

## シンガポール旅行フェア

### 「NATAS Holidays 2011」報告書

シンガポール事務所

自治体国際化協会シンガポール事務所では、2011年8月26日(金)から28日(日)まで、シンガポールエキスポ(Singapore Expo)で開催された「National Association of Travel Agents Singapore : NATAS」に参加し、日本政府観光局(Japan National Tourism Organization : JNTO)と協力して来場者に日本各地の観光情報を提供した。

その際、各自治体から御提供いただいた観光パンフレット等をジャパン・パビリオンのVJ(ビジット・ジャパン)カウンターで、来場者に対し提示・配布するとともに説明を行った。

本国際旅行フェアの概要等について、下記のとおり報告する。

#### 1 「NATAS Holidays 2011」の概要

- フェア概要

NATAS Holidays は、シンガポール全国旅行業協会(National Association of Travel Agents Singapore : NATAS)が年2回開催する一般消費者向けの国際旅行フェアであり、旅行会社主催のパッケージツアーや航空券の販売、各国政府観光局による宣伝等が行われている。8月開催は、秋・冬シーズンに向けた旅行が主な販売対象となっている。来場者は入場料を支払う必要があるが、気に入った旅行の手配をその場で行うことにより、NATAS Holidays 期間限定の格安ツアーや販売促進のための特典が多数提供されるため、来場者の購入意欲は高い。



NATAS 正面入り口

- 日時：2011年8月26日(金)～28日(日)
- 開催場所：Singapore Expo Halls 4 & 5 (1 Expo Drive, #02-10 Singapore 486150)
- 入場料：S\$4 (約255円：2011年8月26日現在 S\$1 = 約63.85円)
- 出展団体数：160団体
  - (内訳) 政府観光局：46 旅行会社：71 旅行関連会社：20
  - スポンサー：10 銀行：6 その他：7

- 来場者数：計 67,051 人

		2010 年 8 月		2011 年 8 月	
		来場者数			
来場者数	1 日目	19,668 人	17.3%増	18,123 人	-7.9%減
	2 日目	27,142 人	14.1%増	26,972 人	-0.6%減
	3 日目	23,659 人	10.7%増	21,956 人	-7.2%減
	計	70,469 人	13.8%増	67,051 人	-4.9%減

(NATAS 発表速報値)

## 2 ジャパン・パビリオンの出展

### (1) ジャパン・パビリオン

JNTO が設けたジャパン・パビリオンには、17 団体が出展した。

(出展団体)

JNTO、北海道観光推進機構、北海道運輸局、富良野・大雪・旭川地区外国人スキー客誘致協議会、東北観光推進機構、富山県、静岡県、神奈川県、中央内陸県連合広域観光推進協議会（山梨県、長野県、岐阜県）、大阪市シンガポール事務所、広島県国際観光テーマ地区推進協議会、九州観光推進機構、沖縄観光コンベンションビューロー、札幌かに本家、三井不動産、東京ディズニーリゾート、おかえりチャンネル (DNA Style)

### (2) VJ (ビジット・ジャパン) カウンター

ジャパン・パビリオン内の VJ カウンターでは、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等の配布や説明、質問への対応のほか、来場者へのアンケート調査、訪日旅行商品購入者に対するノベルティ T シャツのプレゼント等が行われた。



NATAS VJ カウンター

### (3) 当事務所の活動内容

旅行フェア開催に先立ち、協会支部を通じて、自治体の観光パンフレットや DVD 等の提供を依頼したところ、国内の 86 団体から 118 種、約 20,000 部を御提供いただいた。まずは、関係者の皆様にこの場をお借りして厚く御礼申し上げるとともに、スタッフ一同、多くの来場者の手に渡るよう配布に努めた事を御報告申し上げます。

