

## MATTA FAIR September 2010 in Kuala Lumpur 報告

財団法人自治体国際化協会(CLAIR)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では、2010年9月3日(金)から9月5日(日)まで、マレーシア・クアラルンプールで開催された旅行フェア「MATTA FAIR September 2010 in Kuala Lumpur」に参加し、日本政府観光局(JNTO)シンガポール事務所と協力して日本各地の観光PR等を行いました。

各自治体の皆様からご提供頂いた観光パンフレット等は、ジャパン・パビリオン内のVJC(ビジット・ジャパン・キャンペーン)カウンターにて、来場者への配布・掲示、説明に活用させて頂きました。

今回のMATTA FAIRについて、下記の通りご報告いたします。

催事名 : MATTA FAIR September 2010 in Kuala Lumpur

日時 : 2010年9月3日(金)～5日(日) 10:00～21:00

会場名 : Putra World Trade Centre(PWTC) Hall1～Hall3

住所 : 41Jalan Tun Ismail, 50480 Kuala Lumpur, Malaysia

入場料 : RM(マレーシア・リンギット)3=約84円(2010年9月現在RM1=約28円)

展示面積 : 20,500 m<sup>2</sup>



MATTA FAIR 会場で商品を求める来場者の様子

### MATTA FAIR 概要

MATTA FAIR は、マレーシア全国旅行業協会 MATTA (Malaysian Association of Tour and Travel Agents) が主催する一般旅行者向けの国際旅行フェアで、イポー市、ペナン市、ジョホール市を含む国内の主要都市で年間を通じ開催されています。その中でも、例年3月及び9月に首都クアラルンプールで開催されるものは、東南アジアで開催される最大規模のフェアのひとつに数えられており、旅行会社主催のパッケージツアーや航空券の販売、各国政府観光局による宣伝等が行われています。

## 開催状況（主催者側の発表による）

### ■来場者数

9月3日（金）17,900人

9月4日（土）30,300人

9月5日（日）28,100人

3日間合計 76,300人

（参考：MATTA FAIR September 2009 in Kuala Lumpur 来場者数 54,525人）

### ■出展ブース数

旅行会社 92 団体、ホテル・リゾート団体 25 団体、マレーシア以外の政府観光局 18 団体等が出展。全 858 ブース（ブース数は過去最大。）。

なお、出展団体の中で最も大きかったのは、旅行会社 Apple Vacations & Convention の 36 ブース。NTO（政府観光局）としては、台湾、インドネシア各 20 ブースが最大でした。

## CLAIR シンガポール事務所の活動内容

MATTA FAIR 出展にあたり、当事務所では、主に以下のような取り組みを行いました。

- 出展団体への支援（CLAIR 支部を通じて募集をし、希望のあった団体に対して、1 ブースを CLAIR が無償提供。併せて、MATTA 終了翌日に現地旅行会社等への訪問・ヒアリングをアレンジし、同行。）

（今回ブースを提供した岐阜県の出展については別紙 1 をご参照ください）

- ジャパン・パビリオン内に JNTO が設けた VJC カウンターにおいて、各自治体の観光パンフレットの配布・説明を行い、来場者へ日本各地の観光関連情報を提供。また、日本各地の英文観光ウェブサイト一覧を作成し、配布。ポスターの掲示、DVD の上映。

### 【ご提供頂いた観光パンフレット、ポスター、DVD について】

JNTO と共同で観光パンフレット等の提供を募集したところ、下記の通り多くの団体からご提供頂きました。なお、パンフレットは 3 日間で全て配布しました。3 日間を通して、全般的に不足が感じられるほど、多くの人が日本各地のパンフレットを手にとっていきました。

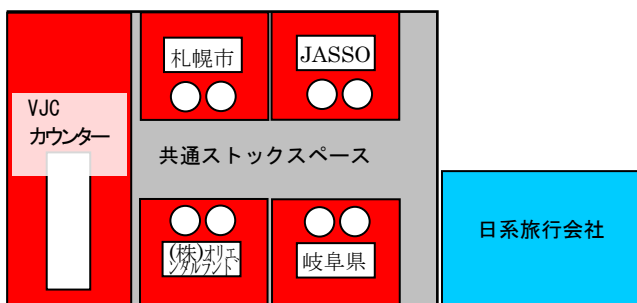
青森県、宮城県、茨城県、群馬県、千葉県、東京都、富山県、福井県、三重県、奈良県、岡山県、徳島県、愛媛県、高知県、さいたま市、横浜市、川崎市、静岡市、京都市、堺市、神戸市、広島市、福岡市

