

訪日インバウンド観光を活用した 地域活性化プロモーションのご提案

Japan Shopping Festival エリアキャンペーンの開催について

一般社団法人ジャパンショッピングツーリズム協会



Japan. Shopping!

Japan Shopping Tourism Organization

1. キャンペーンの概要

1. キャンペーンの概要

Japan Shopping Festival (JSF) 「エリアキャンペーン」の展開

地方創生とショッピングツーリズム

当協会は2013年に設立以降、観光庁(JNTO)や業界団体などと官民連携する中「ショッピングツーリズム」という言葉を日本国内に浸透させ、多くのインバウンド従事者の方々の認知を得るようになりました。全国各地の地域が、地域活性化に訪日インバウンド対応をスタートする際の武器として、Google検索「Japan Shopping」で表示順位1位となった海外向け多言語WEBサイトと、全国規模で開催する「Japan Shopping Festival(JSF)」を継続的に提供し、全国各地で導入事例・成功事例を生み出しています。あなたの街でも、JSTOとの連携を活用して、訪日インバウンド対応力向上と海外向けPRに取り組みましょう。

「エリアキャンペーン」の概要

地域の行政機関・小売業・観光業などが連携して行う、訪日インバウンド対応力向上・訪日ゲスト向けPR事業です。JSTOは、キャンペーンの基本パッケージとして、地域での機運醸成・受入環境整備支援・海外向け情報発信のプラットフォーム提供に加え、国(観光庁・JNTOなど)や都道府県などとの連携、全国スポンサーとの連携なども行い、キャンペーン効果拡大を支援します。行政支援の観点からは個別店舗を支援しにくい小売業(特に大型店・チェーン店)、飲食業の特性に対し、訪日インバウンド対応に意欲的な事業者を、JSTOが業種・業態を問わず公平に組織化することで、官民連携の事業に結び付けています。

「エリアキャンペーン」の目的

訪日外国人旅行者に各地域ならではの「おもてなし」の気持ちを具現化したエリア一体となったキャンペーン企画を実施することでその地域の魅力を体感してもらい、地域への再訪問および訪問意欲を向上させ、さらなる地域の観光・商業・産業の活性化を目的とします。同時に、次年度以降も地域の独自事業として継続可能なスキームの構築をめざします。

2. キャンペーンの実行方法と内容

2. キャンペーンの進め方と内容

Japan Shopping Festival (JSF) 「エリアキャンペーン」の展開

▶ 6つのステップと地域・協会の役割 ◀



2. キャンペーンの進め方と内容

Japan Shopping Festival (JSF) 「エリアキャンペーン」の展開

①機運醸成と組織作り 地域における機運醸成と組織作り

競合関係を越えた地域連携体制の整備とインバウンド基礎セミナーの実施

①インバウンド基礎セミナーの実施

● インバウンドの取り組みについてセミナーを実施

【主催】

- ・地域行政、商工会議所、金融機関など
- + **ジャパンショッピングツーリズム協会**

【内容】

- ・インバウンド対応の基礎知識について
- ・全国の成功事例の紹介
- ・地域プロモーションの実践方法について

【ポイント】

- ・マスコミ報道などによる間違った認識を正す
- ・「自分たちでもできそう！」と感じてもらう
- ・中小店～大規模店、チェーン店まで広く参加してもらう
- ・小売店だけでなく、観光、商業の行政機関も参加

②実行組織の組成支援

● 意欲的な有志を中心に、下記対象者を実行委員会として組織化

【商業施設】

- ・地域商店街、中小小売店、飲食店
- ・大型商業施設、全国チェーン店、コンビニエンスストア
- ・商工会議所 などに声かけ
- ※全国的に人気の大型店、24時間対応のコンビニと、
地域ならではの魅力的な中小小売店の両者参加がポイント
- ※地域、国内では競合関係にある複数地域、商店街参加を促進