当事務所では VJ カウンターにおいて上記観光パンフレットの配布・説明を行い、来場者へ日本各地の観光関連情報を提供した。

### 3 フェアの状況

#### (1) NATAS Holidays 2011 販売動向

NATAS Holidays 2011 全体の売り上げは1億シンガポールドルとなり、前年度の8,500万シンガポールドルより17.6%増となった。主な購入旅行先は下表のとおりである。また、JNTO シンガポール事務所によると購入された日本国内の旅行先としては、北海道が7割とのことであった。シンガポールでは日本に対するイメージの中で、北海道は「別格」として認知されており、近年訪日旅行先として北海道の需要が高まっていたところに、震災の影響により他地域への訪日旅行需要が北海道へと振り替えられたためと考えられる。

	2010年8月	2011年8月
1位	台湾	中国
2位	韓国	韓国
3位	日本	台湾
4位	欧州	欧州
5位	中国	日本

(NATAS 発表速報値)

また、日本が NATAS Holidays 2011 の購入旅行先第5位となったことへ、NATAS の最高責任者である Robert Khoo 氏は、「日本は2011年3月の東日本大震災で被災したにも関わらず着実に復興を進めている。これが遅々とした動きであっても、訪日者数の回復に寄与し、日本が購入旅行先上位5カ国を維持していることに繋がっている」と述べている。

#### (2) 観光パンフレットについて

NATAS Holidays 2011 では、来場者は日本の情報がとにかく欲しいというより、パンフレットの中味等を吟味し、必要な資料のみを持ち帰られる傾向がある。知名度の低い地域や、たとえ人気の北海道エリア、東京エリアのパンフレット等であったとしても位置図や地名が表記されていないといった所在が分からないパンフレットの場合は、配布が難しかった。今回の NATAS のようにシンガポールにおいて多種多様のパンフレットを一堂に集めて配布する際に掲載が必要だと感じた点は下記のとおりである。

### 1) 位置情報

海外では日本国内の位置関係がよく理解されていないため、英語パンフレットではあっても単に日本人用のパンフレットを英訳したような内容では、情報が十分に伝わっていない場合がある。地名だけでは理解されない場合があるので、都道府県名・エリア名といった、所在地がある程度特定できるように記載する必要があると思われる。また、地方に限らず主要都市であっても日本地図で所在を説明する場合もあるため、地図を掲載し、一目で分かるようにするといった工夫も重要である。

### 2) 主要都市からの主な移動手段及び目安の時間

個人で旅行計画を立てる方の相談を受けた際、旅行期間内に各観光地への移動が可能かどうか、観光地での目安となる滞在時間も含めて、所要時間についての質問が多かった。

聞き取った限りでは国内線へ乗り継いで移動するよりも、JR のレイルパスを利用しての移動が主流であるように感じた。特に地方の場合は、主要国際空港からの移動手段情報が必要である。また、地方を回る場合は、レンタカーでの移動を検討されている方も多かったため、車での移動目安時間も欲しい情報であった。

### 3) 訪問目的

「日本に行きたい」と検討される方に必要な情報は、その場所で何を見る事ができるのか、何をすべきなのかと言った、その場所を訪れる「目的」であった。単に、地域にあるものを掲載するのではなく、海外からの観光客を惹きつけ、行きたいと思うような訪問の動機付けとなる情報を掲載する必要があると感じた。その中で、訪日の理由の一つとしては、東南アジアにはない日本の桜や雪を含めた自然は見る価値のあるものと思われているようである。合わせて、自然については、訪日の時期に関連するため、「花・紅葉・雪」はいつが見頃かという情報も重要である。



パンフレットを吟味する来場者

### 4) 写真

キャラクターやデザインされた表紙よりも写真を使用したパンフレットについて、「ここに行きたい」「これを見たい」とお尋ねいただくことが多かった。写真は旅の目的をイメージしやすく、十分に訪日の動機付けとなるようである。

### 5) 個人旅行者への対応

多様なパンフレットがあってもいいと思うが、シンガポールでは団体旅行よりも個人手配旅行が増加しているため、海外で配布するという視点から作られ、独自に旅行プランを立てる際の資料と成り得るような「量より質」のパンフレットを準備する必要があると思われた。その際、パンフレットに盛り込む事が出来ない詳細な情報、例えば、紅葉の見頃の時期といったリアルタイムに更新する必要がある情報などについては、パンフレットに URL を掲載し、Web サイトを活用することが有効と考える。

