



平成30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(P2-4)
- 訪日観光客の推移(P5)
- 訪沖観光客の推移(P6)
- 訪日観光客統計～観光のボトムとピーク～(P7-9)
- 平成29年度チャーター便運航状況(P10)
- 東南アジア観光客の傾向と課題・PRの方向性(P11)
- 平成30年度戦略開拓市場プロモーション計画(P12-14)

基礎データ（タイ・シンガポール）

2017年2月19日
那覇⇄バンコク線就航！



2017年11月17日
那覇⇄シンガポール線就航！

タイ

人 口	68,981,000人（2016年）
面 積	約513,120 km ²
首 都	バンコク
通 貨	タイバーツ
言 語	タイ語
1人当たりGDP	5,940ドル（2016年）
年間出国者数	6,794,000人（2015年）



シンガポール

人 口	5,584,000人（2016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人当たりGDP	52,755 ドル（2016年）
年間出国者数	9,125,331人（2015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	31,523,000人（2015年）
面 積	約330,000 km ²
首 都	クアラルンプール
通 貨	マレーシアリングgit
言 語	マレー語、中国語、英語
1人当たりGDP	9,811ドル（2015年）
年間出国者数	45,215,000人（2011年）



インドネシア共和国

人 口	258,802,000人（2016年）
面 積	約1,890,000 km ²
首 都	ジャカルタ
通 貨	インドネシアルピア
言 語	インドネシア語
1人当たりGDP	3,620ドル（2016年）
年間出国者数	8,176,000人（2015年）



※出典：日本政府観光局(JNTO)

基礎データ（フィリピン・ベトナム）



H29年度より戦略開拓市場としてプロモーションを展開

フィリピン

人 口	104,195,000人（2016年）
面 積	約299,404 km ²
首 都	マニラ
通 貨	フィリピンペソ
言 語	フィリピン（タガログ）語、英語
1人当たりGDP	2,978ドル（2016年）
年間出国者数	3,188,000人(2009年)



ベトナム

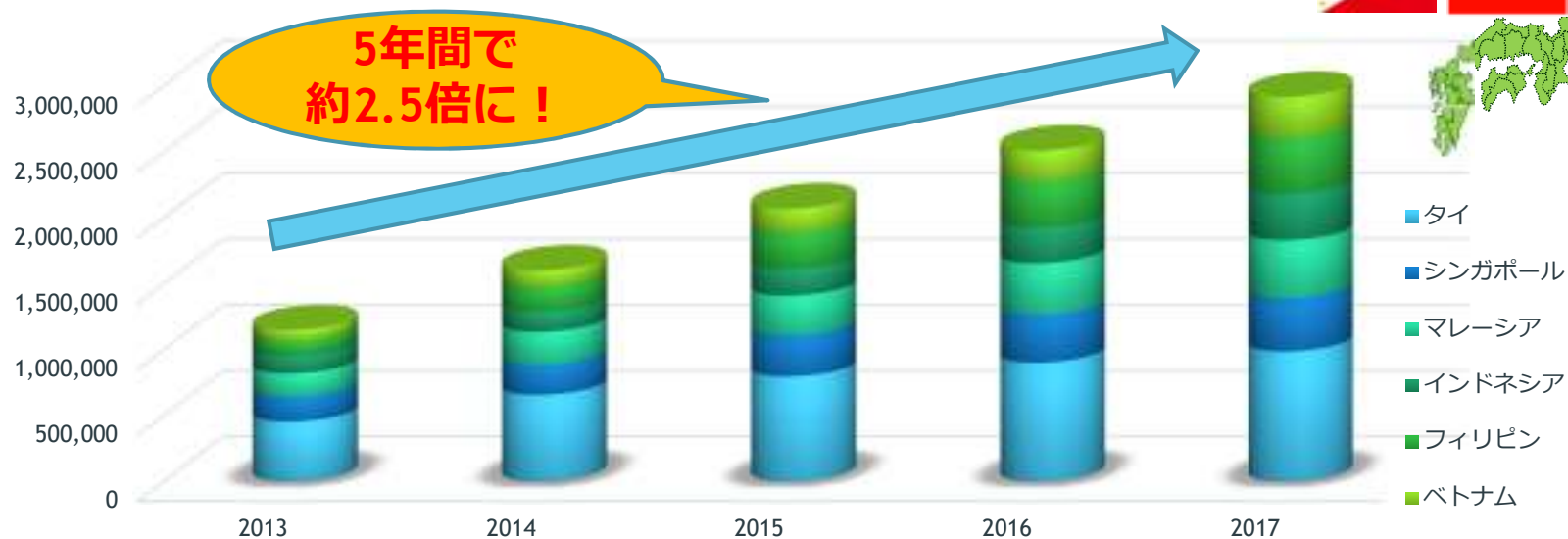
人 口	92,637,000人（2016年）
面 積	約329,241km ²
首 都	ハノイ
通 貨	ベトナムドン
言 語	ベトナム語
1人当たりGDP	2,174ドル（2016年）
年間出国者数	404,500人（2012年）