（計 23 都道府県及び政令指定都市（観光機構を含む））

パンフレット合計 6,170 部、ポスター 12 枚、DVD 17 枚

## ジャパン・パビリオンについて

JNTO の VJC カウンターの他、岐阜県（CLAIR が出展支援）、札幌市、株式会社オリエンタルランド、独立行政法人日本学生支援機構（JASSO）の 4 団体が参加し、ジャパン・パビリオンとして共通装飾を施し、出展しました。また、ジャパン・パビリオンに隣接して日系旅行会社がブースを出展しました。



ジャパン・パビリオン配置図



VJC カウンターの様子

## VJC（ビジット・ジャパン・キャンペーン）カウンターについて

VJC カウンターでは、訪日旅行に関する総合的な案内窓口として、下記のような取組みが行われました。

### ■観光パンフレットの配布

（日本の各地方自治体、宿泊施設、航空会社等）

### ■来場者からの質問全般への回答等の対応

### ■富士山のパネルを背景にした記念写真撮影コーナー

### ■日本の伝統的なおもちゃ（コマ、けん玉、万華鏡等）の体験コーナー

### ■ポスターの展示、DVD 上映

### ■日本向けのツアーや往復航空券購入者に対するノベルティ

（JNTO “Endless Discovery” T シャツ）のプレゼント



記念写真撮影コーナーの様子



VJC カウンターでは、地域毎にパンフレットを配置

## 来場者の状況

来場者の中には、訪日経験のない人も多く、質問の多くは「どのシーズンに日本へ行くのがいいのか。」「日本に行くなら、どこがいいか。」等比較的抽象的な内容も目立ちました。なお、その他、来場者への対応を通じて感じられたことは、以下の通りです。

### ■VJC ブースを訪れる来場者の多くは中華系であり、ハラルフード等イスラム教徒の旅先での課題に関する質問はあまり聞かれなかった。

### ■日本に関する全般的な情報収集に加え、既に会場で購入したツアー商品の訪問地に関す

る情報を求める来場者も多かった。

- マレーシアの公用語はマレーシア語であるが、来場者はマレー系、中華系を問わず皆英語が堪能であった。ただ、一部の中華系の方は中国語のパンフレットを希望することもあった。（使用字体は一般的に簡体字だが、一部の高齢者は繁体字を使用。）
- 来場者から聞かれた不満の声としては、「日本では英語が通じない人が多い」「円高の影響もあり、日本は物価（宿泊費、食費、移動費）が高い」「電車の路線が複雑」など。
- マレーシアでは11月末～12月の学校休暇の時期が旅行シーズンとなるため、家族旅行をターゲットとした、子どもも楽しめるような観光・アクティビティも提案できると良い。
- 東京、大阪、京都、北海道のパンフレットを求める声が多数あった。その他の地域の知名度はまだまだといった状況であり、VJCカウンターでは有名な都市からの位置関係を考慮しながら説明を行った。また、個人旅行者でも、JRパスの存在を知らない来場者が多数見受けられた。
- 今回 MATTA FAIR 期間中はイスラム教徒にとってラマダン（断食）の時期に当たったため、19時を過ぎると断食を終え、食事に出かけるため会場を後にする来場者の姿が多く見られた。

### 来場者から受けた質問

#### ■特に多かった質問

- ・初めて日本に行くなら、どこがおすすめか。
- ・ツアー旅行と個人旅行はどちらがおすすめか。
- ・日本では英語が通じるか。
- ・電車の乗り換えはどうか（東京から北海道や関西方面に行くときなど、比較的長距離移動の場合）。
- ・ホテルや民宿のチラシはあるか。
- ・安いホテルでおすすめのものはどこか。
- ・東京でホテルに泊まるならどのあたりがいいか。
- ・10月に東京で祭りを見たいが、どのような祭りがあるか。
- ・電車や地下鉄の路線図・時刻表がほしい。
- ・ベストシーズンはいつか（日本全体の他、東京・北海道・京都・大阪に関してや、紅葉のシーズンに関して）。
- ・パンフレットや地図がほしい（日本全体の他、東京・北海道・京都・大阪に関して）。
- ・格安航空会社 Air AsiaX の羽田便就航はいつからか。「羽田」はどこにあるのか。（Air Asia X の就航告知チラシには「HANEDA」としか記載されておらず、東京ということを認知していない人も多数いた模様。）



