

Saitama を知っていますか

～埼玉県が海外で初めて単独で観光フェアを開催～

シンガポール事務所

経済成長が著しいインドネシアでは、食文化の多様化も進み、食品の輸入が増加傾向にあるといわれています。また、訪日観光客数も増加傾向にあります。そこで、埼玉県では県産品の販路開拓や埼玉県を訪れる観光客の増加を図るため、インドネシアで「埼玉フェア」を開催しました。埼玉県が単独で観光フェアを海外で開催するのは初めてのことです。また、併せて現地の旅行会社を県職員が訪問し、観光 PR を行いました。

当事務所からも支援を実施しましたので報告します。

●「埼玉フェア」で観光地と県産品を PR

埼玉県は2014年1月28日から30日まで、インドネシアの首都ジャカルタ中心部にあるオフィスビルで「埼玉フェア」を開催しました。このビルは日系企業が約50社、



多くの人で賑わう「埼玉フェア」会場

現地企業が約30社も入居する大型のオフィスビルです。

フェアの会場ではポスターやパンフレットを使って、長瀬のライン下り、秩父の芝桜の丘、行田のハスなど埼玉県の有名な観光地を紹介しました。また、埼玉県が制作した観光 PR アニメ「The Four Seasons」（インドネシア語版）を上映しました。さらに埼玉県産の狭山茶、草加煎餅などの試飲、試食を実施

しました。インドネシアでは多くの人が甘い飲み物に慣れ親しんでいることから、甘くない狭山茶が受け入れられるのか心配されましたが、美味しいと評価されていました。

また、アンケートを配布して埼玉県の認知度や現地消費者の嗜好やニーズを調査しました。埼玉県の認知度はあまり高くありませんでしたが、埼玉県が人気アニメの舞台となっていることを説明すると「是非一度行ってみたい」と話す人もいました。また、インドネシアではサッカーに人気があることから、「ワールドカップの会場となった埼玉スタジアム2002を一度見てみたい」と話す人もいました。「埼玉フェア」は約400人の来場者があり、大変盛況でした。

●現地の旅行会社に直接 PR

「埼玉フェア」開催と並行して、訪日旅行を数多く手掛けている現地の旅行会社4社を訪問し、県内の観光地について直接 PR を行いました。各社に共通して言えたのは、訪日旅行を取り扱っている旅行会社の担当者でも、東京、大阪、北海道以外についてはあまり知らないということです。地方自治体が単独で旅行フェアやセミナーを開催してもなかなか

か理解してもらえないのではないかと感じました。

インドネシアでも訪日旅行というと東京～大阪のゴールデンルートが一番人気です。ただし、インドネシアでは小田原・箱根経由ではなく、河口湖・御殿場経由に人気があるそうです。そこで、埼玉県秩父地域の河口湖に近いことを説明したところ、多くの担当者から関心を示されました。観光 PR は観光地の素晴らしさだけでなく、ルートを考えて PR した方がいいことを実感しました。

旅行会社を訪問してわかったことはラン



旅行会社担当者への PR



旅行会社担当者への PR

ドオペレーターと呼ばれる企業の存在です。インドネシアで訪日旅行を販売している旅行会社は、自らツアーを企画・販売しているわけではなく、ランドオペレーターと呼ばれる日本の企業からツアーを仕入れて販売しているのです。わかりやすく説明すれば、現地の旅行会社＝小売店、ランドオペレーター＝卸売りといった関係にあります。現地の旅行会社が素晴らしい観光地だと判断してもランドオペレーターがツアーを企画・販売してくれないとどうにもならないのです。各社に利用しているランドオペレーターを尋ねたところ、日本に拠点がある数社に集約されました。インドネシアにある旅行会社を訪問して PR するよりも、日本にあるランドオペレーターに直接 PR した方が効率的ということです。埼玉県としても今後観光客誘致のため活用していきたいとのことでした。

●今後の展開

埼玉県としては初めての単独観光フェアでしたが、海外における県産品の販路拡大について手応えを感じたようです。また、旅行会社へ直接 PR することで観光客誘致についても自信を深めたようです。今後の埼玉県の活躍が楽しみです。

(長濱調査役 埼玉県派遣)