



平成28年度 地域別海外誘客プロモーション計画



戦略開拓市場 (東南アジア)

目次

- 市場別基礎データ(P2-3)
- 訪日観光客の推移(P4)
- 訪沖観光客の推移(P5)
- 訪日観光客統計～観光のボトムとピーク～(P6)
- 平成27年度チャーター便運航状況(P7)
- 東南アジア観光客の傾向と課題・PRの方向性(P8)
- 平成28年度戦略開拓市場プロモーション計画(P9)

基礎データ（シンガポール・タイ）



タイ王国

| | |
|----------|--------------------------|
| 人口 | 68,657,000人(2014年) |
| 面積 | 約514,000 km ² |
| 首都 | バンコク |
| 通貨 | バーツ |
| 言語 | タイ語 |
| 1人あたりGDP | 5,445ドル (2014年) |
| 年間出国者数 | 5,969,913人(2013年) |



シンガポール共和国

| | |
|----------|----------------------|
| 人口 | 5,477,000人(2014年) |
| 面積 | 約716 km ² |
| 首都 | シンガポール |
| 通貨 | シンガポール・ドル |
| 言語 | 英語、中国語、マレー語 |
| 1人あたりGDP | 56,319ドル (2014年) |
| 年間出国者数 | 8,902,705人(2014年) |



※出典：日本政府観光局(JNTO)

基礎データ（マレーシア・インドネシア）



マレーシア

| | |
|----------|--------------------------|
| 人口 | 30,262,000人(2014年) |
| 面積 | 約330,000 km ² |
| 首都 | クアラルンプール |
| 通貨 | リンギット |
| 言語 | マレー語、中国語、英語 |
| 1人当たりGDP | 10,804ドル (2014年) |
| 年間出国者数 | 45,215,000人(2013年) |



インドネシア共和国

| | |
|----------|----------------------------|
| 人口 | 251,490,000人(2014年) |
| 面積 | 約1,890,000 km ² |
| 首都 | ジャカルタ |
| 通貨 | ルピア |
| 言語 | インドネシア語 |
| 1人当たりGDP | 3,534ドル (2014年) |
| 年間出国者数 | 7,973,400人(2013年) |

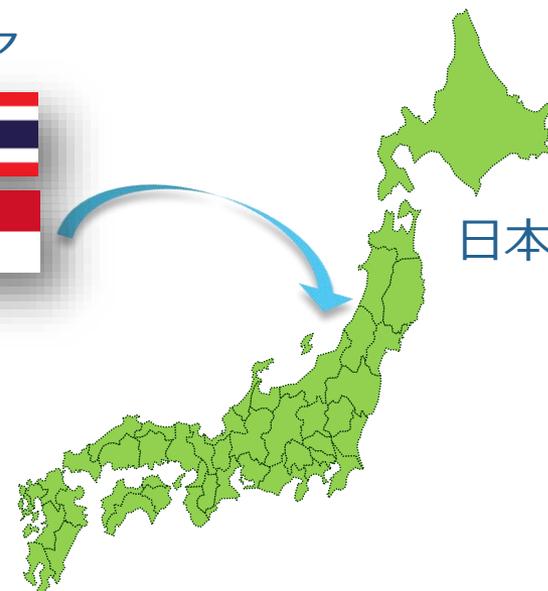


※出典：日本政府観光局(JNTO)

