

訪日旅行意欲の回復が見られるシンガポール市場 ～シンガポール国際旅行フェア NATAS Holidays2013 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、2013年8月16日（金）から18日（日）まで、「NATAS Holidays2013」の日本パビリオン内ビジットジャパンブースにおいて、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。シンガポール訪日旅行市場の現状を報告いたします。



【一年に2回開催される盛大な旅行フェア】



【NATAS入場券を買い求める人の列】

1. フェア期間中の訪日旅行状況～日本は人気の旅行先第2位～

JNTO シンガポール事務所が実施した調査によると、フェア全体の来場者は昨年よりも減少したものの、訪日旅行商品の売れ行きは非常に好調で、5,323件（昨年比56.6%増）であったとのこと。日本は、フェア期間中の人気旅行先第2位となり、昨年同時期の5位からランクアップしました。

JNTOによると、2011年3月の東日本大震災以降、回復の早かった他の東南アジア諸国とは対照的に、シンガポールからの訪日者数は2010年比マイナスの状態が長く続いていました。2013年1月頃から円高の是正、放射能懸念の軽減により団体旅行が回復傾向となり、4月には、単月で過去最高を記録、1月～4月の累計でも2010年の水準を回復しました。6月には、学校休暇時期を利用した家族旅行の需要が戻り、1月～6月の訪日シンガポール人は2012年同期比23.4%増の8万3200人と上半期の過去最高を更新しています。JNTO シンガポール事務所が実施した航空会社とのプロモーション運賃による販売促進共同広告やオンライン旅行会社との共同広告が、個人旅行需要喚起に寄与したと見られています。

シンガポールの主要紙ストレーツ・タイムズは、シンガポール旅行代理店協会（NATAS）が、7月に国内の代理店20社を対象に行った調査の結果として、シンガポール人旅行者の渡航期間が長期化し、トルコやチベットなど一層「エキゾチック」な渡航先が人気を集めていると報じました。NATAS 期間中の販売状況においても同様の傾向がみられ、ペルー、イラン、南アフリカ等に興味を示す人が目立ったとのこと。「新しい体験・行先」

には出費を惜しまないシンガポール人が増加していると見られています。今年 1 月～7 月のシンガポール人旅行者の渡航日数は平均 7 日間と昨年の 5 日間から長期化し、渡航費用も 1500～2000 シンガポールドルと昨年から 20%増加しています。

訪日旅行については、北海道人気が顕著であり、あるオンライン旅行代理店では、北海道行きの予約が 3 倍に増加、ある主要旅行代理店においてもシンガポールドル高の影響で 2013 年末までの北海道行きの予約が 30%増加しているとのことです。

2. 日本パビリオンにおける観光 PR～訪日旅行意欲の回復を実感～

今回は、2012 年 8 月に開催された「NATAS Holidays 2012」と比較すると格段に多くの来場者が日本パビリオンを訪れていたと思われ、シンガポール人の訪日旅行意欲が昨年の同時期と比べて回復していることを肌で実感することができました。

【来場者で賑わう日本パビリオン】

日本パビリオンには 19 団体が出展しており、そのうち自治体・関連団体は、北海道観光振興機構、富良野・大雪・旭川地区外国人スキー客誘致協議会、東北観光推進機構、東京都台東区、中部運輸局、山ノ内町観光連盟、岐阜県、静岡県、三重県、和歌山県観光連盟、九州観光推進機構、別府市、沖縄観光コンベンションビューローの 13 団体でした。



今回の NATAS Holidays について幾つかの団体からお話を伺いました。

❖ ニセコユナイテッド

継続的な PR の効果があり、日本でスキーをしたいというシンガポール人が増加している。今年 11 月のニセコ町内における外国人宿泊者の大部分はシンガポールのツアー客が占めている状況である。長野県等のスキー場とは異なり、北海道のスキー宿泊地は大型リゾート型で和風の趣はなく、日本的なテイストを求める外国人には不向きだが、「北海道でスキー・温泉・食べ物を楽しみたい」という人に向けて PR している。

❖ 東京都台東区

今回初めて出展したが、持参した資料が想定外に早くなくなり、反応の良さに驚いている。NATAS 会場内の賑わいに触れ、シンガポールの旅行熱の高さを実感した。

❖ 静岡県

今年 6 月に富士山が世界文化遺産に登録されたことは、国内の旅行客誘致に効果があったと思われるものの、外国人旅行客数にそれほど影響していない。特にシンガポール人は「世界文化遺産登録」についての意識はそれほど高くないようだ。

東京、大阪+αの目的地として、富士山を選択する外国人旅行客が多い。登山だけで



はなく、より近くできれいな姿の富士山を眺めたいという要望があった場合に、静岡県側のルートを紹介している。

❖ 別府市

今回初めて出展した。これまで中国・韓国を中心に誘客していたが、昨年からの両国からの旅行客が減少したため、東南アジアにおいてもプロモーションを実施することとした。来場者の生の声を聞くことで、現在 PR しているものとシンガポール人が求めているものに相違があることに気づき、各市場に対応した情報提供の重要性を感じた。

別府市は、源泉数・湧出量とも日本一の温泉郷であることを PR している。また、近年は「地獄蒸し」といわれる温泉の蒸気で食材を蒸した料理等と温泉を合わせて、「健康」のイメージを日本国内に PR しているが、シンガポール等海外においても需要があると考えている。来年以降もプロモーションを継続していきたい。

