

# 九州ファンを増やそう！九州全7県参加で魅力をアピール ～九州観光説明会、商談会（シンガポール・タイ）～

シンガポール事務所

シンガポール及びタイ（バンコク）の訪日旅行取扱旅行会社やマスコミ等を対象に、「九州観光説明会・商談会（主催：九州運輸局及び九州観光推進機構）」が開催されました。

九州の魅力的な観光素材を紹介し、誘客の拡大を図るために開催されたもので、シンガポール・タイでは初めて九州7県すべてから行政、観光関係者等が参加しました。

日時	開催内容	地元側参加者	九州側参加者
7月2日（火） 14:00～17:40	シンガポール	旅行エージェント等 39社 68名 ・旅行会社 31社 57名 ・メディア 5社 6名 ・航空会社 3社 5名	行政、観光関係者等 29団体（42名）
7月4日（木） 14:00～17:40	タイ （バンコク）	旅行エージェント等 72社 100名 ・旅行会社 61社 87名 ・メディア 8社 10名 ・航空会社 3社 3名	行政、観光関係者等 31団体（46名）

## 1 シンガポール ～魅力いっぱい九州へ！～

### (1) 観光説明会

まず国土交通大臣が任命する「VISIT JAPAN 大使」の一人である George Lim 氏による九州各地の観光地の紹介が行われました。Lim 氏はシンガポールで日本旅行専門の無料雑誌「Go JAPAN」などの情報誌制作等により、広く日本の魅力を発信されている方です。説明会に参加した旅行エージェントが旅行商品の企画をするに際し参考となるポイントを、カテゴリー毎に分かりやすく説明されました。特徴的だったのは「自然」「温泉」「文化」「食べ物」「ショッピング」「おすすめ」などを、県ごとにではなく九州全域からピックアップして紹介されたことです。エージェントにとって興味のあるコンテンツを比較検討しやすい構成でした。



George Lim 氏のプレゼンテーション

次に、JR九州から今話題となっているクルーズトレイン「ななつ星」に関するプレゼンテーションが行われ、豪華な客室や素晴らしい景色を楽しめる運行ルートなど、クルーズトレインの魅力をPRしました。

更に、シンガポールで旅行雑誌等を発行している Regent Media 社の編集長、Cecilia Woo 氏から、2012 年 12 月にシンガポールの高校生を対象に実施した九州教育体験ツアーの体験を踏まえて九州の魅力が紹介されました。シンガポール側参加者から「九州という広いエリアを 1 つにまとめて説明してくれたので、豊富な情報を一度に得られて良かった」という意見がありました。

## (2) 商談会

商談会場では、各団体が日本から持参したポスターや名産品等を飾り、現地の旅行エージェン트가、先のプレゼンテーションで興味を持った地域について各団体のブースを訪問する形式で商談会が実施されました。多くのエージェン트는既に九州への旅行を催行しており、「定番となっている福岡でのショッピングや長崎のテーマパーク、大分の温泉などの観光地以外に魅力ある新たな訪問先はないか」、「体験型のコンテンツを探している」などの声が聞かれました。

九州側のブース数は 23 か所でシンガポールの商談会では初めて 7 県全部がそろったため、シンガポール側にとっても充実したものとなったようです。

その一方 1 箇所あたり制限時間 10 分、合計 2 時間の商談会であったことから、シンガポール側参加者から「全ての九州側参加者と商談ができなかったのが残念。全体の商談の時間を長くしてほしい」という意見もあったようです。



熱心に説明する担当者

## 2 タイ（バンコク） ～活気があふれた会場～

### (1) 観光説明会

タイでもシンガポールと同様のタイムテーブルで実施され、主催者・来賓の挨拶の後、主催者側による九州観光の紹介が行われました。ここでも、九州各県のインフラやアクセス情報、各地で開催されているフラワーフェスティバル等のイベント情報や、九州各地の温泉エリアの紹介、お城や神社、お寺などの文化的な建築物、ローカルフードなどの情報を凝縮して「九州」としてPRすることにより、より効果的に九州の魅力を表現していま