【観光】

- ・観光協会、DMO、観光案内所
- ・観光名所、観光施設
- ・交通機関(鉄道、バス、レンタカーなど)
- ・ホテル、宿泊施設

【行政】

- ・地方運輸局、地方経済産業局など
- ・都道府県、市区町村の商業部門、中小企業部門、観光部門など
- ・商工会議所、商工会、商店街組合連合会など

2. キャンペーンの進め方と内容

Japan Shopping Festival (JSF) 「エリアキャンペーン」の展開

②受入環境整備 受入環境整備の促進（基本情報の集約と、免税・決済・言語対応）

JSTOが提供する受入環境プラットフォームの活用による低コストでの対応

■基本情報の集約

（多言語対応WEBサイトでのHP開設）

●Japan Shopping Nowの概要

- ・ショッピング情報に特化した多言語対応WEBサイト
- ・Google検索「Japan Shopping」で上位表示されるサイト
- ・5言語対応（英語、繁体字、簡体字、韓国語、日本語）
- ・小売店が専用ページに各種情報を日本語のみで入力
⇒ネイティブスタッフによる翻訳（5日程度で公開）
- ※地域特集ページ、商店街特集ページを別途開設することが可能



■免税・決済・言語対応の支援

●免税対応

- ・「免税店になろう」セミナーの実施
- ・免税店申請研修会の実施
- ・各種免税対応システム、ツールの紹介

●決済対応

- ・訪日ゲスト対応決済対応セミナーの実施
- ・各種決済システム、ツールの紹介

●言語対応

- ・言語対応セミナーの実施
（多言語対応協議会小売PT公認セミナー）
- ・各種無料ツール、情報サイト等の紹介



2. キャンペーンの進め方と内容

Japan Shopping Festival (JSF) 「エリアキャンペーン」の展開

③告知・準備 エリアキャンペーンの事前告知と販促物の準備

国内外に向けたキャンペーンの告知と現地での街頭装飾

■協会内メディア

- JSTO公式サイト「JapanShoppingNow」のTOPにバナー掲出
- ジャパンショッピングフェスティバル特設サイトに紹介
- ファン数 11万人強の公式 Facebook で記事発信