※出典：日本政府観光局(JNTO)

東南アジア訪日観光客の推移

	2013	2014	2015	2016	2017
タイ	453,642	657,570	796,731	901,525	987,211
シンガポール	189,280	227,962	308,783	361,807	404,132
マレーシア	176,521	249,521	305,447	394,268	439,548
インドネシア	136,797	158,739	205,083	271,014	352,330
フィリピン	108,351	184,204	268,361	347,861	424,100
ベトナム	84,469	124,266	185,395	233,763	308,900
計	1,149,060	1,602,262	2,069,800	2,510,238	2,916,221



※日本政府観光局(JNTO)統計より

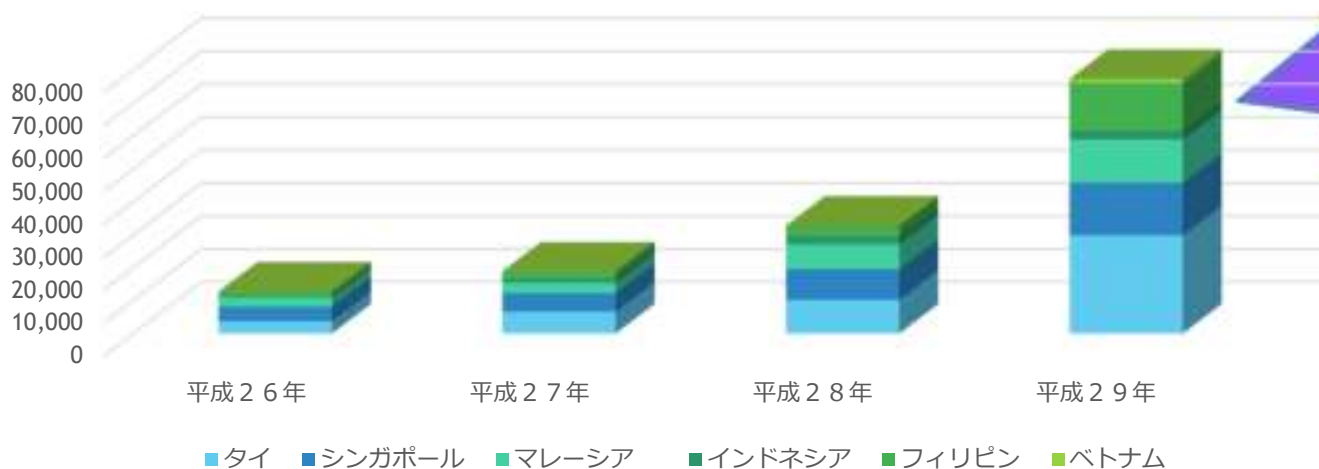
東南アジア訪沖観光客の推移

国 \ 年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度
タイ	3,700	6,600	10,200	29,800
シンガポール	4,400	5,600	9,300	15,900
マレーシア	2,800	3,200	7,600	13,200
インドネシア	400	1,100	2,300	2,700
フィリピン	1400	2,300	3,300	14,500
ベトナム	-	-	-	1,300
計	11,300	16,500	29,400	77,400

