

大盛況！マレーシアの訪日旅行市場

～マレーシア旅行フェア 「MATTA FAIR Kuala Lumpur 2012」に参加しました～

シンガポール事務所

クレアシンガポール事務所は、2012 年 9 月 7 日（金）から 9 日（日）まで、マレーシア・クアラルンプールで開催された「MATTA FAIR Kuala Lumpur 2012」に参加し、日本政府観光局（JNTO）と協力してジャパン・パビリオンの VJ（ビジット・ジャパン）ブースで、来場者に対し各自治体の観光パンフレット等を配布・提示して説明を行いました。日本各地の観光 PR を通じて、現地で得た日本の自治体が海外からの観光客誘致を行う上で有益と思われる情報を報告します。

ジャパン・パビリオンに 13 団体が出展

今回、JNTO が設けたジャパン・パビリオンには、日本各地の観光関連団体等 13 団体が出展を行いました。出展団体のうち、自治体では和歌山県が今回初参加でした。

【出展団体】 株式会社ユー・エス・ジェイ、大阪市、関西地域振興財団、和歌山県、静岡県、東京ディズニーリゾート、東北観光推進機構、北海道観光振興機構/道央地域部会、北海道スキープロモーション協議会、独立行政法人日本学生支援機構、富山県、中部国際空港利用促進協議会（愛知県・岐阜県・三重県・名古屋市・中部国際空港）、沖縄観光コンベンションビューロー



会場入口での行列



会場俯瞰図

マレーシア旅行フェア 「MATTA FAIR Kuala Lumpur 2012」

MATTA FAIR は、マレーシア旅行業協会 MATTA（Malaysian Association of Tour and Travel Agents）がマレーシア国内の主要都市で年間を通して開催している一般旅行者向けの国際旅行博です。その中でも、例年 3 月と 8・9 月頃とに首都クアラルンプールで国内最大規模のものが開催されます。

【開催日時】 2012 年 9 月 7 日（金）～9 日（日）

【開催地】 Putra World Trade Centre (PWTC) Hall1～Hall3

住所：41, Jalan Tun Ismail, 50480 Kuala Lumpur

ビジット・ジャパン (VJ) ブースでの来場者の反応

ジャパン・パビリオン内の VJ ブースでは、訪日旅行に関する総合的な案内窓口として、来場者への各種観光パンフレットの配布や説明、質問への対応のほか、来場者のうち日本旅行商品購入者を対象とした抽選が行われました。

また、日本大使館による査証相談コーナーも併設され、同館職員が直接消費者からの相談を受け、数次査証に関する PR と消費者からの質問への対応を行いました。

今回、VJ ブースに寄せられた来場者からの声や、今回の MATTA 会場の様子で特に印象的であった点は以下の通りです。

(1) 日本の基本情報は徐々に浸透～エアアジア就航の影響も拡大か～

VJ ブースへの来場者からは、北海道、東京、大阪に関する問い合わせが圧倒的多数であり、これらの地域の知名度の高さを実感しました。ただし、大阪の情報を求めて VJ ブースを訪れた来場者に対し、より詳細な情報を提供するために関西地域振興財団のブースへ足を運ぶよう案内したところ戸惑った表情を見せる方もおり、大阪が関西であるという認識が未だ浸透していないように感じました。このように、まだマレーシアにおいては基本的に大都市の名前および観光地名が知られている程度であると思われれます。

その一方で、来場者の中には特定の地域のパンフレットだけを持ち帰る方も増えてきたように思えました。この背景には、エアアジアが就航するクアラルンプール⇄東京・大阪便の影響が大きく、個人旅行者の訪日をより容易にしているのではないかと推測されます。エアアジアの利用客からは、航空チケットは予約したのだが日程及び訪問先を決めかねているという相談が多く寄せられました。これらの個人旅行者は、総じて日本語に対する不安を抱えている様子であり、できるだけ不安材料を減らすため出発前にマレーシアで可能な手配関係は全て済ませておきたいと考えているようです。

以上、日本に関する情報がまだまだ不足していると言われるマレーシアにおいて、人々の間に訪日に関する基本的な情報が徐々に浸透し始めていることを実感するとともに、訪日旅行の経験者が新たな旅行先を求めて VJ ブースを訪れるケースが少なくなかったように感じました。

