

2019年 Japan Expo出展報告

2019年11月6日



出展概要

- 開催期間:2019年7月4日(木)－7月7日(日)
- 開催場所:Parc des Expositions de Paris-Nord-Villepinte
- 来場者数:252,000人
- 出展参加者:以下参照
- 産学連携出展:在福岡の専門学校が週末合流して、会場内ステージでパフォーマンスを実施

| 参画団体名 | 現地派遣人数 | 備考 |
|-----------------------------|--------|---------|
| 九経連 | 2名 | 1名は日仏通訳 |
| 福岡県 | 2名 | |
| 熊本県 | 3名 | |
| 大分県 | 3名 | 1名は現地合流 |
| 宮崎県 | 4名 | |
| 出展者計 | 14名 | |
| 安達学園/九州デザイナー学院(福岡) | 12名 | 週末のみ参加 |
| 安達学園/九州観光専門学校(福岡) | 13名 | 週末のみ参加 |
| Ecole Jean Trubert(フランス交流校) | 11名 | 週末のみ参加 |
| 九経連・少子高齢・雇用委員会・欧州調査団 | 16名 | 開催日に視察 |

- 出展エリア:「観光エリア」
- 出展ブース・コマ数:4コマ…計24m² ※全体の出展ブース数は798、うち日本から234
- 取扱代理店:クロスライトジャパン(Japan Expo公式代理店)

プロモーション基本テーマ ～ 「KYUSHUの浸透と、RWC2019をフックにした九州への観光誘客」

九州ブース

素材特化型プロモーション

九経連

欧州向け素材フックの誘客、及びブース集客の仕掛け

エリア特化型プロモーション

福岡県/熊本県/大分県/宮崎県

各エリアへの誘客に加え、RWC開催地エリアへの誘客

ブースでの配布パンフレット

| パンフレット名 | 発行元 |
|---------------------|----------|
| Matsuri in Kyushu | 祭り実行委員会 |
| 屋久島ガイドブック | 屋久島町 |
| 九州高速道路ガイドマップ | NEXCO西日本 |
| Kyushu Express Pass | NEXCO西日本 |
| 九州と諸外国の交流ストーリー | 九州地整局 |

42インチモニターTV使用のV
 ・ICHIBAN Japan動画
 ・屋久島・高千穂
 ・博多祇園山笠
 ・九州観光推進機構作成動画

くまモンによる集客・来訪者対応

スーパーYou Tuber ギョーム・ジャマル氏のKYUSHUプロモーション

・学生による、漫画作画デモンストレーション
 ・学生による来場者への観光案内

九州ステージ

Treasure Island Kyushu

九州観光
専門学校

九州観光の見どころのプレゼンテーション

Japan & France, Face-Off in Drawing

九州デザイ
ナー学院

フランス人学生との即興でのお絵かき対決





Japan Expo 2019出展に関する総括

1. 昨年同様に会場は盛り上がり、4日間を通じて10代～20代の来場が多かったが、土日は仕事が休みの30代以上の来場も多く、九州に興味のある人達が多数九州ブースを来訪した。
2. 各県の配布用パンフレットは4,000～5,000部を準備していたが、これらがほとんど配布完了されており、同エリアの他行政ブースと比べても九州ブースへの来訪者数は多かったものと推測出来る。
3. 今回初めての試みとして、アニメと観光の専門学校を有する安達学園と連携し、同校の研修旅行のプログラムの一環として、学生達によるステージパフォーマンスやブース対応を実行したが、学生と来場者との親和性が強く、九州の知名度アップに貢献する結果となり、また主催者側からも大きく興味を引く新しい取組みとなった。
4. You Tuberのギヨーム・ジャマル氏のブース招聘は、昨年にも増して、ブースファンが殺到し、ジャマル氏も進んで九州のPRを行うなど、昨年より一歩踏み込んだものとなった。
5. 来場者アンケート結果を見る限り、回答者の九州に対するイメージや理解は概ね的を得ており、九州への認知度も昨年アンケート比で8ポイント上がっている。「よく知っている」+「聞いたことはある」計で、69%・2018年⇒77%・2019年）
総じて、来場者の九州に対する認知度と興味は高いと言える。
6. アンケートでも九州ブース自体に対する称賛の声が多く寄せられたが、一つの要因として今回は九州在住フランス人4名、現地手配1名、計5名のフランス人をブースに配備し、来訪者に対する丁寧な接遇と細やかな情報発信が評価されたものと思われる。
7. 会場に、日仏双方の観光専門誌やラグビー専門雑誌の関係者が複数名九州ブースを訪問し、今後の広告協賛や九州観光の商品化の相談を受けており、昨年に増して現地メディアの九州観光に対する関心の高さが伺える結果となった。

今後の展望と取組み

今後の「ポストRWC」の対欧州インバウンド強化の一環として本イベントを位置付け、継続的な取組みについて検討する。

1. 今回、九州ブースに来場した日仏メディアを精査した上で、有望な媒体やアライアンスについては九州観光推進機構と共有した上で、継続的で有効なプロモーションを実行する。

※You Tuber のギヨーム・ジャマル氏は、これまでに取材実績のない小中学校、できれば佐賀県、長崎県での取材希望の意向を示す。

1. 今回の産学連携の有用性、効果（学校にとっても）を鑑み、安達学園へは次年度以降の継続出演の方向で協議し、また主催者側とも協議する。
2. 「日本のサブカルチャー好きが集うイベント」ではなく、「純粋な日本ファンの集う場」としての有用性を今一度踏まえた上で、次年度以降の継続出展の議論を進める。まずは九経連内部での検討、次に九州観光推進機構との協議、そして結果を11月九州地域戦略会議にて提示、という流れで動く。

⇒九州観光推進機構の次年度事業計画の策定に連動して協議中