

台湾における観光プロモーションの実施結果について



関西広域連合

令和2年11月19日

広域観光・文化・スポーツ振興局

新型コロナウイルス感染症の影響により、海外に出向いてのプロモーションが難しい中、台湾（国・地域別訪日外客数3位、訪日リピーター率87%）の大型量販店チェーン「カルフル」の協力の下、オール関西による観光プロモーションを実施しましたので報告します。

1 概要

台湾の大型量販店チェーン「カルフル」の69店舗で開催される関西物産展『日本週 関西特展』において、観光プロモーションを実施

- (1) 名称：日本週 関西特展
- (2) 主催：台湾カルフル
- (3) 協賛：関西広域連合、一般財団法人 関西観光本部、関西鉄道大手7社（JR西日本、阪神電気鉄道、阪急電鉄、京阪電気鉄道、近畿日本鉄道、南海電気鉄道、Osaka Metro）、関西エアポート
- (4) 開催日程：令和2年10月6日（火）～令和2年10月20日（火）計15日間
- (5) 開催場所：台湾カルフル 淡新店（新北市）他
- (6) 来場者数：69万人（出展会場10店舗の合計）

2 実施内容

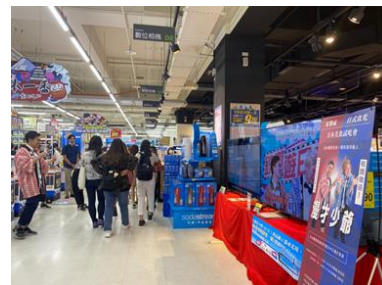
- (1) オープニング（令和2年10月6日（火）14:00）

主催者である台湾カルフルによる記者発表をイベントのオープニングとして実施。関西広域連合の西脇委員や関西観光本部の松本理事長等が出演したビデオメッセージを上映し、コロナ収束後における関西インバウンドの誘客に向けたPRを行った。



(2) 関西を紹介する展示ブースの設置とイベントの実施

台湾カルフル淡新店（たんしんてん）を関西広域連合のPR 店舗として、広域産業振興局とも連携し、会場内にパネル及びポスターの展示やパンフレットの配架、観光プロモーション動画の上映等を行うとともに、関西のPR 及びアンケート回答取得促進等を目的に、お好み焼きや抹茶など関西物産の試食会や吉本興業の台湾住みます芸人「漫才少爺（まんざいぼんぼん）」の出演等による関西PR イベントを実施した。



(3) 各出展会場の周遊を促進するイベントの実施

関西広域連合、関西観光本部、関西国際空港、鉄道各社の展示店舗の計10店舗を対象に、集客及び観光PR を目的としたデジタルスタンプラリーを実施した。

3 アンケート調査の実施

新型コロナウイルス収束後の訪日旅行について、台湾「カルフル」の来場者へアンケート調査（回答者：115人）を実施した。主な調査結果は以下のとおり。

【主なアンケート結果】

◆ 訪関西旅行の回数

関西への旅行をしたことがない方は、全体の18.3%と少なく、2回以上関西を旅行した方は全体の47.8%と、多くの台湾人が関西のリピーターになっている。

◆ 新型コロナウイルスの収束後の訪日旅行

「思う（62.6%）」、「どちらかと言えば思う（27.0%）」合わせて、約9割の方がコロナ収束後に訪日旅行をしたいと考えている。

◆ 新型コロナウイルス収束後の訪日旅行全般に期待すること

1位「感染症対策（13.8%）」、2位「食事（12.0%）」、3位「医療体制（10.2%）」とコロナ収束後の訪日旅行では、感染症対策や医療の充実への期待が高い。

◆ 新型コロナウイルス感染症収束後に訪問したい日本の地域

訪問したい上位3地域は「関西（22.3%）」、「九州（15.0%）」、「北海道（13.5%）」の順となった。本イベントを通じた観光PRにより関西の関心が高まったものと思われる。