

真夏の 12 月、訪日観光促進の手ごたえ ～Japan Expo and Matsuri in Sydney 2013 を通じて～

シドニー事務所

東京の日中の最低気温が3度だった 12 月 14 日（土）、南半球のオーストラリア・シドニーの最高気温は 27 度。晴れやかな天候の下、日本の魅力を伝える Japan Expo and Matsuri in Sydney 2013(以下、「日本人祭り」)がシドニー中心部の観光地ダーリング・ハーバーで盛大に開催されました。主催者の発表によると、今回の来場者数は前年よりも5千人多い約2万人。改めてオーストラリアでの日本への関心が高いという印象を受けました。



1. オーストラリアからの訪日トレンド

日豪両国の政府観光局は、2013 年を「日豪観光交流年」とし、両国の各地で様々なイベントが開催されてきましたが、この日本人祭りがオーストラリア最大級の訪日観光促進イベントとなっています。オーストラリアからの 2013 年1月から 11 月までの推計訪日外客数が前年と比較し 18.4%伸びているのですが、これは年間で訪日目的の大きなウエイトを占めるスキー旅行など冬季の訪日が伸びたことが大きいようです。

また、オーストラリア人（親しみを込めて、以下「オージー」)の旅行の特徴としては、次の点が挙げられます。

- 【オージーの旅行の特徴】(訪日関係、数値は 2012 年)
- ・平均宿泊数が高い(観光目的：オーストラリア 12.1 泊、他国平均 6.1 泊)
 - ・スキー旅行の需要が大きい
 - ・移動距離・時間をいとわない
 - ・宿泊料などの日本国内の旅行支出額が高い(オーストラリア 19.7 万円、他国平均 13.0 万円)
 - ・団体ツアーより個人旅行の割合が高い(オーストラリア 94.3%、他国平均 75.8%)

平均宿泊数が高いのは、比較的長期休暇を取得しやすい職場環境も影響しているようで、私の経験でも、オーストラリアでの業務のカウンターパートがやはり 12 月中旬から 1 月中旬までの長期休暇を取得する方が多く、日本との習慣の違いを感じます。

スキー旅行に関しては、北海道のニセコや長野県の白馬の人気の高いのはご存じのか

たも多いと思います。実際私もニセコに行きましたが、宿泊地エリアでは「オーストラリアに来てしまったのか」と思う程、多くのオーブスキーヤーがいました。

また、他国同様、旅行情報源としてインターネットの活用が多く、またインターネットを利用し自ら手配する層も拡大しています。

一方で、日本側の受け入れにあたっては、英語表記などに取り組む必要がありますが、これは単に英語圏からの誘客促進にとどまらず、アジアでの若年層の英語教育の高さを鑑み、将来的なアジア圏からの誘客促進にもつながるものではないかと思われます。

2. 好評だった各観光ブース

さて、この日本人祭りでは、当事務所は JNTO シドニー事務所をはじめ、各政府系機関と連携し、日本の魅力を発信する「Japan Information」ブースを設置し、日本の観光PRを積極的に行いました。来場者からは、やはりスキーや大都市圏についての問い合わせが多いですが、富士山、世界遺産、日本の文化的体験ができるところ、周遊時の移動手段についての問い合わせが数多く寄せられました。



今回の日本人祭りでは、東京都が食を通じた観光PRを行いました。具体的には、シドニー市内の日本料理レストランと連携し「東京ランチ」屋台の出店を行ったほか、会場ステージ上において、フードライターなど著名ゲストを迎えた対談「東京フードトーク」など、いずれも盛況でした。

その他、沖縄観光コンベンションビューローも観光PRするなど、日本の様々な魅力をPRできていたと思います。

3. 潜在的な日本に興味があるオーブの多さ、そして訪日促進へ

会場ステージでは、毎年恒例となった浴衣コンテストが開催され、美しく着飾ったオーブが集まり、祭に華を添えました。(休憩中の当事務所男性職員も飛び入りで参加しましたが、華やかさと着こなしの面が影響してか、手ぶらで戻って来ていました)



もともとオーストラリアは、中・高等学校で外国語学習として日本語を選択できる学校が多いなど、教育を通じて日本に馴染みがある方も多いようです（2012 年度の日本語学習者は 29.7 万人と、世界 4 番目）。一方で、マンガやゲームなどのポップカルチャーをはじめ、各種日本文化を通じて日本に興味を持った方も多いようです。会場には、日本の人気アニメのコスプレや、ロリータファッションに身を包むオージーのほか、空手道場での日頃の鍛錬の成果を披露するオージーもいました。



この日本人祭りでのブース対応、および参加者・来場者の様子をうかがうと、まだまだ日本への興味の潜在的な大きさを感じ、訪日観光については、伸びていく期待感がありますが、自治体が行う実際の誘客促進には、オージーのニーズを的確に把握し、旅行傾向の特徴を踏まえた効果的なプロモーション・情報発信を行う一方で、受け入れ態勢も整える必要があると考えます。

出展：日本国政府観光局（JNTO） 2013 年 11 月 訪日外客数（JNTO 推計値）
国土交通省観光庁 訪日外国人の消費動向 平成 24 年 年次報告書
独立行政法人国際交流基金 2012 年度 日本語教育機関調査

(清野所長補佐 青森県派遣)