

平成29年度 マレーシア市場 訪日プロモーション方針

<訪日数>

・2016年:39.42万人(対前年比29.1%増) ※2016年訪日数2,404万人のうち約1.6%(訪日数第8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(2015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9位、シェア約2.8%)
- ・主な日本の訪問地:ゴールデンルート、北海道

<29年度プロモーション基本方針>

外交関係樹立60周年およびクアラルンプール事務所開設を契機に集中的にプロモーションを実施し、訪日旅行への注目度を高めるとともに、個人旅行者層へ向けた需要喚起の取組を強化する。また、エアアジアが増便をする北海道、関西地方を中心に、多様な地域の魅力を発信し地方への誘客拡大を図る。

現状では中華系に比べてまだ訪日旅行が一般的でないものの、ムスリム層が同国人口の6割を占めているため、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引き続きPRする。

<29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>

①中華系個人旅行層(主に20~30代)

訴求テーマ:

本場で食べる日本食、四季の魅力、日本らしさのある文化体験(海鮮市場、着物、温泉、ポップカルチャー等)

②中華系団体旅行層(主に家族層)

訴求テーマ:

自然風景(花、紅葉、雪)、日本らしさのある景勝地、日本食

③マレー系(主にムスリム層)

訴求テーマ:

歴史的街並み散策(寺院、城等)、四季の魅力、ムスリムに配慮した日本食・礼拝所

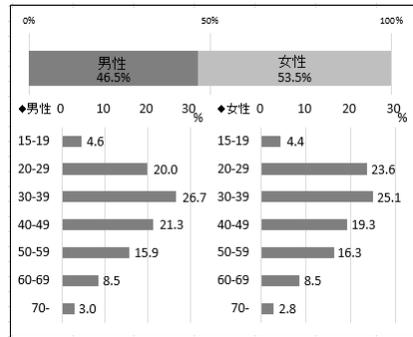
マレーシア市場の市場特性

- ・観光目的/業務目的割合：観光59.2%、商用・その他40.8%
- ※東南アジア平均(観光61.0%、商用・その他39.0%)、全市場平均(観光72.7%、商用・その他27.3%)
(以下は観光目的のみの数値)
- ・個人/団体割合：個人78.2%、団体21.8% ※東南アジア平均(個人80.4%、団体19.6%)、全市場平均(個人74.0%、団体26.0%)
- ・リピーター率：43.7% ※東南アジア平均55.5%、全市場平均55.1%
- ・平均宿泊数：6.9泊 ※東南アジア平均7.1泊、全市場平均6.0泊

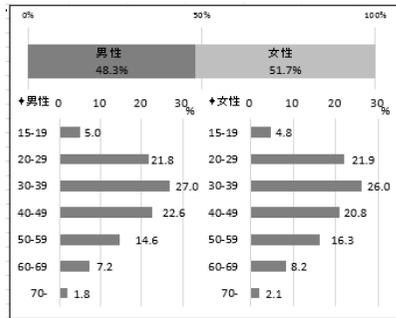
※出典：2016年訪日外国人消費動向調査(平均値は国籍・地域別訪日外客数をウェイトとする加重平均)

