

マレーシアにおける訪日旅行の最新動向 ～Japan Travel Fair 2019 Winter～

シンガポール事務所

クリアシンガポール事務所は、マレーシアのクアラルンプールで開催された、日本政府観光局（JNTO）主催の一般消費者向け旅行フェア「Japan Travel Fair 2019 Winter」に参加し、JNTO クアラルンプール事務所と連携した訪日観光 PR を行いました。

ここでは、マレーシアにおける訪日旅行の動向をレポートします。

1 「Japan Travel Fair 2019 Winter」概要

主 催	日本政府観光局（JNTO）
概 要	マレーシアからの訪日旅行者をさらに増加させるため、クアラルンプール市内のショッピングモールにおいて旅行フェアを開催。 現地旅行会社が訪日旅行商品の販売を行うほか、日本の地方自治体等の出展者が各地域の観光の魅力・情報を発信。
開催期間	2019年11月22日（金）～24日（日） 3日間
開催場所	The Starling（富裕層・中間層向けのショッピングモール）
対 象	一般消費者（B to C）
入 場 料	無料
出展団体数	日本側出展団体：11 団体（うち自治体関係 5 団体） マレーシア側出展団体：旅行会社 10 社

2 マレーシアの訪日旅行者の状況とフェアの様子

マレーシアの訪日旅行者数は2018年に過去最高となる468,300人（前年比6.5%増）を記録しました。2019年においても、1～10月までに358,400人と前年の同期間（345,214人）と比較して、3.8%の伸びを記録していますが、その伸び率は落ち着いてきています。

マレーシアからの訪問先としては、東京～京都・大阪間のいわゆる“ゴールデンルート”が依然として主流となっており、東京ディズニーリゾートやユニバーサルスタジオ・ジャパンなどのテーマパークも高い人気を誇っています。一方で、訪日リピーターも増えていることから、ゴールデンルート以外の訪問先を検討している来場者も多くいました。

最近では、冬の時期にスノーアクティビティを目的として、家族旅行で北海道を訪問するケースや、2019年3月にクアラルンプールから福岡への直行便が就航したことから、九州への訪問が増えているようです。

また、2020年1月にはクアラルンプールから沖縄への路線（台湾経由）が就航することもあり、沖縄のブースには多くの人を訪れていました。

フェアに出展していた自治体や旅行会社に話を聞いたところ、マレーシア人は、「雪」や桜をはじめとする「花」、果物狩り、日本のテクノロジーに興味があり、それを体験したいというニーズが多いようです。また、他のアジア諸国と同様、観光先での写真撮影を好むことから、「インスタ映え」するような観光地が人気とのことでした。

フェア期間中は、ステージプログラムとして、和太鼓パフォーマンスや沖縄の伝統芸能であるエイサーのパフォーマンスがありましたが、ステージの周りには多くの来場者が集まり、日本文化への関心を感じることができました。



来場者に日本の地理を説明する自治体職員



エイサーパフォーマンスに見入る来場者

3 成熟しつつあるマレーシアの訪日旅行市場

訪日マレーシア人の旅行スタイルは、8割近くがFIT（海外個人旅行）となっています。日本にはすでに何回か行ったことがある人も増えてきており、他の東南アジア諸国と比較すると、マレーシアは成熟した訪日旅行市場になりつつあるようです。

そのため、各自治体にとっては、都市圏以外の観光地に目が向いているマレーシア人をいかに惹きつけるかが重要になってきます。

フェアに出展していた神戸観光局の担当者にお話を伺ったところ、「神戸という地名は聞いたことがあるが、神戸で具体的に何ができるのか」という質問を来場者からはしばしば聞かれるとのことでした。その際に、神戸に来ないとできないことを来場者にうまく説明できないと、なかなか来場者は興味を持ってくれない、との話をしてくれました。

各自治体におかれては、訪問先として、海外のみならず国内にもたくさん競合がある中で、その地でしかできないことは具体的に何があるのかを見直し、観光地としての魅力を磨いた上で、訪日に興味がある層に訴えていく必要があります。

当事務所では、引き続き JNTO と連携しながらマレーシアの訪日旅行に関する最新の動向を収集するとともに、情報発信に努めてまいります。

（田名邊所長補佐 栃木県小山市派遣）

（井上所長補佐 宮崎県派遣）