#### (3) 広域連携の重要性

いただいた質問の中に「大阪からレンタカーで山陰を回って、広島宮島に1泊することは決めているが、更に中国地方で3泊したい場合、どこに宿を取れば良いか」というものがあつた。他にも、行政区の枠を越えて1箇所に留まらずに各地を効率よく周りたいたいという希望は多かつた。

エリアによっては既に広域連携に取り組み、組織化されている場合もある。独自の知名度を上げるためには、各地域での情報提供も重要ではあるが、海外からの分かりやすさを考えると、エリアごとの情報発信、及び主要な観光地を結ぶルートと資料作りは重要と思われた。

#### (4) 主な質問

VJ カウンターに寄せられた来場者の声や、質問を集約すると以下のとおりである。

- ・日本は安全か。
- ・予定訪問時期に、どこに行くのがお勧めか。
- ・ホテルの情報が欲しい。(リストが欲しい。お勧めのホテル及び、予約したホテルが良いホテルかどうか知りたい等)
- ・個人旅行を検討中のため、モデルコースを考えて欲しい。
- ・観光地の見所、目的観光地までの移動方法、所要時間、フリー切符、お得切符、金額を教えて欲しい。
- ・日本に行くなら、どこに何をしに行くのがお勧めか。
- ・一番有名な桜の名所。または、綺麗な桜を教えて欲しい。
- ・アミューズメントパークといった諸施設の情報が欲しい。(所在地、移動方法、入場料等)

## 4 NATAS 併催事業 (エージェントセミナー・商談会)

NATAS Holidays 2011 閉会後の 2011 年 8 月 29 日 (月)、サンテックシンガポール (Suntec Singapore) にて JNTO 主催による NATAS 併催事業として、シンガポールの旅行代理店関係者やメディア関係者を対象としたセミナーと商談会が開催された。

● セミナー内容

2011 年 8 月に訪日した「シンガポール東北親善大使」による東北でのボランティア活動、祭りの参加体験、学生同士の交流といった体験報告と、JNTO 主催 Jalan Jalan Japan contest (訪日旅行モデルコース企画コンテスト) 受賞者による受賞プランを元に実際に瀬戸内を周遊した旅行体験が報告された。

● 商談会

セミナー終了後に引き続き開催された商談会では、32 団体が商談ブースを設け、参加者に対し各団体の売込みを行うとともに、質問への対応のほか、訪日旅行商品の造成・販売に関する話し合いが行われた。出展した 32 団体のうち、自治体関係団体は 13 団体である。

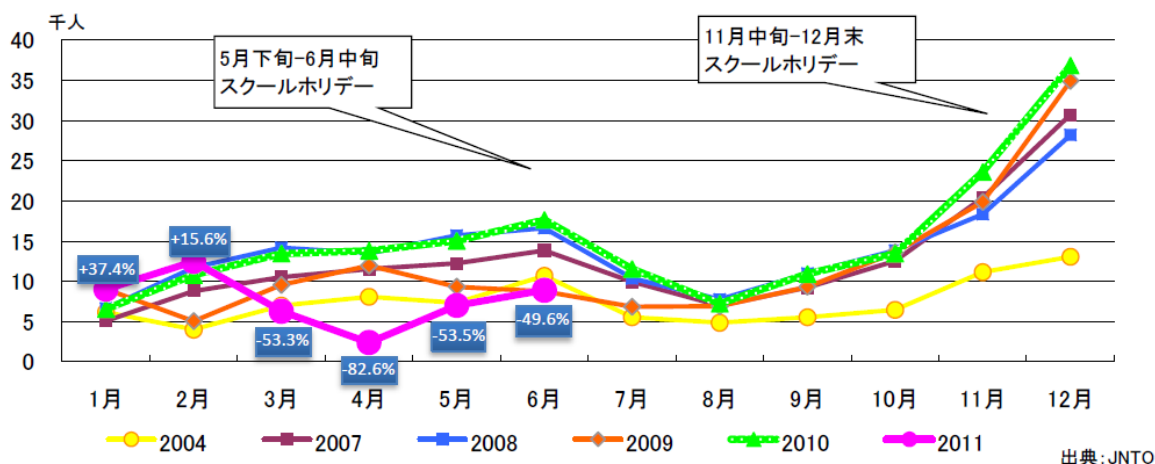
(出展団体：自治体関係)