東南アジア



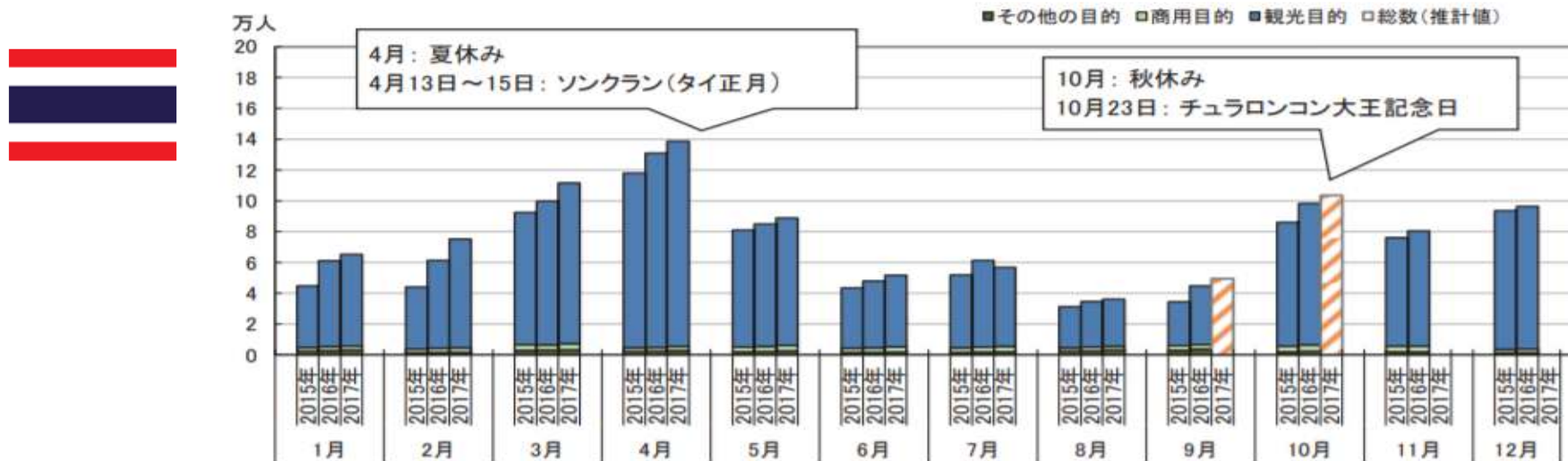
戦略開拓市場
6か国で
77,400人



※沖縄県観光政策課統計より

訪日観光客統計～観光のボトムとピーク～(2015～2017)

■月・年別 訪日タイ人数の推移



■月・年別 訪日シンガポール人数の推移



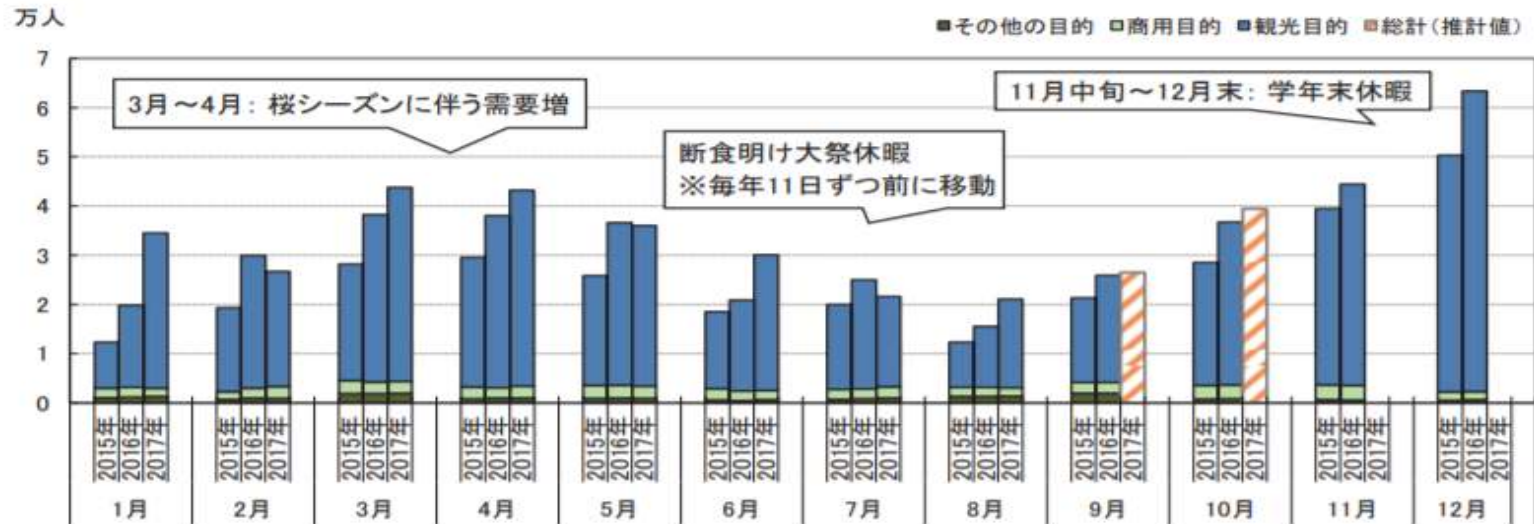
* 旧正月休暇は、2015年が2月中旬、2016年が2月上旬であった。

出典：日本政府観光局(JNTO)

