

多様化するシンガポールの市場 ～シンガポール国際旅行フェア NATAS Travel 2014 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8月29日（金）から31日（日）まで、「NATAS Travel 2014」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。

1. フェア期間中の訪日旅行状況

NATAS は毎年8月と2月に開催されるシンガポール最大の一般旅行者向けの旅行フェアです。8月のNATAS Travel は12月のスクールホリデー期の商品を中心に日本の秋・冬の旅行商品を販売し、来場者数や商品購入数共に年間で最も大規模なものです。今回も世界中から政府観光局、ホテル、航空会社などの160以上の団体が出展



多くの来場者で賑わうジャパンパビリオン

しプロモーション活動を行い、約50の地元旅行代理店が旅行商品を販売しました。

3日間の来場者数は56,189人で、昨年と同時期開催のものより約10%減少しました。シンガポールの有力紙はホテルや航空券を旅行代理店を通さずにインターネットで直接予約する人の増加が来場者数減少の要因だと報道しました。またマレーシア航空機の事故やエボラ出血熱の感染拡大の影響で旅行を一時的に避ける人もいたようです。

JNTOが調査したNATAS開催中の訪日旅行商品購入者は4,352件で、昨年より18%の減少になりましたが、日本パビリオンに情報収集をするために訪れる人は昨年よりも多い印象で、シンガポール人の訪日意欲が拡大していることを肌で実感することができました。特に9月から12月にかけてチャーター直行便が運航予定の北海道・広島・沖縄は人気を集めていました。訪日旅行をするシンガポール人の66%はすでに訪日経験のあるといわれるこの市場では、ゴールデンルート・北海道に続く新たな目的地を探している人が多く、広島・沖縄のチャーター便について大規模に広告している旅行代理店が印象的でした。

JNTOによると2014年の上半期（1月から6月）の訪日外客数の総数は626万人で、これまで過去最高であった2013年の495万5千人を130千人余り更新しました。シンガポールからの訪日外客数も過去最高を記録しています。シンガポールでは、JNTOが実施した航空会社や旅行会社との共同広告、訪日旅行番組の放送等で日本の露出が増加していること、円安によって訪日旅行商品の価格が下がったために旅行代理店の主力商品と

して取り扱われることが多くなったことなどから、今日本に旅行したいと思う人が多いようです。

2. 日本パビリオンにおける観光 PR

日本パビリオンには、昨年よりも多い 20 の団体が出展しており、そのうち自治体・関連団体は、新潟市、雪国観光圏、奈良市、関西国際空港株式会社、岐阜県、関西地域振興財団、東北観光推進機構・仙台市、九州観光推進機構、四国ツーリズム創造機構、和歌山県、北海道観光振興機構、セントラル北海道、熊本市・北九州市・別府市、札幌市の 14 団体でした。

継続して出展している東北・仙台市の担当者は、「桜の名所や温泉の質問が寄せられ、少しずつ東北地方への関心が高まりつつあることを実感できた。東日本大震災の風評被害は完全には払拭できていないものの、放射線量のデータ等を示して説明すると安心してもらえた。このような機会をうまく活用しながら、説明を続けていきたい。」と話していました。今回の NATAS の期間中だけでも東北への旅行商品が数件販売されたということで、他国に比べて震災以降の回復が遅れたシン



日本酒の試飲をすすめる東北ブース



行列のできた綿菓子試食コーナー

ガポールで東北地方に観光客が戻っていることを実感できたことは非常に喜ばしいことです。また今回の NATAS では関西地域振興財団・和歌山県・奈良市だけではなく関西国際空港株式会社や南海鉄道といった関西地域の出展が目立ちました。関西地域は、空港や商業施設内にムスリム向けの祈祷室を設置した

ことや日本で初めてとなる携帯電話の通信サービス SIM カードの自動販売機を空港内に設置したことなどを PR し、参加者から大変喜ばれていました。関西国際空港では LCC が週 100 便以上に増加しており、アセアン諸国からの LCC を使った旅行者が急激に増えているようです。関西地域振興財団の担当者は、「NATAS のような場で一般消費者の知名度を向上させ、今後はシンガポールからの LCC 誘致を進めていきたい。」と話していました。