①JSF 特設サイトに掲載



②JapanShoppingNow に掲載

11/15 公開
英語ページで 677 いいね！
日本語ページで 278 いいね！



③JSTO 公式 FB での展開

11/16 公開で
英語圏: 3,182 人にリーチ
繁体語圏: 5,582 人にリーチ
インドネシア語圏: 3,259 人にリーチ



■制作物による周知施策

- 事前告知ポスター B2



- 多言語リーフレット



エリア内掲出例

- JR・民鉄主要駅・エリア内観光案内所・JNTO関連施設・観光施設
- 商店街・百貨店・空港・ホテル各所・ゲストハウス各所・旅行会社各社



■海外日本政府観光局メディアへの発信呼びかけ

- 各国 JNTO 事務所へ情報発信依頼
※掲載は各事務所の判断によるため、
掲載保証は出来ません。



※画像・写真は過去実績となります。

2. キャンペーンの進め方と内容

Japan Shopping Festival (JSF) 「エリアキャンペーン」の展開

④実施

エリアキャンペーンの実施

小売業・観光業・市民が一体のおもてなしイベントの実施。
より体験型、参加型のイベントが有効

訪日ゲストに「ショッピングフェスティバル」を楽しんでいただく。

■セレモニー・イベントの開催

伝統ある観光文化財でウエルカムセレモニー



庭園の特設ライトアップ



セレモニーに招待された訪日ゲストやブロッガーたち



日本文化に触れるイベントの数々



■参加小売店による訪日ゲスト向け特典・イベント



キャンペーン期間中の特別企画大盛況「ワイン電車」特別運行



ご当地キャラクターも応援



期間中は取材も盛んに行われる。

■買上条件でのノベルティやキャンペーンの実施



配付回数、配付枚数による効果検証が可能



潜在層や関心が高い層へ訴求

観光案内所、ホテル、観光施設は、宿泊客・来場者等にイベントを告知・送客

※画像・写真は過去実績となります。

2. キャンペーンの進め方と内容

Japan Shopping Festival (JSF) 「エリアキャンペーン」の展開

⑤ 情報拡散

さらなる集客にむけた海外向け情報拡散の実施

——— ブLOGGERや旅行会社、国内外メディア取材によるイベント情報の拡散・パブリシティ効果獲得 ———

海外のブログやSNSへの投稿例



インドネシア人 ブLOGGER投稿



アメリカ人 ブLOGGER投稿



海外向けメディアへの掲載例



媒体名:東京流行通信
運営会社:東京流行通説株式会社
媒体:フリーペーパー
配布方法:中国旅行代理店での直接手渡し
発行部字数:6万部
発行時期:1月上旬



国内メディアへの掲載例



読売新聞 2015年12月



日本経済新聞 2015年12月



2. キャンペーンの進め方と内容

Japan Shopping Festival (JSF) 「エリアキャンペーン」の展開

⑥効果測定

効果の検証、次回実施に向けた課題・改善案の整理、次回開催計画の立案

●定性的な評価

- ・参加事業者の評価
- ・訪日ゲストの評価

●定量的な評価

- ・ノベルティ提供数×消費単価
- ・参加事業者の評価
売上、関心度、参加意向など
- ・訪日ゲストの評価
好感度、購入動機など

●次回実施に向けた課題の整理

- ・キャンペーンでの提供コンテンツ
- ・PR方法
- ・受入環境の整備
- ・参加事業者の範囲
- ・事業予算、人員等の確保
- ・運営方法、組織

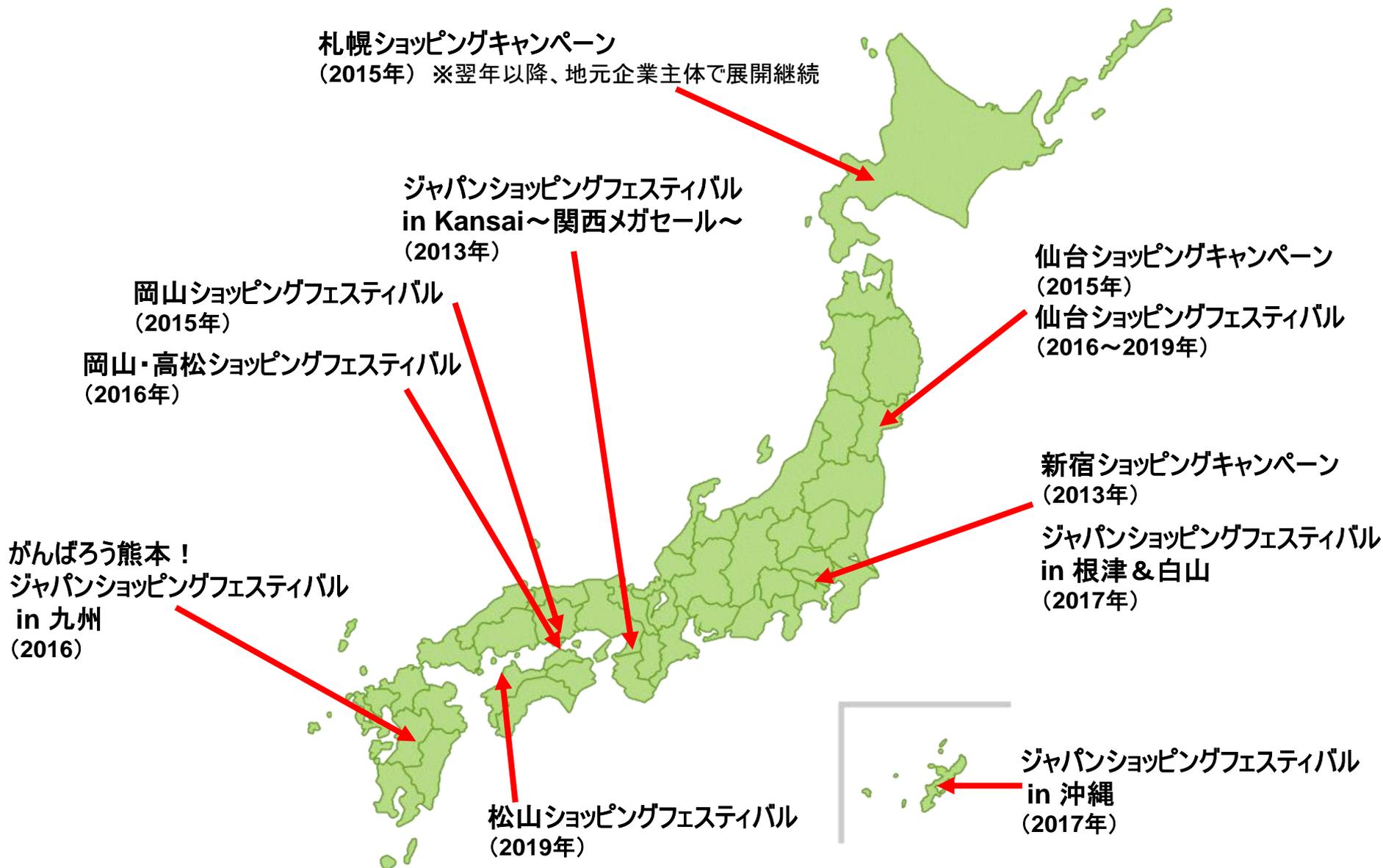
●次回開催計画の立案

- ・継続的な組織作り
- ・次回実施に向けたスケジュール
