



訪日旅行誘致 ハンドブック

アジア新興5市場編

編著 日本政府観光局 (JNTO)

2018年

平成30年



Japan.
Endless
Discovery.

JNTO訪日旅行誘致 ハンドブック 2018

アジア新興5市場編

目次

(ページ)

構成	フィリピン	ベトナム	マレーシア	インドネシア	インド
第1章 経済・政治・社会情勢と国民の志向					
1-1. 外国旅行に影響を与える情勢					
(1) 経済情勢	2	32	66	96	134
(2) 政治・社会情勢	2	32	66	96	134
1-2. 外国旅行に関する国民の志向					
(1) 気候・風土が外国旅行に与える影響	3	32	67	97	135
(2) 休暇制度と旅行動向	3	33	67	97	135
(3) 余暇に対する考え方	3	33	68	98	135
(4) 社会における志向の変化	4	34	68	98	136
(5) 日本のイメージ					
(5-1) 一般的な日本のイメージ	6	36	70	100	138
(5-2) 旅行地としての日本のイメージ	6	36	70	100	138
第2章 外国旅行の動向					
2-1. 外国旅行の現状と展望	7	38	72	102	140
2-2. 外国旅行の旅行形態別特色	9	39	72	105	141
2-3. 観光関連政策					
(1) 外国旅行関連規制	10	40	74	107	142
(2) 旅行業法	10	40	74	107	143
2-4. 日本の競合旅行地	10	40	74	107	143
2-5. 訪日旅行の価格競争力	12	44	77	108	145
2-6. 評価の高い日本の旅行地	13	44	78	110	145
2-7. 訪日旅行の有望な旅行者層	14	44	79	111	146
2-8. 訪日旅行の買い物物品目	14	45	80	112	147
2-9. 日本の食に対する嗜好	15	45	80	113	147
2-10. 接遇に関する注意点	15	46	80	114	147
第3章 現地の流通構造（旅行業界・航空業界）					
3-1. 旅行業界					
(1) 旅行業界の現況	16	47	82	116	148
(2) 旅行会社の種類	16	47	82	116	148
(3) 流通構造	16	47	83	117	149
3-2. 航空業界					
(1) 航空業界の現況	17	48	83	119	149
(2) 日本路線を有する航空会社	17	49	84	120	150
(3) 空港別の航空路線	18	51	85	122	151
第4章 誘致活動の方法					
4-1. 旅行業界、航空業界に対する宣伝手法					
(1) 宣伝ツール	20	53	86	123	152
(2) ミッション派遣事業	21	54	86	123	153
(3) セールスコール（営業のための個別訪問）	21	55	87	123	153
(4) セミナー（説明会）・商談会	21	55	87	124	153
(5) 旅行会社招請	22	57	88	126	154
(6) ニュースリリース（報道資料）	23	58	89	126	155
(7) 旅行会社支援事業	23	58	89	126	155
(8) 上記の宣伝手法により、外客誘致に成功した事例	24			127	156
4-2. 一般向けの宣伝手法					
(1) 宣伝ツール	24	58	90	127	156
(2) 旅行博・展示会	25	59	91	128	157
(3) イベント	26	60	91	128	158
(4) メディアの活用					
(4-1) メディアの状況	26	60	92	129	158
(4-2) プレスリリース（報道資料）	27	61	92	130	159
(4-3) 記者会見	27	61	92	130	160
(4-4) 記者招請事業	27	61	93	131	160
(4-5) 広告掲載	28	62	94	131	161
(5) 上記の宣伝手法により、外客誘致に成功した事例	28			132	161
4-3. JNTO 海外事務所の活用	29	63	94	132	162

フィリピン

Philippines

第1章 経済・政治・社会情勢と国民の志向

- 1-1. 外国旅行に影響を与える情勢 2
- 1-2. 外国旅行に関する国民の志向 3

第2章 外国旅行の動向

- 2-1. 外国旅行の現状と展望 7
- 2-2. 外国旅行の旅行形態別特色 9
- 2-3. 観光関連政策 10
- 2-4. 日本の競合旅行地 10
- 2-5. 訪日旅行の価格競争力 12
- 2-6. 評価の高い日本の旅行地 13
- 2-7. 訪日旅行の有望な旅行者層 14
- 2-8. 訪日旅行の買い物品目 14
- 2-9. 日本の食に対する嗜好 15
- 2-10. 接遇に関する注意点 15

