



# 現場レポート

## 北京事務所

# 中国発・「ジャパンプランド」を活用した オフラインでの効果的な自治体の魅力発信

(一財)自治体国際化協会北京事務所 所長補佐 羽根 実咲 (長野県派遣)

クリア北京事務所では、オンラインでの情報発信に加え、オフラインイベントの実施を通じて自治体の魅力発信をサポートしています。

2021年度は新型コロナウイルス感染拡大の猛威に揺れた2020年度と比較すれば、徹底した感染予防対策のもと多様なオフライン活動が実施されましたが、厳格な移動制限や開催者の意向により、延期・中止となったイベントも多く、当事務所が参加を予定していたイベントについても延期・中止により参加を断念せざるを得なかったものがありました。このような状況下において、幸いにも2022年3月に日本PRオフラインイベント「天津ジャパンプランド」に出展する機会を得ましたので、本稿を通じて当日の様様をお伝えします。

## 中国発・「ジャパンプランド」の活用

中国国内において、日本をPRする大型オフラインイベントの1つにJTB上海が主催する「ジャパンプランド」があります。これは、中国各地の日系商業施設などを会場に、政府機関や日系企業が参加して日本産品や日本文化を幅広くPRするイベントで、多くの在中国自治体事務所もブースを出展しています。

クリア北京事務所も日本の地域PRの場として「ジャパンプランド」シリーズに注目し、2021年度は湖北省武漢市(7月)と上海市(11月)、天津市(3月)でのブース出展を計画していました。デルタ株の感染拡大の影響で武漢市および上海市での開催回には出展できませんでしたが、2022年3月12日から13日に開催された「天津ジャパンプランド」は約3万人が訪れる盛況なイベントとなり、予定通りにブースを運営することができました。

**天津ジャパンプランド開催のご案内** 初開催

会期: 2022年3月12日(土) 13日(日)  
会場: 仁恒伊勢丹地下2層和地下1層  
仁恒伊勢丹地下2層及び地下1層

<p>《華の要店※包含申請予定》2021年12月現在</p> <p>名称: 天津日本品牌展 目的: 物産展正の日本産品、日本文化・商品の宣伝、 振興、日本製造品及び商品の安全の宣伝 主催: 天津日本品牌展実行委員会 后援: 日本国駐天津大使館(暫定) 日本貿易振興機構(JETRO)北京代表処(暫定) 日本国際観光局(JNTO)北京代表処(暫定) 天津日本人会(暫定) 協賛: 伊勢丹グループ(暫定) 観客: 30,000(推定) 参加費用: 9,500元/1个标准展位+税7% (W2m×D2m)</p>	<p>《開催概要申請予定含む》2021年12月現在</p> <p>名称: 天津ジャパンプランド 目的: 真のジャパンプランドの発信、文化、商品のPR 協賛: 日本製造品、商品の安全のPR 主催: 天津ジャパンプランド実行委員会 後援: 在中国日本国大使館(後援は全て予定) 日本貿易振興機構(JETRO)北京事務所(予定) 日本国際観光局(JNTO)北京事務所(予定) 天津日本人会(予定) 出展規模: 出展30小間(暫定) 来場者数: 30,000人(推定) 観客: 30,000(推定) 参加費用: 9,500元/1小間+税7% (幅2m×奥行2m)</p>
---	---

TEL: 021-3327-6740 FAX: 021-5868-1996 MAIL: ikeda@jtbsha.com

「天津ジャパンプランド」概要チラシ

## 天津市での初開催となった 「天津ジャパンプランド」

「天津ジャパンプランド」の会場となった「仁恒伊勢丹」は三越伊勢丹グループが天津市内で展開する「天津伊勢丹」の第3号店で、2021年12月末にブランドオープンした新しい日系百貨店です。これまで「ジャパンプランド」は南方沿岸部や内陸エリアを中心に展開されており、天津市内では初開催となりました。

### 《「天津ジャパンプランド」の概要》

【日程】2022年3月12日・13日

【場所】仁恒伊勢丹地下1階・2階

【来場者数】1日目1万7,408人/2日目1万4,940人  
2日間合計3万2,348人

【参加自治体ブース】秋田県、山形県、福島県、茨城県、  
長野県、大阪市、神戸市



「仁恒伊勢丹」地下には「蔦屋書店」が店を構えており、可愛らしい日本製文具や日本の伝統工芸品の展示もあるためか、日本に関心があると思われる多くの買い物客が訪れていました。クリア北京事務所は、この「蔦屋書店」の前でイベント会場内で最大のブーススペースを確保し、以下の3つの内容でPRを行いました。