- ・拡大、充実の方向性

3. 過去の実績

3. 過去の実績

Japan Shopping Festival (JSF) 「エリアキャンペーン」の展開



3. 過去の実績

これまでの「インバウンド対応促進事業（気運醸成）」の様子

■清水駅前銀座商店街 講師・アドバイザー派遣（2019年2～3月）



1) 全店共通のアドバイス

A. 事前に準備するべき具体的なアドバイス

①まずはターゲット層を決めよう。
外国人ゲストと書いても正確は「ババ」です。同じ国籍でも性別、収入、来日回数などにより動向も異なります。一口「外国人ゲスト」と書かず、まずは目的の強みを再確認してターゲットを決めましょう。例えば「中国人のリーダーで個人旅行の多い女性をターゲットに」と書かうようにして具体的なターゲットをしっかりと取り込んでください。

②自店舗の強み・高品質は？
ターゲットの外国人ゲスト目線で、貴店のすべての販促アイテムを再確認してください。どの商品が「魅力的ですか？欲しい商品は日本製だけではありません。100円ショップにも海外商品ですが、よく売れています。でもよく分からないという方は、ターゲット層のゲストを呼びつけて興味・関心を引きだしてください。きっと気づかなかった魅力を再発見するはずです。該商品を提供したり、食品であれば、試食・試飲はぜひ取り入れてください。体験を提供する事は、魅力を支える重要な施策です。

③多言語で魅力発信
ターゲットと商品が決まれば、その魅力を多言語で伝えましょう。
・店舗サインに数語の英語は必須
「Welcome!」「予約歓迎!」などのサインを備えていますか？クレジットカード「Card Only」や「Tax Free」サインも英語の表示が必要です。店入り口の地味表示を看板に活用してください。
・店舗本物の写真、イラストを工夫
写真、イラスト、商品POP「Best Selling Item」「熱帯」などとターゲットの高層で活用してください。販促のセールスポイント「ストーリー」は、季節に順応して「ストーリー」して配布するだけでも十分通じます。多言語アプリは高層を準備して、客層で使いこなす手はありません。翻訳もネットや外国語の方に依頼する方が良いでしょう。

B. 来店時にするべきアドバイス

④基本は日本語と英語でコミュニケーション！
外国人に対して、言葉が出来ないのが当たり前です。にっこり笑って「いらっしゃいませ！こんにちは！」と元気に挨拶してください。余裕があれば、よくご言葉を覚えて、チャレンジください。伝えたい情報は、POPや事務作成シートを活用すればOKです。それでもわからない、2020年以降まで無料の多言語訳コーンセンターを活用してください。まずは右へご連絡。03-5366-6018

⑤ゲストの店舗でSNS情報発信が次の機会に！
ゲストのSNS発信が次の機会になります。訪日ゲストはほぼインターネットで検索して来店されます。やはり、海外サイトでの情報発信は必須です。店のスタッフと一緒にInstagramのアカウントを開設してください。フォトスポットを用意することで、SNS等に投稿されやすくなります。ポイントはその写真から商品が検索できる工夫です。

※動画ポイントの設計が大事。その写真を見れば検索できる工夫が必須

(1)今後の提案（来年度に向けた取り組み）

今回、支援させていただいたことを契機にJSTOとは引き続きサポートをさせていただきたいと考えています。その一部のエニューをご紹介いたします。

1. FIT対応

(1)環境整備支援-情報発信のサポート

①商店街のWI-FI設置のサポート
JSTOのネットワークが最適なWI-FI設置をサポートさせていただきます。利用頻度やコストから最適なサービスと比較検討していただいた材料をご案内させていただきます。