第3章 現地の流通構造（旅行業界・航空業界）

- 3-1. 旅行業界 16
- 3-2. 航空業界 17

第4章 誘致活動の方法

- 4-1. 旅行業界、航空業界に対する宣伝手法 20
- 4-2. 一般向けの宣伝手法 24
- 4-3. JNTO 海外事務所の活用 29

1-1 外国旅行に影響を与える情勢

1. 経済情勢

アキノ前政権下の2012年以降、フィリピンの実質経済成長率は6%~7%と高成長を維持しており、2016年には6.8%を記録した。一人当たりの実質GDPも、2010年の2,155米ドルから2016年には2,924米ドルに拡大した。2017年には3,000米ドルを超えると予想されているが、マレーシアやタイ、インドネシアなどと比較してまだ低い水準にあり、世界銀行の所得階層別分類でフィリピンは低中所得国に分類されている。フィリピン政府はドゥテルテ大統領の任期が終わる2022年までに、2015年に21.6%であった貧困率を14%まで引き下げるという目標を掲げている。

国内の雇用機会が少ないことから、英語力を生かして外国に職を求める海外出稼ぎ労働者（Overseas Filipino Workers：OFWs）は年々増え、政府の後押しもあって、現在人口の1割に当たる約1,000万人が外国で働いている。家族などへの送金額は2016年には年間269億米ドル^{*1}とGDPの約1割に相当する規模となり、消費の押し上げ要因となっている。一方国内では、同じく英語力を生かしたコールセンター事業、ソフトウェア・プログラミング事業などのビジネス・プロセス・アウトソーシング（Business Process Outsourcing：BPO）が拡大した結果、GDPの8%程度を占めるようになり^{*2}、近年の経済の牽引役としての役割を果たしている。

2016年に就任したドゥテルテ大統領は基本的に前政権のマクロ経済政策を踏襲するが、新政権発足後早々にインフラプラン「Build Build Build」を発表し、空港や港湾、道路など遅れているインフラを整備して、アジアでも有数の高い経済成長を維持させる考えを示した。2017年1月にフィリピンを訪問した安倍首相は、今後5年間でインフラ整備を中心に、官民合わせて1兆円規模の支援を行うことを表明した。

マニラ首都圏などでは、海外出稼ぎ労働者の送金によって収入が増加した中間層や富裕層を中心に、より質の高いサービスを求める消費が活性化していくと予想されることから、外食産業や娯楽、旅行などの余暇産業、健康産業を中心とした個人消費市場

の拡大が、経済成長を牽引していくものと期待されている。

*1：フィリピン中央銀行発表2017年

<http://www.bsp.gov.ph/statistics/keystat/ofw2.htm>

*2：海外ビジネス支援プラットフォーム「Digima～出島～」ウェブサイト

<https://www.digima-japan.com/knowhow/philippines/5196.php>

2. 政治・社会情勢

2010年から6年間のベニグノ・アキノ前政権下で、教育、税制、健康保険、人口対策、反腐敗などの改革が進められ、政治が安定したことにより、経済発展が進んだ。しかし、経済成長の恩恵は国全体にまでは行き渡らず、治安や汚職の問題も残る中、2016年5月の大統領選挙により、ミンダナオ島ダバオ市のドゥテルテ市長が当選し、6月にドゥテルテ新政権が発足した。ドゥテルテ大統領は就任演説で、汚職撲滅、麻薬の取り締まり強化、行政手続きの迅速化・簡素化、政府方針の一貫性に注力していくと宣言した。経済政策は基本的に前政権を踏襲しているが、外交面では自主外交路線を追求するとしている。

フィリピンの人口は2014年に1億人を突破した。2015年の合計特殊出生率はアジアでも上位の3.0人であり、国民の年齢の中央値が23歳と、周辺国に比べて若い世代が多い。豊富な労働生産人口が経済成長を押し上げる「人口ボーナス」が当面続くとみられる。