性別年代割合

マレーシア

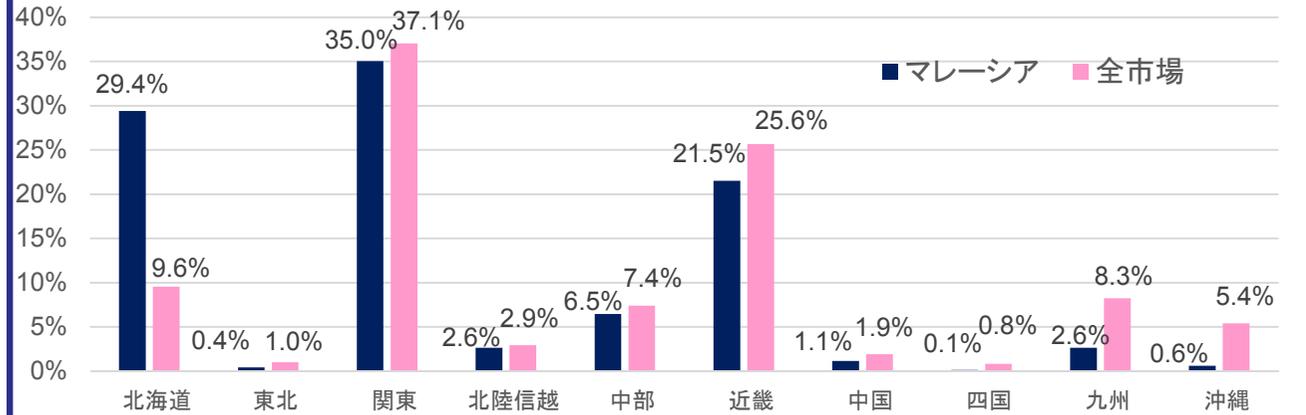


全市場



出典：2015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：2016年宿泊旅行統計調査

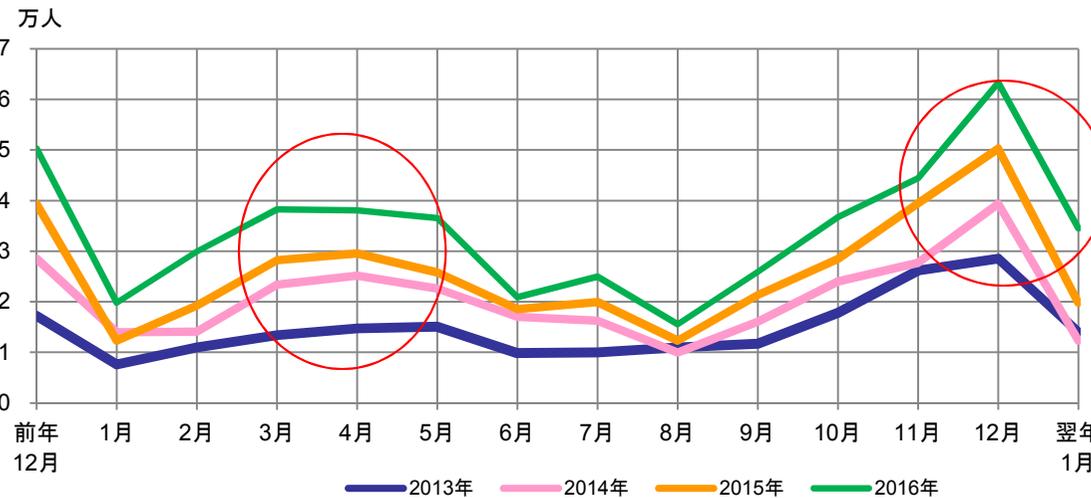
直行便の就航路線

<2017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14便)
- 関西＝クアラルンプール(週17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)

※2017年夏期期首ダイヤに基づいて観光庁集計(2017年4月1日時点)

月別訪日数の推移



2017年の主な休暇

- ・新年(1月1日(日))
- ・旧正月(1月28日(土)、29日(日))
- ・メーデー(5月1日(月))
- ・ウェサックデー(5月10日(水))
- ・国王誕生日(6月3日(土))
- ・ハリラヤ・プアサ(6月25日(日)、26日(月))
- ・国家記念日(8月31日(木))
- ・ハリラヤ・ハジ(9月1日(金)、9月2日(土))
- ・マレーシアディ(9月16日(土))
- ・イスラム暦新年(9月21日(木))
- ・ディーパバリ(10月18日(水))
- ・ムハンマド聖誕祭(12月1日(金))
- ・クリスマス(12月25日(月))
- ・学校休暇(11月下旬～1月上旬、3月、5月下旬～6月中旬、9月)