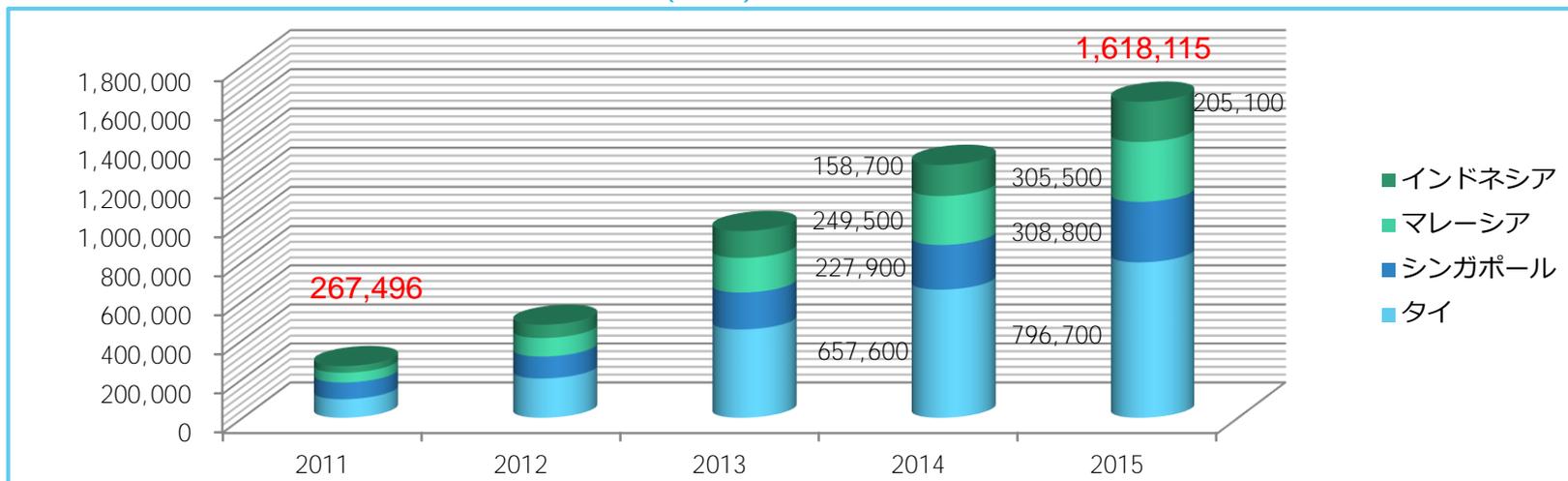
東南アジア訪日観光客の推移

| 国名 \ 暦年 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
|---------|--------|---------|---------|---------|---------|
| タイ | 95,185 | 201,634 | 453,642 | 657,600 | 796,700 |
| シンガポール | 86,034 | 112,858 | 189,280 | 227,900 | 308,800 |
| マレーシア | 50,312 | 95,035 | 176,521 | 249,500 | 305,500 |
| インドネシア | 33,954 | 68,202 | 136,797 | 158,700 | 205,100 |

東南アジア



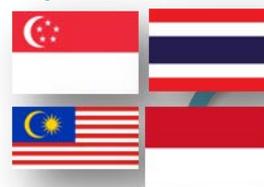
※日本政府観光局(JNTO)統計より



東南アジア訪沖観光客の推移

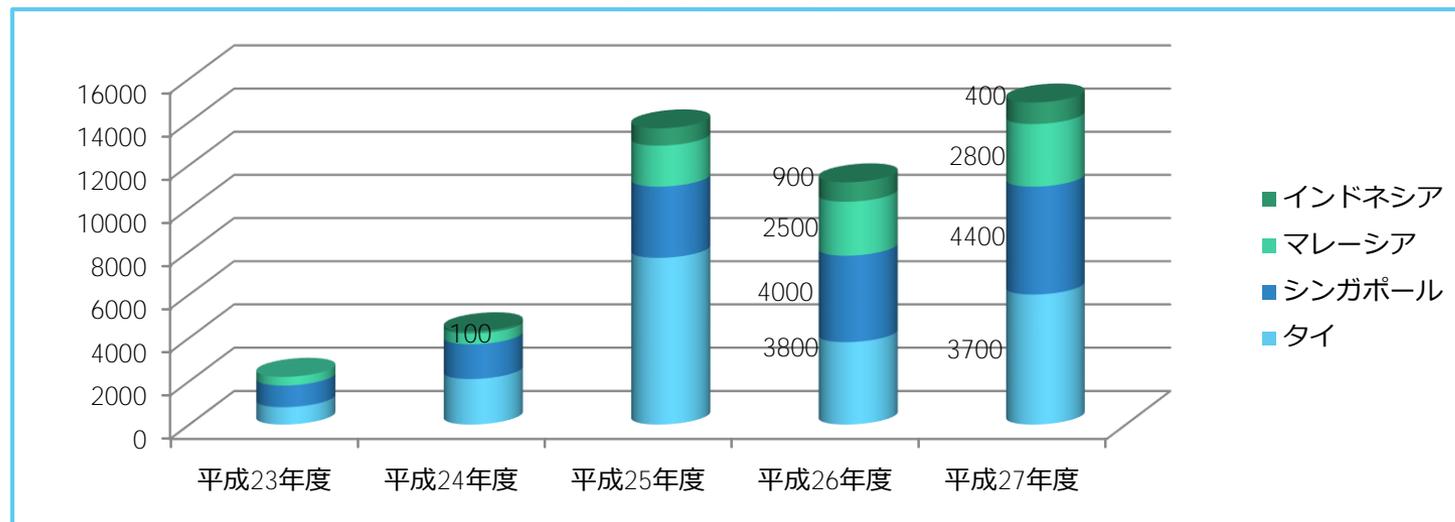
| 年度 国名 | 平成23年 度 | 平成24年 度 | 平成25年 度 | 平成26年 度 | 平成27年 度 |
|----------|------------|------------|------------|------------|------------|
| タイ | 800 | 2,100 | 7,700 | 3,700 | 6,000 |
| シンガポール | 1,000 | 1,600 | 3,300 | 4,400 | 5,000 |
| マレーシア | 400 | 500 | 1,900 | 2,800 | 2,900 |
| インドネシア | — | — | 800 | 400 | 1,000 |