②SNSサイトなどを使った情報発信支援
1.「大衆点評」の掲載サポート（中国人向け集客支援）
「大衆点評」は、中国最大級の口コミ検索サービスで登録ユーザー数は中華圏を中心に6億人です。日本を訪れる中国人個人旅行者の45%が旅行前に大衆点評のレビューを参考にしており、日本へ旅行する中国人にとって、欠かせない情報ツールとなっています。

2.「TripAdvisor」への掲載サポート（欧米系他アジア向け集客支援）
「TripAdvisor」は、宿泊だけでなく観光スポットやレストランについての情報や口コミを掲載している世界最大のサイトです。宿泊については、国内外の主要OTAと連携しており、予約までワンストップで提供しています。世界48か国・28言語で展開。毎月約10億人がトリップアドバイザーのコンテンツに接続しており、着地型アゲンなどでのサービスの範囲を広げられています。

②イベント実施支援：JAPAN SHOPPING FESTIVAL (JSF)
訪日ゲスト向けショッピングイベント実施の支援をいたします。実施する効果は、単なる経済効果だけでなく、地域連携と共に地元の再発見などにつながり、長期的なFIT受入の基礎構築に寄与出来そうです。是非取り組みも検討ください。

③専門派遣：「ようこそごば」活用した接客語学研修
各店舗にも室内演のジャパンショッピングアライアム協会が主催している小売業のための多言語対応ガイドラインで作成した「ようこそごば」を活用した研修のご提供が可能です。コンテンツはその他多数あるので、ぜひ導入ください。

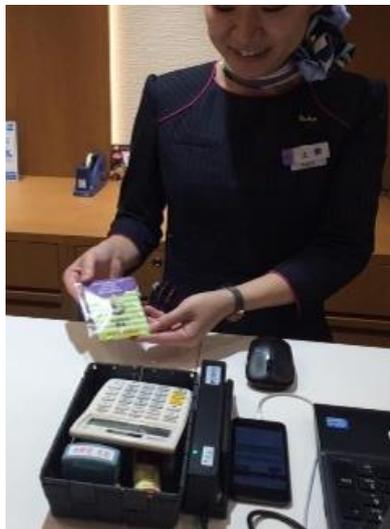


- 訪日ゲスト受入に関する基礎セミナーの実施
- 商店街へのアドバイザー派遣の実施
- 現状分析のフィードバック
- 商店街のインバウンド対策提案

3. 過去の実績

これまでの「エリアキャンペーン（情報発信、イベント）」の様子

■ジャパンショッピングフェスティバル in 九州（2016年10月）



インバウンド消費において、中核的役割を担う重要なイベント。このページでは2016年のキャンペーンに、さらあけて各参加店舗のインバウンドに期待するポイントなどを紹介。

オープニングセレモニー
からの報告

白南様が地域メディアや民間企業を巻き込むような統合的取り組みを

日本経済新聞 九州支社 代表取締役社長 小堀 守 氏

外資系大手で、日本の国産物も用い、販路拡大の機に「つぎ」が重要

株式会社 佐々木 啓介 氏

- オープニングセレモニーの実施
- 共同キャンペーンの実施
- オリジナルノベルティの作成
- 各参加店舗でのセール等
- 各参加店舗での掲出物
- 街中や店舗でのポスター掲出
- 各種告知、販促ツールの作成
- WEBサイトに特集ページ作成
- SNSでの発信
- 海外展示会でのPR 等

3. 過去の実績

これまでの「エリアキャンペーン（情報発信・イベント）」の様子

■松山ショッピングフェスティバル（2019年2月）



- オープニングセレモニーの実施
- 共同キャンペーンの実施(買上プレゼント、抽選)
- 各参加店舗でのイベント
- 各参加店舗での掲出物やフォトブースの設置
- 各種協力による空港や街中でのポスター掲出