訪日観光客統計～観光のボトムとピーク～(2015～2017)

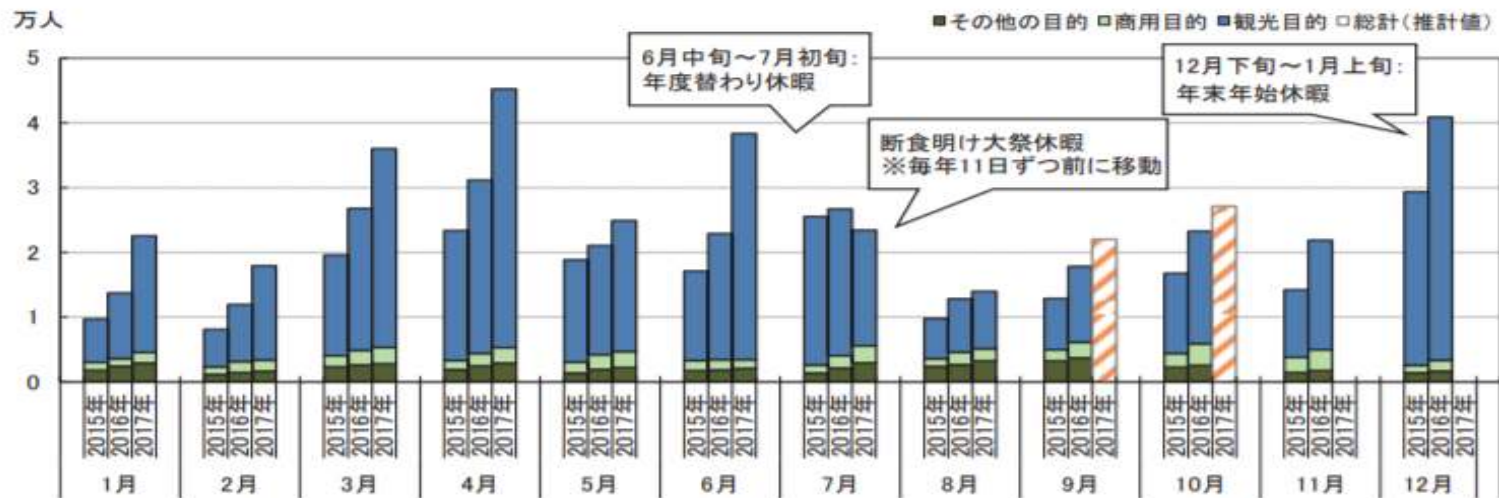


■月・年別 訪日マレーシア人数の推移



*断食明け大祭休暇は、2015年が7月中旬、2016年が7月上旬、2017年が6月下旬であった。なお、断食明け大祭は毎年11日ずつ早まっていく。