VJCカウンターでの来場者への説明

## ■その他の質問

- ・個人旅行者でもホームステイができるか。ホームステイ先を紹介してほしい。
- ・日本旅行時にペンションに泊まりたいが、全国のペンション一覧もしくは紹介しているウェブサイトはあるか。
- ・東京でいくつかの有名ブランドが集まるアウトレットモールに行ってみたいので、そのアウトレットモールの名前・所在地・行き方を教えてほしい。
- ・東京ではハラルフードを簡単に手に入れられるか。東北地方はどうか。
- ・日本の武術に興味があるが、体験ツアーはあるか。
- ・韓国から日本に行く場合、飛行機ではなく船でも行けるか。
- ・バックパッカー向けのホテル／ゲストハウスや現地日帰りツアーを紹介してほしい。
- ・新婚旅行をするのに、日本のどの地域に行くのがいいか。
- ・一人で東京を旅行しても安全か（若い女性から受けた質問）。
- ・三鷹の森ジブリ美術館の入場券はどのように手に入れられるか。
- ・JRパスはどうやって買えばいいか。
- ・日本へのビザを申請するには何が必要か。

## マレーシアからの訪日旅行の概況について

JNTOの発表資料及びMATTA期間中等に行った旅行会社へのヒアリングを踏まえ、マレーシアからの訪日旅行の概況についての特記事項を整理すると、以下の通りです。

- 2010年8月25日付けのJNTO発表資料「訪日外客数・出国日本人数（2010年7月推計値、5月暫定値）」によると、マレーシアからの訪日旅行者数は、2010年1～7月累計で62,800人となり、前年同期比（2009年43,813人）40%以上増加。過去最高を記録した2008年とほぼ同水準まで伸びた。特に、7月のラベンダーの時期には北海道ツアーが大人気で、7月単月では11,600人、前年同期比69.6%増となった。観光庁が重点市場と定める15の国と地域（韓国・台湾・中国・香港・タイ・シンガポール・豪州・米国・カナダ・英国・フランス・ドイツ・マレーシア・インド・ロシア）について、前年同期比で見ると、韓国、中国に次いで3番目に高い伸び率となっている。
- 観光庁はマレーシアを有望新興市場の調査対象国としていたが、2010年度よりインド、ロシアとともに重点市場国へと格上げした。重点市場国への移行に伴い、9月3日（金）、マレーシアからの訪日旅行客数の増加等を目指す、「第1回マレーシアVJ現地推進会」が開催された。（現地推進会については別紙2をご参照ください。）
- マレーシアでは、まだまだ日本の観光関連情報が少なく、訪日旅行の経験者は少ない。旅行先の希望として聞かれるのはほとんど東京、関西（大阪、京都など）、北海道などに集中する。特に近年、北海道の人気は非常に高く、今年の冬の時期にはマレーシアからのチャーター便も予定されている。桜、ラベンダーなど、一面の花の景色は人気がある。

なお、マレーシアでは、衛星放送プログラム「Astro」にて韓国や台湾などのテレビ番組が放送されることがあり、それらの番組で北海道が取り上げられることから北海道の景色を目にする機会も多い。その他の地域としては、東北、九州、飛騨高山等の商品も徐々に造成されてきている。

