



## インドネシア・ジャカルタで「埼玉」の物産・観光をPR

埼玉県産業労働部観光課

埼玉県はクレアから2013年度海外経済活動支援特別対策事業による助成を受け「埼玉県県産品販売拡大事業」をインドネシア・ジャカルタにおいて実施しました。その概要を報告いたします。

### ■ ■ 背景・目的

埼玉県は、秩父の山々や豊かな水をたたえる利根川、荒川などの自然のほか、さいたま新都心と見沼田んぼや三富新田など都市と田園の両方の魅力を備えています。また新幹線と高速道路など交通網が充実しており、盆栽や植木、鋳物、人形などの伝統産業や最先端の技術を誇る工業といったものづくりも盛んであるなど、多彩な特性に恵まれています。

さらに、勇壮な屋台囃子の秩父夜祭、県名発祥の地であるさきたま古墳群、蔵づくりの街並みが残る川越などの歴史や文化などさまざまな観光資源にあふれています。

一方、2013年の本県への外国人旅行者の訪問率は1.6%で、近隣の東京都47.3%、千葉県9.6%、神奈川県11.2%と比較して低調な状況です（観光庁・訪日外国人消費動向調査）。成長著しい東南アジア諸国をはじめとする観光需要を取り込み、首都圏を訪れた外国人観光客を本県に引き込むことが、観光づくりひいては本県経済の活性化にとって重要です。

インドネシアは2012年の訪日人数が、史上初の10万人台に達するなど、訪日旅行も堅調に拡大しています。また、経済成長に伴う所得水準の向上から、中間所得層の大幅な増加が見込まれており、今後は、非常に有望な市場になることが期待できます。

そこで、これらを好機と捉え、インドネシアにおける県産品の販路拡大、本県へのインドネシア人観光客の増加を図るため、同国において「埼玉フェア」を実施しました。

### ■ ■ 「埼玉」を売り込む

《埼玉フェアの概要》

日程 2014年1月28日～30日

会場 Wisma Keiaiビル

主な内容

- ・観光PRポスターの掲示、リーフレットの配布
- ・狭山茶、草加せんべいなどの試飲・試食
- ・観光PRアニメ「The Four Seasons」インドネシア語字幕版の上映
- ・アンケートの実施
- ・現地旅行会社へのPR

会場のWisma Keiaiビルは、ジャカルタ市内の中心的なオフィス街に立地し、日系企業を中心に約2,500人（日本人は3%程度）が働いています。ホワイトカラーが多く、日系企業で働いていることから日本に関心のある方々に「埼玉」をPRするプロモーションを行いました。

インドネシア語版の観光リーフレットを配布するとともに、狭山茶（単に緑茶といわずに「狭山」を強調しました）、草加せんべいやスイーツを勧めました。



埼玉フェアブースの様子



「狭山茶」を手に、説明を受ける来場者

また、今後の旅行商品の造成や県産品の販路拡大・商品開発につなげるため、現地の人々のニーズや嗜好を調査しました。

アンケートは懸賞（デジカメ、県産品詰合せなど）付きとし、多くの方に手に取っていただくようリーフレットとともに県内企業が製作している「おもしろ消しゴム」を一緒に配りました。また回答者



には、もう1個プレゼントすることで回収率の向上を図りました（消しゴムは、「どら焼き」が人気でした。理由はドラえもんを見てどら焼きを知っているからとのことでした）。

#### アンケート結果から

回収枚数251（インドネシア人のみ）

- ・訪日歴のある方が35%と比較的高め（その中で本県への訪問経験者は6人）。
- ・本県の認知度は全体で11%、訪日経験者の中では31%と東京に隣接しているにもかかわらず、どちらも低い結果（あまりうれしくはありませんが、予想どおりでした）。
- ・ポスターやパンフレット・アニメを見て興味をもったものは、建物や遺跡、昔の街並み、花、祭、食べ物。また試飲の狭山茶は大変好評で84%の方がまた飲みたいと回答、スイーツも大変好評。
- ・訪日の際の希望立ち寄り箇所としては、東京107人、埼玉53人、大阪39人、北海道36人、京都27人の順でした（埼玉53人に関してはプロモーションの趣旨を理解したうえでの好意的な回答かもしれません）。
- ・旅行期間・旅行代金は、1週間程度で20,000,000ルピア（約20万円）以内が一番多い。

### ■ ■ 現地旅行会社でPR

現地旅行会社を訪問し、訪日ツアーを企画する担当者に直接、本県の魅力や見どころをPRするとともに、訪日旅行の状況や要望などをお聞きしました。

訪問した会社は次の5社です。

- ・ JTB INDONESIA  
(JI.Jendral Sudirman Kav.3-4 Jakarta 10220)
- ・ JALAN TOUR  
(JI.Jendral Sudirman Kav.3-4 Jakarta 10220)
- ・ Smiling Tours and Travel Service  
(JIMajapahit No.28, Jakarta 10160)
- ・ Bayu Buana Travel Services  
(JL.IR.H.Juanda III No.2, Jakarta 10120)
- ・ Panorama tours  
(JL.Tomang Raya No.63 Jakarta 11440)

#### 《主な内容》

- ・ ゴールデンルート（東京～富士山周辺～大阪・京都）や北海道が中心。

- ・ Wi-Fiや英語の案内板などは必須
- ・ 食事は豚肉を使っていないことが重要。和食のみだと飽きるので、洋食や中華も。
- ・ 旅館（畳、浴衣、温泉）は1泊だけでよい。後はホテルで可。
- ・ ショッピングが大好き。
- ・ 神社仏閣よりディズニーランドやUSJのような派手なもの。
- ・ ちょっとでよいので新幹線に乗りたい（東京から新幹線で埼玉に来ることができることをアピールしました）。

余談ですが、一般の方はともかく旅行会社で訪日ツアーを企画している方の中に、埼玉を知らない方がいたことはショックでした。



現地旅行会社の担当者に埼玉の見どころを紹介

### ■ ■ 今後の展開

県産品の試飲試食は大変好評で、アンケートでも「また飲んでみたい、食べてみたい」という回答が多数ありました。詳細な市場調査は必要ですが、今後の市場として有望であると思われます。しかし、同国の食品の輸入規制は大変厳しく、ハラール認証の課題もあります。このため、規制の状況や県内事業者の意向を把握しながら販路拡大に関する事業展開を検討していきます。

現地の旅行会社では、川越の蔵造りの街並み、長瀨のライン下り、SLなどに関心が集まりました。すでに、東京からの日帰りツアーに本県を組み込むことを企画している旅行会社もあり、ゴールデンルートにプラスした訪問先として可能性があることが判明しました。

今回訪問した旅行会社などにタイムリーな情報提供を行い（各社の担当者にメールで観光スポットを紹介しています）、より多くの旅行商品の造成に結び付けたいと思います。

また、2014年度は、ハラール食の情報などムスリム旅行者に関する研修会や、外国人と指差しで会話することができる「指差し観光案内集」の作成など、外国人観光客の受け入れ体制の整備を進めます。