

期待の巨大市場インド
ネシア

人口世界第4位の約2・7億人、東西の長さは約5千キロ、米国やオーストラリアが中に入ってしまう幅をもつ大国インドネシア。2019年のインドネシア人出国者数は全体の4%に満たないながらも約1千万人、訪日旅行経験者は約20%という状況から、同国の経済成長とともに訪日客数の大きな伸びが期待できる市場である。

首都ジャカルタでは、ショッピングモールの特設エリアで毎週のように

JNTOジャカルタ事務所 畠中 環 所長

90

インドネシア市場



トラベルフェアの旅行会社ブースに集まる人々

開催されるトラベルフェアに多くの人々が集まっている。

この傾向はコロナ前から変わっていない。

旅行会社のヒアリング

トラベルフェアから見ると、世界中にある人気ツアーの傾向は、9月に開催されたトラベルフェアにおいて、各国の旅行商品が並ぶ中、訪日旅行主力商品は、テーマパークを含む東京・大阪を結ぶいわゆるゴー

によると、世界の中にあるテーマパークの中でも、日本にはないインドネシアにはない四季や、人気のアニメ、漫画とのコラボなど、季節や期間限定のイベントがあること、そして日本ならではの

「日本は最も人気の旅行先」

「おもてなし」により気持ちよく過ごせることができると人気が高いとのこと。最近ではゴールデンルートから大きく外れないエリアにおいて写真映える「日本らしい」コンテンツを求める声が多く、城や、神社仏閣等をツアーに組み込む動

が、アイドルグループと1分間会うことができる権利付きのツアーは、約30万円と高額ながらすぐに売り切れたとのこと、高付加価値商品の好例と言える。

きも出てきている。そのため、ゴールデンルートから「行きやすい」というPRは有益と言える。

一方、競合国である韓国は、人気K-POPアイドルグループのミュージックビデオや、ドラマのロケ地等を巡るツアーの販売が目立つ。6〜7日で約12〜15万円程度の金額設定が通常である

「日本は最も人気のある destinations の一つ」「日本のランドオペレーターが忙しいようである」回答が来ず困っている。「日本の情報をもっと知りたい、自治体や企業とつながりたい」とするものである。一方で、受け入れ先となる日本側の複数自治体や企業から、インドネシア市場のポテンシャルに注目し、今年最初のセールス出張を予定しているという声も聞いている。

当所では、旅行博開催やSNS発信等により一般旅行者に対してゴールデンルートからさらに地味な観光魅力PRを行っているほか、業界向けニューズレターやセミナー商談会等を通じ、日尼の観光関係者をつなぐ取り組みを進めているため、ぜひご活用いただきたい。

(月1回掲載)