

東南アジアの旅行者を九州へ！
 ～九州観光説明会・商談会（ジャカルタ・クアラルンプール・
 シンガポール・バンコク）～

シンガポール事務所

平成 26 年 6 月 23 日（月）から 27 日（金）にかけて、現地の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。昨年度はシンガポールとバンコクでの開催でしたが、今年度は新たにジャカルタ（インドネシア）とクアラルンプール（マレーシア）を加えて、4カ国での開催となりました。

日 時	開催地	地元側参加者	九州側参加者
6月23日（月） 13:30～17:30	ジャカルタ （インドネシア）	旅行エージェント等 30 社 63 名 ・旅行会社 30 社 58 名 ・その他 5 名	行政、観光関係者 15 団体（28 名）
6月24日（火） 13:30～17:30	クアラルンプール （マレーシア）	旅行エージェント等 37 社 65 名 ・旅行会社 34 社 60 名 ・航空会社 3 社 5 名	行政、観光関係者 15 団体（28 名）
6月25日（水） 13:30～17:30	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 15 団体（28 名）
6月27日（金） 13:30～17:30	バンコク （タイ）	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 15 団体（29 名）

1 東南アジアの訪日旅行の状況

JNTO（日本政府観光局）によると、2013年度の訪日外客数の総計は1,036万4千人で過去最高となり、初めて1,000万人を越えました。中でも東南アジア地域においてはタイ・シンガポール・マレーシア・インドネシア・フィリピン・ベトナムからの旅行者の増加が目立っており、とりわけタイとマレーシアについては、2013年7月に開始された査証の免除措置により訪日旅行が身近なものとなっており、前年度から大きく伸びています。

また同局の最新の報道発表によると、2014年度に入っても堅調な伸びを継続しており、1月から5月までの間で上記の5カ国からの訪日外客数の合計は65万7千人となって

おり、前年度の同期間の 43 万 7 千人と比較して約 50% 増となっています。

2 観光説明会 ～豊富な観光資源を持つ九州～

商談会に先立って行われた観光説明会では、プレゼンターにより九州の魅力を伝えるプレゼンが行われました。シンガポールでは国土交通大臣が任命する「VISIT JAPAN 大使」の一人である George Lim 氏にプレゼンターを務めていただき、JR パスや SUNQ パス(九州のバス乗り放題乗車券)、レンタカーの案内や、九州の持つ豊かな自然や食、温泉、ショッピングなどの魅力を紹介しました。また、プレゼンにはユニークな写真を撮れるスポットや、民宿での農業体験、キャンプ体験、工場ツアーなど九州旅行で行える様々なオプションも盛り込まれました。

また、タイにおいてもシンガポールと同様に九州の持つ魅力を網羅的に紹介され、それに加えて佐賀県で撮影された「TimeLine」や長崎県で撮影された「Hashima Project」などのタイの映画についても紹介されました。「TimeLine」の舞台となった唐津市の呼子、鹿島市の有徳稲荷神社や「Hashima Project」の長崎県の端島(軍艦島)の写真が映し出されると、参加者は興味深そうに見入っていました。

更にシンガポールの格安航空会社(LCC)、ジェットスター・アジア航空の福岡ーバンコク・シンガポール線が6月27日に就航しており、九州への旅行がますます便利になっている点も紹介されました。



九州を広域で捉えることでプレゼンテーションの魅力もアップ

3 商談会

説明会に続いて、九州各県の観光担当者、宿泊施設、観光施設等の関係者と現地旅行会社による個別の商談会が行われました。

商談会場では、現地の旅行エージェントが、1箇所あたり10分という制限時間の中で興味を持った地域のブースを訪問する形式で商談会が実施されました。昨年度と比較してブースの数は減っていますが、訪日旅行ブームで旅行者が東京や大阪などのゴールデンルートに次ぐ目的地を探しており、その候補として九州は注目を浴びています。

桜や雪など自国にないものに興味がある点は同じですが、国によって九州の認知度やツアーの形態に大きな違いが見られました。商談の中で気づいた点については次のとおりです。

(1) インドネシア

九州への商品を扱っていない旅行会社が多く、たとえ扱っていても担当者は九州に行ったことがない方がほとんどで、まだまだゴールデンルート、北海道と比較して知名度が低いと感じました。ジャカルタから九州へは直行便がないことから、東京、大

