

祭ブリスベン 2025

岐阜県ブース活動報告書

1. 概要

日付: 2025 年 9 月 6 日（土） 来場者数：2 万人超

場所: クイーンズランド州ブリスベン（Whites Hill State College 敷地内）

主催: オーストラリア岐阜県人会、岐阜県庁県産品流通支援課

協力: 岐阜県人会インターナショナル

出店ブース規模：3m×3m、スタッフ 3 名（常駐 2 名） 来場者：約 200 名

2. 出展目的

- ・岐阜県の観光地・伝統文化・県産品の魅力を広く紹介し、岐阜県への訪問や物産品の購買促進につなげること。
- ・岐阜にゆかりのある人々だけでなく、日本に興味を持ちながら岐阜について知らない来場者にも、岐阜の魅力を知ってもらうこと。

3. 活動内容

- ・展示品：郡上踊り下駄、郡上本染め、春慶塗、さるぼぼ、大垣の升、美濃焼、美濃友禅、美濃和紙、岐阜の和傘。観光ポスター、観光チラシ
- ・観光案内：手書きの岐阜県イラスト地図で観光地の位置や魅力を説明。牙岩（ボルタリング向け）や下呂温泉、白川郷などの名所を紹介。
- ・体験コーナー：飛騨組子、折り紙、どうぶつの積み木など（ただし、今年はスペース制約で数が昨年より減少）
- ・プロモーション：ブース前で郡上おどりの団扇を配布して岐阜県をアピールし、他に「Gateway to Gifu Products」Instagram フォローでエコバッグを配布。（人気があり 15 時ごろには終了）。来年はタグ付け・ストーリー投稿企画も検討。
- ・英語 POP・パネル：県産品の特徴や観光地情報を英語で表示し、来場者から好評。

4. 成果と来場者の反応

・来場者数が昨年より増加しブースには約 200 名の方が来られました。岐阜に興味がある方、行ったことがある、または行く予定があるという方も多くいました。今回はスタッフが 3 人いたので、一人ひとりと話す時間が増えたことで岐阜への興味の深まりを強く感じた。

・さるぼぼ、下駄、紙製品、観光情報に関する質問が多数寄せられ、特にオーストラリア人はお酒やトレッキング・ボルタリング、サイクリング情報にも興味を示した。

・Instagram フォロー企画が大好評で、フォロワー数の増加とブース集客に貢献。展示品の詳細・価格情報を Instagram で確認できるようにしたことで、購入に関する質問が減少。一方観光の関心が去年より高まっていると感じた。

・英語表記の岐阜地図が説明に役立ち、来場者の理解促進につながった。

5. 課題と次回への具体的提案

1. 県産品に関する英語の POP パネルを使うと来場者にとって非常に分かりやすい。今後、県産品アピール用手作り POP を作ると、アピール効果が高まると思う。
2. さるぼぼ人形がとても人気があった。アユや干し柿などの和小物もあれば喜ぶと思う。
3. 今回は岐阜県の観光名所を示す手作り地図をブース内に設置して好評であったが、そもそも岐阜県が日本のどのあたりか知られていないと感じた、岐阜県は東京から京都に行く途中にあること、金沢のすぐ南に位置することがわかるよう、日本全体の地図を貼るとよい。
4. 展示スペースの最適化：立体展示や動線設計を見直し、体験コーナーの数を確保。
5. SNS 連動の強化：タグ付けやストーリー投稿で景品がもらえる企画を導入し、情報拡散を促進。
6. 体験型イベントの充実：美濃和紙ワークショップや景品付きクイズなど、大人も楽しめるコンテンツを追加。
7. 観光＋物産の情報統合：大きな地図で名産品の産地と観光地をリンクさせ、来場者が一目で理解できるようにする。
8. 特典付きプロモーション：岐阜訪問時に使えるクーポンや特典を用意し、旅行促進につなげる。
9. お酒紹介のビジュアル化：酒蔵マップや写真付きパネルで種類・特徴をわかりやすく提示。

10. アウトドア情報の提供：トレッキング・サイクリングコースのパンフレットや地図を作成。

6. 日本でのメディア展開

- ①TBS のニュース（9月7日）で取り上げられた。

<https://www.youtube.com/watch?app=desktop&v=ZgpC0cj19Vo>

- ②岐阜新聞の Web ニュース（9月12日）に掲載された。

<https://www.gifu-np.co.jp/articles/-/594890>

7. まとめ（今後の展望）

祭ブリスベンは年々来場者が増え、岐阜県の魅力を広く伝える場所として重要度が増している。今後、岐阜県ブースは展示方法や体験企画を充実させることで、より多くの人々が岐阜県を知り訪問し県産品の購買意欲がわくような貴重な Gateway となるだろう。