- マレーシアはイスラム教を国教としており、イスラム教徒は中東地域等イスラム教国に旅行することが多い。イスラム教国であれば、イスラム教徒向けのツアー（ハラルフードなど、イスラム教徒に対応したツアー）を組むことが容易であり、安心して旅行ができる。マレーシア国営テレビ局の旅番組では中東地域を取り上げることが多い。
- 日本を旅行するマレーシア人は比較的裕福な中華系が多い。なお、マレーシアの人口約 2,900 万人のうち、中華系の人口は約 840 万人（約 26%）であり（共同通信社発刊「世界年鑑 2010」による）、シンガポールの全人口（約 500 万人）より多い。
- ハラルフードを提供するレストランは、東京、大阪等大都市には多いが、地方では少ないため、ツアーを主催する旅行会社は海鮮（準ハラフル扱い）料理やそば等で対応していることが多い。ただし、ハラル遵守の程度には個人差があり、鶏肉であってもハラル処理されていなければ絶対に食べないという厳格な人もいれば、豚肉は食べないものの、旅行中は少し規律を緩める人もいる。
- 韓国向けのツアー（商業施設利用に対するキックバックや助成金等が多い。また、日本と同様に桜や雪をPRしている。）と比較すると、日本向けのツアーの値段設定は約 2 倍であり、マレーシアで販売されるヨーロッパ向けツアーとほぼ同等(RM5,000~7,000、約 14~20 万円)。日本=高いというイメージは強いが、一方で高品質、礼儀正しい、街がきれい、というイメージも強い。
- イスラム教徒に対しては、礼拝の場所を確保することも重要。イスラム教徒は一日 5 回礼拝を行うが、海外旅行中等は一日 3 回（朝、昼、夜）でも許されることがある。旅行中には朝と夜のお祈りはホテルの部屋で済ませるが、昼の礼拝は外出中のため場所を確保することが難しい。日本では、公園の一角などでイスラム教徒用の小さな礼拝スペースを用意して対応することがある。また、旅行業界関係者からは「公衆トイレの隣等に小さな礼拝ルームが用意されていると、対応が容易である」との声も聞かれた。その他、イスラム教徒が多い地域のホテルではよく見られるが、ホテルの部屋の天井にメッカの方向を示した「KIBLAT」という矢印を貼ってほしい、という声もあった。



【参考①】  
展示会会場で礼拝スペースを案内する看板。（シンガポール旅行フェア「NATAS」会場の Singapore EXPO にて。）



【参考②】  
ホテルの天井に貼られた、「KIBLAT」と書かれたメッカの方向を示すシール。（マレーシア国内のホテルにて。）



【参考③】  
ハラル認証された商品に記されるマレーシアのハラルマーク。（<http://www.malaysiahalalfoods.com/>より転載。）



- マレーシアの旅行業界関係者は情報収集のため、隣国シンガポールで行われる観光セミナー等にもよく訪れている。そのため、シンガポールの流行がマレーシアにも流れることがある。
- これまでのところ、一般的に団体ツアーでの旅行者が多い。しかしながら、2010年12月にはマレーシアの格安航空会社Air AsiaXがクアラルンプールー羽田間に就航を予定しており、今後よりFITが増加することが見込まれる。
- 大手旅行会社社長が自ら、マレーシアの旅行雑誌や新聞、女性誌等に幅広く日本への旅行を紹介するコラム等を執筆しており、その記事を読んで日本に興味を持つ人も多い。
- 温泉への入浴へは恥ずかしさを感じつつも興味を持っている人が多い。はじめは、家族風呂や貸切を希望する人も多いとのことだが、旅行業界関係者は、「空いた時間帯を見計らって温泉にトライして、日本文化を体験するようにアドバイスしている。同様に、客には、マレーシアにはないスノーアクティビティの体験も勧めている。」と話していた。
- 日本への渡航に際し、旅行予定者のビザの取得が課題となっている。なお、マレーシア人の短期旅行について、韓国はビザ不要であり、中国や台湾はビザ取得手続きが日本に比べ簡便であると言われている。
- レンタカーツアーの人気が高いオーストラリアと比較すると、「日本は運転がしにくい国」というイメージがあり、これまでのところ、レンタカーツアーの需要はオーストラリアに比べて高くない。

#### 旅行会社へのヒアリング時に寄せられた自治体への要望



訪日ツアー商品を扱う旅行会社のブース (MATTA FAIR)

MATTA FAIR 期間中及びその後に実施した旅行会社へのヒアリングで得られた、日本の自治体等への要望は以下の通りです。

- ・桜の見頃やフルーツ狩りの時期、具体的な日付を、ウェブ上でリアルタイムに知りたい。
- ・パンフレット作成時には写真を探すのに苦労する。ウェブ上から、著作権フリーの写真素材集が無料でダウンロードできれば大変助かる。
- ・日本では、まだまだ英語の表記や案内が少ない。英語の看板を増やしてほしい。
- ・ハラルレストランの一覧表や、お店で売られる食料品へのハラルマーク（ハラルフードを識別するマーク）表示があると、イスラム教徒の旅行者も安心して食事ができる。

