

# インドネシア人に人気の訪日旅行とは？

～ジャカルタで開催された「Japan Travel Fair 2013」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10月に、インドネシアのジャカルタで開催された「Japan Travel Fair 2013」に参加しました。

日本の自治体の海外からの観光客誘致の参考となる、旅行フェア会場の様子や来場者の声等をご紹介します。

## 1. インドネシアの訪日旅行市場

JNTOによると2013年9月末時点での訪日インドネシア人数は98,200人(前年度比36.9%の伸びと)、大きな伸びを示しています。実質経済成長率6%超を記録する好景気を反映して、外国旅行需要が増加しており、訪日旅行も堅調に拡大しています。

このまま順調に推移すれば16万人に達すると見込まれています。

## 2. Japan Travel Fair について

今回の「Japan Travel Fair 2013」は、インドネシア・ジャカルタの高級ショッピングモール「プラザ・スナヤン」にて、インドネシアで初となる日本に特化した旅行フェアとして開催されました。

会場では、和太鼓演奏や忍者ショー、ジャカルタ初の日本情報番組によるトークショー&記念撮影会が開催されるなど来場者に日本を感じてもらえるような工夫がされていました。

来場者は訪日観光旅行商品の購入や、日本に興味・関心があるので日本の情報を求めに来られる方々が大半でした。ブースでは、日本全体の観光パンフレットの他、各自治体から提供されたパンフレット等を配布しました。訪日旅行では定番となっている東京・富士山・京都・大阪を中心としたゴールデンルート以外にも、北海道、高山・白川郷、九州、沖縄のパンフレットを持ち帰る人も多くいました。



【ステージ上での太鼓演奏の様子】



【JNTO ブースに日本の情報を求めに来ている人々の様子】

●Japan Travel Fair2013 の概要

概要	インドネシのジャカルタで、日本に関心を持つインドネシア人に対し訪日旅行を促進するため、インドネシアで初となる日本に特化した旅行フェアとして開催。会場内では、日本各地の情報提供やPRを実施。
会期	2013年10月12日(土) 10:00~22:00 13日(日) 10:00~22:00
開催場所	インドネシア・ジャカルタ プラザスナヤン
主催	日本政府観光局(JNTO)
対象	一般消費者
入場料	無料
来場者数	15,000人
出展団体数	12団体 JNTO、北海道観光推進機構、富士箱根伊豆国際観光テーマ地区推進協議会、岐阜県、京阪神堺四都市外客誘致実行委員会、オリエンタルランド、 Bayu Buana Travel Services、Golden Rama Tours & Travel、Jalan Tour、Panorama Tours、Smiling Tour、WitaTour

### 3. 出展した自治体の声

自治体として北海道観光推進機構、富士箱根伊豆国際観光テーマ地区推進協議会、岐阜県、京阪神堺四都市外客誘致実行委員会が出展していました。御担当者から、参加した感想、今後のプロモーション等につき話を伺いました。

#### 【北海道観光推進機構】

今回、初めて市場調査の目的でインドネシアの旅行フェアに出展してみたが、シンガポール等と比較するとまだ北海道の認知度が低いと感じた。冬の雪景色をみたいという人が多くいたが、今後は、5月でも桜が見られること、夏の綺麗な北海道の景色、美味しい食べ物等をアピールして、年間を通じた観光客の増加を目指した取組を検討していきたい。

#### 【富士箱根伊豆国際観光テーマ地区推進協議会】

富士山の世界遺産登録を受け、富士山を訪れる人は着実に増えており手応えを感じている。富士山・箱根・伊豆を一体化してプロモーションを実施することで、更なる観光客の増加につなげていきたい。

#### 【岐阜県】

今回、ジャカルタにおいて岐阜県の古田知事を中心に県内関係者が一体となりトップセールスを実施した。高山や白川郷の知名度は着実に高まってきているが、まだまだ十分に

知られているとは言えない。今後も引き続き効果的なプロモーションを実施していきたい。

#### 【京阪神堺四都市外客誘致実行委員会】

今回、多くの方々にブースを訪問していただき、インドネシアの方々が関西に高い関心・興味を持っている事が分かった。関西への観光に関心を示して下さっている方の内、1人でも多くの方々に実際に旅行で訪れてもらえるよう、アピールポイントを精査し効果的な取組を進めていきたい。

#### ●旅行会社からのヒヤリング

「Japan Travel Fair 2013」の会場内で訪日旅行を販売していた旅行会社にヒヤリングをしました。

人気の旅行先（ツアー）	東京・大阪・富士山・北海道・白川郷・アルペンルート・金沢
今後ツアー商品として強化していきたい地域	北海道、中部（高山・白川郷）、九州
訪日旅行の傾向	・FITが増加傾向にあり、ホテルだけ申し込む人も増えている。 ・日本のハラル対応等に関する質問はあまり受けない

#### 4. インドネシアの来場者の声

##### ●日本で雪が見たい、桜が見たい、紅葉が見たい、

「12月に日本に行くが雪はどこで見られるのか?」「雪を見るならどこがおすすめか?」という雪に関する質問や、「日本の桜を見るならどこがおすすめか?」等桜に関する質問を数多く受けました。日本の冬＝雪が見られる、日本＝桜というイメージはありますが、いつ頃が見頃の時期で、どこに行けば良いのかはあまり知られていない面があるようです。また、桜や雪ほどの強い関心はないにしても、紅葉が見たいがいつ頃が良いかの質問も受けました。