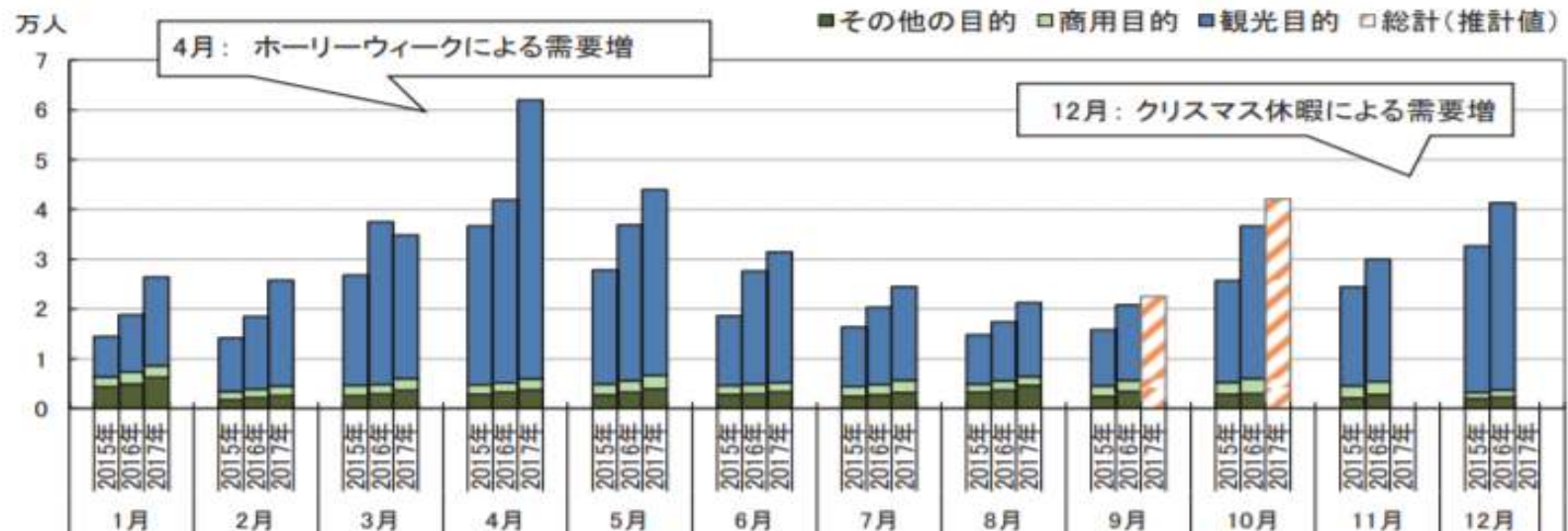
■月・年別 訪日インドネシア人数の推移



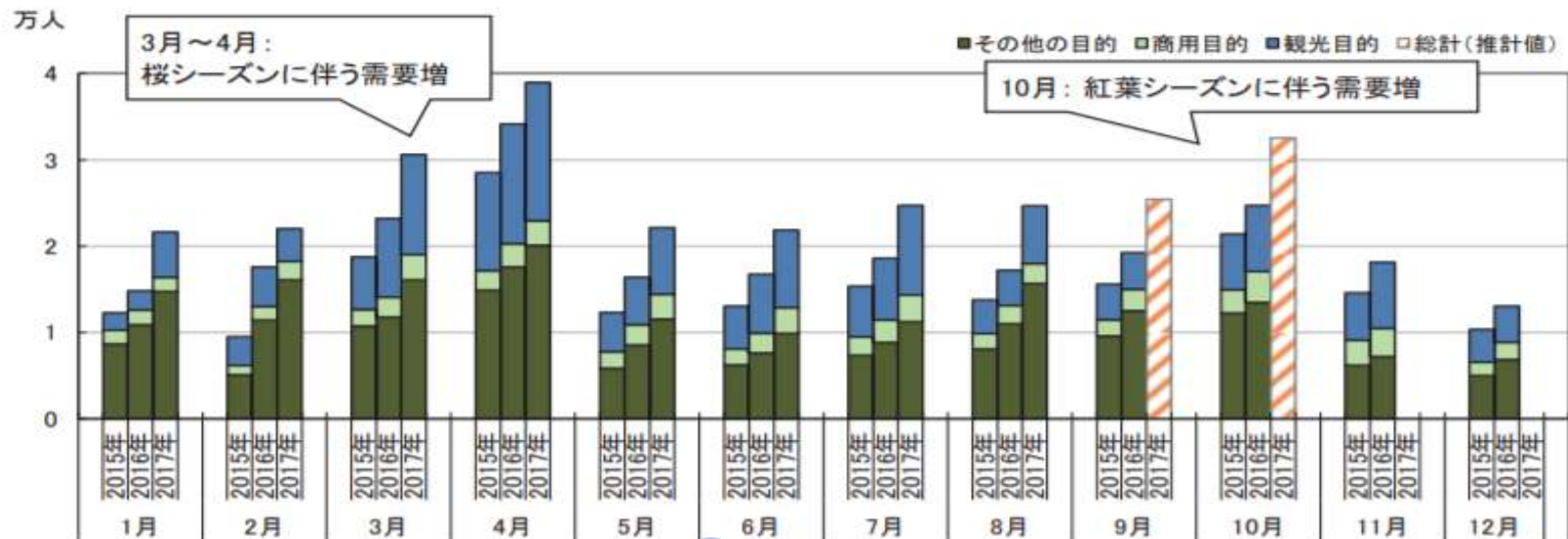
*断食明け大祭休暇は、2015年が7月中旬、2016年が7月初旬、2017年が6月下旬であった。なお、断食明け大祭は毎年11日ずつ早まっていく。

