

## マレーシア MATTA FAIR Kuala Lumpur March 2012 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、2012年3月16日(金)から3月18日(日)まで、マレーシア・クアラルンプールで開催された旅行フェア「MATTA FAIR Kuala Lumpur March 2012」に参加し、日本政府観光局(JNTO)と協力して日本各地の観光PR等を行った。今回のMATTA FAIRについて、下記のとおり報告する。

### 1. MATTA FAIR 概要

- 名 称 : MATTA FAIR Kuala Lumpur March 2012  
日 時 : 2012年3月16日(金) ~18日(日) 10:00~21:00  
会 場 : Putra World Trade Centre(PWTC) Hall1~Hall3  
住 所 : 41Jalan Tun Ismail, 50480 Kuala Lumpur, Malaysia  
入場料 : 3リンギット=約82円  
(2012年3月16日現在 1リンギット=約27.33円)

MATTA FAIRは、マレーシア全国旅行業協会MATTA(Malaysian Association of Tour and Travel Agents)が主催する一般旅行者向けの国際旅行フェアである。1991年から開始され、マレーシア国内の主要都市で年間を通じ開催されている。その中でも、例年3月及び9月頃に首都クアラルンプールで開催されるものは、マレーシア最大規模のフェアとされており、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。

#### (1) 来場者数

昨年3月のフェア開催時と同数の92,600人が来場した。

(内訳)

1日目	3月16日(金)	24,800人
2日目	3月17日(土)	34,500人
3日目	3月18日(日)	33,300人
		92,600人

\*過去の入場者数

2011年8月	80,100人
2011年3月	92,600人
2010年3月	101,300人



大勢の人で賑わう MATTA フェア会場

## (2) VJ カウンターでの訪日旅行購入者把握数

初日は、ほぼ前回と同じような来場者数であったが2日目、3日目とファミリー層が多い土日に、思うように購入者数が伸びなかった。

	今回	参考：前回 (MATTAFair2011)
1 日目	159 人	172 人
2 日目	199 人	252 人
3 日目	266 人	352 人
合 計	618 人	776 人

## (3) 出展団体数

右記の 218 団体が出展した。政府観光局で最大のブースを出展したのは、インドネシア及び台湾の各観光局で 20 ブースを使い PR を行った。

旅行会社	102
旅行関連サービス	43
ホテル・リゾート	40
外国政府観光局/自治体	15
マレーシア国内州政府観光局	9
航空会社・クルーズ会社	9
出展団体数 合計	218

## (4) 旅行商品販売額

今年の期間を通じた販売額の合計は約 1 億 600 万リンギット(約 29 億円)であった。昨年 3 月のフェアにおける販売額約 9,500 万リンギット(約 26 億円)より約 11%増加している。

## 2. ジャパンパビリオンについて

### (1) ジャパンパビリオン

日本政府観光局(JNTO)シンガポール事務所が展開したジャパンパビリオンは、日本のお城をモチーフとし、マレーシア人旅行客に大変人気がある桜の花をちりばめた「日本の春」をイメージしたブースとされた。

今回、ジャパンパビリオンに出展したのは、北海道、東北観光推進機構/仙台市、岐阜県・富山県、静岡県、大阪市、沖縄県、かに道楽、JTB の各団体であった。



日本の春をイメージした  
ジャパンパビリオン

### (2) Visit Japan カウンター

Visit Japan 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、記念写真撮影コーナー、訪日旅行商品購入者に対する景品抽選等が行われた。また、北海道から参加した芸人さんによる南京玉すだれの実演など、活気あふれるブースとなった。



自治体のパンフレットが好評だった  
Visit Japan カウンター

クエアシンガポール事務所では、日本の各自治体から観光パンフレットを提供いただき、日本の各自治体の代理として、VJカウンターで来場者に対しパンフレットの配布や説明を行った。

### 3. 今回のフェアの特徴

#### (1) 個人旅行者の急増

好調なマレーシア経済を反映し、昨年3月のフェアと同じ9万2千人が会場を訪れた。日本パビリオンへもひっきりなしに来場者が訪れ、熱心に担当者から説明を受けていた。問い合わせを受ける件数では、パッケージ旅行購入者では、北海道が一番多く、続いて中部地方の人气が高かった。

個人旅行者からは、大阪、東京及びその近郊への問い合わせが圧倒的に多く、感覚的には来場する人の約半数近くにも上った。

マレーシアからの日本旅行者は、これまでは団体旅行が圧倒的であった。パッケージツアーの価格帯も同じ東アジアの韓国・台湾といった地域・国と比較すると、日本は高額であり、裕福な華人層がメインの顧客となっていた。

今年のMATTA フェアの特徴として、一番大きく上げられるのが、個人旅行者の増加である。特にエアアジアの長距離部門エアアジアXが2011年11月30日からクアラルンプール-大阪間で直行便を就航したことが大きく影響している。エアアジア X による今年春の航空券は、大阪まで片道 349 リンギット (約 9,500 円)、東京羽田まで片道 399 リンギット (約 10,900 円)、とこれまでの価格を大きく破壊したキャンペーン価格を設定していた。それに伴い、これまでは韓国・台湾などを指向していた顧客層 (マレー人ファミリー層、若者層等) まで対象が一気に広がった。

ビジットジャパンカウンターへも、エアアジアのチケットを買った個人客が多く訪れた。マレーシアの旅行会社ではホテルのみの手配は行っていない会社も多いため、いざ航空券を買ったものの、関西地域の情報がほとんど入手できていない方が多かったようである。