- ・社員の異動が多いため、ファミトリップ（視察旅行）や観光セミナーは、一回きりでなく定期的に継続実施してほしい。また、ショッピングセンター等にて一般向け誘致イベントも行って、地方の情報を広く発信してほしい。
- ・自治体等による旅行業界に対する助成制度等の具体的な内容を知りたい。

## おわりに

マレーシアの世帯別平均所得は約 10 万円(※)ですが、経済成長に伴い所得水準は上がってきており、2003 年に 65,369 人だった訪日旅行者数は、2008 年では 105,663 人と 61%増加しました。2009 年は世界的な不況の影響で 89,509 人と減少しましたが、2010 年 7 月までのデータでは、2008 年とほぼ同じ水準まで回復してきています（出展：JNTO「日本の国際観光統計」）。日本政府の新成長戦略の中で、観光庁は、今後 2020 年初めまでに訪日外国人数を 2,500 万人まで増やすという目標を掲げており、マレーシアにおいては 2013 年までに 35 万人にするとしています。そのような中、マレーシアでは今後、格安航空会社による羽田空港就航も追い風となり、引き続きパッケージツアーに加え FIT の増加も期待されます。そのため、パンフレットやウェブサイトでの情報提供には、羽田空港からの具体的なアクセス方法や、周辺の観光地、詳細な地図、桜や紅葉、雪の具体的な時期等が記載されていると、旅行者にとっては大変有益な情報になると思われれます。

マレーシアにおける日本への旅行ツアーは、前述の通り、韓国等近隣東アジア地域と比べて一般的に高額であり、またビザ取得に関する課題もあります。何よりも、当地ではまだまだ日本に関する情報は少ないのが現状で、旅行業界関係者からは「一般消費者への PR も、もっと行って欲しい」という声も聞かれています。そのような中で、課題を克服しつつ、いかに継続的に PR を実施していくかが重要だと感じました。今回の MATTA FAIR では日本からの出展が 4 団体であり、近隣のタイやシンガポールと比べるとジャパン・パビリオンもまだまだ大きくはありません。今後より多くの出展団体が集まり、オールジャパンとして訪日誘客の取組みが盛り上がっていくことを期待したいと思います。

CLAIR シンガポール事務所では、引き続き JNTO と協力しながら、ASEAN・インド地域における様々な事業を通じ、自治体の観光客誘致の取組みを支援して参りたいと考えています。

【CLAIR シンガポール担当 小島】

(※：マレーシア統計局「STATISTICS HANDBOOK」Monthly Gross Household Income 2007 年データより。マレーシア国民全体で RM3, 686。民族別では、ブミプトラ（マレー系）RM3, 156、中華系 RM4, 853、インド系 RM3, 799、その他 RM3, 651。2010 年 9 月現在 RM1 = 約 28 円。)

～次回 MATTA FAIR MARCH 2011 開催予定～  
 日時：2011 年 3 月 11 日（金）～13 日（日）  
 場所：PUTRA WORLD TRADE CENTRE (PWTC)



## 「MATTA FAIR September 2010 in Kuala Lumpur」出展にかかる報告

岐阜県総合企画部観光交流推進局観光・ブランド振興課

岐阜県では、経済発展を続けるアセアン諸国からの訪日旅行を促進させるため、昨年度よりシンガポールにおいて国際観光展「NATAS」に出展してきたが、このたび自治体国際化協会の支援により、マレーシアで開催される「MATTA FAIR September 2010 in Kuala Lumpur」に出展する機会をいただき、初出展しましたので下記のとおり、ご報告させていただきます。