訪日観光客統計～観光のボトムとピーク～(2015～2017)

■月・年別 訪日フィリピン人数の推移



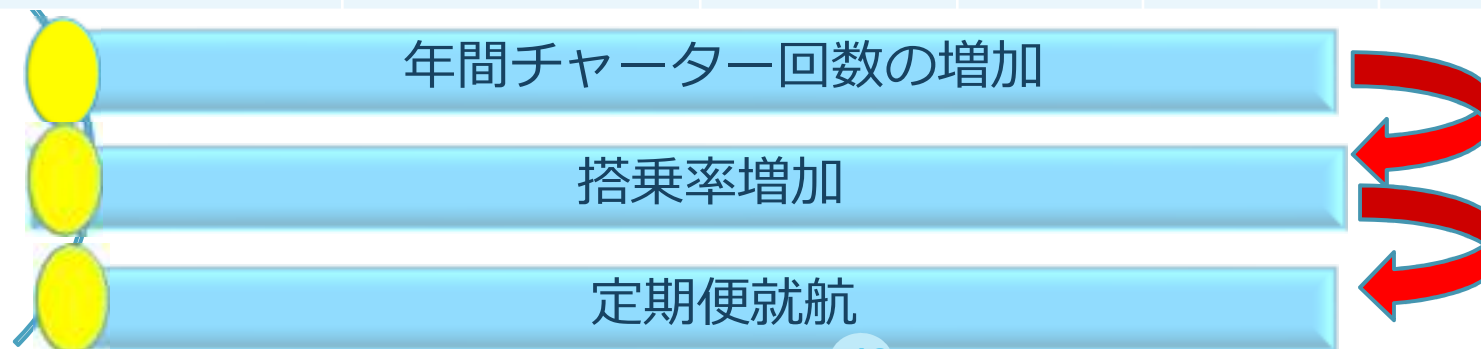
■月・年別 訪日ベトナム人数の推移



チャーター便運航状況（平成29年度実施）

就航都市	航空会社名	機材	提供座席数	就航日	備考
シンガポール	シルクエア-（MI）	B737-800	161席	5月3日	企画旅行会社： CHAN BROTHERS
				5月27日	夏季
				5月31日	
				6月4日	
				6月8日	
				6月12日	
				6月16日	
				6月20日	
				12月2日	冬季
				12月6日	
				12月11日	
				12月15日	
				12月19日	
				12月23日	
				12月28日	
マレーシア	エアアジアX	A330-300	363席	11月23日	企画旅行会社： アップルバケーションズ
フィリピン	フィリピン航空（PR）	A321-231	198席	4月13日	企画旅行会社： Rakso Travel
				12月25日	

計18本



東南アジア4カ国からの訪日観光客の傾向

① 訪日平均滞在日数 7~13日	② リピーター率 6~7割（タイ・シンガポール）	③ 年代別 20~30代が多く女性 性が54%	④ 同行者 ・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 タイ、シンガポールを除いては直行便がないため、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等SNS、VisitOkinawaウェブサイト、Trip Adviserを活用したプロモーション	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30年度 戦略開拓市場プロモーション計画

	春 4月～6月	夏 7月～9月	秋 10月～12月	冬 1月～3月
タイ		・ Thai International Travel Fair #23 (8月)	・ FIT Travel Fair Winter (11月)	・ Thai International Travel Fair #24 (2月中旬)
シンガポール		・ NATAS (8月)	・ ITB Asia 2018 (10月)	・ NATAS (2月)
マレーシア		・ MITM Penang (7月) ・ MATTA Fair KL (9月)		・ MATTA Fair KL (3月中旬)
インドネシア		・ Japan Travel Fair (8月下旬)		・ Japan Travel Fair (3月上旬)
	通年事業: 旅行社、メディアFAM・招聘事業等			
	通年事業: 旅行社、メディアFAM・招聘事業等			
	通年事業: 旅行社、メディアFAM・招聘事業等			
	通年事業: 旅行社、メディアFAM・招聘事業等			

平成30年度 戦略開拓市場プロモーション計画



平成30年度 ムスリム等受入体制整備事業（予定）

