

（件名） オンライン観光博イベントでの北海道プロモーション活動について

オンライン観光博イベント「The Japan Rail Fair – A Virtual Trip to Japan」に出展し、北海道のプロモーション活動を実施いたしました。現在の状況においては、観光旅行の再開の目途は立っていませんが、各機関が実施しているアンケートなどをみるとシンガポールの方々の訪日意欲は高水準を維持しています。この日本への高い関心を維持し、日本への観光旅行の再開後には、北海道を検討いただきたいと思いますと考えております。

1. イベント概要

11月20日～22日、27日、28日の5日間の日程で開催され、Facebook Live を用いたオンラインセミナー（16機関が参加（うち自治体は8機関））やオンラインでの観光ブースが実施されました。

2. 事務所での対応について

現地日系旅行代理店（Follow Me Japan Pte. Ltd.）と協力して、オンラインセミナーと観光ブースに出展し、観光プロモーションを実施しました。

（1）オンラインセミナー

現地で活躍している YouTuber の Ghib Ojisan をゲストスピーカーに迎え、北海道の観光コースを紹介したほか、札幌場外市場と中継を繋ぎ、空輸した道産海産物の試食レポートを実施しました。また「ウポポイ（民族共生象徴空間）」や「新北海道スタイル」の紹介も行っております。

Facebook Live の同時視聴者数は 200 人を超え、録画動画も 11 月末時点で 3,000 回視聴されるなど大変好評な結果となりました。また、「早く北海道に行けるようになってほしい」「札幌場外市場に触れ）覚えている。ここの海産物は新鮮！」と多数の好意的なコメントも寄せられ、現地での北海道人気を再度確認する結果となりました。

（2）オンライン観光ブース

ローカルからの関心が高いと思われる食やスポーツ、ドライブ旅行をテーマに 40 分程度のセミナーを開催したほか、参加者を対象に質疑応答を行いました。「2 週間の休暇で北海道のリゾートを回るならどこがおすすめか」「阿寒湖まで行くならどんな手段がいいのか」などの質問が寄せられました。

3. 今後の取組み

オンラインセミナーでは多くの視聴者から北海道への観光を希望するコメントが寄せられており、シンガポールでの根強い人気を確認する結果となりました。当面、従前のような人を集めたオフラインでの観光イベント実施は難しいことが予想されますが、事務所運営の Facebook を活用するなどオンラインでの観光プロモーションを継続し、観光旅行の再開に備えていきます。



観光コースの紹介



札幌場外市場中継の様子



報告者 副所長 山木 堯（北海道銀行からの派遣）

（件名）明治屋ミレニアウォーク店開店・北海道どさんこプラザ1号店移転リニューアル

シンガポール明治屋の新店舗ミレニアウォーク店が11月28日にグランドオープンしました。現地の明治屋店舗はグレートワールドシティ店に続き、2店舗目になり、現地日系スーパーマーケットとして地位を築いております。

（1）明治屋ミレニアウォーク店について

現地の地下鉄であるMRTのPROMENADE駅出口からすぐの商業施設Millenia Walk（ミレニアウォーク）内に位置しています。1階は北海道どさんこプラザ店舗のほかベントスや西山製麺などフードコートコーナーがあり、2階には明治屋の食料品など販売するフロアになっています。



明治屋ミレニアウォーク店内の様子

オープン当日は、在シンガポール日本人のほか現地の方も多く来店しており、レジには長蛇の列ができ、また、入店制限も実施されていました。

（2）北海道どさんこプラザについて

明治屋ミレニアウォーク店に合わせて、北海道どさんこプラザ1号店も移転リニューアルし、12月19日（土）まで北海道フェアを実施しております。明治屋1階入口すぐに店舗を構え、売場面積も拡大、菓子類を中心に取扱商品種類も大幅に増加させており、道産食材を使用し製造したシュークリームやデコレーションケーキも販売されております。



北海道どさんこプラザの様子

開店前から20～30人程度の来店者が列を作って待っており、開店時間と同時に続々と入店していききました。来店者一人で複数個のお菓子を求めることも多く、人気の商品はすぐに棚から消え、店員が商品の補充に追われていました。アイスクリームなども欠品が見受けられるなど北海道人気の高さを非常に感じられました。

今回のグランドオープンにより、現地での道産食品に関する人気の高さを感ずることができました。今後も北海道どさんこプラザと連携して道産食品のプロモーションを行っていききたいと思います。