## 記

- 1 出張者 岐阜県総合企画部観光交流推進局  
観光・ブランド振興課 主査 加藤英彦
- 2 イベント概要
  - ◇主催者：マレーシア旅行業協会  
(Malaysian Association of Tour and Travel Agents : MATTA)
  - ◇開催期間：2010年9月3日(金)～5日(日) 10:00～21:00
  - ◇開催場所：Putra World Trade Centre Hall 1 (クアラルンプール)
  - ◇来場者数：76,300人
  - ◇出展者：13カ国180団体
  - ◇特徴：マレーシアの旅行社及び海外の観光関係団体が出展する国際旅行見本市。富裕層を含むマレーシア国内の一般消費者に対して、各旅行会社が自社の旅行商品を実際に売り込む場として活用。
- 3 出展形態
  - 日本の出展団体が集まり、日本の魅力を総合的に発信する「ジャパンパビリオン」に「GIFU」ブースを設置。
  - ※ジャパンパビリオン出展団体
    - ビジットジャパンプース(日本政府観光局、自治体国際化協会)、岐阜県、札幌市、(株)オリエンタルランド、独立行政法人日本学生支援機構
- 4 活動内容
  - 県作成のパンフレット・チラシ、県内各地のパンフレット・ポスターを活用し、

岐阜県の魅力を来場者にPRすることで岐阜県の知名度向上を図る。

○来場者に対して、岐阜県を訪れる旅行商品を造成している各旅行会社をPRし、旅行商品の販売促進を図る。

#### 5 現地エージェントにおける訪日ツアー造成状況

○訪日旅行を取り扱うほとんどの現地エージェントが北海道及びゴールデンルート（東京～大阪）行きの商品を販売していた。

○岐阜県を含むツアーも予想以上に造成され、以下の現地エージェントにより販売されていた。

☆APPLE VACATIONS

☆GOLDEN TOURWORLD TRAVEL

☆RELIANCE

☆SA TOURS

☆PREMIUM Tours&Travel

☆Sunrise Tours&Travel

☆PEARL HOLIDAY

☆JTB

#### 6 課題

上記のとおり、大手現地エージェントではすでに岐阜県を訪れる商品が販売されているにもかかわらず、岐阜県及び岐阜県を代表する観光地である高山、白川郷の知名度は低い。せっかくツアーを造成してもらえても、申込がなく催行中止になると、翌年からは造成してもらえなくなる可能性が高いため、なんとか旅行会社に継続して岐阜県へのツアーを造成していただけるよう支援しなければならない。そのためには、一刻も早く岐阜県はもとより中部（CENTRAL JAPAN）の知名度を上げなければならない。

#### 7 今後の取り組み

○今回 MATTA FAIR に参加させていただいたことで、MATTA FAIR への出展が知名度アップに向け大変重要であると感じたため、次回の MATTA FAIR は是非とも隣県との広域として、継続して出展することとしたい。

○岐阜県へのツアーを造成している現地エージェントの担当者でも、岐阜県へ来たことがある人はほとんどいないため、現地エージェントを岐阜県及び中部へ招待して、実際に見ていただくことにより、更なるツアー造成を促したい。

○現地での岐阜県の知名度アップにはメディアによる露出が最重要であるため、メディアを岐阜県及び中部へ招待することにより、メディアでの露出を増やしたい。

## 8 最後に

昨年度から岐阜県ではアセアンを重点地域として、プロモーション活動を実施しております。毎回、自治体国際化協会には現地事情及び他県の成功事例等の情報提供や国際貨物の受け取り、参加する市町村等へのレクチャー及びアテンドなど、全面的にご協力いただいておりますが、今回更にこのような機会を与えていただき、心より感謝申し上げます。

この今回のたいへん有意義な経験を活かすべく、今後は北海道に続く地域として、岐阜県、牽いては中部（CENTRAL JAPAN）のブームを起こせるよう邁進したいと考えております。

今後とも、岐阜県に対して、ご支援・ご協力を賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。



● ジャパンパビリオン



● 岐阜ブース



● 岐阜県を訪れる現地エージェントの販売商品ブローチャー

2010年9月

**<第1回 マレーシア VJ (ビジット・ジャパン) 現地推進会 開催>**

(財) 自治体国際化協会 (CLAIR) シンガポール事務所

**1 マレーシア 重点市場へ移行**

マレーシアは、観光庁が中心となって進める訪日旅行促進事業（ビジット・ジャパン事業）において、2007年度から重点市場に次ぐ有望新興市場と位置づけられ、市場調査等が実施されてきた。2010年度より、インド・ロシアとともに重点市場に格上げされ、マレーシアからの訪日旅行を促進するための本格的なプロモーションが開始されることになった。