北海道観光振興機構、東北観光推進機構、仙台市、山梨県、神奈川県、静岡県、岐阜県、富山県、長野県、軽井沢観光協会、広島県、岡山県、九州観光推進機構

## 5 シンガポールにおける訪日旅行の現状について

JNTO シンガポール事務所が発表した 7 月の訪日動向によれば、今年の 7 月時点での訪日旅行客数は前年比マイナス 31.6%まで回復してきているが、団体ツアーについては催行・予約ともに芳しくないようであり、航空券の低廉な価格での販売、日本国内のホテルの割引による値頃感が功を奏し、独自に手配を行う個人客の増加が下支えしている状況とのことであった。

また、シンガポールでは学校の長期休暇と重なる 5 月下旬～6 月中旬と 11 月中旬～12 月末が大型連休の取りやすい時期となっている。8 月のフェアで旅行時期を尋ねると、11 月に訪日旅行を検討されている方が多く、旅行期間については、1 週間から 10 日間程度が平均と思われた。



VJ カウンターで聞き取った旅行先としては、購入結果にも現れているように、北海道を希望される方が多かった。続いて東京・大阪が多かったと思われるが、個人旅行で独自に練った旅行プランについて尋ねる方もいれば、「日本のどこに行って、何をしたら良いのか教えて欲しい。」というお尋ねも多かった。

特筆すべきは、JNTO シンガポール事務所によると、シンガポールの旅行傾向は次年以降マレーシアやインドネシアにも同じ傾向として現れているとのことであり、シンガポールからの誘客に成功すれば、近隣国への波及効果も期待できると思われる。

## 6 おわりに

NATAS Holidays 2011 でも個人の興味の対象は人それぞれ異なり、「9月にオープン予定の施設に行きたい」といった具体的な目的がある方から、「初めて日本に行くための情報が欲しい」といった方まで様々であった。シンガポールでは既に旅行の目的も多様化しているが、「前回の NATAS 出展団体に作成してもらった周遊コースは大変良かったので、また行く。」などと言った来場者の生の声を実際に聞くと、こうした旅行フェアに各自治体等が独自に出展することは重要だと思われる。観光 PR とともに、来場者の声を聞き、地域を訪れてもらうために必要な情報は何か、何が好まれそうかリサーチすることも重要な手段で、必要な事ではないだろうか。

NATAS Holidays 2011 では韓国ブースにおいても日本と同様の紅葉や雪、ウィンタースポーツを核にした展示があった。他にも、韓国の美容をテーマにしたブース、台湾の美食・美容をテーマにしたツアー販売もあり、心惹かれた。シンガポールからの誘客の競争相手は国内ではなく、海外、アジア各国と競合することとなる。他国が様々な角度で売り込みをかけている中、シンガポールでは、訪日旅行は高いけれど憧れの旅行先と認識されている。訪日旅行に値頃感のある今こそ、日本のおもてなしの一つとして、日本に行きたいと言う来場者のリクエストに応じて細やかな情報提供を行い、誘客に繋げたいと感じた。



韓国ブース

～次回 NATAS Travel Fair 2012 開催予定～

日時：2012年2月24日（金）～26日（日）

場所：Halls 4 and 5, Singapore Expo

(NATAS Holidays 2011 出展時における聞き取り等)

(原田所長補佐 山口市派遣)