

<訪日数>

・2015年:30.55万人(対前年比22.4%増) ※2015年訪日数1,974万人のうち約1.5%(訪日数第9位の市場)

<市場特性>

- ・主な国外旅行シーズン:11月末～12月末の学校休暇時期(40日程度)
 ※ただし訪日シーズンは、3月下旬～4月の桜の時期及び11月末～12月末の学校休暇時期
- ・主な訪問国・地域(2013年):1位タイ、2位インドネシア、3位シンガポール、4位中国、5位香港(※日本は11位)
- ・人気の日本の訪問地:ゴールドルート、北海道

<28年度プロモーション基本方針>

マレーシアにおける海外旅行のピークシーズンである11月末～12月末に向け、日本の冬の魅力を訴求するとともに、訪日シーズンである3月下旬～4月における春の魅力を訴求する。また、2015年10月1日からエアアジアの直行便が就航する北海道を中心に、地方への誘客拡大を図る。

同国人口の6割を占めるものの、中華系に比べてまだ訪日旅行が一般的でないムスリムに対しては、食事や礼拝環境などの情報を積極的に発信し、安心して観光できる国であることをPRする。

<28年度の主な旅行博(予定)>

7月初旬:MITM(ペナン)、8月初旬:MATTA(ジョホールバル)、9月初旬:MATTA(クアラルンプール)、
 3月初旬:MATTA(クアラルンプール)

<主要ターゲット層>

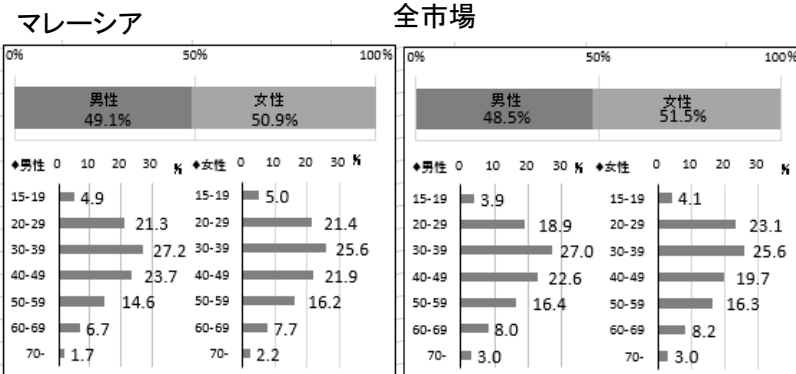
<p>①中華系家族層(団体旅行)、若者層(個人旅行) 【最大ボリューム層】</p> <p>訴求テーマ: 自然景観(桜、雪)、和食、ショッピング</p>	<p>②ムスリム層 【潜在ボリューム層】</p> <p>訴求テーマ: ムスリムに配慮したレストラン、礼拝所など</p>	<p>③教育旅行 【将来的ボリューム層】</p> <p>訴求テーマ: 日本の自然や文化・技術体験、日本人との交流(文化体験、工場見学、学校交流など)</p>
---	---	--

マレーシア市場の市場特性

- ・観光目的/業務目的割合: 観光60.0%、商用・その他40.0%
- ※東南アジア平均(観光53.6%、商用・その他46.4%)、全市場平均(観光69.5%、商用・その他30.5%)
(以下は観光目的のみの数値)
- ・個人/団体割合: 個人75.8%、団体24.2% ※東南アジア平均(個人71.1%、団体28.9%)、全市場平均(個人66.5%、団体33.5%)
- ・リピーター率 : 42.0% ※東南アジア平均46.2%、全市場平均53.6%
- ・平均宿泊数 : 6.6泊 ※東南アジア平均7.3泊、全市場平均5.9泊