東南アジア



沖縄

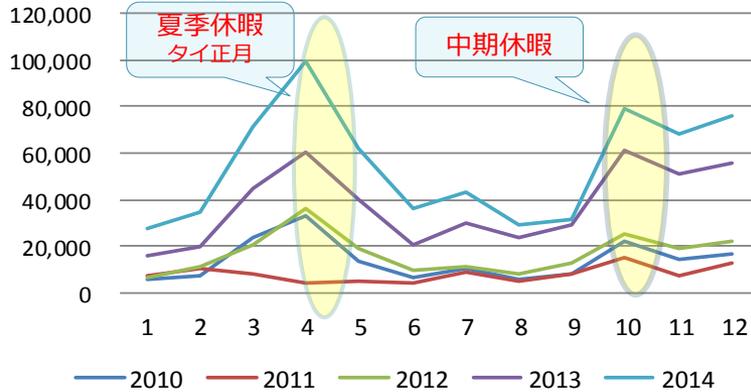
※沖縄県観光政策課統計より



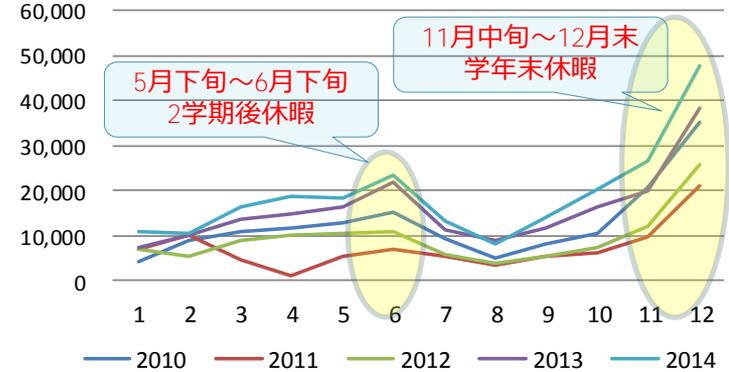
※平成26年度データは暦年データ

訪日観光客統計～観光のボトムとピーク～（2010～2014）

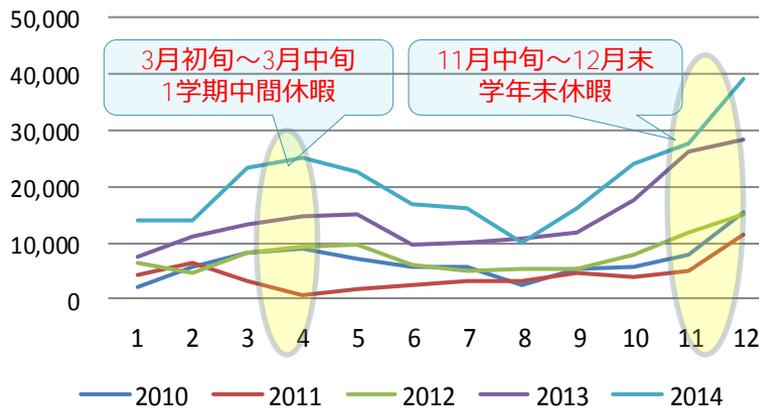
タイ訪日観光客数推移（月別）



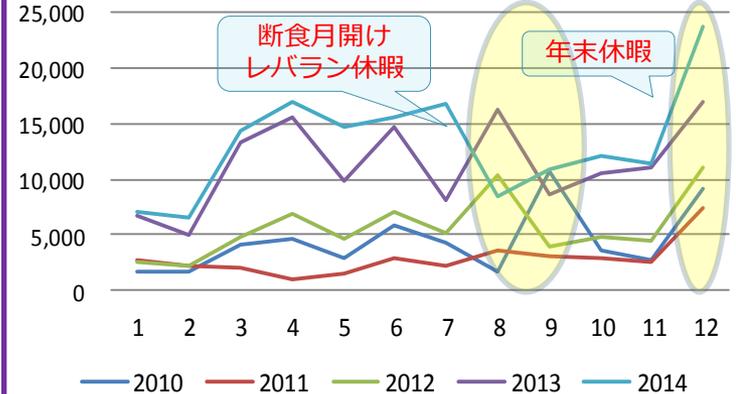
シンガポール訪日観光客数推移（月別）



マレーシア訪日観光客数推移（月別）



インドネシア訪日観光客数推移（月別）

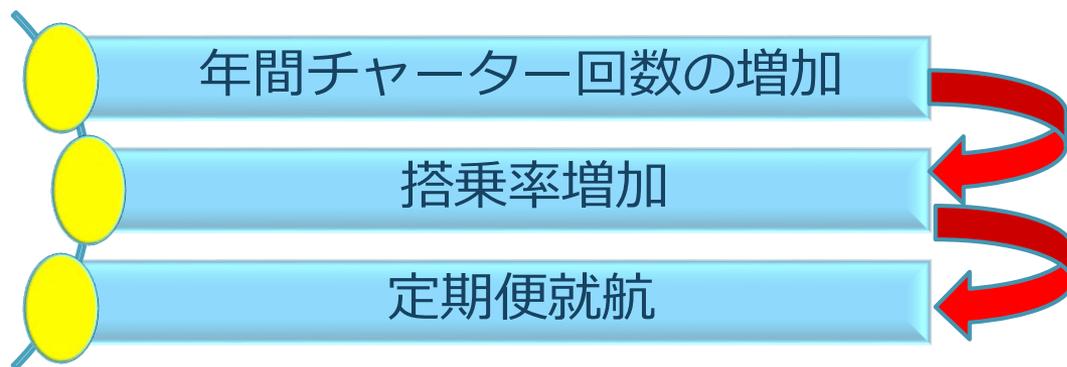


- ・インドネシアを除き、国内客が集中する7月～9月以外の旅行者が多い。
（インドネシアのレバラン休暇は毎年11日程度ずつ早くなる。2015年は7月16日から6連休。）
- ・4カ国平均すると、1月～2月は比較的少ない。
- ・4カ国とも、1年に2回の訪日旅行ピーク時期がある。

チャーター便運航状況（平成27年度実施）

| 就航都市 | 航空会社名 | 機材 | 提供座席数 | 就航日 |
|--------|------------|----------|-------|--------|
| シンガポール | シルクエア（MI） | B737-800 | 161席 | 5月1日 |
| | | | | 5月2日 |
| | | | | 6月24日 |
| | | | | 10月8日 |
| | | | | 12月23日 |
| | | | | 12月30日 |
| タイ | タイ国際航空(TG) | A330-300 | 299席 | 10月8日 |
| | | B777-200 | 309席 | 12月29日 |

