

インドネシア ジャパン・トラベルセミナー（ジャカルタ）報告書

シンガポール事務所

インドネシアは、世界で 4 番目に多い 2 億 4000 万人の人口を擁し、近年著しい経済発展を遂げており、シンガポール事務所が所管する ASEAN 諸国およびインドの中でもとりわけ注目度が高い国のひとつである。

2012 年 2 月 8 日（水）、当事務所は、同国で高まる訪日旅行需要を受け、日本政府観光局（JNTO）シンガポール事務所協力のもと、首都ジャカルタにおいて「ジャパン・トラベルセミナー」を開催した。本イベントは、第一部をセミナー、第二部を個別商談会として実施し、当日はインドネシア側と日本側併せて 100 名以上が参加し、今後の同市場の可能性を感じさせる盛り上がりを見せた。



■ 第一部 セミナーセッション

訪日旅行に関する各種情報の提供と各地域の紹介を行った第一部では、冒頭、CLAIR シンガポール事務所所長の足達から、2011 年 3 月 11 日に発生した東日本大震災に対する同国からの多大な支援に感謝申し上げるとともに、インドネシア中央統計局が発表した 2011 年通年の実質国内総生産（GDP）が前年比 6.5%増に達したことに触れ、「本日のセミナーをきっかけに、ぜひ新しい日本の魅力を発見し、急成長を続けるインドネシアのマーケットからも、多様な地域を訪れてほしい」とのあいさつを行った。

続いて、JNTO シンガポール事務所伊藤次長から、インドネシア人の訪日旅行にかかる状況についてプレゼンテーションが行われた。同国からの旅行者は、2010 年に過去最多となる約 80,600 人を記録したものの、東日本大震災の発生を受けて、2011 年 1 月から 10 月までの統計では 40,700 人となっている。

2010 年の内訳を見ると、66%がレジャー、16%がビジネス、その他が 18%である。年間を通じての最大の旅行シーズンは、イスラム教の断食明け大祭であるレバラン休暇であり、それに年末年始休暇、6 月末から 7 月中旬にかけての学校休暇が続いている。また、隣国シンガポールの旅行トレンドを踏まえ、現在インドネシアにおいて主流となっている東京・大阪などのゴールデンルートだけでなく、北海道やセントラル・ジャパン、九州、沖縄など、多様なデスティネーションについて紹介があったほか、今後の JNTO の支援策について説明がなされた。



セミナー参加者の様子

(CLAIR メールマガジン 2012 年 6 月配信：観光特集号)

その後、九州観光推進機構、沖縄県、静岡県、セントラル・ジャパンの各代表者から、各地域を紹介するプレゼンテーションが行われた。九州観光推進機構は、温泉やお祭り、食などの魅力や、九州新幹線での九州横断について紹介した。沖縄は、美しい海と温暖な気候、独特の琉球文化を紹介し、静岡は、富士山や緑茶、更に HONDA や YAMAHA、バンダイなど、世界でも有数の製造企業についても紹介した。セントラル・ジャパンは、高山、アルペンルート、白川郷、名古屋、そして松本城や地獄谷野猿、善光寺を有する長野について、具体的なルートを追いながら紹介した。インドネシア側参加者は、これら地域のプレゼンについて、熱心にメモを取りながら耳を傾けていた。

■ 第二部 商談会

続く第二部では、日本側とインドネシア側との個別商談会を行った。日本側セラーとして、自治体関係者や旅行会社、ランドオペレーター、ホテル、テーマパーク等の 19 団体、計 27 名がそれぞれ PR を行った。



商談会場の様子

インドネシアの旅行会社の話では、パッケージツアーの旅行先は東京・大阪などのゴールデンルートが主流である。しかし、シンガポールなどの旅行動向を踏まえて北海道や関西、九州などへのツアーも少しずつ増えているとのことである。また、パッケージ商品として販売はしていないものの、個別に家族旅行のアレンジを依頼されるパターンが多いと話す旅行会社もあった。平均所得がまだ低いインドネシアにおいては、日本へ旅行するのはビジネスで成功した中華系や、マレー系の中でも比較的裕福な層が中心で個人旅行はまだ一般的なものではない。しかし、格安航空会社（LCC）が多く参入している近年、徐々に中間所得者層が近隣諸国に足を伸ばしている状況が窺えるという。

