

フィリピン訪日旅行市場はプロモーションの好機！ ～マニラで開催された「ビジット・ジャパン (VJ) セミナー・商談会」への参加～

シンガポール事務所

1 はじめに～フィリピン訪日旅行市場の現況

フィリピンは 9,500 万を超える人口を抱え、近年好調な経済成長を維持しています。2013 年 11 月、台風 30 号の直撃により甚大な被害が発生したフィリピンですが、それでもなお、2013 年の GDP 成長率の見通しが 7%程度と予想されるなど、高い水準での経済成長が続いています。日本政府観光局（以下 JNTO）の統計によると、訪日フィリピン人数は東日本大震災が発生した 2011 年に 63,099 人（前年比－18%）と一時減少しましたが、2012 年には 85,037 人（前年比＋35%）、2013 年は 11 月の時点で前年を超える 97,200 人（前年同期比＋25%）と順調に増加しています。しかしながら、フィリピンで得られる訪日旅行関連情報は限定されており、東京、大阪、富士山等のいわゆるゴールデンルートなどの人気観光地以外の情報が不足している状況です。こういった状況から、フィリピンの旅行業関係者からは日本の地方の観光情報が求められています。

自治体国際化協会シンガポール事務所（以下 CLAIR）は、2013 年 12 月 5 日（木）にフィリピン・マニラで開催された「ビジット・ジャパン (VJ) セミナー・商談会」に参加し、現地の旅行業関係者等に対して訪日旅行プロモーションを実施しました。当日の様子や参加者の声などをもとに、現在のフィリピン訪日旅行市場の動きなどについて報告します。



【セミナーの様子】

2 今がまさに訪日旅行プロモーションのチャンス

本セミナー・商談会をとおして、フィリピンにおける訪日旅行については、今がまさにプロモーションの好機であることが窺えました。当日、各関係者から伺った話などをもとに、その理由を以下に紹介します。

●日比間直行便の増便

2013 年 9 月に日比間でオープンスカイ（航空自由化）協定が締結されたこともあり、航空会社各社が次々と両国間の直行便路線の拡大を実施・発表しています。フィリピン航空、セブ・パシフィックが路線の拡大を実施・計画しているほか、タイガーエア・フィリ

ピンヤ、エアアジア・ゼストなども、2014 年に路線の拡大を検討していることを発表しています。このような日本への直行便の増便がフィリピンからの訪日旅行への追い風となることが期待されます。

●フィリピン国民に対する数次ビザ発給開始

2013 年 7 月から、フィリピン国内に居住するフィリピン国民（一般旅券所持者）に対する短期滞在数次ビザの発給が開始されました。こちらを上記と併せて訪日旅行需要喚起の追い風要因となることが期待されます。

●訪日旅行市場の拡大

先にも述べたとおり、フィリピンにおける訪日者数は近年順調に増加しており、現地旅行会社の取り扱う訪日旅行商品も増加するなど、訪日旅行市場が拡大していることが窺えます。プロモーションを行うにあたって、英語でのプロモーションが可能である、日本から近く、移動時間は 4 時間程度、親日的である、と好材料が揃っています。フィリピンの好調な経済成長も相まって、今がまさにフィリピン訪日旅行市場に積極的にプロモーションを行うべきタイミングだと思われます。



【多くのフィリピン旅行業関係者でにぎわう商談会場の様子】

3 フィリピン訪日旅行市場の特徴

フィリピンにおいて訪日旅行プロモーションを行う際には、市場の特徴を把握しておく必要があります。現地旅行業関係者などから聞いた話をもとに、フィリピン訪日市場の特徴について以下に記載します。

●ゴールデンルート以外への注目の高まり

東京・大阪・富士山・京都などのゴールデンルートはフィリピンで取り扱われる訪日旅行商品の主流であり、人気も高い状況ですが、訪日旅行への需要が高まるなかで、ゴールデンルート以外への関心も高まっており、情報が求められています。現地の旅行業関係者にはゴールデンルート以外の地域の知識・情報が不足しているため、東京・大阪など主要都市からのアクセスや、ゴールデンルートでは体験できない観光コンテンツの紹介などを含む、効果的なプロモーションを展開する必要があります。