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。

来場者から寄せられた質問で最も多かったものは、国内の移動方法でした。観光名所や有名な食事処は、知人の紹介や SNS の情報で詳しく知っている人が多く、そこまでのアクセス方法や料金の情報を求める人が多くいました。個人旅行が主流のシンガポールでは、アクセス方法や交通費、Wi-Fi 環境といった細かな情報を分かりやすく伝えることで誘客につながる可能性が高いと言えます。他にはシンガポールでは見られない大自然や四季折々の花に惹かれる人が多く、移動時間にはこだわらず日本にしかない自然を体感できる場所を探している人も受けられました。

目的地ではゴールデンルート・北海道の他に、白川郷や立山などの中部エリアや九州・四国など目的地が多様化していることを実感しました。長崎のランタン祭りや補修工事が完成した姫路城を見たいといった問い合わせもあり、日本の自治体が行っている継続的なプロモーションの効果によって都市部以外の地域の知名度が確実に向上していることを感じることができました。

個人旅行者の増加によって、目的地の多様化だけではなく、アクティビティも多様化しています。ドライブツアー・サイクリングツアー・マラソンなどのスポーツ大会に出場といった個性的な旅行を求める声も多くなってきています。九州観光推進機構のブースでは、空港からのレンタカーについて、海外から事前予約ができるウェブサイトやドライブでのモデルルートの紹介を行っていました。

訪日旅行経験者からは、日本食や自然だけではなく、日本人の礼儀正しきや街の美しさに感銘を受けたという声が聞かれました。特に旅行中困ったことはなかったという意見が大半でしたが、中には通信環境や英語での表示で不安を感じた人がいるようでした。

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">● 日本食● 自然風景（桜・紅葉・雪）● ドライブツアー● 祭り● マラソン大会・サイクリング● 相撲観戦・歌舞伎観戦● アニメ（サンリオピューロランド、ジブリ美術館、不二子・F・不二雄ニュージーム、ガンダム）
訪日の動機	<ul style="list-style-type: none">● 子供連れでも安全● 自然をみてリラックスしたい● 雪・桜・紅葉を見たい● 日本食（ラーメン・寿司・てんぷら）のを低価格で食べられる

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"> ● 交通システムが充実していた ● 人が親切だった ● 日本食が素晴らしかった ● 自然の広大さや美しさが印象的だった ● 電化製品や食事が安かった（円安の影響）
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"> ● Wi-Fiなどの旅行者向けの通信環境が充実していない ● 公共機関（特にバス）の標識が分かりにくい

4. シンガポールからのさらなる誘客のために

富裕層の多いシンガポール市場からの誘致のために、自治体が様々なプロモーションを行っています。2014年の9月から年末の期間だけでも3つの空港（沖縄・広島・札幌）とシンガポールのチャーター直行便が就航し、シンガポールから新たな目的地へ更に旅行しやすくなりました。今後ますます都市部から離れた地域も地域特有の資源を活用しながら多様な魅力を発信することが必要だと感じました。他のアセアン諸国と比較しても、訪日旅行に関するシンガポールの市場はかなり成熟しており、パッケージツアーのようなパターン化された旅行形態でなく、1人1人の細かい要望に応えられるような情報の提供することで、訪日シンガポール人はますます増加していくと思います。

当事務所では、今後も引き続き原理の最新情報を配信し、自治体の訪日旅行誘客活動を支援してまいります。

5. NATAS Travel 2014 概要

会期	2014年8月29日（金）～8月31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	56,189人（昨年比約10%減）
会期中の旅行商品売上総額	8,000万シンガポールドル（昨年比約11%減）
訪日旅行商品購入者数	4,352人（昨年比18.2%減） （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）

（宇佐所長補佐 宮崎県派遣）