

マレーシア旅行フェア MATTA FAIR Kuala Lumpur 2015

シンガポール事務所

自治体国際化協会シンガポール事務所は、JNTO シンガポール事務所が今年度事業として出展する日本パビリオン内ビジットジャパンブースにおいて、JNTO シンガポール事務所と連携し、観光 PR を実施しましたので現地の様子について報告いたします。

1 着実に伸びるマレーシアの訪日旅行市場

マレーシアから日本への旅行者は 2013 年 7 月の短期滞在ビザ免除をはじめ、格安航空会社（LCC）の就航、円安の進展などを追い風に急増しています。JNTO が発表した 2014 年の訪日旅客数は約 25 万人に上り、2012 年と比較するとほぼ倍増となりました。

また、マレーシアでは 2015 年 4 月から導入された物品・サービス税（GST）やマレーシア通貨（リンギ）安による消費意欲の減退から、マレーシアからの国外旅行者数は伸び悩む一方、訪日旅行者数は堅調に増加を続けています。2015 年の 1 月～7 月の訪日者旅客数は前年比 15.9% 増となる 15 万 3,600 人となっています。これからピークシーズンとなる 11 月末から 12 月にかけては旅行者の一層の増加が期待されます。

表 マレーシアからの訪日旅客数の推移（出典：JNTO ウェブサイト）

年次	2012 年	2013 年	2014 年	2015 年 (7 月現在)
訪日旅客数	130,183 人	176,521 人	249,500 人	153,600 人
前年比増加率	+59.7%	+35.5%	+41.3%	+15.9%

2 ビジットジャパンブースでの観光 PR

マレーシアにおける訪日旅行人気の高まりを証明するかのように、ジャパンブース内でも多くの来場者で賑わいました。

タイやシンガポールに比べ訪日旅行未経験者の多いマレーシアの場合、東京や京都、大阪、富士山といったゴールデンルートを希望する声が多く聞かれました。一方で、訪日旅行経験者からは今年 10 月にエアアジア X が就航する北海道をはじめ北陸や中国地方など地方への関心も寄せられました。旅行目的では紅葉や雪などの自然や景勝地観光が多く、問合せとしては鉄道パスや所要時間など交通機関やアクセスに関する質問を中心に、SIM カードや Wi-Fi などの通信環境、宿泊施設について多く聞かれました。また、これまで来場者の大半であった中華系の



日本の情報を求めてブースに来場者の列が

方だけでなくマレー系の方の来場も増えてきており、着実に旅行層の幅が広がっています。

3 訪日旅行経験者を再び日本へ

訪日旅行者が増える中で、今後の訪日旅行者の主体は「リピーター」へと移っていきます。今回ブースでは、訪日旅行経験者の日本への旅行動機として「以前日本を旅行して気に入ったからもう一度日本へ行きたい」という声がありました。今後リピーターを獲得するためには、これから初めて日本へ訪れる旅行



日本の各出展者ブースも多くの来場者で賑わう

者に向けて単に自然や四季を感じてもらうだけでなく、人や文化に触れる体験や日本の良さであるおもてなしを通じた感動体験をいかに提供し惹きつけられるかが鍵となりそうです。

リピーターへの移行と共に、ホテルと航空券のみを手配するフリー&イージーによるFIT旅行者も増えてきていますが、ブースでは「ウェブサイト等で情報が得られない」、「現地でどこを頼ればよいか」といった声も聞かれました。FIT旅行者が使いやすいウェブサイトの構築や観光地へのアクセスに関する丁寧な情報発信、外国人旅行者向けの日本側の受入及び支援体制を整備していくことが重要となります。

<MATTA FAIR Kuala Lumpur 2015>

概要	一般消費者向けの旅行博。3月と9月の年2回開催。
開催日程	2015年9月4日～6日
開催場所	Putra World Trade Centre (PWTC)
主催	マレーシア旅行業協会 (Malaysian Association of Tour & Travel Agents (MATTA))
来場者数	91,664人 (3日間累計)
ジャパンプース 出展団体	独立行政法人日本学生支援機構、茨城県、中部広域観光推進協議会、小田急電鉄株式会社、三井不動産グループ、京都着物レンタル夢館、公益社団法人北海道観光振興機構、紀伊半島滞在型観光プロモーション事業実行委員会、東日本旅客鉄道株式会社、雪国観光圏、株式会社オリエンタルランド、富士急行株式会社、九州旅客鉄道株式会社、西日本旅客鉄道株式会社、一般社団法人沖縄観光コンベンションビューロー、株式会社札幌かに本家、熊本県、東北観光推進機構 (順不同) 計18団体

(三原所長補佐 鹿児島県派遣)