なお、来場者からは〇〇県の放射能レベルはどの程度かといった東日本大震災以降の日本の安全性を懸念する問い合わせはシンガポールと比較すると、あまり受けませんでした。



活気溢れる VJ ブースの様子

(2) 来場者から受けた主な質問

- ・エアアジアD7522 便を利用するため、羽田空港到着が23時になる。同日、公共交通機関を利用して都内のホテルまで移動可能か。
- ・藤子F不二雄ミュージアムのチケットを旅行前にマレーシアで購入可能か(三鷹の森ジブリ美術館、長谷川町子美術館についても同様の質問あり。日本語に不安を持つ個人旅行者が旅行当日のチケット購入の手間をできるだけ軽減したいと思っているようだった)。
- ・東京に初めて行くが、観光の起点として便利な場所に宿を予約したい。どこのエリアがよいか。
- ・東京近郊で日帰りもしくは1泊2日で行くことができる温泉地を教えてください。
- ・JRパスの利用可能区間や料金について教えてください。
- ・エアアジアで東京着・大阪発のルートで10日間の旅行予定だ。それぞれの都市にどのくらい時間を配分すればよいか。また、その際のお勧めの場所を教えてください。
- ・有名な花見の場所や時期について教えてください。
- ・ハラル対応のレストランやホテルの情報がほしい。
- ・日本の田舎に行きたいが、英語は通じるか。

フェア出展旅行会社への聞き取りによる、訪日旅行の現状調査

フェア期間中、出展していた旅行会社ブースのセールス担当者に今回の MATTA フェアにおける訪日旅行の売れ行き等についての聞き取り調査を行いました。その結果は以下の通りです。

(1) 売れ行き好調な訪日旅行

- ・訪日旅行の売れ行きは好調である。行き先としては北海道が半数以上を占めており、根強い人気を誇っている。日本への旅行は総じて高額な旅行代金がかかるが、それを払う価値がある場所だという認識が強い。

(2) 「冬」に憧れを持つマレーシア人。訪日客誘致のライバルは韓国

- ・マレーシアは熱帯のため、冬に対する憧れがとても強い。単に冬の景色を見るだけならば韓国への旅行が手軽である。韓国旅行のパック商品は北海道旅行のそれと比べても概ね半額程度の価格設定である。よって、単にウィンタースポーツを楽しみたい、若しくは雪を鑑賞したいという中間層の旅行客はまず割安な韓国を旅行する。それでも北海道が人気なのは美しい日本の冬の景色、当地でしか食することができないおいしい海産物、札幌や函館などの有名観光地などを求めるためである。
- ・既述したとおり、日本と韓国は季節的な面も含め類似点が多い。実際に今回のフェア開催中に展示された韓国旅行商品 PR ブースに紅葉や瓦屋根を模した装飾が施されていた。価格面ではどうしても韓国旅行商品のほうが安価であり、日本と韓国は並べて価格表示されているケースも多いため、日本への旅行の割高感が目立つ結果となっている。

(3) 地方都市にも可能性あり！岐阜県白川郷も人気の旅行先に

- ・北海道に続いて人気の旅行先が東京と大阪に代表されるゴールデンルートであるが、例えば世界遺産である岐阜県の白川郷は昨年あたりから着実に人気が出始めており、今回のフェア期間中、北海道や東京、大阪などと並べてパック商品売り出ししている旅行会社も数社あった。これはマレーシア人の口コミによる効果であり、訪日経験者から好評だった観光地には、多少アクセスが悪くとも行ってみたいと思う傾向にある。地方都市が参入する可能性があるとするれば、このような口コミ効果を狙うために地道な PR を行っていくしかない。
- ・地元大手旅行代理店のアップル社では、今回初めて和歌山県へのツアーを販売している。これは、6月にマレーシアで関西地域振興財団がJNTOと協力して関西セミナーを開催した成果とのこと。販売状況も好調の様様。
- ・東京や大阪などの大都市に続いては、広島や福岡くらいまで足をのばす観光客がいる程度で、その先の地方はまだまだ存在自体を知られていない。既述した白川郷の成功を例にとれば、アクセスも悪いうえに旅行代金も割高になる地方まで足を運んでもらうために、その土地ならではの魅力(食べ物や文化体験、観光地)を地道に情報発信していくしかない。

(4) 旅行商品の価格のみで判断される恐れも

- ・フェア期間中、総じて高額な日本への旅行商品をブースに大々的に掲げると、価格だけ見てこの旅行会社は価格が高いと判断されてしまいがちである。

(5) イスラム教徒に配慮した旅行ツアーを

- ・マレーシアの国教のイスラム教であるため、食事に関する宗教的禁忌(ハラールフード)への対策及び環境整備が渡航先として懸念される中、中国、台湾、韓国などの旅行商品のうちイスラム教徒に対応したムスリムツアーを組んでいる旅行会社もある。日本の場合は、ハラールフードを提供するレストランは、東京、大阪等の大都市圏及び北海道の一部地区以外ではまだ少ないため、ツアーを主催する旅行会社は海鮮料理(準ハラール扱い)、やきそば、てんぷら等で対応していることが多い。ハラールレストランの一覧表や礼拝の場所の確保、お店で売られる食料品へのハラールマーク表示があれば、イスラム教徒の旅行者も安心して旅行ができ、ツアーも組みやすい。

