

【シンガポール】

7-8月の市場動向トピックス

- 2019年7月の訪日シンガポール人数は、前年同月比1.5%増の21,700人で、7月として過去最高を記録。
- 2019年8月の訪日シンガポール人数は、前年同月比20.6%増の19,700人で、8月として過去最高を記録。

7月は学校休暇が終了し旅行閑散期ではあるものの、前年に比べ増便や機材の大型化による航空座席供給量の増加等により、訪日者数は前年同月を上回った。8月は、祝日(ナショナルデーと聖地巡礼祭)の日並びがよく、4連休となったことで、訪日者数は好調な伸びを記録した。

7-8月の主なプロモーション活動

・JNTOとシンガポール航空は7月18日、日本への観光促進を目的としたMOC(協力覚書)を締結した。今回のMOC締結により、両者は日本を訪れる観光客を増加させるため、今後さらに協力体制を強化する。シンガポール航空は現在、グループ会社を含めると、日本の7空港(成田・羽田・名古屋・大阪・広島・福岡・札幌)・週117便を運航している。同社との更なるパートナーシップ構築を好機と捉え、シンガポールのみならず、アジア・オセアニアからシンガポールを経由して日本を訪れる観光客が増えることに寄与したい。なお、JNTOが航空会社とMOCを締結するのは今回が初めて。

<シンガポール航空とのMOC締結の様子>



・8月2日～4日の3日間、旅行博「NATAS Holidays 2019」が開催された。多くの旅行会社やクルーズ会社等が出展し旅行関連商品を販売したほか、各国の政府観光局も出展し、JNTO シンガポール事務所は今年も「ジャパンパビリオン」を出展した。主催者の発表では、旅行博全体の来場者数は108,000名(前年比4.5%減)で、そのうちJNTO集計では同パビリオン来訪者は61,320名(前年比3.6%減)だった。パビリオンへの来訪者数も減少したものの、減少率は全体より低くなっており、依然として高い日本人気を示していると考えられる。

同旅行博では各旅行会社のブース等で実際に旅行商品の販売が行われ、JNTOと共同販促キャンペーンに参加した旅行会社における訪日旅行商品購入者数は前年比53.8%増となった。オンラインでの旅行購入、FIT化が進むシンガポールだが、旅行博は具体的に外国旅行を検討している消費者が情報収集、あるいは商品購入を目的として訪れており、特に年齢層が高めの顧客に対する効果が期待できる。

<NATAS Holidays 2019におけるジャパンパビリオンの様子>

