

【マレーシア】

5-6月の市場動向トピックス

- 2019年5月の訪日マレーシア人数は、前年同月比17%増の42,600人で、5月として過去最高を記録。
- 2019年6月の訪日マレーシア人数は、前年同月比16.4%減の30,500人であった。

5月は学校休暇が5月下旬から始まった(去年は6月)ことや、祝日の移動により連休を取得しやすい日並びがあったこともあり、訪日者数は好調な伸びを記録した。6月も学校休暇が5月下旬から始まった(去年は6月)ことや、去年は3連休であったハリヤ・プアサ(断食明け休暇)が今年は2連休であったことにより、訪日者数は前年同月を下回った。

5-6月の主なプロモーション活動

- ファン数17万人を数えるJNTOマレーシアの公式Facebook「Visit MY Japan」では、目的地の多様化のため、ゲートウェイ都市から近郊都市へ、九州や中国・四国、東北なども積極的に発信している。本年度は動画広告や興味を引くような企画コンテンツを増やしているが、中でも人気のあった投稿は「たこ焼きVSお好み焼き」や「相島(ねこ島)」であった。観光施設だけでなく、食や自然、文化など、あらゆる対象に関心が広がっていることが窺える。また、季節のコンテンツとして、「九州花火大会」や「上高地」など、マレーシアでは閑散期にあたる夏場の需要喚起を行ったほか、増加しつつあるムスリム旅行者に対して、ラーメンや神戸牛のハラール認証店を紹介するなど、ムスリム向け情報も定期的に発信している。

たこ焼き

VS

お好み焼き



相島(ねこ島)



九州花火大会



ハラールラーメン店

