

3 Hong Thai Travel

シンガポール事務所

1 東日本大震災と訪日旅行

シンガポールでは日本、韓国、台湾が人気の高い海外旅行先でしたが、東日本大震災以後、福島原子力発電所の事故の影響で日本への旅行は人気は低迷しました。

震災後に東京を旅行したシンガポール人女性が放射能の影響を受けて、妊娠できなくなったという噂が流れ、旅行会社には日本の放射能汚染に対する問い合わせが多く寄せられました。こうした噂の影響もあって訪日旅行者は大幅に減少しましたが、最近は家族旅行の需要も戻りつつあり、現在の円安も追い風となっています。



Hong Thai Travel ブリーフィングの様子

2 訪日旅行の動向

シンガポール人は日本の文化やファッション、日本食などに憧れを持っており、また清潔で安全・安心な国と考えています。

シンガポールにおける訪日旅行は、東京～大阪のゴールデンルートと北海道が人気です。それ以外の地域については知名度が低いので、地域独自の食事や観光資源をシンガポールで広報する必要があります。旅行者向けの広報としては、個人旅行者の特に若い世代はインターネットで情報を入手することから、Facebook やウェブサイトなどの英語情報を充実させる必要があります。

3 シンガポールに向けた PR ポイント

シンガポール人が外国に旅行する際に感じる魅力は、その国にしかないもの、他の国では体験できないことであり、日本でしか見られない神社やお城、皇居などはシンガポール人にとって魅力的に見えるようです。これらの資源は各地域に存在しており、うまく組み合わせを提案することで多くの旅行者の周遊が可能になるものと考えられます。

一方で、欧米人は博物館、美術館といった学習施設を好みますが、シンガポール人を含むアジア人は見る、食べる、買うという点に重点を置いており、こうした施設にはあまり興味を示しません。また、歴史的な観光資源についてもあまり興味がありませんが、果物狩りなどのシンガポールで体験できないものは人気があります。日本酒の醸造等についても、シンガポールでは体験できないことなので、興味を持つ旅行者はいるものと考えられますが、こうした事前知識がないものについては説明が必要です。

4 所感

現在、シンガポールにおいて多くの自治体が旅行会社向けのプロモーションや現地に招いての視察旅行を実施しています。こうした取組の働きかけもあって、シンガポールからの訪日旅行客数は回復の兆しを見せており、引き続きこの動きを堅調に維持し、さらに多くの観光客を確保していくことが必要です。

シンガポールを始めとする東南アジアでプロモーションの実施に当たっては、ターゲットのニーズや希望を適切に把握し、それぞれの市場に合った訪問先や宿泊先を提案していくことが重要です。他国での成功事例が必ずしも成功するとは限らないということを念頭に置きつつ、社会的な背景や嗜好に沿った行程の提案や受入体制の整備を各地域において実施していくことが今後も必要と考えられます。

(長濱調査役 埼玉県派遣)

