

どこに行こう？そうだ、日本に行こう！ ～シンガポールの旅行フェア「NATAS Travel 2013」開催～

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、2013 年 2 月 22 日（金）から 24 日（日）まで、Singapore Expo で開催された国際旅行フェア「NATAS Travel 2013」に参加し、日本政府観光局（Japan National Tourism Organization：JNTO、以下「JNTO」という。）との協力のもと、VJ（ビジット・ジャパン）カウンターにおいて来場者に日本各地の観光情報を提供するとともに、仙台市からの活動支援依頼に基づき、仙台・東北ブースにおいて東北地方の観光情報提供を行いました。

1 「NATAS Travel 2013」の概要

NATAS は、シンガポール全国旅行業協会（National Association of Travel Agents Singapore：NATAS）が例年 2 月と 8 月の年 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ます。2 月開催のものは、春・夏シーズンに向けた旅行が主な販売対象となっています。（なお、フェアの名称について、2 月開催は「NATAS Travel」、8 月開催は「NATAS Holidays」となっています。）



NATAS Travel 会場入口

(1) 開催期間

2013 年 2 月 22 日（金）～24 日（日）

(2) 開催場所

Singapore Expo Halls 3B, 4 & 5

（1 Expo Drive, #02-10 Singapore 486150）

(3) 入場料

4 シンガポールドル

（約 300 円：2013 年 2 月 22 日現在 1 シンガポールドル＝約 75 円）

(4) 来場者数

53,344 人（3 日間）

※ 今回の NATAS Travel 来場者数について、旧正月中（消費者は旅行したばかり、散在したばかり）であり、かつ、シンガポール最大のお祭り「チンゲイパレード」と重なったこともあることから、昨年 2 月（62,871 人）の 15%減、昨年 8 月（65,822 人）の 20%減となりました。（JNTO 出展概況より）

2 ジャパン・パビリオン

NATAS Travel 正面入口付近（会場中心部）に、日本の魅力を総合的に発信するとして、春の桜をイメージし統一装飾を施したジャパン・パビリオンが設置されました。

今回、JNTO が設けた、このジャパン・パビリオンには、日本各地の観光関連団体等 14 団体が出展を行い、来場者への観光案内及び PR を精力的に行いました。

【出展団体】

沖縄観光コンベンションビューロー、九州観光推進機構、東京ディズニーランド、ジャパンうどん協議会、ユニバーサル・スタジオ・ジャパン、和歌山県、一般財団法人 松本観光コンベンション協会、岐阜県、北陸国際観光テーマ地区推進協議会、北海道観光ブランド育成協議会、札幌市、東北観光推進機構及び東日本旅客鉄道株式会社（JR 東日本）

※ これら 14 団体のブースのほか、ビジット・ジャパンカウンター（下記(1)）が設置されました。

(1) 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 カウンターは、訪日旅行に関する総合的な案内窓口となり、来場者への各種観光パンフレット等の配布や説明、質問への対応等を行いました。併せて、訪日旅行購入者向けの抽選、訪日旅行に関するアンケート調査が行われました。

問い合わせの多かった行き先は東京（東京近郊）、大阪、京都及び富士山・河口湖であり、シンガポールでの人気の行き先は、依然として「ゴールデン・ルート」（東京・大阪間）が中心である傾向が見られました。（北海道に関する質問も多かったが、その場合は主に「北海道観光ブランド育成協議会」ブースが対応しました。）

また、来場者から寄せられた主な問い合わせ内容は以下のとおりとなっております。

- 東京の地図（または路線図）が欲しい。＜多数＞ →在庫が少ないため、実際に行く人に配布。
- 東京（東京近郊）、大阪、京都及び富士山・河口湖に関する交通アクセス、主な観光スポット、おすすめのレストランなど →パンフ



ジャパン・パビリオン正面



看板に施した桜の装飾



VJ カウンターの様子

レット等を用いて、適宜説明。

- 日本各所の桜のベストシーズン、花見の名所など。 →桜の開花時期を示した地図を提示しながら、旅行者の訪問予定地の花見の名所をご案内。
- 日光近くの温泉が知りたい。 →鬼怒川温泉、中禅寺湖温泉をご案内。
- 東京から日光まではどのくらいかかるか。 →東武鉄道の特急で2時間程度。
- 東京から広島までFIT (Foreign Individual Tour : 個人旅行) で旅をする。JRパスを使い新幹線で移動するので、途中にある有名な温泉地を全部教えて欲しい。 →全部の紹介は無理であり、有名な場所(熱海、箱根、舘山寺、有馬など)をいくつかお伝えする。
- 東京近郊で若者がショッピングを楽しめるところを教えて欲しい。 →高級なところでは六本木、お台場、銀座、表参道。リーズナブルなところとして渋谷、原宿、池袋。ミックスとして新宿。雑貨などは代官山や自由が丘のショップ。日本の古い商店街なら浅草の仲見世通りに行くといいと案内。
- 東京近郊でホテル(比較対象は渋谷、品川、六本木等)が安く、ショッピングで有名なところに簡単に行けるところを教えて欲しい。 →ショッピングの場所について上記のうち特にリーズナブルなところに関心を示したため、山の手沿線で目黒、五反田エリアを案内(質問者が若い女性だったため、大塚方面は治安があまりよくなく、日暮里方面は移動に時間がかかるため案内しなかった)。
- いろいろなラーメンが食べたい。東京近郊ではどこに行けばいいのか。 →横浜にラーメン博物館があること、池袋サンシャインシティにもラーメン店がたくさん出店していて、街中にもラーメン屋が多いことを紹介。
- 和歌山と三重に行く。詳しい情報が知りたい。 →和歌山ブースへご案内
- 京都に行く。鞍馬温泉に宿を取った。京都駅から鞍馬への行き方とその近辺の特産料理があれば教えて欲しい。 →京都バスと電車のルートのご案内、鞍馬山裏の貴船神社に近辺に川魚の料理などがあることを伝えた。



