

インドネシアの勢いを実感 ～インドネシア旅行フェア「Astindo Fair2013」に参加しました～

インドネシアは、近年堅調な経済成長を継続しており、東南アジアの優等生とも言われています。2009年には、約8千万人であった中間層が2020年には1億9千万人にもなると予測されており、高い購買力を持つ豊富な人口に世界中から期待が集まっています。自治体国際化協会シンガポール事務所は、JNTO シンガポール事務所と連携し、インドネシア最大の旅行フェアの一つである「ASTINDO2013」に初めて参加しました。

1. インドネシアの訪日旅行市場

JNTOによると2012年の訪日インドネシア人数は、史上初の10万人台に達しました。実質経済成長率6%超を記録する好景気を反映して、外国旅行需要が増加しており、訪日旅行も堅調に拡大しています。JNTOが2012年3月に実施した市場調査によると、インドネシア人が希望するインセンティブツアーの訪問国は、1位のシンガポール(76%)に次いで、日本がタイと並んで2位(60%)となりました。

インドネシアからの訪日旅行客は、これまで中華系富裕層が主流でしたが、ムスリム若年層のLCCを利用した訪日旅行も増加傾向にあります。インドネシア人の訪日動機として、ショッピング、テーマパーク、自然景観(桜・雪)、日本食などが挙げられており、日本国内での希望訪問地としては、東京が65%と他都市の群を抜いています。

2. ASTINDO2013 における訪日旅行 PR

今回の「ASTINDO2013」は、市場調査の意味も兼ね、CLAIRとJNTOの共同ブースとして出展しました。このため、シンガポールのNATAS、マレーシアのMATTA、タイのTITFの際の大規模な「日本パビリオン」という形ではなかったのですが、「JAPAN」という表示を見つけて、日本の観光情報を求める来場者が多く訪れました。ブースでは、全国の自治体のパンフレット等を配布していましたが、準備していた分があっという間になくなるほど人気がありました。



【ASTINDO2013 開会式の様子】



【日本ブースはパンフレットや情報を求める人が絶えなかった】

・ 出展した自治体の声

自治体として札幌市と沖縄県が初めて出展していました。御担当者から、参加した感想、今後のプロモーション等につき話を伺いました。

【札幌市】

今回、初めて市場調査の目的でインドネシアの旅行フェアに出展してみたが、シンガポールやタイ等と比較するとまだ北海道の認知度が低いと感じた。今後は、旅行業者、メディア等の招聘事業等を通じて積極的に働きかけ、商品化につなげていきたいと感じた。今回は早い段階からハラル対応をしている加森観光株式会社（ホテル）等地域の旅行業者も参加している。旅行業者等から情報を得て、札幌市内でハラルに関するセミナーを開催した。

【沖縄県】

沖縄県は東南アジアにおける観光プロモーションに力を入れており、シンガポール、タイ、マレーシアでは、大規模なプロモーションを実施したこともあり、ある程度知名度が上がってきたと感じている。インドネシアのフェアに出展してみて、まだ沖縄県の認知度が低いと感じた。今後は、継続的にプロモーションを実施したいと考えている。県内の旅行業者でハラル対応を始めているところがあるため、県としても旅行フェア等で紹介するなど支援をしていきたいと考えている。



【沖縄県ブースで配布されていたムスリムツアーの案内】

3. インドネシアの来場者の声

●日本の桜が見たい

「4月中旬に日本に行くが桜はどこで咲いているか?」「日本の桜を見るならどこがおすすめか?」等、桜に関する質問を非常に多く受けました。日本=桜というイメージが定着しているようですが、いつ頃が桜のシーズンで、どこに行けば良いのかはあまり知られていないようです。

●ハラル対応

ハラル対応に関する問い合わせは、あまり多くはありませんでしたが、JNTO が作成したムスリム観光客向けガイドブックを配布したところ、大変喜ばれました。ブースで通訳をしていたインドネシア人（ムスリム）は、このようなガイドブックがあると歓迎されていると感じ、非常に嬉しいと話していました。

