

シンガポール・タイ・香港・台湾で知事がトップセールス



横内知事は7月28日から8月4日にかけて、シンガポール・タイ・香港・台湾を歴訪。購買力のある消費者を対象に、モモ・ブドウ・ワインなどの高品質な県産品の輸出拡大と、東日本大震災発生後、大幅に減少した県への観光客を呼び戻すためのセールス活動を精力的に行いました。

また、8月11日から18日までアイオワ州との姉妹締結50周年記念事業に参加するため米国を訪問し、ロサンゼルスで山梨県の観光資源と県産品の魅力をPRしました。

Singapore

シンガポール共和国

DATA
人口 約509万人(2010年データ)
面積 約710km²(東京23区とほぼ同じ)
世界屈指の金融センター。国民の購買力は高く、高品質の県産品や山梨観光へのニーズは大きい。

国際都市シンガポールは、山梨県への旅行者も多く、また、県産品輸出の有望市場です。知事は、シンガポール政府の農食品獣医庁と観光局を表敬訪問し、県産品の輸出拡大や観光客誘致への支援を要請。農食品獣医庁のタン・ポー・ホン長官は、「日本の食品はプレミアムがある。山梨県産品の輸入促進に協力していきたい」と応じました。

また、現地関係者と物産や観光の商談会を開催。伊勢丹スコッツ店で行った「富士の国フェア」では、店頭でモモやブドウを配り、県産果実をPRしました。



シンガポールの新たなランドマーク「マリナ・ベイ・サンズ」



伊勢丹スコッツ店で行われた「富士の国フェア」で、来店客に県産品を勧める横内知事



農食品獣医庁のタン・ポー・ホン長官

Thailand

タイ王国

DATA
人口 約6912万人(2010年データ)
面積 約51万4000km²(日本の約1.4倍)
急速な経済発展を遂げており、日本との関係も深い。今後、山梨県への誘客の増大が期待できる。

本県への旅行者が増加しているタイでは、現地政府の観光庁などを表敬訪問し、観光客誘致への支援を要請しました。また、現地旅行会社との観光商談会も開催。

さらに、政府・旅行・メディア関係者を招いて「富士の国やまなし」魅力説明会・交流会を開きました。安全、安心な山梨県の現状と富士山などの観光資源や山梨の特産品であるモモやワインの魅力をアピール。ワインの試飲などによって実際のおいしさを味わってもらいながら、タイの参加者との交流を深め、ネットワークの形成に努めました。

県の事業者5社と現地バイヤーら65人が参加した物産商談会



現地旅行会社との観光商談会



現地メディア関係者に山梨県の魅力をPR

Hong Kong

香港

DATA
人口 約705万人(2010年データ)
面積 約1104km²(東京都の約半分)
東日本大震災が起こるまで、日本は人気の旅行先として定着し、山梨への旅行者も多かった。

東日本大震災の影響を受け、日本への観光客が落ち込んでいる香港では訪日旅行を取り扱う大手旅行会社3社を訪問。安全性を訴え、山梨への誘客を働き掛けました。

また、今回のトップセールスに合わせて、香港のフリーペーパー「needs」8月号(7万部発行)にも山梨のPR記事を掲載。山梨の豊富な観光資源の情報を発信しました。



山梨のPR記事を掲載したフリーペーパー「needs」



香港で訪日団体旅行取り扱い第1位の「EGLツアーズ」を訪問



8月16日に、ロサンゼルス日本総領事館および山梨県人会の協力を得て、同総領事公邸で開催した「Yamanashi Fair」で、集まった現地の流通業者や旅行者、和食レストランの経営者、メディア関係者らに本県で造られたワインや日本酒、織物、和紙、印伝、煮貝、みそなどの魅力を伝えました。



シンガポール政府農食品獣医庁を表敬訪問



タイの日本大使館の協力を得て、同大使公邸で開催した「富士の国やまなし」魅力説明会・交流会では、山梨県産ワインを試飲しながら懇談

Taiwan

台湾

DATA
人口 約2316万人(2010年データ)
面積 約3万6000km²(九州よりやや小さい)
親日の傾向が強い。東日本大震災が起こるまで、日本は最も人気の高い旅行先だった。

台湾でも、日本への観光客が減少していることから、大手旅行会社2社を訪問し、トップセールスを行いました。山梨の安全、安心な現状を説明。知事自らのセールスに各旅行会社は「台湾まで来ていただき、その熱意は十分に伝わった。富士山、モモやブドウ、おいしい水など魅力が多い山梨への送客に力を入れていきたい」と応じました。

訪日旅行取り扱い1位の「康福旅行会社」を訪問



台湾で訪日旅行取り扱い2位の「易遊網旅行会社」でも山梨県をPR

USA

アメリカ合衆国

DATA
人口 約3億1038万人(2010年データ)
面積 約938万km²(日本の約25倍)
西海岸には健康志向の富裕層が多く、日本酒や豆腐、しょうゆ、みそなどの日本食品が浸透。日本食に合う甲州種ワインの市場としても期待される。