平成28年度
戦略開拓市場目標
来沖観光客数
25,000人



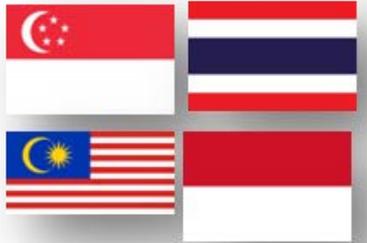
東南アジア4カ国からの訪日観光客の傾向

| | | | | | | |
|------------------|---------------------------------|--------------------------------------|--|------------------------|-----------------------|---------------------------------------|
| ① 平均泊数 12泊 | ② リピーター率 6~7割 (タイ・シンガポール) | ③ 年代別 (タイ) 20~30代が多く 女性が54% | ④ 同行者 (タイ) ・家族、親族 ・友人 ・会社の同僚 | ⑤ 平均旅行中支出額 約14万円 | ⑥ 買い物支出額 4~5万円台 | ⑦ 買い物購入費目 ・菓子類 ・服、鞆、靴 が多い |
|------------------|---------------------------------|--------------------------------------|--|------------------------|-----------------------|---------------------------------------|

現状と課題

ゴールデンルート以外の目的地を探している。

| | | | | | |
|------------------------------|--|-------------------------|---------------------------------|----------------------------------|------------------------|
| ① 沖縄の知名度が低いので、旅行候補先に挙がらない | ② 沖縄のリゾート感 (青い海、青い空、自然、ダイビング) だけでは反応が悪い | ③ 直行便がないため、移動に時間がかかる | ④ 乗り継ぎ場所の問題 (台北の座席数、香港の乗継環境) | ⑤ Halal (ハラール) などの宗教や生活習慣への対応 | ⑥ 外国人に魅力的な要素が埋もれている |
|------------------------------|--|-------------------------|---------------------------------|----------------------------------|------------------------|



セールスPR素材

| | | | | | | |
|---|--------------------------------|--|--|---|---|------------------------|
| ① ホスピタリティ ・治安、清潔さ ・多様な食文化 ・病院等の充実 ・心のこもったおもてなし | ② 乗り継ぎ場所との旅行商品 (台湾、香港、日本各地) | ③ 文化遺産 伝統行事 (ハーリー、豊年祭など) 独自の歴史・文化 | ④ 食事 (沖縄料理、日本料理) 工芸品 (紅型、やちむん、ミンサーなど) 芸能や空手 | ⑤ 各種イベント (大綱挽き、さくら祭り、つじ祭り、ゆり祭り、星まつりなど) | ⑥ スポーツアクティビティ (ダイビング、マラソン、トライアスロン、自転車など) | ⑦ ショッピング (お土産品や免税店) |
|---|--------------------------------|--|--|---|---|------------------------|

プロモーションの方向性

| | | | | | | | |
|----------------------|--------------------------|----------------|---|--------------------|----------------------------|-----------------------------------|--------------------------|
| ① 認知度向上のための一般向け広告 | ② 乗り継ぎ場所との旅行商品の積極的なPR | ③ チャーター便の活用 | ④ Facebook、おきなわ物語他言語版を活用したウェブプロモーション | ⑤ メディア招聘の積極的な実施 | ⑥ 旅行博・日本関連のイベント・商談会への参加 | ⑦ +αとして、手つかずの自然、設備の整ったビーチなどをPR | ⑧ Okinawa 'Japan' をPR |
|----------------------|--------------------------|----------------|---|--------------------|----------------------------|-----------------------------------|--------------------------|

平成28年度 戦略開拓市場プロモーション計画

春

4月～6月

- FIT Travel Fair (6/23-6/26)

夏

7月～9月

- Thai International Travel Fair(TITF) (7/14-7/17)

秋

10月～12月

- FIT Travel Fair (11月)

冬

1月～3月

- Thai International Travel Fair(TITF) (2月中旬)

通年事業: 旅行社、メディアFAM・招聘事業

通年事業: 旅行社、メディアFAM・招聘事業

通年事業: 旅行社、メディアFAM・招聘事業

通年事業: 旅行社、メディアFAM・招聘事業

タイ

シンガポール

マレーシア

インドネシア

平成28年度 ムスリム等受入体制整備事業