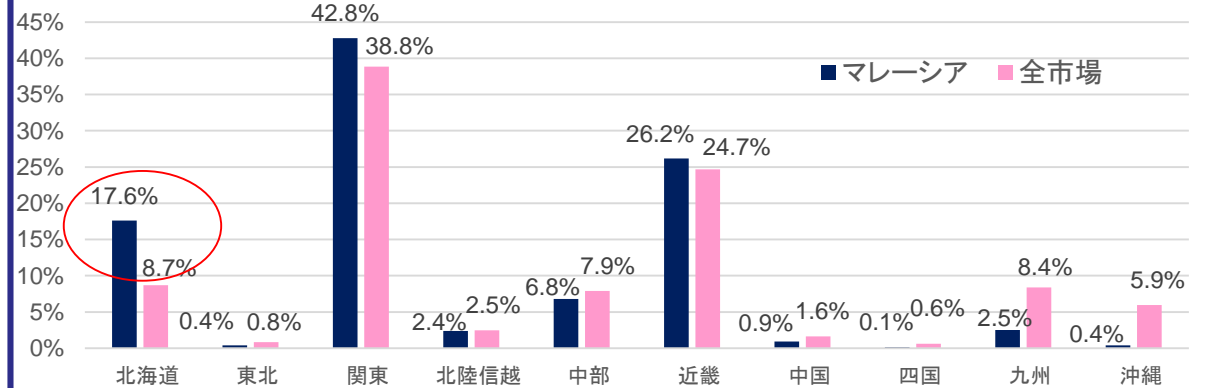
※出典: 2015年訪日外国人消費動向調査(平均値は各市場数値を単純平均したもの)

性別年代割合



出典: 2014年法務省出入国管理統計

ブロック別外国人宿泊統計

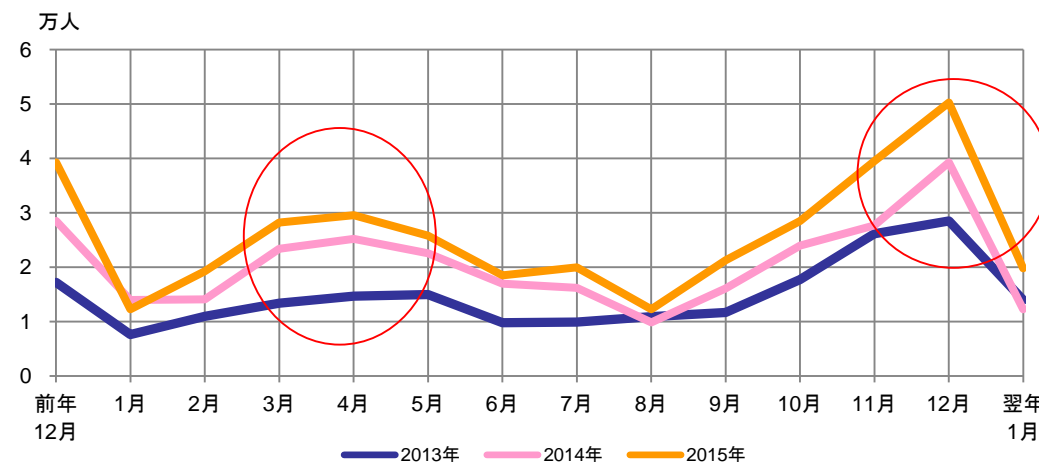


出典: 2015年宿泊旅行統計調査

直行便の就航路線

- <2016年夏期>
- 成田=クアラルンプール(週24便)
 - 羽田=クアラルンプール(週7便)
 - 関西=クアラルンプール(週14便)
 - 新千歳=クアラルンプール(週4便)
 - 成田=コタキナバル(週2便)
- ※2016年夏期期首ダイヤに基づいて観光庁集計(2016年3月27日時点)

月別訪日数の推移



2016年の主な休暇

- ・新年(1月1日(金))
- ・旧正月(2月8日(月)、9日(火))
- ・メーデー(5月1日(日))、2日(月)振替
- ・ウェesakデー(5月21日(土))
- ・国王誕生日(6月4日(土))
- ・ハリヤヤ・プアサ(7月6日(水)、7日(木))
- ・国家記念日(8月31日(水))
- ・ハリヤヤ・ハジ(9月12日(月))
- ・マレーシアディ(9月16日(金))
- ・イスラム暦新年(10月2日(日))
- ・ディーパバリ(10月29日(土))
- ・ムハンマド聖誕祭(12月12日(月))
- ・クリスマス(12月25日(日))
- ・学校休暇(11月下旬~1月上旬、3月、5月下旬~6月中旬、9月)