インバウンド獲得するHP作成術

第4回　交通周辺案内を外国人向けに（後編）

同じ言葉でも認識は大きく違う

前回はテーマの前半として、交通案内をいかに外国人向けにアレンジするかをお話した。それに引き続き今回は、周辺案内を飛躍的に外国人フレンドリーなページへと変貌させる方法をご紹介する。

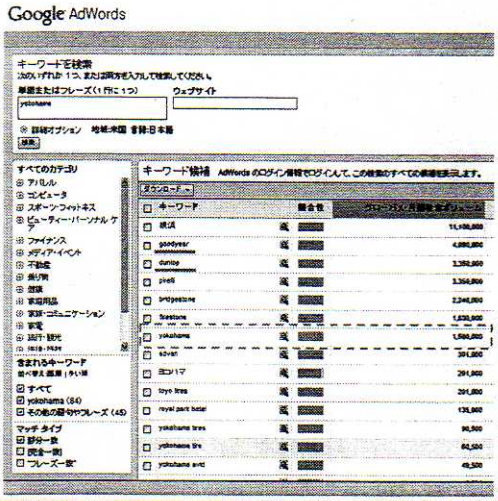
周辺案内を考える時、一番大事なことは「外国人目線の周辺案内情報を掲載すること」である。例えば日本人が「横浜」という言葉聞いた時、最初に思い浮かべるのは、みなとみらいや中華街や山下公園といった観光スポットのある港町というイメージだろう。しかし同じ横浜でも外国人目線では「south of Tokyo（東京の南）」というカテゴリに入る。また、外国人が「yokohama」という言葉を検索する際、その上位のキーワードは「横浜タイヤ」である。このように同じ言葉でも外国人の認識は日本人と大きく異なる。

しかし、そうは言っても日本人が急に外国人目線になるのは難しい。そこで有効なのが外国の旅行ガイド誌だ。外国人旅行者のバイブル「ロンリープラネット」で貴社の位置を確認してみて欲しい。先程の横浜は「south of Tokyo」というカテゴリに位置しており、これはつまり、外国人が横浜を東京の一部と捉えているという事である。そこで周辺案内には「浅草」・「銀座」といった外国人に人気の東京観光スポットや「鎌倉」・「箱根」といった周辺の観光スポットまでをより広域に掲載する必要がある。

外国人目線の周辺情報を掲載しよう

また、インターネットでの外国人注目の日本観光地ランキング等を参考にするのも一つの手だ。東京では築地・ディズニーリゾートに続き、意外な「ポケモンセンター」が上位に入り、関西では伝統的な金閣寺・清水寺等以外にも大阪スパワールドや世界遺産の高野山など人気スポットも次々に変化してきているので、是非貴社周辺の外国人に人気のスポットを発掘して周辺案内に掲載してみよう。

グーグルのキーワードツールを使うと、yokohamaの関連キーワードは「goodyear」や「dunlop」などタイヤ関連のキーワードが上位を占めることが分かる



筆者プロフィール

オーエイチ
チーフディレクター
有馬孝行

1976年熊本県出身。2001年富士屋ホテル入社後、海外リゾートホテルや都内外資系ホテルを経て06年3月オフィスオーエイチ（現:株式会社オーエイチ）入社。入社後はホテルのネットマーケティングと海外経験を活かしホテル・旅館の外国人向けホームページのディレクション・海外プロモーション担当として活躍中。