●旅行先の主流は、東京・大阪・富士山・北海道・中部

以下が来場者から聞き取った関心事項、要望等です。シンガポール、タイ等で受けるような細かい質問よりも一般的な情報提供を求められることが多く、旅行先に関する質問も

東京・大阪・富士山・北海道・中部に集中していました。しかし、一部の来場者からは「硫黄濃度の高い温泉はどこにあるのか」「四国でお遍路がしたい」等の質問を受けることもあり、日本に関する深い知識を持っていることに驚かされました。

興味・関心のあること	来場者の要望例
旅行先	東京・大阪・北海道・中部（アルペンルート・白川郷・長野） 箱根・河口湖・横浜・京都 ・初めて日本に行くが、どこがおすすめか教えてほしい ・以前日本に行った際には、東京・大阪・京都へ行ったので、別の旅行先を紹介してほしい
日本の風景・文化・伝統	・桜が見たい、見頃を教えてほしい ・富士山が見たい ・生け花の体験がしたい ・温泉を体験したい
食	・「一蘭」（ラーメン店）に行きたい ・日本で寿司を食べたいが、安全か（原発の影響を懸念）
その他	・テーマパーク（東京ディズニーランド・ユニバーサルスタジオ・サンリオピューロランド） ・ドラえもんミュージアムに行きたい（インドネシアでは 1980 年代からドラえもんが放送されており、大変人気がある） ・新幹線に乗りたい

●日本は英語が通じない・物価が高い

来場者からの質問を受けている際、「日本に旅行した知人から日本人は英語が話せないと聞いたので心配」、「何でも高いと聞いた」と不安に感じている人が多くいました。かなり前に日本に旅行した人の印象が語り継がれているようです。一方で日本を訪れたことがある人に話を聞くと、日本で特に問題はなかったという意見がほとんどでした。日本に対するマイナスの先入観を取り除き、日本は安心して旅行を楽しめる場所であることを継続的に伝えていく必要があると感じました。

●旅行会社からのヒヤリング

ASTINDO の会場内で訪日旅行を販売していた旅行会社にヒヤリングをしました。

人気の旅行先（ツアー）	東京・大阪・北海道・アルペンルート・白川郷・河口湖
今後ツアーに加えたい地域	沖縄・九州
訪日旅行の傾向	・FIT が増加傾向にあり、ホテルだけ申し込む人も増えている。 ・日本のハラル対応等に関する質問はあまり受けない



【多くの人で賑わう会場内】



【旅行会社で販売されていた日本行きツアーのチラシ】

4. 勢いを増すインドネシアからさらなる旅行客を誘致するために

ジャカルタ市内のショッピングセンターには、数多くの日本食レストランがあり、地元の人々が日本食を楽しんでいます。1970年代から日本のアニメやドラマに親しみ、親日的な感情を抱いている人が多いことでも知られるインドネシアは、堅調な経済成長を続けており、今後さらに訪日旅行が可能な層が増加していくものと思われます。

今回 ASTINDO に出展し、東京、大阪、富士山の他、中部（アルペンルート・白川郷）行きのツアーが多く販売されている印象があったため、旅行会社に理由を尋ねたところ、中部は自治体、旅行会社等が何度もジャカルタの旅行会社を訪問し、売り込みをしていたとのこと。このため、日本ブースを訪れる来場者からも中部に関する問い合わせが多くありました。また、別の旅行会社は、今回沖縄県が ASTINDO に出展し、沖縄県について情報を得たので、これから商品化に向けて情報収集したいと話していました。知名度が低い地域でも継続的な取り組みを重ねることで商品化につながるのだと感じました。

当事務所では、今後も自治体の観光誘致活動を支援してまいります。

●ASTINDO FAIR2013 概要

会期	2013年3月22日（金）～3月24日（日） 10:00～21:00
開催場所	インドネシア・ジャカルタ ジャカルタコンベンションセンター
主催	ASTINDO
対象	一般消費者
入場料	15,000ルピア（約150円）
来場者数	63,000人
出展団体数	99団体（National Tourism Office：17団体）
日本からの出展団体	札幌市・沖縄県・JNTO シンガポール/CLAIR シンガポール
会期中の旅行商品売上総額	73億ルピア（日本円約7,300万円）

（田中所長補佐 長崎市派遣・新山所長補佐 東京都大田区派遣・Gueh 調査員）