

京都がアラブの観光市場に初お目見え！

～日本の自治体で初～ 日本から京都が唯一出展、アラビアントラベルマーケット(ドバイ)

平成26年6月

公益財団法人京都文化交流コンベンションビューロー

国際観光コンベンション部 インバウンド課

課長 土居里枝



平成26年5月5日～8日、アラブ首長国連邦(UAE)のドバイにて開催された旅行博「アラビアントラベルマーケット(ATM)」に京都から出展してまいりました。ATMはアラブ地区を対象とした旅行博では最大級で、今回は66か国から約3000社近くが出展しています。この中で、日本からの出展は唯一、そして自治体としても初めてのケースになりました。

ATMのレポートによると、GCC(UAE、カタール、サウジアラビア、オマーン、バーレーン、

クウェート)住民の4～6割が航空機ではビジネスクラスを利用。一人当たり国内総生産も日本より高い国もあり、人口は少ないながらも消費単価の高さ等から世界中の注目を集めているマーケットです。

【京都のコンテンツに注目！しかし日本のまちとは思ってない??】

今回は京都のホテル等との共同出展となり、現地メディア等とのセッティングは京都市海外情報拠点が担当しました(26年4月新設)。



芸舞妓をはじめ、京都のコンテンツ(美しい四季・自然、食事、文化、マンガ、日本製品等)への関心が非常に高いことが伺えました。日本から唯一の参加ということもあり、現地メディアの注目も集められたと考えています。

ただ、基本的な知識のない方が大多数というのが現状です。直行便が関西空港に複数飛んでいる(エミレーツ航空、カタール航空)ことも、東京と京都の距離感も、そして「京都が日本にあること」さえも。「京都？中国にあるの？」と複数の方から真面目に質問され、私共としても驚きました。これは、日本として、そして京都としてアラブエリアに観光PRをほとんどしてきていなかったことが原因と言えるでしょう。



【ポテンシャルは高い】

彼らにとって、日本は基本的にビジネスで行くところ。ゆえに、訪日経験者のほとんどの行先は東京(次は大阪)のみになっているようです。アジア

の観光地といえばタイやマレーシアが人気ということでしたが、京都のコンテンツへの関心を考えると、現在ゼロの観光需要はもっと上げられる可能性があります。

実際、日本を扱っている旅行業者からは「日本国内の手配を任せられる旅行会社を紹介してほしい」という問合せが相次ぎました。

このポテンシャルを現実のものとするためには、まずはメディアを通じた露出の確保、そこからの認知向上が不可欠です。

【現地との連携】

今回の出展は、日本の皆様はもとより、ドバイの関係者の方々からの様々なサポートをいただき実現しました。この4月から情報拠点業務を担っているドバイ・アビアレップス社、在ドバイ日本国総領事館、在アラブ首長国連邦日本国大使館、JETROドバイ事務所、ドバイやドーハ駐在の日本の方々…ここで改めて皆様から感謝申し上げます。また、こうして現地との接点を作り、足を運んで関係を作ることがこの市場においてはとりわけ重要だと痛感しました。まったくの新規市場であり、腰を据えてじっくり取り組まなければならないでしょう。

今後、観光のみならず伝統産業やコンテンツ産業とも絡めながら、まずは認知度とニーズの向上を図り、アラブマーケットからの送客につなげられるよう努めてまいります。

【海外情報拠点の新設(ドバイ／香港)】

京都市では、平成18年から海外情報拠点を設置しており、今年4月からドバイと香港を追加し、世界10都市(ロンドン、パリ、フランクフルト、NY、シドニー、上海、台北、ソウル+ドバイ、香港)へネットワークを広げています。

各拠点に共通する主な業務は次の3点です。

- ・現地における京都観光情報の発信(メディア対策, メディア露出把握)
- ・現地の観光トレンド, 競合都市等の市場概況のレポート
- ・突発的なアクシデント(戦争・紛争・テロ・自然災害等)の際の状況報告

また、年に一度全拠点担当者が京都に集まり、市民の皆様向けに市場説明会も開催し好評をいただいています。