●フィリピン人の訪日旅行形態

フィリピン訪日旅行市場は未成熟であり、個人旅行市場の確立には至っておらず、パッケージツアーが圧倒的に多い状況です。また、中間層以上による家族・親戚旅行が圧倒的に多く、長期休暇のある3~5月がピークとなっています。

●訪日旅行に求めるもの

フィリピン人が訪日旅行に求めるものとして、東南アジアの他の国同様、自然景観・歴史・文化・食事・ショッピングなどが多く挙げられます。さらに、コスプレ大会が数多く開催され、日本のアニメも放送され人気を博しているフィリピンでは、日本のポップカルチャーへの関心も高くなっています。日本のテーマパークの認知度も高く、人気の観光コンテンツとなっています。しかし、熱いお湯につかることや人前で裸になることに強い抵抗を感じるため、温泉はあまり好まれず、足湯など手軽にできる体験を提案する必要があります。また、キリスト教徒の割合が90%以上と他の東南アジアの国に比べて圧倒的に多く、異国の教会で日曜ミサへ出席するという体験も非常に喜ばれます。

4 おわりに~参加者の声

今回の商談会では、CLAIR もブースを設置し、日本各地の観光パンフレットを用いて観光情報の提供を行いました。多くの参加者が次々にCLAIRブースを訪れ、興味深く各地の観光パンフレットを眺めては手に取り持ち帰っていく様子からも、日本の観光情報が強く求められている現状が窺えました。



【CLAIRブースを訪れ観光情報を求める参加者の様子】

本セミナー・商談会に参加したフィリピン旅行業関係者や自治体関係者からは、以下のような声がありました。



【セミナーで話を聞くフィリピン旅行業関係者の様子】

●フィリピン旅行業関係者の反応

フィリピンでは訪日旅行への需要が高まっているので、今回のようなセミナー・商談会を続けて開催することが非常に良いと思われる。また、今回のような機会は、ゴールデンルート以外の地域の情報収集を行ううえでも非常に重要である。

●参加した自治体の感想

◇和歌山県

昨年も同事業に参加したが、フィリピン旅行業関係者の訪日旅行に対する意識が昨年よりも高まっていることが実感できた。今回は 2013 年 7 月に実施されたフィリピン旅行会社協会 (PTAA) の関西地域へのファミトリップの影響もあり、関係者には和歌山のこともかなり認知してもらっていた。

◇熊本県

今回初めてフィリピンでの観光商談会に参加した。熊本のことを知らない現地旅行業関係者が多かったが、今回の商談会に参加することで多くの方に熊本の名前や良さを認知してもらえたのではないかと感じた。フィリピンからは福岡に直行便が飛んでいることもあり、福岡とのアクセス面での利便性も併せて PR することで、今後につなげることができたのではと感じている。

このように、今回のセミナー・商談会では有意義な活動を行えた参加者が多かったようです。こうしたプロモーション活動により、フィリピンにおける訪日旅行市場が今後ますます活発化することが期待されます。

今後とも当事務所では、今後とも注目が集まる東南アジア地域での自治体による訪日旅行誘致活動を支援してまいります。

(関根所長補佐 新潟市派遣)

参考. マニラ「ビジット・ジャパン (VJ) セミナー・商談会」概要

日時	2013 年 12 月 5 日 (木) 11:00~16:15	
開催場所	フィリピン・マニラ Diamond Hotel Philippines	
主催	観光庁 JNTO バンコク事務所	
協力	在フィリピン日本国大使館 CLAIR シンガポール事務所	
対象	フィリピン訪日旅行取扱旅行業者等	
日本側参加者	14 団体 (自治体・関連団体 4・観光関連施設等 6・旅行会社 4) 20 名	
フィリピン側参加者	71 団体 (旅行会社 60・航空会社 6・報道機関 5) 83 名	
セミナー・商談会内容	セラール向けセミナー (11:00~11:45)	
	・セラール事前説明会	観光庁フィリピン市場臨時 コンタクトポイント 峠崎氏
	バイヤー向けセミナー (12:45~13:45)	
	・訪日旅行に関する基本情報紹介	在フィリピン日本国大使館
	・Visit Japan 事業について等	JNTO バンコク事務所
	商談会 (14:00~16:00)	