

フィリピンの旅行フェアで日本各地の魅力を紹介

～ フィリピン・マニラで開催された「Travel Tour Expo 2015」に参加 ～

自治体国際化協会シンガポール事務所は、2015年2月13日（金）から15日（日）の3日間にわたり、「Travel Tour Expo 2015」の観光庁・日本パビリオン内ビジットジャパンブース（以下「VJブース」という。）において、日本政府観光局（JNTO）バンコク事務所と連携し、観光PRを実施しました。現場で見たフィリピン訪日旅行市場の状況を報告いたします。

1. 昨年の訪日旅行者数が過去最高！

JNTOによると2014年のフィリピンの訪日旅行者数は18万4,200人（推定値）と10年ぶりに過去最高を記録し、対前年比でも70%増の高い伸び率となっています。この要因としては、ビザの発給要件緩和や円安の進行、LCCのセブ・パシフィック航空を含む各社による日本への直行便増便・新規就航などが挙げられます。

それに加え、フィリピンの人口は昨年7月に1億人を超え、経済成長も堅調で、海外旅行に行くことのできる中間所得者層も増加していると言われ、今後の訪日旅行者の増加が期待できます。

2. Travel Tour Expo 2015 について

このイベントはフィリピン旅行業協会（PTAA: Philippine Travel Agencies Association）が主催するフィリピン最大規模の国際旅行博覧会となっており、フィリピン富裕層を主なターゲットとし、同国最大級のショッピングモールに隣接した SMX Convention Center を会場として開催されました。

開催は年1回であり、一般来場者が各旅行会社・航空会社のブースで販売される旅行商品を購入することができます。

出展各社は期間中の目標売上額を伸ばすために販売には熱が入ります。ある航空会社は、数量限定の航空券を1ペソ（約2.6円）で販売し自社PRしていました。

一般来場者も期間中に販売される特別価格の航空券や特別割引セールツアーを求め、オープン前から入口には長蛇の列が続いています。

また、各国・地域の観光局（以下「NTO」という。）なども出展し、旅行業者との情報交換、一般来場者への観光情報・文化PRを行っています。



会場入口は入場待ちの人で長蛇の列

3. VJ ブースで日本各地の魅力を発信！

VJ ブースでは、訪日旅行に関する総合的な案内窓口として、来場者へ日本各地の観光パンフレット等の提供、質問への対応のほか、日本の「文化」「日本食」「Cool Japan」をキーワードに折り紙体験や書道体験、寿司職人による寿司デモンストレーション、コスプレイヤーとの記念撮影など日本の魅力を発信するイベントが行われました。

また、フォトコーナーでは日系企業とも連携し、雪景色を背景に冬服を着た記念撮影会場に多くの人々が訪れていました。



ベストパビリオン賞にも選ばれたジャパン・パビリオン

4. 訪日旅行の傾向やニーズとは？

フィリピン人の訪日旅行は、家族や友人などで行く小グループの旅行が一般的で、旅行会社を通じて予約することが多く、「フリー&イージー」（航空券と宿泊のセット、またはランドアレンジメントという、宿泊のみまたは空港からのアクセスのついた商品の総称のこと）という廉価な商品と「オールインクルーシブ」という観光・食事まで全て含んだ高価なツアーに大別されます。ゴールデンルートだけではなく、他の地域の商品も少しずつ登場してきているのが目立ちました。

VJ ブースに訪れる来場者から一番多く聞かれた質問は、「桜の咲く時期はいつ？」 「日本のどこで桜が見られる？」です。フィリピンでの旅行シーズンがホーリーウィーク（イースター休暇）の3月下旬から5月上旬と桜の時期と重なるため多くの人々が桜を目当てに訪日旅行をします。日本各地で桜を見ることができるが開花時期は日本の北と南で違うことを説明すると驚く人もいました。



VJ ブースで日本各地の魅力を PR

東京、富士山以外に多かった問い合わせは、「大阪の情報が欲しい」でした。今回初めて VJ ブースに共同出展した関西地域振興財団の「KANSAI」コーナーには多くの来場者が訪れ、訪日リピーターからの大阪や京都をはじめとした関西エリアの観光情報やフィリピンでも人気のあるユニバーサルスタジオ・ジャパンのハリーポッターについての問い合わせがありました。

東京、大阪についても名前は知っているが、その位置やどのような観光地があるかは知らない人も少なくありませんでした。知名度のある東京や大阪を起点とした観光 PR によ

る誘客にもまだ余地がありそうです。

5. これからの訪日旅行市場

現在、フィリピンの訪日旅行は東京－大阪間のゴールデンルートが主流となっていますが、次の旅行先としては TV の旅番組で一昨年フィリピン国内向けに放映された北海道が注目されています。今回、北海道観光振興機構も初めてこの旅行フェアに単独参加し、北海道内各地の PR や東京からのアクセス方法などの紹介を行っていました。

今後、新聞広告やインターネット、SNS などのメディアを使った PR などにより日本の各観光地が誘客できる市場ではないかと思われます。

CLAIR シンガポール事務所としても今後益々成長するフィリピンの訪日市場について注視していきたいと思います。

(金子所長補佐 山口県山口市派遣)