今後のマレーシア市場 ～地方の知名度アップの可能性高し、近隣国との差別化は課題～

昨年の東日本大震災の影響で減少しているマレーシア人の訪日旅行を回復させるため、航空会社や旅行会社によるプロモーション活動や訪日旅行の広告出稿などが継続的に実施された結果、マレーシアにおいてはシンガポールに比べ放射能への心配の声も少なくVJブースも活況であり、堅調な回復傾向が感じられました。エアアジアの東京・大阪便を利用する個人旅行者層の拡大に伴い、今後マレーシアの消費者のニーズはゴールデンルートや北海道以外の旅行先のみならず、地方の美しい自然を楽しめる旅行、フルーツ狩りなど

のアクティビティに関する情報の提供等、更にきめ細かな対応が求められると思われます。こうした潜在的な需要を反映し、現時点ではマレーシアでの知名度があまり高くない地域においても、継続的に日本各地の情報を発信することで岐阜県の白川郷のように観光客を獲得できる可能性は高いように感じました。

また、訪日旅行パック商品は日本近隣国（韓国・中国・台湾）のそれと比べて概して2倍近い価格設定であり、VJブース来訪者からも興味はあるけれどお金を貯めてから旅行を検討するという声が多く聞かれました。紅葉や雪といった日本の自然と重複する観光資源を有する日本近隣国への旅行商品との差別化については、引き続き課題であると言えるでしょう。

当事務所は、今後も関係機関と連携して、日本国内の自治体に関するPRを推進しマレーシアからの訪日旅行客の増加に向けてのサポートを行っていきたいと思います。

●参考：マレーシアにおける訪日旅行の現状

JNTOの発表によると、2012年7月のマレーシアからの訪日者数は7,900人で、2011年同月比37.9%増、2010年同月比では0.8%減となり今年3月以来の震災前比でのマイナスに転じました。しかしながら1～7月の上半期累計では、2010年比で10.4%増となっており、震災前の水準を上回り、過去最高を更新するペースで推移しています。17市場の中でも、2010年比で4番目に高い増加率を維持しています(ベトナム:30.0%増、インドネシア:29.9%増、タイ:17.9%増)。

シンガポールと同様に、北海道でのラベンダー鑑賞を目的とする団体ツアーがピークを迎え、華人旅行者を中心に需要が増加した一方で、7月が海外旅行のオフシーズンに当たること、同月20日からイスラム教の断食月が開始されたことにより旅行需要が総じて減退した事が影響しているとのことです。

上半期累計に見られるマレーシアからの訪日者数における好調の背景には、エアアジアXの羽田線デイリー化(6月22日～)と8月のエアアジア・ジャパン就航に伴う各種プロモーション効果により、個人旅行需要が堅調に推移していることが挙げられます。また、好調なインセンティブ・ツアーにおいても東日本大震災で延期されたツアーの再開も聞かれ始めています。

個人旅行者層の伸張により、マレーシアの訪日旅行市場は転換期を迎えており、商品の差別化多様化のため、定番の北海道や本州ゴールデンルート以外の渡航先の開拓に関して機運が高まっています。また、ムスリムマーケットへの取り組みも深化しています。

MATTA FAIR 2012においては、JNTOでは旅行会社との共同広告を行い、訪日旅行の需要喚起を図るとともに、これまでクアラルンプール近郊を含めた首都圏在住の華人に絞っていたターゲットを、ペナン、コタキナバルの上位中間層、ムスリム家族層に拡大することとしました。また、エアアジアとタイアップして、マレーシア随一の人気コメディアンを番組ホストに迎えたマレー系向け訪日旅行番組を制作しました。この番組は2012年9月12日(水)から全6回にわたって放映されます。

【出展に関するお問い合わせ先】：日本政府観光局 (JNTO)

担当：海外マーケティング部 アジアグループ

電話：03-3216-1902

●次回 MATTA FAIR March 2013 開催予定～

日時：2013 年 3 月 15 日 (金) ～17 日 (日)

場所：Putra World Trade Centre (PWTC)

(田中所長補佐 長崎県長崎市派遣)