インドネシア人にとって、日本は四季の変化を楽しめる事に加え、各地域の日常の街並みも綺麗な事から、日本の景色が旅行の主な楽しみとなっているようです。

##### ●家族でテーマパークを楽しみたい

学校休暇時期の子供を連れた家族旅行をされる方も多く、ディズニーランド、ユニバーサルスタジオジャパン等の日本のテーマパーク人気は健在で、家族皆で楽しみたいという意見をたくさん聞きました。

##### ●ハラル対応

ハラル対応に関する問い合わせは、今回はあまり多くはありませんでした。しかし、ハラル対応しているレストランや宿泊施設があれば積極的に利用したいという意見も聞かれました。インドネシアの旅行者にとって、ハラル対応可能であることが宿泊施設決定の強い動機付けになるとの印象を受けました。

●定番の旅行先に加え、中部（高山・白川郷）、北陸（金沢・富山）も人気

以下が来場者から質問のあった関心事項、要望等です。旅行先に関する質問は、従来から質問の多い東京・大阪・富士山（静岡・山梨）に加え、北海道・中部（高山・白川郷）や北陸（金沢・富山）に関する質問も数多く受けました。

北海道、富士・箱根・伊豆、中部（岐阜）、関西（京都・大阪・神戸・堺）については、それぞれの地域の自治体や観光推進機構が独自にブースを出展されていたため、詳細な情報を求めて各ブースに足を運んでいました。

他にも、一部の来場者からは、「日本でおいしいうどんを食べてみたい」「築地市場の開門時間と閉門時間を教えてほしい」等の具体的な質問を受けることもありました。日本に関する様々な興味・関心を持っていることに驚きました。

興味・関心のあること	来場者の要望例
旅行先	東京・富士山（静岡・山梨）・京都・大阪を中心とするゴールデンルート 北海道・中部（高山・白川郷）・北陸（金沢・富山）・箱根・伊豆・九州・沖縄 ・雪をみるならどこがおすすめか教えてほしい ・初めて日本に行くが、どこがおすすめか教えてほしい ・以前日本に行った際には、東京・大阪・京都へ行ったので、別の旅行先を紹介してほしい ・ディズニーランドやユニバーサルスタジオジャパン等のテーマパークの資料が欲しい
日本の風景・文化・伝統	・雪が見たい ・桜が見たい、見頃を教えてほしい ・富士山が見たい ・紅葉が見たい

●訪日旅行の形態

訪日旅行の形態としてはパッケージ型商品の利用が主流ですが、訪日旅行の経験者を中心にFIT（個人旅行）商品を利用する人も徐々に増えてきている印象を受けました。従来からの富裕層に加え、中間層の方々の訪日旅行も着実に増えてきていると感じました。

5. 着実に経済成長しているインドネシアからさらなる旅行者を誘致するために

今回、旅行フェアが開催されたインドネシア・ジャカルタの「プラザ・スナヤン」はジャカルタを代表する高級ショッピングモールです。

インドネシアでは、多くの人々が様々な楽しみを求めてショッピングモールに足を運びます。そして、そこでの人々の大きな楽しみの1つが旅行商品の購入となっています。

ジャカルタでは、ほぼ毎週のように、どこかのショッピングモールで旅行フェアが開催されています。旅行フェアは日本だけでなく、英国、中国、韓国等様々な国が競うように開催され、インドネシアの人々の高い関心を呼んでいます。

ジャカルタ市内のショッピングセンターには、数多くの日本食レストランもあり、多くの人々が日本食を楽しんでいます。日本のアニメやドラマに親しみ、親日的な感情を抱いている人が多いことでも知られるインドネシアは、今後さらに訪日旅行者が増加していくものと思われま

す。このように日本に親しみや親近感を持つインドネシアの多くの人々は、時間とお金があれば日本に行き、本当の日本の姿を見たいという強い期待を抱いています。

当事務所では、今年の3月にジャカルタで開催されたASTINDOに出展し、8月に同じくジャカルタで開催された「Japan Travel Fair」に出展し、日本全国の情報の提供、アピールを行いました。この時、多くの問い合わせを受けたのは東京、大阪、富士山、中部（アルペンルート・白川郷）行きのツアーでした。

インドネシアでは、現在もゴールデンルートへの旅行人気が高い傾向がありますが、今回のJapan Travel Fairでは、3月にASTINDOに出展された沖縄県、8月に「Japan Travel Fair」に出展された九州等に関する問い合わせも数多く受けました。現地の方に聞いたところ、やはり旅行フェアのブースで実際に詳しい情報を見聞きする機会を得て関心を持ち始めたという事でした。

このように、現在は他の地域に比べて知名度が低い地域でも、旅行フェア等のイベントの機会を効果的に活用することで知名度を上げ、観光客の誘客につなげることができると感じました。当事務所は、今後も自治体の観光誘致活動を支援してまいります。

The logo for CLAIR is displayed in a stylized, blue, blocky font. The letters are interconnected, with the 'C' and 'L' sharing a vertical stroke, and the 'A' and 'I' also sharing vertical strokes. The 'R' is separate and positioned to the right of the 'I'. The overall design is modern and geometric.

(仲田所長補佐 堺市派遣)