今回の商談会での出展について、インドネシア側旅行会社から評判が良かったのは、観光地のスポット情報だけでなく空港到着からの具体的なルートの提示があったものである。世界最大のムスリム人口を擁する同国(世界のムスリム人口の 12.7%、同国人口の約 88%、2 億 500 万人ⁱⁱ⁾)においては、ムスリムの旅行者にも配慮した情報がやはり重宝されていた。比較的宗教上寛容な国民性を反映してか、全般的にハラールフードや礼拝場所に関する質問は少なかった。

なお、大震災発生後約 1 年が経過する日本については、2004 年に同国スマトラ島沖で地震と津波が発生した際に日本から多くの援助を受けたため、「親日的で日本を心配している人は多い」との声が聞かれた。さらに、自動車産業や工業関連を中心に日系企業が多く進出しているインドネシアにおいては、震災後も企業の報償旅行や視察・研修旅行にかか

るもの、とりわけモーターショーなどのイベントに関連した大人数の企業旅行に関する質問が多く聞かれ、今後、訪日旅行客数の回復へ弾みを感じさせるものであった。

■ おわりに

インドネシアは、力強い経済成長を受けて、2011 年の国民 1 人当たり GDP(名目)は 3,509 米ドルⁱⁱⁱに達するなど、個人消費を支える中間所得者層が拡大している。堅調な内需や巨大市場の可能性に着目した直接投資の増加などを受けて、今後も経済成長を維持する見通しと言われており、ここでのブランドイメージの確立に向け、各国が PR に力を入れはじめている。一方、日本の広域的なプロモーションは一部地域を除きほとんど実績がなく、シンガポールで毎年 2 回開催されている大型旅行フェア NATAS トラベルフェア^{iv}の開催に併せて観光庁・JNTO シンガポール事務所が開催している商談会へ情報を求めてインドネシアから旅行会社が足を運ぶほどである。そのような状況の下、初の試みであった今回のセミナーにはインドネシア側からも大きな関心が寄せられたと感じている。改めて、訪日旅行情報提供の必要性を改めて感じたところである。

今回参加した旅行会社からは、「日本のセラーと直接話ができ、とても有用な機会であった」「訪日旅行の情報はインターネットで調べることが多いが、自分で調べただけではわからない、生の意見を聞くことができた」「今まで知らなかった地域の情報を得ることができ、日本側関係者と多く繋がりができた」と、好評を博することができ、中身の濃い商談の場となった。

また、日本側セラーからも、「これまで自分たちでインドネシアのセールスを行ってきたが、単体で行うよりも日本一体として売り込むことができ、効果的と感じた」との感想も寄せられるなど、今後の商談成立に向け手ごたえが感じられた。

シンガポール事務所では、今後も各種旅行イベント等を通じて、急成長を続けるインドネシアマーケットにおいても積極的に訪日旅行を PR していきたいと考えている。終わりに、今回のセミナーにご参加いただいた皆様に改めて御礼を申し上げますとともに、今後ともさらなるご協力をお願いしたい。

小島元所長補佐（仙台市派遣）

ⁱ なお、2011 年通年の訪日外客数（総数）は、61,911 人（暫定値）となった。

http://www.jnto.go.jp/jpn/downloads/2011_total.pdf

ⁱⁱ 2010 年見込み値。出典：「The Future Global Muslim Population Projections for 2010-2030」(Pew Research Center 2011)

<http://features.pewforum.org/FutureGlobalMuslimPopulation-WebPDF.pdf>

ⁱⁱⁱ 出典：World Economic Outlook Database-April 2012, International Monetary Fund (IMF)

^{iv} NATAS (National Association of Travel Agents Singapore) が毎年 2 月 (NATAS Travel) と 8 月 (NATAS Holidays) に開催している一般消費者を対象とした旅行フェア。