

## シンガポール高島屋で訪日旅行フェア開催！

～3 日間で 5 万人の来場者～

シンガポール事務所

シンガポール高島屋において、2012 年 10 月 5 日（金）～7 日（日）の 3 日間にわたり、訪日旅行フェア「-My Japan Holiday-Japan Travel Fair 2012」が開催されました。クレアでは、JNTO ブース及び東北・北関東キャラバンブースにおいて、自治体の観光 PR を行いましたので、その様子を報告します。

### 1 観光復興 PR のため特設ブースを設置

「Japan Travel Fair」は、訪日旅行に特化した旅行フェアとして、JNTO シンガポール事務所が昨年度から開催しているものであり、会場は昨年度と同様、シンガポールにおける“Premium Japan”の象徴かつ、目抜き通りのオーチャード通りに面する高島屋（地下 2 階の Takashimaya Square）でした。

昨年度においては、週末の 2 日間の開催で旅行に加えて「食」もテーマとしていましたが、今年度は東北・北関東キャラバンが観光復興をアピールするため、「Japan Travel Festival Tohoku & Kita-Kanto」特設ブースを会場内に併設しました。

また、会場に設置された高島屋 19 周年アニバーサリーイベントステージにおいては、東北・北関東キャラバン協力による秋田県の「なまはげ太鼓」のパフォーマンスのほか、女性 5 人組のダンス&ボーカルグループ「東京女子流（Tokyo Girls' Style）」による J-POP ライブ、東京のファッションに焦点を当てた「KAWAII★STYLE」の紹介イベント、北海道観光振興機構の協力による「Hokkaido Skiwear fashion show」などの各種イベントが開催され、フェアに花を添えました。



<オープニングの様子>



<多くの来場者で賑わう会場>

### 2 イベントの様子・来場者の反応

立地の良さ及び高島屋の集客力も手伝い、会場は常に多くの人で賑わっており、フェア開催期間の 3 日間において約 5 万人（高島屋による推計値）と多くの来場者に恵まれました。場所柄、フェア目的又は買い物の途中に立ち寄ったシンガポール人、諸外国からの駐

在員、近隣諸国からの観光客等が多かったものと思われま

す。  
JNTO 及び各出展者からの話によると、当イベントは、毎年8月にシンガポールにて開催される大型旅行フェア (NATAS フェア) に比べて、具体的な訪日計画がある方の来場が多く、時期の関係で、秋冬の出発直前の予約・問合せが多い点に特徴があるとのことでした。

また、近くに買い物に来て初めてイベントが開催されていることを知って、その日はパンフ等を持って帰って家で検討し、翌日旅行商品を購入に再度訪れるといった方も多かったようです。

これは、通常の旅行フェア (NATAS フェアなど) と異なり入場料がかからないことと、会場がアクセスのよい立地であったことが大きいと思われます。

JNTO シンガポール事務所の速報値によると、フェア開催期間中の当イベント旅行商品購入者は406 人 (旅行商品購入による景品引換の人数)、方面別では、北海道 66.3%、関東 28.6%、中部・北陸 1.5%、関西 11.3%、九州 3.2%、沖縄 1.0% となっており、北海道が6割強と相変わらずの人気を見せたほか、関東、関西方面の旅行商品も多く売られていたようです。

そして、今回、観光復興をPRするため、東北・北関東キャラバン (※注) により特設された「Japan Travel Festival Tohoku & Kita-Kanto」ブースにも、多くのシンガポール人が来場しました。当該ブース横では、「なまはげ」(秋田県) との記念撮影コーナーや「黄ふな」(栃木県宇都宮市の工芸品である土鈴) 絵付け体験のコーナーが設けられ、特に親子連れの出場者の楽しむ姿が見られました。

※注 「東北・北関東キャラバン」は、東北観光推進機構、星野リゾート青森屋/奥入瀬渓流ホテル、蔵王温泉観光協会、仙台市、茨城県、群馬県及びアクアワールド茨城県大洗水族館の7団体により構成。

来場者からの問合せ・質問事項については、主に東京・大阪・札幌から仙台への交通手段と時間、おすすめの温泉地、秋冬の食材について、スキー・スノーボード体験に関するものが多く、出展者の説明に対し、熱心に耳を傾けていました。

なお、懸念されていた放射能・津波に関する風評被害等については、福島と聞けば「放射能」、仙台と聞けば「津波」に関する質問・問い合わせは若干あったものの、放射線量については、原子力発電所周辺区域 (立入禁止区域) 以外の場所は心配不要であること



<興奮に包まれた「東京女子流」ライブ>



<熱心に観光案内を行うスタッフ>



<「Tohoku & Kita-Kanto」ブースの様子>

や、太平洋側の各観光地・空港等も復興している様子について、写真やデータを示しながら説明し、来場者の不安・懸念を払拭することに努めました。

今年 8 月に開催された NATAS フェアの時よりも、東北地方に対しての拒否反応を示す来場者も少なく、スキーや温泉などを楽しむ目的で実際に東北地方への旅行を計画している来場者が多く訪れていました。



<「なまはげ」とのフォトセッション>

### 3 地方における観光客誘致方法の工夫

もともと集客力のある百貨店（シンガポール商業の中心的エリア）を会場とし、土日を含んだ3日間の開催、入場料が無料という好条件であったため、多くの来場者に恵まれたフェアでした。

来場者との会話の中で感じたことは、シンガポールから日本への旅行先は依然として東京近郊、北海道及び近畿圏が中心であり、その他の地域については、観光名所・施設名はおろか、いまだ地名自体が知られていないケースが多いということです。

今後の各地方の観光客誘致方法としては、まずは各地方の名前と他地方にはない魅力を PR することで知っていただき、単に他地方と観光客の「奪い合い」をするのではなく、人気ある東京近郊、北海道等を通じて（経由して）、二次的に立ち寄っていただくといった工夫・方策も必要なのではないかと感じたところです。

### 4 出展団体について

当フェアに出展した日本の団体・ブースは以下のとおりです。（順不同）

団体名（ブース名）	
1	北海道観光振興機構
2	九州観光推進機構
3	長野・新潟スノーリゾートアライアンス実行委員会
4	オリエンタルランド（東京ディズニーリゾート）
5	JNTO（Visit Japan）
6	東北・北関東キャラバン



<上から見た各ブースの様子>

また、訪日旅行を取り扱う現地旅行会社 8 社の即売ブースも設けられ、フェア特別価格で旅行商品が販売されました。

（吉田所長補佐 岩手県派遣）