- (1) 自治体観光・文化パンフレット配架エリア
- (2) 「アニメや漫画等を活用したインバウンド促進」PR エリア
- (3) 越境 EC 登録地域産品展示 PR エリア



仁恒伊勢丹外観：新幹線駅である天津駅から地下鉄2号線で2駅の東南角駅を出てすぐ正面に位置している



クリア北京事務所のブース設置場所：スーパー・飲食店・駅が連結している通路かつ集客力のある蔦屋書店の目の前であったため、多くの方がブースを訪れた

## クリアブースでの自治体の魅力発信

### (1) 自治体観光・文化パンフレット配架エリア

2021年5月から7月にかけて、中国国内でのPR用として募集した51自治体分の観光・文化パンフレットを100部ずつ、計5,100部持参し、特別装飾を施し

たブースに配架してPRを実施しました。パンフレットエリアは常に人だかりができ、足を止めて熱心に眺めたり複数自治体のパンフレットを持ち帰ったりする様子が見られました。パンフレット配架場所のすぐ隣では、クリア北京事務所の公式WeChatアカウントをフォローした方を対象に、日本の伝統工芸品を賞品とした抽選イベントを実施し、子どもから大人まで多くの方に参加していただきました。来場者からは「いつになったらまた日本に行けるのか？」と日本への渡航再開を心待ちにする声が多く聞かれました。



各種パンフレット・ノベルティグッズを手にする来場者。季節柄、表紙に桜が描かれているものの人気が高かった。ポストカードやエコバッグ、付せんなどのノベルティグッズ付きのパンフレットも喜ばれた

### (2) 「アニメや漫画等を活用したインバウンド促進」PR エリア

一般社団法人アニメツーリズム協会と連携して作成した2022年度版「訪れてみたい日本のアニメ聖地88」紹介ボードの設置、17自治体から提供のあった専用パンフレットの配架およびPR動画の放映を通じて「アニメツーリズム」をテーマとした地域PRを実施しました。

「訪れてみたい日本のアニメ聖地88」紹介ボードはクリアブース内でも一際目を引く大きさ・デザインであったため、連日多くの来場者の注目を集め、配架したパンフレットは2日間で全て配布することができました。PR動画は「アニメツーリズムとは何か」を紹介する動画を中心に、アニメ関連の自治体の観光スポットやポップカルチャーをテーマとした自治体の町興しイベントを紹介する動画などを放映し、来場者は一様に立ち止まって興味深そうに視聴していました。当該エリアでのPR活動を通じて、中国国内においても親子連れや若年層を中心に日本のポップカルチャーの人気の高いことを改めて認識することができました。



「アニメや漫画等を活用したインバウンド促進」PR エリア



パンフレットを手に取る来場者

### (3) 越境 EC 登録地域産品展示 PR エリア

2020 年度に実施した自治体 PR イベント「日本自治体産品展」(「自治体国際化フォーラム」2021 年 7 月号に掲載)において三越伊勢丹越境 EC サイトへの出品を支援した地域産品の展示・販促を行いました。また、関連自治体の観光・文化パンフレットの配架やモニターでの観光 PR 動画放映を通じて産地への理解を深めていただく取り組みを併せて実施しました。三越伊勢丹グループから派遣されたスタッフ人員 2 名が展示商品の説明・販売などを行うとともに、商品の展示棚には当該商品の説明および購入先リンクの QR コード(三越伊勢丹越境 EC サイト上の商品ページ)を掲示しました。さらに、3 月 12 日の 15 時から 17 時(中国時間)に、三越伊勢丹グループ主導でライブコマース配信を実施し、クリアブースでもタブレットを設置してその模様を放映しました。

三越伊勢丹グループの報告書によれば、当日は男女比 4:6 で、30 代から 50 代の幅広い客層が展示エリアを訪れており、「Made in Japan」の化粧品、コーヒー関連用具、眼鏡といった日用品に興味を示す来場者が多かったとのことです。また、イベント期間前と当日は三

越伊勢丹越境 EC サイトの公式 WeChat アカウント上で、イベントや商品の宣伝・紹介などの情報発信も実施しました。



地域産品展示エリアの様子：モニター上では自治体から提供いただいた観光・文化 PR 動画を放映した



ライブコマース配信時の様子

## おわりに

当該イベントへの出展を通じ、日本の魅力を発信する際に、現地の人々の生の声を聞くことの大切さを改めて実感することができました。「天津ジャパブランド」では日本への渡航再開を心待ちにする声が多くあり、新型コロナ禍での継続的な魅力発信の重要性を再認識しました。クリア北京事務所では 2022 年度も引き続き「ジャパブランド」などのオフラインイベントを活用して自治体の魅力発信事業を実施するとともに、中国国内に向けた効果的な情報発信方法を模索してまいります。