

食で個人旅行者へ日本の魅力発信！ ～シンガポール訪日旅行フェアに参加しました～

自治体国際化協会シンガポール事務所（以下 CLAIR）は、2014年10月3日（金）から6日（月・祝）まで、「Japan Travel Fair 2014」において、日本政府観光局（JNTO）シンガポール事務所と連携し、観光 PR を実施しました。CLAIR として日本の物産と観光を連動させた新しい試みのブースを設置し PR を実施しました。

1. オールジャパンのコンテンツを活用した情報発信

「Japan Travel Fair」は、JNTO シンガポール事務所が毎年開催している訪日旅行フェアで、今年で4回目の開催です。今回も過去3回と同様にシンガポール唯一のショッピングスポットであるオーチャードロードの高島屋シンガポールで開催されました。JNTO 観光案内ブースの他、日本側からは13団体がブースを構え各地域の観光情報を PR し、旅行代理店



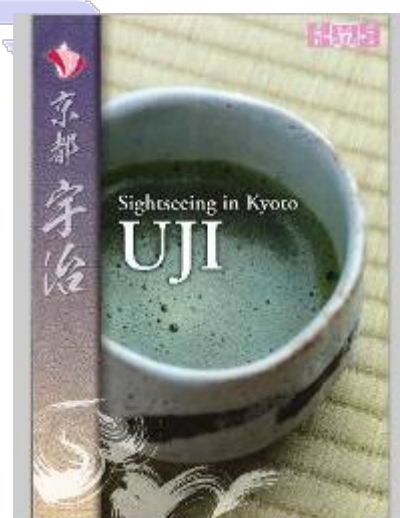
10社が訪日商品を販売しました。ステージ上では多くのイベント等が催され、多様な日本の魅力をシンガポールの一般消費者に向けて発信しました。

盛況な賑わいを見せる会場

2. クレア企画、物産と観光の連動した PR ブース

今回のフェアでは、事務所初の試みとして物産と観光を連動させたブース（以下：クリアブース）を設置しました。

このクリアブースには京都府、北九州市、東京都中央区が出展し、一つのブース内にて地域の観光情報の発信と地元製品の試食及び販促を実施しました。シンガポールでは日本食の認知度が非常に高くなっていますが、その物産がどの地域の特産品かまで理解している方は少ないです。そこで今回は観光と連動して商品紹介をすることにより、実際に訪日した際にその地域で食べられるものを PR しようということです。特に京都府ブースで販売した抹茶は、試飲しながら抹茶の生産地である宇治市のパンフレットを手取るお客様が多くみられました。日本で抹茶が飲みたい場合は宇治市に行けばよいという観光と製品の効果的な PR となりました。



抹茶を全面に推しだした宇治市
パンフレット

成熟したシンガポールの訪日旅行市場においてインパクトのある地域PRを行うために、物産との連動を検討されてはいかがでしょうか。



抹茶や和菓子と共に京都を PR



九州の米菓と共に北九州市を PR



日本橋の名産品と東京都中央区の PR

3. 日本パビリオンにおける観光 PR

JNTO シンガポール事務所の速報値によると、今回の高島屋でのフェア開催期間中の商品購入者は727人で、昨年を上回りました

(2013年は3日間の開催)。目的地別には、北海道、ゴールデンルートは相変わらずの人気ですが、東北、中部/北陸、中国、沖縄の伸びがかなり大きく、リピーターの多いシンガポールの市場で新たな目的地を求める動きが強まっていることを実感しました。東日本大震災後の2011年に



VJブースで観光案内をするクリア職員

始まったこのフェアでは、当初東北地方への旅行に対して不安や懸念を話す来場者が多く見られましたが、4回目となる今回は、スキーや温泉を楽しみに実際に旅行を計画している来場者が観光情報を求め多く訪れました。

特設ステージでは JNTO シンガポール事務所による「お弁当アート」のトークショーや現役相撲力士によるパフォーマンスが行われ、立ち見の来場者が会場の外まで溢れかえるほどの大盛り上がりを見せました。また、日本に旅行に行って相撲や能歌舞伎といった伝統文化に触れたいという来場者からの問い合わせが多く寄せられました。訪日旅行で楽しみにしていることとして、これまでの食事・温泉・買物・桜紅葉といったことに加え、更に多くのコンテンツがシンガポール人にとって魅力的なものになっていることを感じました。今回のフェアで訪日旅行商品を購入した人の約7割は1人あたり S\$2,500(約21.5万円/約 S\$=85円)を超える高額商品を購入しました。シンガポール人は、有名な観光名所ばかりに目が向いているわけではなく、高価格でも日本特有の文化や歴史に触れることができる参加型・体験型の旅行も求められていることを感じました。

4. シンガポール人訪日旅行目的・ニーズ

来場者からの質問・要望等

訪日目的 楽しみにしていること	<ul style="list-style-type: none"> ● 旅館・温泉 ● テーマパーク・美術館・博物館 ● 食事 ● 体験（着物、陶器作り、忍者、和太鼓、盆栽、茶道） ● 買物（2014年10月からの新たな消費税免税制度）
リピーターの方へ質問 前回の訪日で気に入ったこと	<ul style="list-style-type: none"> ● 食事（回転寿司、焼肉、お好み焼き、とんかつ、うなぎ） ● 夜景 ● 四季折々の風景 ● 企業の文化施設（トヨタ産業技術記念館、カップヌードル博物館）
リピーターの方へ質問 前回の訪日で困ったこと	<ul style="list-style-type: none"> ● Webでの英語の情報が少ない （果物狩りや花の開花時期といったリアルタイムの情報が乏しい） ● WiFi環境が整備されていなかった
はじめての方へ質問 不安なこと	<ul style="list-style-type: none"> ● 個人旅行者で英語のツアーガイドを依頼する方法 ● 言葉や案内看板等は英語で表示がされているか

5. Japan Travel Fair 2014 概要

会期	2014年10月3日（金）～10月6日（月・祝） 10:00～22:30 ※10月3日のみ 18:00～22:30
開催場所	高島屋シンガポール B2F イベントスペース
主催	観光庁/日本政府観光局（Japan National Tourism Organization）
参加団体	日本側 11 団体（一般財団法人自治体国際化協会（京都府、北九州市、東京都中央区）、公益社団法人 北海道観光振興機構、洞爺湖周辺地域観光推進協議会、JR 東日本、小田急電鉄株式会社、松本観光コンベンション協会、石川県観光戦略推進部国際観光課、和歌山県、ユニバーサル・スタジオ・ジャパン、一般財団法人沖縄観光コンベンションビューロー、キャノンシンガポール） シンガポール側 旅行代理店 10 社
対象	一般消費者
入場料	無料
訪日旅行商品購入者数	727 人（昨年比 26.0%増） （JNTO シンガポール事務所が行った訪日旅行商品の予約・購入に対する粗品進呈調査による）

（下村所長補佐 愛知県田原市派遣）