- 各種告知、販促ツールの作成
- WEBサイトへの情報登録
- SNSでの発信
- 後援団体による情報発信
- 海外展示会での商談
- ファムトリップ 等



4. 御エリアでの展開のイメージ

4. 御エリアでの展開のイメージ

▶ キャンペーンの進め方のステップ ◀

	HOP	STEP	JUMP
位置づけ	発起者で立ち上げ スタートを切ることが重要 行政、周囲の理解者に 応援意思表示してもらう 既存制度で受入整備を進める	仲間を増やす 実績を踏まえた改善 ゲストの満足度向上 情報発信に着手	本格的なイベントに成長 海外向け情報発信で 来街集客につなげる
①気運醸成	基礎セミナー 実行組織作り 都道府県・市町村の後援	組織、参加者を拡大 観光、交通事業者などと 本格取り組み	国や県レベルと連携 支援を求める
②受入環境整備	多言語HPを開設(店単位) 既存補助金などを活用 多言語対応を実施	商店街HP特集を作成 多言語教育を日常化 店舗ごとに免税店化、 キャッシュレスなどを推進	案内所の設置 外国語対応人材の手配など
③告知・準備	JSTO所有WEBサイトを活用 多言語リーフレット作成	海外旅行博覧会などでの PRの実施	県・街全体での取り組み (航空機チャーター、 訪日ツアー造成など)
④実施	各店が実施	共同販促の実施 (ノベルティプレゼント、 抽選会など)	オリジナルノベルティの作成や、 オープニングイベントの開催
⑤情報拡散	JSTO所有アカウントのSNS から情報発信	ブロガー、広告などを実施 SNSの運用の開始	海外メディア招聘

5. キャンペーン実施の費用感

5. キャンペーン実施の費用感

Japan Shopping Festival (JSF) 「エリアキャンペーン」の展開

●JSF実施の基本パッケージ(有償)

新規ショッピングツーリズムのイベントについて、これまでJSFで実施してきたノウハウおよび、JSFロゴやプラットフォームの提供を行います。

・提供先: 会員、自治体、商店街、観光協会等

・提供できるもの: JSFのロゴ、既存の定型ツール(フライヤー、ポスターなど)や多言語情報発信

プラットフォーム(JSN・SNS)の使用および使用方法に関するアドバイス、ディレクション

※New 2019年もハローキティの活用が可能です。

<ツールイメージ>

●JSFロゴ



●多言語リーフレット



●ポスター



<WEB発信イメージ>



①JSF 特設サイトに掲載



②JapanShoppingNow に掲載



③JSTO 公式 FB での情報発信

※パッケージの参考価格は次ページに記載しておりますが、実施内容・製作内容等により変わります。

お打合せの上、都度御見積致します。

※JSF企画の元、ハローキティを活用することが出来ますが、株式会社サンリオの監修が必須となります。

※JSFに関するツール全般の監修はJSTOにて行います。

5. キャンペーン実施の費用感

Japan Shopping Festival (JSF) 「エリアキャンペーン」の展開

一般社団法人ジャパンショッピングツーリズム協会

▶ **予算別実施内容（ブレイクダウン例）** ◀

※価格は参考です。実施内容・製作内容等により変わりますので、お打合せの上都度御見積致します。

予算	100万円	500万円	1000万円
1 機運醸成	○	○	○
2 受入環境整備	○	○	○
3 告知・準備	-	○	○
4 実施	-	○	○
5 情報拡散	○	○	○
企画管理費	-	○	○
実施イメージ			
気運醸成 受入環境整備	-	多言語HP開設 基礎セミナー	多言語HP開設 分野別セミナー 免税店化支援 多言語対応支援
参加店舗数	20店舗	50店舗	200店舗
キャンペーン内容	各店実施 ※ハローキティデザイン 使用可能(条件あり)	共同キャンペーンの実施 ※ハローキティデザイン 使用可能(条件あり)	共同キャンペーンの実施 セレモニー等の実施 ※ハローキティデザイン 使用可能(条件あり)
海外PR	JSTO保有WEBサイト内 特設サイト JSTO所有SNSアカウント	同左に加え、SNS広告や JNTO等への情報発信依頼	同左に加え 海外メディア招聘

5. キャンペーン実施の費用感

Japan Shopping Festival (JSF) 「エリアキャンペーン」の展開

●Japan Shopping Festivalアンバサダー「ハローキティ」の活用について

使用条件: 「Japan Shopping Festival」のエリア版施策であること。
(製作ツール内にJSFロゴの記載は必須となります)