阪と比較して売りにくいと指摘する旅行社もいました。

日本政府がインドネシアから日本への観光客の査証(ビザ)を免除する方向で検討している中、団体旅行やインセンティブ旅行だけでなく、FIT(個人旅行者)を対象とした旅行商品の開発を考えている会社からは、レンタカーには英語ナビゲーターがついているかなど、団体旅行の案内ではあまり聞かれ



質問に答える担当者

ない質問を受け、インドネシア旅行市場

の多様化を感じました。インドネシアでは国民の8割以上がイスラム教徒ですが、ムスリム対応に関する問い合わせはあまり多くはありませんでした。

(2) マレーシア

昨年7月に短期滞在ビザが免除になったマレーシアでは、個人旅行、団体旅行、インセンティブ旅行等すべて急速な伸びを示しています。また、経済発展に伴う中間層の増加や円安などを背景に訪日旅行への関心が急速に高まっており、今後ますます訪日旅行者の増加が期待されています。

九州の知名度は多少あるものの、実際に行ったことがない担当者が多く参加していました。近年ではマレー系マレーシア人の訪日旅行への関心が上がっており、ムスリム向けのパッケージツアーも増えているようです。インセンティブツアーの顧客は中華系マレーシア人、マレー系マレーシア人の両方が混在しており、ムスリム対応が必要となることが多いとのことで、ハラール認証のレストランや祈禱スペースについて熱心な質問を受けました。

九州へはクアラルンプールからの直行便がないため、ツアーを販売しにくいといった声も聞かれる一方、他社とは違った新しい行先を探している旅行社もあり、その対応には大きな違いがあることが分かりました。

(3) シンガポール

シンガポールからの訪日旅行者は旅行慣れしている人が多く、旅行形態もFITがメインとなっているため、ツアー造成にあたっては、旅先における「特別な体験」を盛り込むことが必要です。例えば、シンガポールは年中熱いため、日本の季節毎に移り変わる自然景観に魅力を感じており、九州各地の誇る景観はまさにそれを十分に満たすことができます。また九州では地域毎に多彩な食を楽しむため、特に日本食が受け入れられているシンガポールでは旅行のモチベーションを高める材料となります。

多くの旅行者は事前にネット等で現地の情報を収集して目的地を決めているため、情報が少ない場所は選ばれにくくなります。いつ・どこで・どのような体験ができるといった情報や現地の写真などを盛り込んだ訪日外国人向けのウェブサイトなどの整

備は重要なポイントとなります。

(4) タイ

東南アジアの国の中でもとりわけ訪日外客数の伸びが顕著で、日本旅行ブームが到来しています。

タイでは日本食が受け入れられており、バンコクには東南アジアの主要都市の中で最も多いおよそ 1,300 軒もの日本食レストランがあると言われています。訪日旅行における食への期待は高く、商談会においても九州の有名な日本食レストランのリストが欲しいと言った要望が寄せられました。またフルーツ狩りの関心が高く、果物の種類や収穫時期、場所などについての情報を熱心にメモに取る姿が印象的でした。

また、近年では九州をロケ地とした映画やドラマの撮影も相次いでおり、直近では「きもの秘伝（ゴンキモノ）」九州 4 県で撮影されました。これらのロケ地に対する関心は非常に高く、アクセスの方法や周辺の宿泊場所、観光施設などの質問を受けました。

東京や大阪、北海道の知名度には及びませんが、九州観光推進機構の広域かつ継続的な PR や映画・テレビの宣伝効果が徐々に表れていると感じました。8 月にタイで開催される予定の旅行フェア・TITF（Thai International Travel Fair）での九州ツアーの動向が注目されます。



ロケ地を巡るツアーも期待されている

4 終わりに

東南アジアからの訪日旅行はリピーターも増加しており、より多くの地域を旅行したいと言った要望が増えています。自治体がそれぞれ個々にプロモーションを行ってはそういった声に対応することが難しくなっています。

九州観光推進機構は九州を一つとしてとらえ、広域的な観光 PR を行っているため、今回の説明会・商談会は現地の旅行会社に九州の網羅的な情報を一度に提供することができる絶好の機会となっています。

今後も、各地域の強みを生かした九州の観光戦略を継続的に推進していくことが大切であると感じました。

(岡田所長補佐 熊本県派遣・宮崎所長補佐 佐賀県派遣)