多くの来場者で溢れかえる各ブース

シンガポールの訪日旅行者については、依然として細かい(「マニアック」な)質問が多く、その地方のことを詳しく知らないと答えられないケースが多くありました。

来年度以降、日本からのスタッフを同時に複数ブースに配置する場合は、異なる地域のスタッフを配置する工夫などがあるとよいかもしれません。

また、ジャパン・パビリオンで主催したゲームに関して、日本の「ふりかけ」が分からない人が多く、説明が必要でした。今後、シンガポール人になじみのないも

のについては、景品の簡単な説明が必要かと思われます。

(2) 仙台・東北ブース

CLAIR からの活動支援を行った仙台・東北ブースにも、多くのお客さまが訪れました。

仙台・東北ブースでは、通常の東北地方観光案内に加えて、下記の催し・取り組みを行い、震災後徐々に回復しつつある海外からの観光客誘致に努めました。

- フェア会期前発行の地元情報誌「U Weekly」(2/18 付) 及び「My Paper」(2/20 付) に広告掲載し、この広告を見たブース来場者へ、「赤べこストラップ」(福島県) を 50 名限定で配布。また、以下の記念品ごとの英文説明を事前用意。
- 会場で東北旅行を申し込んだ方へ成約プレゼントとして「むすび丸」(宮城県・仙台市) の T シャツを配布。
- ブース来場者に対しアンケート調査実施。
回答者には「玉虫塗しおり」(仙台市) または、「わんこ兄弟ボールペン」(岩手県) を配布。
- 「秋田犬ストラップ」を子ども等へ配布。



熱心な来場者からの質問に回答する
仙台・東北ブースのスタッフ

また、仙台・東北ブースを訪れた来場者からは、東京・大阪から仙台へのアクセス、東北を訪れる際のベストシーズン、桜の時期と名所、東北地方の温泉や特産品、レンタカーでの周遊等に関する質問が多く寄せられるとともに、日本人でもあまり知らない東北の秘湯に関する質問をする来場者が見られ、少しずつ東北地方への関心が高まりつつあることを実感しました。

なお、東日本大震災に係る放射能及び地震(余震)に関する質問については、昨年 8 月開催の NATAS Holiday 時よりも少なかったものの、同ブースを訪れた約 3 割の方々からはこの質問及び懸念の声が寄せられ、いまだ完全には風評被害が払拭されていないことも感じ取れました。

※ しかしながら、日本・シンガポール各地の放射線量のデータを提示しながらじっくり説明を行えば、ほとんどのの方々からは、安全性に関する理解を得られることができました。

3 シンガポールからの訪日旅行の状況

JNTO シンガポール事務所の報告によると、シンガポールからの 2013 年 2 月単月の訪日者数は 10,100 人であり、2012 年同月 7,725 人より 30.7% 増となり、東日本大震災前のレベルには達しないものの、団体旅行の回復傾向、円安効果や放射能風評被害の軽減により、全体的に上向きとなりつつあるようです。

また、今回の NATAS Travel における行き先別旅行商品売上順位においても、日本

はヨーロッパ、中国に次ぐ3位に返り咲く（昨年8月開催時は5位、昨年3月開催時は3位）といった回復基調が見られ、また、円安効果もあり、今後においてもシンガポールからの訪日旅行者数は増え続けるものと考えられます。

他方、シンガポール経済の停滞による旅行需要の低下、LCC 利用による東南アジア及びオーストラリア方面、さらにはプロモーション価格が魅力の中東系航空会社によるヨーロッパ方面への旅行の人気増などもあり、シンガポール人旅行者の行き先をこれらの方面から日本へシフトさせるための取組みを継続していくことが必要であると思われる。

4 所感

今回の NATAS Travel に参加して感じたことは、他の東南アジア諸国と比較し、訪日旅行に関するシンガポール市場はすでに成熟している状況であり、東京・大阪・北海道といった以前から人気がある観光地だけを把握しているだけでは対応しきれず、老若男女それぞれの細かいニーズに合った案内・情報提供ができるよう、日本側のスタッフもアンテナを高く張り、観光知識を吸収していかなければならない、ということでした。

特に FIT が進んでいるシンガポール市場では、パターン化された旅行形態ではなく、個々人の細かい要望に合わせた日本の観光地の情報を提供し、それらをつなぎ合わせていく売り出し方、案内・PR の仕方が必要になってきています。

また、日本の外国人旅行者受入態勢についても、シンガポールをはじめとした東南アジアからの誘客を今まで以上に望むのであれば、英語はもとより中国語での案内・対応やムスリム旅行者への（食事）対応をさらに強化・向上し続け、日本各地域でパイを奪い合うのではなく、日本全体として旅行者を受け入れ、各地を循環させていく取組みが重要なのではないかと考えます。

(NATAS Travel 2013 参加に伴う聞き取り等)

(吉田所長補佐 岩手県派遣)