

バリエーション豊かな日本をPR ～マレーシア国際旅行フェア MATTA Fair2014 に参加しました～

自治体国際化協会シンガポール事務所は、2014年3月14日（金）から16日（日）の3日間にわたり、「MATTA Fair 2014 クアラルンプール」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。現場で見たマレーシア訪日旅行市場の状況を報告いたします。

1. 堅調な伸びを見せるマレーシアからの訪日旅行者数

MATTA Fair は、マレーシア旅行業協会（MATTA: Malaysia Association of Tour and Travel Agent）が毎年3月と9月に開催しているマレーシア最大の一般消費者向けの旅行博で、政府観光局や旅行関連業者が世界中から集まりプロモーションや旅行商品の販売を行います。JNTO シンガポール事務所が実施した調査によると、フェア全体の来場者は昨年より減少したものの、訪日旅行商品の販売は1,679件（昨年比5.9%増）と好評でした。



多くの来場者で賑わう日本パビリオン

2013年のマレーシアからの訪日者数は17万6,500人（前年比35.6%増）に上り、過去最多を記録しました。同年7月に短期滞在ビザが免除になって以降、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。ビザ免除に加え、経済発展に伴う中間層の増加やLCCの新規就航、円安などを背景にマレーシアでは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。また、従来マレーシアから日本を訪れていたのは中華系マレーシア人の富裕層が中心でしたが、近年ではマレー系マレーシア人による訪日旅行への関心に対応してムスリム向けのパッケージツアーも増えつつあります。



旅行代理店と連携してパッケージツアー販売促進を行う三重県職員

2. 日本パビリオンにおける観光PR

今回 JNTO シンガポール事務所が設けた日本パビリオンは、日本の春をイメージする華やかなデザインで彩られ、日本から12団体が出展しPRを行いました。日本パビリオンの周りには訪日旅行商品を販売する現地の旅行代理店数社が集結し、日本からの出展者と旅行代理店と一丸となってプロモーションを実施することができまし



熱心に質問をするムスリム旅行者

た。

また前回8月のMATTA同様、日本パビリオン内にはムスリム案内コーナーと在マレーシア日本国大使館によるVISA案内カウンターが設けられました。ムスリム案内カウンターにはJNTOのムスリムガイドの他、北海道、中部地方、沖縄などの各地で新たに作成されたムスリム向けのパンフレットが置かれ、ハラール認証のレストランや祈祷スペースについての熱心に質問するムス

リム旅行者の姿が見られました。日本ではムスリム受入環境の更なる整備が求められますが、ムスリム案内カウンターの設置によって日本がムスリムを歓迎しているということをPRする良い機会となりました。

日本パビリオンに出展した12団体のうち自治体・関連団体は、北海道観光振興機構、東北観光推進機構、東京観光財団、富士箱根伊豆国際観光テーマ地区推進協議会、横浜観光コンベンションビューロー、富山県・石川県、中部国際空港利用促進協議会、大阪・京都・神戸・三都協議会、新関西国際空港、沖縄観光コンベンションビューローの10団体でした。今回のMATTA出展について幾つかの団体からお話を伺いました。

❖ 東北観光推進機構

震災についての質問は前回のMATTAやシンガポールの旅行博に比べると少なく、日本食や体験型ツアーについての詳細な情報を求められた。マレーシアでは未だ東北のパッケージツアーは少ないが、現地の旅行代理店や来場者から東京、大阪、北海道に続く目的地を探しているとの声が多く寄せられたため、今後引き続き知名度向上及び新たなパッケージツアー造成のためのPRに努めたい。

❖ 中部国際空港利用促進協議会

2014年3月より中部国際空港とマレーシア・クアラルンプール間のLCCの直行便が就航することに伴って、個人旅行者からの質問が多く寄せられた。タイに比べてマレーシアでは当地域の知名度がまだ低いように感じたので、この度の就航によって知名度の向上を期待している。併せて中部国際空港内にムスリム向けの祈祷室を設置し、MATTAで案内をしたところムスリム旅行者に大変喜ばれた。今後はハラールフードの提供などサービスの拡充を図っていきたい。

❖ 大阪・京都・神戸 三都協議会

新たに作成したイスラム向けのパンフレットが非常に好評であった。従来の中国系マレーシア人向けのPRに合わせて、地元旅行代理店と連携しながらムスリム向けのパッ

ケージツアー等のバリエーションを増やしていきたい。

❖ 沖縄観光コンベンションビューロー

近年マレーシアからのハネムーン旅行や団体旅行が増えており、ムスリム向けのパンフレットを作成した。当地域の郷土料理はハラール対応にすることは簡単ではないが、今後は、当県に合ったムスリムの受け入れ方を見出していきたい。

3. 多様化しつつあるマレーシア人のニーズ

今回の MATTA では、訪日旅行のリピーターに多く出会うことができました。日本の四季折々の自然景観やショッピングの魅力だけではなく、日本人の気質や礼儀正しさに感銘を受けたというマレーシア人が多くいました。しかし旅行代理店が取り扱うパッケージツアーではゴールデンルート、北海道が圧倒的に多く、目的地のバラエティが少ないのが現状です。マレーシア人が訪日旅行に求めるものとして、桜、紅葉、雪、日本食、富士山に惹かれる人が多いようでしたが、他にもドライブツアーや民泊、工場見学などニーズが多様化していることも実感しました。今回初めて訪日商品を販売する現地旅行代理店も多数あり、個人旅行者への対策も併せて、旅行代理店のパッケージツアーのバリエーションを増やすことで、更なる観光誘致に繋がると感じました。

また今回の MATTA では世界中から 14 ヶ国の政府観光局がブースを構え、積極的な PR を行いました。特に日本と比較して地理的に有利である韓国や台湾は、旅行代理店と連携した大々的な広告やステージでの民族舞踊の紹介が行われ、存在感を示していました。日本からも津軽三味線によるステージパフォーマンスが行われ、来場者を魅了していました。今後は新たな観光名所の掘り起しや都市部から離れた地域の PR を積極的に行い、多様化する旅行者のニーズに対応していくことでマレーシア人にとってますます魅力的な日本となることでしょう。



JNTO ステージパフォーマンス（津軽三味線）



台湾政府観光局のパビリオン

当事務所では、今後も引き続き現地の最新情報を発信し、自治体の訪日旅行客誘致活動を支援してまいります。どうぞご利用ください。

4. MATTA Fair 2014 概要

会期	2014年3月14日(金)～3月16日(日) 10:00～21:00
開催場所	Putra World Trade Center (クアラルンプール)
主催	MATTA (Malaysia Association of Tour and Travel Agent)
対象	一般消費者
入場料	4 リンギ
来場者数	90,273 人 (2013年3月開催より9.9%減)
訪日旅行商品購入者数	1,679 人 (昨年比5.9%増) (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)