多くの現地の旅行会社が参加

した。

最後に、現地の関係者によるタイ語での九州体験談のプレゼンテーションが行われ、主に鉄道を利用した九州旅行の魅力が紹介されていました。

## (2) 商談会

タイの商談会においても、シンガポールと同様に現地の旅行エージェントが各団体のブースを訪問する形式で実施されました。実際に話をしてみて興味深かった点は以下のとおりです



iPad を用いてPRした佐賀県ブース

### ▶ カニは北海道でしか食べられない？

訪日旅行の目的として最も欠かせないものの一つが、日本食です。ブースを訪れた多くの方からも、日本食についての問い合わせがありました。とりわけタイの方はカニが好きな人が多いようですが、カニは北海道でしか食べられないというイメージを持っている方が多く、九州でもカニを食べることができるということに興味を持ったようです。

### ▶ 雪＝北海道？

雪についても同様に、北海道というイメージが非常に強いようですが、九州でも冬には雪が降る地域もある旨を説明したところ、時期や場所・アクセス方法についての質問も多く寄せられました。冬季に九州のスキーツアーも面白いかもしれません。

### ▶ タイの人に温泉文化は受け入れてもらえる？

初めて訪日されるタイ人にとって、温泉に興味があっても最初は入ることに多少抵抗があるようです。ただ、温泉文化に慣れてくると、ファンになってくれる方が多いようですので、温泉ルートについてはリピーターが増えるに伴い需要が増えることが見込まれます。

## 3 シールを集めて抽選会にエントリー ～多くのブースで商談を～

今回の商談会では、より多くのブースを回ってもらうために次のような取り組みが行われました。これによりブースの流れがスムーズになっただけでなく、イベントの終了まで多くの方に残ってもらうことができ、各地方の特産品をPRできるなどより充実した内容となりました。

①商談方法は、日本側がブースに座り、現地招待者様が回る形式

②1回の商談時間は10分とし、10分経過時点でアナウンス

③各ブースの回遊性を促すためスタンプラリーを実施。名刺の裏側にブースで配布するシールを6個集めて抽選会にエントリー。交流会中に抽選し各県ご当地景品をプ

レゼント。

#### 4 ご当地スイーツを囲んで交流会

商談会終了後、交流会の時間を設け各県のご当地スイーツが提供されました。

各県すべてのスイーツが楽しめるということで、和やかな雰囲気で見聞交換に参加していました。商談会とは違ったリラックスした雰囲気の中で交流できることで、今後のネットワーク形成に有効だと感じました。



交流会で各県のスイーツを楽しむ参加者

#### 5 終わりに

短期滞在を目的とする訪日タイ人及びマレーシア人に対するビザの免除や、円安で訪日旅行のお得感が増したこともあり、ASEANからの訪日旅行者の急増が見込まれる中で、更なるリピーターを獲得するには、いかに日本の持つ豊富な観光資源と旅行者のニーズをマッチさせるかが重要となります。

訪日旅行の目的は、食やショッピング、自然、温泉などが上位を占めており、九州はそれらのニーズを満たすことができる資源を十分に持っています。

一方、実際に商談会に参加して現地の旅行会社の方と話をしてみると、現地の方の持つ日本のイメージとして東京・大阪や北海道の印象が非常に強いと感じました。

今後より多くの方を九州へ誘致するためには、しっかりと九州全体でイメージを構築し、継続的にタイにおけるPRをすることが重要です。

なお、今回の商談会でも既に九州行きの旅行を催行している旅行社が多かったようですが、商談会や交流会で構築したネットワークを活用し、旅行業者にリアルタイムに必要な情報を発信し豊富な観光資源のさらなる商品化を促進することで、九州への観光客のより一層の増加が期待できます。

(岡田所長補佐 熊本県派遣・宮崎所長補佐 佐賀県派遣)