3. シンガポール人訪日旅行目的・ニーズ

CLAIR の職員は、ビジットジャパンカウンターにおいて来場者からの質問等に対応しました。訪日旅行を検討中のシンガポール人は日本に何を期待しているのか、人気の旅行先はどこか、会場で聞き取った生の声を御紹介します。

❖ 日本の季節の移り変わりが魅力

ビジットジャパンカウンターで多く受けた質問が、各地の紅葉の見ごろ、自分が旅行を予定している時期に雪は降っているのか、各地の気温等、日本の季節の移ろいに関するものでした。「ある時・ある場所でしか出会えない」景色・体験は非常に魅力的であるようです。パンフレットに紅葉の写真を用いた自治体のパンフレットは人気があり、「この景色を見るにはいつ頃訪れたらよいか」という問い合わせも多くありました。

❖ 各都市でどこに行ったらよいか

来場者からの要望で非常に多かったのが、東京・大阪・京都等の都市に行くことは決まっているが、どこに行ったら良いかわからない、おすすめの場所を教えてほしいというものでした。「パッケージツアーは自由がないから好きではないが、どのように回ったらよいかかわからない」という個人旅行者向けの情報（モデルコース・交通手段等）の整備が重要であると感じました。

❖ リピーターから見た日本

日本に何度も訪れたことがあるというリピーターも目立ちました。日本に対する印象を尋ねると、「清潔」、「人が親切」、「食べ物おいしい」、「安全」、「都市圏は交通が充実して旅行しやすい」といった好意的な回答が多く寄せられました。一方で、「物価が高い」、

「英語が通じない」、「JR/地下鉄の路線が複雑で乗り換えが困難」、「ベジタリアンのレストランが少ない」といった意見がありました。

日本が初めてという人の中にも、言葉が通じないことを心配する人が多くいました。東京都 23 区の面積とほぼ同じで、観光資源に恵まれているとはいえシンガポールに日本以上の旅行客（2011 年にはおよそ 1300 万人）が訪れているのは、「英語・中国語が通じる」という安心感が大きな要因の一つであると考えられます。シンガポール以外の他の東南アジアの国々でも、「日本に旅行したいが、言葉が心配」という声をよく聞きます。このイメージを払拭するためのさらなる取り組みが必要だと感じました。

❖ 来場者からの質問・要望

興味・関心のあること	来場者の要望例
旅行先	東京、大阪、北海道、箱根、横浜、京都、奈良、和歌山、九州 立山黒部アルペンルート、白川郷、軽井沢、湯沢温泉
日本の風景・文化・伝統	<ul style="list-style-type: none"> ・富士山 ・紅葉の見頃が知りたい ・雪 ・イルミネーションが見たい ・田んぼアートが見たい
食	<ul style="list-style-type: none"> ・築地で寿司が食べたい ・大阪、広島のを食べたい
アクティビティ	<ul style="list-style-type: none"> ・スキー、雪遊びがしたい ・レンタカーで北海道をドライブしたい ・温泉 ・買い物（古着・雑貨） ・相撲観戦
テーマパーク	<ul style="list-style-type: none"> ・東京ディズニーランド ・ユニバーサルスタジオ ・サンリオピューロランド ・ジブリ美術館 ・藤子不二雄美術館 ・富士急ハイランド

4. ようやく回復を見せたシンガポール市場と原発汚染水流出問題

東日本大震災後、他の東南アジア諸国と比べて回復が遅かったシンガポール市場においても、円高の緩和による費用面での割安感からようやく訪日旅行意欲の回復が見られています。ビジットジャパンカウンターを訪れた来場者の多くが、既に日本を訪れたことはあ

るが、日本には四季があり多様な景色が楽しめるので、まだ行ったことのない土地に訪れたいと話していました。旅行といえば国外旅行を指すシンガポール人にとって、日本は気軽に訪れることができる旅行先になりつつあるように感じました。今後、シンガポールからさらなる誘客を目指すためには、リピーターを確実に獲得していくことが重要だと考えられます。リピーターのほとんどが、個人旅行を選択しているようであり、個人旅行者向けの情報発信、日本国内の受入環境整備が求められています。

しかしながら、今回の NATAS Holidays 直前、地元の主要紙において福島第一原発の汚染水問題が取り上げられたこともあり、来場者から放射能の影響を不安視する声も聞かれました。NATAS 翌週以降も、放射能汚染水流出に関する報道が続いたため、JNTO シンガポール事務所には、旅行会社、消費者から問い合わせが寄せられたとのこと。改めて、シンガポール人が、天災・健康問題に非常に敏感であることを示しています。

当事務所では、今後も引き続き現地の最新情報を発信し、自治体の訪日旅行客誘致活動を支援してまいります。

5. NATAS Holidays 2013 概要

会期	2013年8月16日(金)～8月18日(日) 10:00～21:00
開催場所	Singapore Expo
主催	シンガポール旅行代理店協会(NATAS)
対象	一般消費者
入場料	4シンガポールドル
来場者数	62,744人(昨年比約5%減)
会期中の旅行商品売上総額	9800万シンガポールドル(昨年比約9%減)
訪日旅行商品購入者数	5,323人(昨年比56.6%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)

(新山所長補佐 東京都大田区派遣)