



## Peopleseeing を売ろう！

株式会社イベントサービス  
代表取締役 **森本 福夫**  
MPI Japan Chapter メンバー

インバウンドMICEの振興には、日本が先ずDestinationとして選ばれる事が必須です。

効果的な誘致施策を考え広く海外マーケットへ告知する事が必要になります。その一つとして、我が国全体の誘致・広報戦略< Sightseeing から Peopleseeing へ、Japan — Meet the People !>を提案したいと思います。PeopleもSightの一つですが、ここではもっと内面的なものを指しています。

レジャーツーリズムのSightseeingではどの国でも一般的に観光資源、食事、催事、風俗、エンターテインメントなどなどを売る事が長く主流であり、それは効果的でした。普遍的で判りやすく人々に訴えられる行き方と言えます。

これに加え、物の見方、考え方、日ごろの行動などなど、自分の国では見られないユニークな精神文化としきたりがニッポンにあること、それを実践している人々がいること、そしてそのような人々がいる国で自分達に無いもの感じたい、だから日本でMICEを開催、と思ってもらえる様な広報戦略が今後の主流であるべきだ、と言う提言です。

百貨店では売り場の店員が退席する際、出口で一礼してからドアを開けて退席します。職場・顧客に対する敬意を表すためです。帰ってくる際も同様に礼をします。

このような礼儀・作法が普通に行われている国、訴訟をできるだけ避け、話し合いで和をたっとぶ精神が感じられる国、遠慮、もったいない、根回し、など翻訳に難しい言葉がある国、神道と仏教が平和的に共存している国、子供が付き添いなしで電車通学できる国、新聞に短歌・俳句・川柳などを投稿する事が日常的になっている詩心ある国民が多い国、などなどを知らせましょう。今後は< Peopleseeing > = 観人、がCoolだ、と考えています。