使用可能期間: 上限2週間 ※2週間以上の実施をご希望の場合は要ご相談

使用上の注意: ハローキティを使用する全ツールにおいて、株式会社サンリオの監修が必須となります。
監修には時間を要しますので、スケジュール調整にはご注意ください。

また契約上、キャラクターデータをお渡しすることはできません。デザインはJSTOにて行い、完成品のみのお渡しとなります。(無断加工等が見つかった場合には、直ちに施策の中止・回収等の対応を行っていただきます)

使用可能範囲: ご予算・プランにより異なります。また自治体キャラクターとのコラボは事前に株式会社サンリオへ確認の上、可否判断となります。

《参考》 100万プラン想定

- ・メインビジュアルへのハローキティ起用
- ・告知ツールへのハローキティ使用

※使用可能ツール※

- ・ポスター(店頭・店外・駅貼り等交通用)
- ・配布用チラシ
- ・JSTOのSNSアカウントでの告知用画像
- ・JSTOのWEBサイト用TOPバナー及び特集ページ用画像



※各ツールの製作費、デザイン費は別途必要となります。

5. キャンペーン実施の費用感

Japan Shopping Festival (JSF) 「エリアキャンペーン」の展開

●Japan Shopping Festivalアンバサダー「ハローキティ」の活用について

<参考2 500万円プラン>

- メインビジュアルへのハローキティ起用
- 告知ツールへのハローキティ使用

※使用可能ツール※

- ・ポスター(店頭・店外・駅張り等交通用)
- ・配布用チラシ、リーフレット等
- ・JSTOのSNSアカウントでの告知用画像
- ・JSTOのWebサイト用TOPバナー及び特集ページ用
- ・運営団体が保有しているSNSアカウントやWebサイト用TOPバナー及び特集ページ用
- ・プレスリリースやSNS等での発信用画像
- ・店舗掲出用ツール(余白あるのポスター等)



About Japan Shopping Festival in KYUSHU

It's a Welcome Shopping Campaign in KYUSHU excepted for OKINAWA hosted by Japan Shopping Tourism Organization, in addition to popular Japanese items such as consumer electronics, drugs, confectioneries, and fashion, you also can enjoy shopping many local specialties such as SAKE, Snacks and more and so on.
As a special promotion in this festival, you have a chance to be a bringer which is designed inside Kitty & KUMAMON are co-branded. Participating stores are looking forward to meeting & welcoming you.
Come Visit & Enjoy KYUSHU!

※下記での使用は別途有償で実施が可能です。ご相談ください。

- 例)
- ・配布および販売用ノベルティ作成
 - ・デザイン書き起こし
 - ・フォトパネルの作成
 - ・イベントでのハローキティ出演



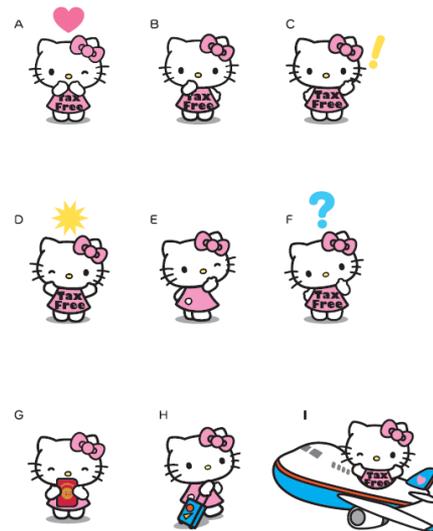
5. キャンペーン実施の費用感

Japan Shopping Festival (JSF) 「エリアキャンペーン」の展開

●費用内で使用できるハローキティ一覧



※下記は免税施策の場合のみ使用可※



※新たな衣装を着せたり、ポーズ変更をご希望の場合には、別途書起し費用(10~20万円前後)がかかります。

※上記一覧内のデザインを使用した場合でも、ハローキティを使用する全ツールにおいて、株式会社サンリオの監修が必須となります。

監修には時間を要しますので、スケジュール調整にはご注意ください。

※JSFに関するツール全般のデザイン監修はJSTOにて行います。