



第60回 さくら祭り—ジャパニーズストリートフェスティバル in ワシントンD.C.での自治体プロモーション

(一財)自治体国際化協会ニューヨーク事務所 所長補佐 安浪 真 (熊本市派遣)

2022年4月9日・10日に、ワシントンD.C.において、第60回さくら祭り—ジャパニーズストリートフェスティバル（さくら祭り）が開催されました。クリアニューヨーク事務所は、アフターコロナの北米圏における対面交流再開および新たな交流の呼び水にするとともに、地方自治体の北米における地域産品のプロモーションなどの機会の創出、インバウンド観光誘客促進を図るため、本イベントへのブース出展を初めて企画しました。その企画段階から当日のブース出展の様子まで、実務上の課題や来場者の反応などを交えながらお伝えします。

さくら祭りの概要

さくら祭りは、毎年3月から4月にかけてワシントンD.C.で行われる「National Cherry Blossom Festival (全米桜祭り)」のクライマックスとして開催される日本文化を伝えるイベントであり、連邦議会議事堂の目の前に延びるペンシルバニア・アベニューの3番から7番通りで、パフォーマンスや物販、文化・芸術体験、試食・試飲などが行われます。新型コロナウイルス感染症の影響により、今回は3年ぶりの対面開催となりました。 さくら祭りの会場の様子



から、それらの自治体のPRを行うためのクリアブースを別途出展し、合計5ブースを出展することとしました。

クリアブースのコンセプト

クリアブース出展に際しては、日本の各地方が持つ様々な魅力を発信していくことをコンセプトに出展内容を検討しました。視覚的に来場者の興味関心を引くために各自治体にポスターやプロモーション動画を提供してもらうとともに、パンフレットの配布を通じて各地を案内することにしました。おすすめの観光地やイベント、訪問時期、地域の特産品、PRポイントなどを記した資料を各自治体から提出してもらうことで、当事務所の職員がより具体的な各地のコンテンツを紹介できるようにしました。

また、子ども連れの来場者が一定数あることを想定して、折り紙やけん玉などの体験スペースを設置することで、保護者の方々が気兼ねなく私たちのブースにとどまっていられるよう工夫しました。そのほか、各自治体から提供を受けた桜の名所などのポスターを背景に写真を撮ることができる撮影スポットを設置しました。

また、来場者に対して、アンケート調査を実施（回答者にはノベルティをプレゼント）し、訪日旅行意欲や出展内容についてのリサーチを行いました。

さくら祭りの出展企画

クリアニューヨーク事務所では、主催者であるワシントンD.C.日米協会と協議の上、日本の地方の魅力を伝えるための自治体ブース出展を企画し、2021年7月にさくら祭りに出展する自治体を募集しました。その結果、沖縄県、熊本市、広島市、茨城県境町の4団体が出展することとなりました。一方、職員などの渡米なしでのPRを行う可能性について複数の自治体から相談を受けたこと

さくら祭り当日の様子

イベント当日を迎え、私たちのブース（クリアブース+4つの自治体ブース）は、会場中心の「Beyond Tokyo」という、地方のPRにフォーカスしたエリアに設置されました。

クリアブースでは、先述のとおり、パンフレットや動画によるPRスペース、折り紙・けん玉などの体験スペース、撮影スポットを設置しました。

4つの自治体ブースでは、観光パンフレットやポスターなどによるPRに加えて、沖縄県ブースでは沖縄県人会によるエイサーや琉球空手のパフォーマンス、熊本市ブースでは地域製品の試食・試飲やアニメワンピースとコラボした復興プロジェクトの紹介、広島市ブースでは地元企業で米国に進出している Otafuku Foods, Inc. のオタフクソースの試食、茨城県境町ブースでは花火大会のPRなど、それぞれの地域の強みを活かしたプロモーションを行っていました。



来場者に大人気だったワンピース熊本復興プロジェクト(熊本市ブース)

いずれのブースも2日間を通じて、終日来場者が絶えない状況であり、準備していたパンフレットやノベルティなどはほぼ配りきることができました。体験スペース・撮影スポットも非常に好評で、年齢に関係なく多くの方楽しんでいただけました。



PRスペース・体験スペースの様子

ブースでは、来場者から以下のような声が聞かれました。

(来場者の声)

- たくさんのパンフレットがあり、どれもすごく美しい。
※特に伝統的な建造物や日本の食べ物、風景が表紙のパンフレットの人気が高かった。
- ネットで調べるのには限界があるので、日本人の方から話を聞けてよかった。
- 旅行先の候補として、東京・大阪・京都くらいしか調べていなかったが、それ以外にもたくさんの魅力的な場所があることを知って驚いた。是非行ってみたい。
- 日本に行ったら新幹線に乗ってみたいと思っていたが、東京からの所要時間まで教えてくれるので非常にありがたかった。

日本への観光目的の旅行が可能になり次第、訪日したいと考えている方が非常に多く、日本への興味関心の高さを窺い知ることができました。

来場者アンケート

クレアブースで行ったアンケート調査では、450人から回答を得ることができました。アンケート結果の概

要は、以下のとおりです。

(アンケート結果)

- 「年齢層」は、20代・30代が全体の約7割を占めていた。
- 「日本を訪れたことがある」方は、全体の約4割を占め、そのうち4割弱の方が3回以上日本を訪れていた。
※訪問先の上位は、東京・京都・大阪・北海道・沖縄
- 「クレアブースの満足度」は、「非常に高い・高い」が99%を超える結果となった。
- 「今後訪問してみたい都市」の回答のうち、クレアブースで紹介した自治体が全体の約5割を占めていた。
※アンケート結果の詳細は、後ほど紹介する当事務所ブログからご覧いただけます。

さくら祭り終了後は、本アンケートの結果に加えて、ブースでの来場者の様子やコメントを各自治体にお伝えし、今後の北米での観光イベントなどにおけるPRの参考にしてもらうこととしました。

おわりに

2日間の総来場者数は、約4万2,000人(速報値)と発表されました。今回、クレアとして初めて出展しましたが、日本に興味関心を持つ人々をターゲットにできる、非常に集客力のあるイベントであると感じました。新型コロナウイルス感染症の影響もあり、難しい状況下での企画でしたが、出展した4自治体、パンフレットなどを送付してくれた自治体、ワシントンD.C.日米協会など関係者の協力もあり、多数の来場者の方々に日本の地方の魅力をPRすることができたのではないかと思います。また、スタッフとして、ブース出展における実務上の課題を把握できたこと、来場者と直接コミュニケーションをとることができたことも大きな収穫でした。



来場者と記念撮影するクレアスタッフ

ニューヨーク事務所は、今後も機会をとらえて様々なイベントでの効果的なプロモーションを企画してまいります。

※アンケート結果の詳細や、ブース出展の様子は、クレアニューヨーク事務所ブログ(右記二次元バーコード)に掲載しておりますので、興味のある方はこちらをご覧ください。