#### <来場者から寄せられた主な質問/要望>

- 大阪に初めて行くが、どのような観光地があるのか。
- 桜の名所や開花時期はいつか。
- レンタカーはどうやって借りればよいか、値段はいくらぐらいか。
- ジャパンレイルパスや地域の交通共通パスのようなものがあるか。
- ハラルレストランの一覧はないか。

#### (2) 旅行会社の状況

会場において、日本へのツアーを販売していた旅行会社数社にインタビューをしたところ、下記のような状況であった。

- 個人客を中心に昨年より20%ほど増えたという旅行会社もあった一方、ファミリー向けパッケージを主力とする会社は売上が昨年よりも低く苦戦している。
- 日本へは家族2人、3人で行く少人数のパッケージが目立った。一方、韓国へは4人～8人の大人数のファミリーで行くツアーが多く出た。日本へは子どもを連れて行かず大人だけで行く傾向が見られた。

- 高いツアーはあまり売れず、5,000~7,000 リンギット (137,000~191,000 円) の価格帯のツアーがよく出た。韓国向けツアーは4,000~5,000 リンギット (109,000~137,000 円)、台湾へのツアーは2,000~3,000 リンギット (55,000~82,000 円) の価格帯がよく売れた。
- 大阪への FIT を中心に昨年 9 月の MATTA 時よりもよく売れた。それにつれ Japan Railway Pass がよく売れている。
- FIT は羽田、関西が中心で 30 代、40 代の比較的若い人が行っている。3泊4日か4泊5日で行く人が多い。
- 日本の放射線の状況などはあまり聞かれなかった。
- 羽田着の時間が 23 時となり、終電の時間が間に合わないという苦情をよくお客から受ける。
- 日本向けパッケージはランドコストが高いことがネックとなっている。
- 日本の行き先では、北海道の人気が高かった。
- 日本の自治体からは観光素材を提供してもらいたい。パネルに使っている写真はインターネットから拾った。

【旅行商品価格例】

日本旅行商品の価格について、ある大手旅行会社の旅行商品価格を例として記すと、下記のとおりであった。日本と競合するアジア各国・地域については、日本と比べかなり安価で販売されている。

- 日本 5泊7日 4,000~6,500 リンギット (109,000~178,000 円) 程度
- 台湾 7泊8日 1,000~2,200 リンギット (22,000~60,000 円) 程度
- 中国 7泊8日 700~2,500 リンギット (19,000~68,000 円) 程度
- 韓国 5泊6日から7泊8日 1,100~3,400 リンギット (30,000~93,000 円) 程度



大手旅行会社の東アジア向けパッケージツアー価格例

4. 担当者所感

今回のMATTA フェアの会場では、日本の放射能に関する問い合わせはほとんど受けることはなかった。また、話を聞いた複数の旅行代理店からも、顧客から直接の問い合わせはほとんどな

ったそうである。しかし、日本ブースで集計した日本向けに販売されたパッケージツアーでは、2人、3人という少人数で参加するツアーが圧倒的に多く見られた。旅行会社の話を聞くと、韓国、台湾向けのツアーでは6人や8人といった大人数で旅行に行く家族が多かったそうである。日本旅行については、放射線や頻発する地震を嫌気し、子どもを連れて行くのに心理的な不安感を持つ家族がまだ多いようである。

マレーシアからの訪日客は順調に回復しているように見えるが、団体旅行が減った分を、エアアジア X を利用した個人旅行客が相殺しているためと推察される。このため、今後、マレーシアからの観光客誘致をねらう日本の自治体としては、下記の取組を強化されてはいかかと思う。

まず、最初は、マレーシアの消費者の日本に対する漠然とした不安を取り除くための、消費者への直接の情報発信である。旅行代理店は日本の状況をよく把握しているが、日本の公的団体から直接メディアへ情報発信して消費者の不安を取り除いて欲しいという要望が寄せられた。

二つめは急増する個人旅行客に対するきめ細やかな情報提供である。特に昨年11月30日から就航したエアアジア X の羽田、関西路線については、これまでのマレーシアからの訪日旅行の主要なカスタマー層(グループ、中華系富裕層)とは、まったく異なり、個人客でかつ大衆層である。特に関西地域については、マレーシアの旅行会社も彼らに提供する十分な情報を持っていない。また、個人客も日本へ行きたいものの、どこへ行って何をしたらよいかかわからない手探り状態にある。関西地域の自治体にとっては、千載一遇のチャンスである。この顧客層にターゲットを絞り、次期 MATTA フェアで PR されてはいかかだろう。日帰り、1泊2日などのモデルルートの提案や鉄道、ホテル、買い物を組み合わせたツアー素材などをうまく提案出来れば、独り占めできる可能性がある。

三つ目は旅行会社に対する観光素材の提供についてである。マレーシアの旅行会社は日本の観光情報について、ある程度はオペレーターを通じて得ている。しかし、最新の観光地に関する情報や写真、ポスター等はあまり入手していないようである。各自治体におかれては、積極的に旅行会社を訪問され、自地域の情報を定期的に提供されてはいかかであろうか。

今後とも、CLAIR シンガポール事務所では、マレーシアをはじめ ASEAN・インド地域における様々な事業を通じ、自治体の観光客誘致の取組を支援していきたいと考えているので御利用いただきたい。

【備考】過去に参加した旅行フェア 報告書 (CLAIR シンガポール事務所 HP)  
<http://www.clair.org.sg/j/reports.html>

～次回 MATTA Travel FAIR 2012 開催予定～  
日時：2012 年 9 月 7 日 (金) ～9 日 (日)  
場所：PUTRA WORLD TRADE CENTRE (PWTC)

中村次長 (福岡県派遣)  
伊藤所長補佐 (浜松市派遣)