

5. 接客業務

5-1. 日本からの賓客対応

国会議員や2027年国際園芸博覧会協会・横浜市、関係企業など、多くの賓客の来訪があった。

日本国屋内出展案内の他、次回開催予定である2027年国際園芸博覧会関係者等の方々を中心にEXPO 2023 Doha 会場内をご案内した。



5-2. カタール及び他国からの賓客対応

カタール及び他国のVIPや関係団体等が来場するとほぼ必ず日本国出展への訪問があった。カタール側からVIP来訪の打診を受けることもあったが、サウジアラビア館など近隣のパビリオン担当者から直接連絡が入ることも多く、突然来訪されることもあった。他国からの来訪者には英語で紹介を行った。



6. 広報ツール

6-1. キービジュアル

広報ツールを構成していく上で、イメージ統一や広報訴求力を高めるためにロゴマークやキービジュアルを作成し、広報展開を行った。作成にあたっては日本国出展としてのキービジュアル「Green Gift from Japan」を視覚的にイメージさせるものとし、2色とモノクロのバリエーション展開を用意した。



6-2. 広報チラシ、ポスター

本事業の告知を行う上で紙媒体の広報ツールとして、チラシ(A4表裏)とポスター(A1)を制作した。制作した広報物は花き業界、関連団体、行政等に配布し、配布設置およびポスター掲出の依頼を行った。チラシ裏面にはメイン展示スタンドの出展募集の案内も行った。

チラシは19,000枚・ポスターは700枚配布した。



6-3. ウェブサイト・Facebook・Instagram

公式ホームページでは EXPO 2023 Doha の概要や日本国屋内出展を中心に日本国出展全体の紹介をはじめ、現地でのタイムリーな情報発信を実施するため公式 Facebook に加え、Instagram も開設し、動画を中心とした情報発信を行った。PC とスマートフォンの両方で閲覧出来る形式とした。

■公式ホームページ

(日本語版および英語版は2023年2月公開)

日本語と英語の2ヵ国語の仕様とした。

URL アドレスは「www.dohaexpo2023.jp」とし、Facebook と Instagram を組み込み連動させた。



■公式 Facebook/ Instagram

事務局スタッフが準備段階から開催期間を通じて、施工・展示の様子、日本産花きの画像、イベントなどを画像だけでなく、動画を投稿し、情報発信を行った。

また、現地のバイヤー(花き関係者)等へ日本からの PR 花材の情報提供なども実施した。



