

【インドネシア】

2月の市場動向トピックス

- 2018年2月の訪日インドネシア人数は、前年同月比17.8%増の21,100人となり、2月として過去最高を記録。
- 昨年からの航空便増便に伴う輸送力の拡大や、これに伴う価格低減により低予算での旅行を望む旅行者の需要を取り込むことができたことに加え、3月開催の旅行博に向けた新聞広告、テレビCM、屋外広告などでの日本の四季の魅力発信や、共同広告・Facebookによる情報発信など、様々な取り組みを通じて日本の魅力を訴求したことが、訪日者数の増加に貢献した。

2月の主なプロモーション活動

- ◆ 2月12日～17日に、インドネシアの人気テレビ番組「Para Petualang Cantik(美しい冒険者たち)」を招請し、番組の制作を支援した。同番組は、女性出演者がアウトドアアクティビティなど体験型の旅行を紹介する構成である。今回は、岐阜・石川・山梨・静岡・神奈川・東京を訪れ、白川郷や兼六園、山中湖、浅草などの観光地のほか、加賀友禅の着用や、スキーやスノーラフティングなどのウィンタースポーツ、ガラス制作、侍レッスンなどの体験の様子を撮影し、日本の観光魅力の充実ぶりを発信する内容となっている。
- ◆ 2月19日～23日に、現地の旅行会社10社を北海道に招請し、各地を視察した。近年高まりつつあるムスリムの旅行需要を取り込むべく、ムスリム系旅行会社やムスリム向けツアーを販売する中華系旅行会社を中心に招請した。札幌モスクや小樽モスク、ムスリムフレンドリーレストランを訪問したほか、ルスツリゾートでのスノーアクティビティ、小樽オルゴール堂でのオリジナルオルゴール製作など、北海道ならではの魅力を体験した。今回の招請を通じて、北海道へのムスリム向け旅行商品の新規造成と、これによる訪日意欲の喚起を図っていく。



(左)テレビ番組「Para Petualang Cantik」での撮影風景 浅草・夢の屋での侍レッスン

(右)旅行会社招請の様子 ルスツリゾートにて