほかに「語りかけ」の効果が見逃せませんでした。地元の通訳者や学生アルバイトを配置するブースも多かったのですが、彼らが観客に対して自分の言葉で話しかけると、かなりの確率で反応がありました。観客にしてみれば韓国語で話ができるという安心感もあるのでしょう。「個人的にはここがおすすめ」という言葉も韓国人同士の信頼感から成り立つもので、それは一種のクチコミのように感じられました。真珠が表紙に

なったパンフレットを見せて言った「お母さんにプレゼントするといいわよ」という言葉も韓国人の心をつかんだようです。観光展だけでなく商談会も同様に、限られた時間を有効に使うためにも通訳者を味方にしない手はありません。

路線拡大で釜山からさらに近くなっている日本ですが、心理的な近さを釜山の人たちに感じてもらうこともポイントになりそうです。

(加藤所長補佐 三重県派遣)

