

## チャンギ空港でのイベント開催

シンガポール事務所

2011 年 7 月 15 日（金）から 17 日（日）にかけて、チャンギ空港第 3 ターミナルにおいて、「Enchanting Japan Travel Fair（魅力あふれる日本）」と題した訪日旅行フェアが開催された。この催しは、東日本大震災と福島第 1 原発事故の影響で低迷が続く訪日観光需要の回復を応援するため、シンガポールの空港運営会社であるチャンギ空港グループ（ACG）が主催する訪日観光キャンペーン「フレンズ・オブ・ジャパン」の一環として開催されたものである。

15 日（金）に行われたオープニングセレモニーでは、和太鼓の演奏が披露されるとともに、チャンギ空港グループの CEO も参加しての鏡開きが行われた。また、フェア期間中は、コスプレのパフォーマンスや民謡踊り、蕎麦打ちなども披露され、多くの観光客や買い物客が足を止めていた。



オープニングセレモニーの様子

当フェアには、日本政府観光局（以下、JNTO）や神奈川県、静岡県、岐阜・富山・長野の中部日本、九州観光推進機構に加え、シンガポールの地元旅行代理店 4 社がブースを設置し、訪日旅行の安全性を訴えたり、旅行商品の売り込みなどを行った。



JNTO ブースを訪れる来場者

フェア期間中は当事務所職員もブースに立ち、来場者に対して観光情報の提供を行った。地震や放射能に関する来場者からの問い合わせはそれ程多く

はなく、純粋に観光情報を求めてブースに立ち寄り人が多かったように感じる。約 2 千人が来場した今回のフェアにおいて、ある大手旅行代理店は、2 グループ（約 34 人）の訪日ツアーを販売したようである。

JNTO ではこれまで、口コミを通じて訪日旅行の安全性を PR するため、シンガポールのブロガーによる訪日旅行の様子や、シンガポール東北親善大使 100 名の訪日の様子を facebook やメディアで紹介する取組を行ってきた。影響力の大きい JNTO の facebook による PR は、訪日旅行に対する消費者の不安解消に大きく寄与しており、今回のフェアでもその成果が実を結び始めていると感じた。

約 70 万シンガポールドル（約 4,550 万円）を投じて 10 月まで続けられる「フレンズ・オブ・ジャパン」では、12 回にわたり訪日観光の促進広告を地元紙に掲載するとともに、

地元ラジオ局の DJ を日本に派遣し、日本の様子を伝えるラジオ番組を放送することなどが決まっている。また、8月26日(金)から28日(日)にかけて開催されるシンガポール旅行代理店協会(NATAS)の旅行フェア「NATAS フェア」では、訪日旅行商品の購入者(一日当たり1,000人、三日間で計3,000人)にチャンギ空港の商品券30シンガポールドルを贈呈することとしている。

JNTOによると、7月のシンガポールからの訪日者数は7,900人で対前年同月比31.6%減となっているが、航空会社や日本国内のホテルが割引料金を設定したことで、個人旅行による訪日が増えているという。

JNTOでは今年12月までに訪日客数を前年並みに回復させたいと話しており、当事務所としても、今後開催される旅行フェアや日本食にまつわるイベント等あらゆる機会を活用し、消費者に対し、訪日旅行に関する正しい情報を積極的に提供していきたい。

(7/15~7/17 チャンギ空港での聴取等)

(中村所長補佐 宮崎県派遣)