**2 ビジット・ジャパン現地推進会の概要**

ビジット・ジャパン現地推進会とは、重点市場国（地域）（※）に、観光庁が設置するもので、現地関係企業に対してビジット・ジャパン事業への理解促進を図り、協力体制を構築し、それぞれの国や地域からの訪日旅行者の誘致方策等について検討することを目的としている。在外公館の長（大使、総領事）を会長、日本政府観光局（JNTO）の海外事務所長を事務局長とし、現地の関係団体を会員として構成する。

なお、2010年に重点市場国となったロシアでは、2010年3月に現地推進会が立ち上げられ、インドでは2011年2月に立ち上げが予定されている。

（※2010年4月現在、韓国・台湾・中国・香港・タイ・シンガポール・豪州・米国・カナダ・英国・フランス・ドイツ・マレーシア・インド・ロシアの15の国と地域）

**2 第1回マレーシア VJ (ビジット・ジャパン) 現地推進会**

2010年9月3日（金）に在マレーシア日本国大使館会議室にて、第1回目となる「マレーシア VJ 現地推進会」が開催された。

当日は、堀江会長（駐マレーシア日本国特命全権大使）をはじめ、在マレーシアの旅行業界関係者、メディア関係者、政府関係機関、日系公的機関の関係者等のほか、観光庁、JNTOの関係者らが出席し、当事務所からも所長が出席した。

会議では、堀江 VJ 現地推進会会長及び山田観光庁審議官からの挨拶の後、観光庁より観光行政全般に関する説明が行われた。訪日外国人は、2008年は835.1万人、2009年は新型インフルエンザの影響等もあり679万人と推移しており、今後2013年までに訪日外国人旅行者数を1,500万人にするという「訪日外国人3,000万人プログラム第1期目標」に向け、日本の観光魅力を発信するとともに、日本への魅力的な旅行商品の造成等を支援する訪日旅行促進事業を官民一体で推進していくとの旨が述べられた。

その後、神保日本政府観光局（JNTO）理事より、マレーシア市場の現状や今後の取組みについて説明が行われた。マレーシアでは4月の桜の季節と12月の学校休暇の季節が一般的な旅行シーズンとなっているという。2009年の訪日旅行者の目的を見てみると、観光67.4%、商用22.5%、その他10.1%で、観光の旅行形態としては、2007年度は32.7%であったFIT（Foreign Individual Tourism：個人旅行者）の割合が、2009年では48.0%まで上昇し、グループツアーとほぼ同等となったとのこと。（いずれも出典はJNTO 訪日外客訪問地調査結果）

マレーシアに対する日本の強みとしては、ルック・イースト政策（※）に代表されるマレーシアの親日的国民性、高品質な日本商品のブランドイメージ、四季や北海道から沖縄にかけて変化に富む自然景観等であり、弱みとしてはビザ取得の問題、ムスリム・マーケットへの国内受け入れ体制の遅れ、韓国、台湾、中国との比較においてパッケージツアーが高額、といったことなどが挙げられた。

重点市場への移行に伴い、今後JNTOでは、マレーシアにおいて引き続きMATTA旅行フェアへの出展を行うほか、メディアミックス調査事業（広告掲載や、効果の測定等）を行う予定とのこと。

そして、会議の最後には、意見交換が行われた。この意見交換では、主に現地旅行会社からビザ緩和に対する要望が上がった。

現在、日本へのビザ申請はパスポート発行地の大使館・総領事館ですることとなっており、地方でパスポートを取得した者は、現在の居住地がクアラルンプールであってもパスポート取得地でビザを申請しなければならない。そのことがビザの代理申請を行う旅行会社にとっては非常に不便であり、旅行会社からは、今後このような場合、アラルンプールに所在する大使館でビザ申請ができるようにしてほしい、といった話や、頻繁に日本へ入国するツアーガイドに対するマルチプルビザ（数次ビザ）取得の簡便化を求める声上がるなど、率直な意見交換の場となった。

マレーシアでは、2010年12月に格安航空によるクアラルンプール～羽田便就航が予定されており、今後更なるマレーシアからの訪日観光客の増加が見込まれる。

本推進会を中心に、官民一体となった訪日誘客事業が促進されることを期待したい。

（※）マレーシアの第4代首相マハティール・ビン・モハマドが1981年に提言した、日本や韓国など東方の集団主義や勤労倫理を手本にしようとする政策。