

## MEDIA RELEASE

報道関係者各位

2023年10月31日  
シンガポール政府観光局

# シンガポール政府観光局、 シンガポールへの旅の意欲を刺激するブランドキャンペーン 「Made in Singapore (メイド・イン・シンガポール)」を開始



### 【写真提供:シンガポール政府観光局】

最新の「Made in Singapore (メイド・イン・シンガポール)」ブランドキャンペーンでは、シンガポールの代表的な体験を大胆かつウィットに富んだ形で紹介し、おなじみのものに一工夫を加えることで旅行者の好奇心を刺激します。

シンガポール政府観光局(以下、STB)は、シンガポールへの旅を促進する新しいブランドキャンペーン、「Made in Singapore (メイド・イン・シンガポール)」を、日本では10月30日(月)に発表しました。

本キャンペーンは、デスティネーション・ブランド、「Passion Made Possible (パッション・メイド・ポッシブル)」(注1)の下で展開いたします。旅行者が再びシンガポール旅行への情熱に気付くことを目的とした2020年11月に開始したSTBのブランドキャンペーン「SingapoReimagine (シンガポール・リイマジン) ふたたび、旅へ。シンガポール」に代わるものです。

### シンガポール政府観光局

〒100-6334 東京都千代田区丸の内 2-4-1 丸の内ビルディング 3414 電話 03-6268-0861 ファックス 03-6268-0862  
URL: [www.visitsingapore.com](http://www.visitsingapore.com) Facebook: <https://www.facebook.com/visitsingapore.jp>

魅力的なレジャーやビジネスの目的地としての豊富な観光資源に後押しされ、シンガポールの観光セクターは力強い成長を遂げようとしています。しかし、旅行行動の変化とともに、観光地間の競争は激化の一途をたどっています(注2)。2021年11月に海外10市場の3,000人以上を対象に実施された調査によると、60%以上の人がより目的意識の高い旅行を求めており、目的意識の高い旅行を計画している人の80%近くが自分を刺激してくれる旅行先を探していることがわかりました(注3)。

本キャンペーンでは、主に以下3つのポイントを通して、シンガポールが旅行者にとって刺激的で「予想外の体験」を可能にする場所であることを発信し、シンガポールの魅力を伝え、関心を高めてもらうことを目的としています。

1. シンガポールを代表するアトラクションから隠れた名所まで、シンガポールならではの体験にスポットを当て、何気ない日常の瞬間がいかに「予想外の体験」に変わるかを紹介します。
2. シンガポールの主な特徴である、活気があり、国際色豊かな都市というだけでなく、多文化的な伝統に根ざした「自然の中の都市(a City in Nature)」を体験できる刺激的なデスティネーションであることを紹介することで、シンガポールを常に注目の旅行先とし、さまざまな旅行者を惹きつけることを目的としています。
3. 本キャンペーンでは、大胆で遊び心のあるアプローチで、「Made in Singapore」の精神を伝えます。「Jewel Changi Airport(ジュエル・チャンギ・エアポート)」では建物内にある「Rain Vortex(レイン・ボルテックス、雨の渦)」という予想外の場所で「森林浴」を楽しんだり、「Lau Pa Sat Hawker Centre(ラオ・パ・サ・ホーカー・センター)」ではカニの殻剥きでひと汗を流すというという予想外の体験をし、新しくなった「Bird Paradise(バードパラダイス)」では色鮮やかな鳥たちの「飛行ショー」を観たりと、シンガポールは旅行者の想像力を、感情に訴えるリアルな体験に変えてくれます。シンガポールでの新しい体験については、[添付資料](#)をご参照ください。

STBのアシスタント・チーフ・エグゼクティブ(マーケティング・グループ)のケネス・リム(Kenneth Lim)は次のように述べています。「『Made in Singapore』キャンペーンは、STBのデスティネーション・ブランド、『Passion Made Possible』を軸にしており、個人の情熱を満ちし、新たな可能性を創造するというシンガポールの精神を体現します。この最新のキャンペーンを通じて、シンガポールが想像を現実に変えるデスティネーションであるという認知を高め、日常の瞬間が、シンガポールでしか味わうことのできないような、非日常的で忘れられない『予想外の体験』になる事例を紹介し、シンガポールへの旅行を喚起していきます。」

また、「Made in Singapore」を広く発信していくために、日本でも新たに3つのキャンペーン施策を実施します。これらのキャンペーンを通して、「予想外の体験」であふれる旅行先としてのシンガポールのさらなる可能性を感じていただけます。

## 1. 広告キャンペーン

「Made in Singapore」ブランドキャンペーンのローンチに伴い、SNSを中心とした広告展開を10月30日から来年3月まで実施します。使用する動画はブランドビデオとソーシャルメディア用ムービーの2つのシリーズを予定しています。

### ● ブランドビデオ

シンガポールの情熱溢れる日常は旅行者にとって「予想外の体験」であふれています。旅行者の視点から、シンガポールのあらゆる場所で非日常の瞬間を切り取ったブランドビデオは、見慣れたものに意外なひねりを加えて表現することで、「予想外」のシンガポールの体験が生まれることを伝えます。ブランドビデオはSTB公式YouTubeチャンネル、および各ソーシャルメディア上のSTB日本支局公式アカウントにて10月30日(月)より公開いたします。



<https://youtu.be/I2RY1v8WqwY>

- ソーシャルメディア用ムービー

シンガポールの人々の「Made in Singapore」体験を通して、旅行のデスティネーションとしてのシンガポールのストーリーを動画で紹介いたします。シリーズ第1弾「Get Ready With Me (GRWM) (ゲット・レディー・ウィズ・ミー)」はソーシャルメディア上のSTB公式アカウントで順次公開予定です。

**Get Ready With Me (GRWM) (ゲット・レディー・ウィズ・ミー)**

TikTokトレンドから生まれたGRWM ムービーには、観光関連の興味深い仕事に就く人々が登場します。「Made in Singapore」キャンペーンのコンセプトを表す、ひねりを効かせたタイトルを冠したムービーをお楽しみください。





## 2. インフルエンサーとのコラボレーション

日本でSNSを中心に話題を集めるインフルエンサー3名とのコラボレーションが決定いたしました。動画クリエイター/コメディアンのみすたーやばたん、週末グルメ女子旅と冠して年250泊を誇るトンちゃん、そして絶景好きフォトグラファーとして知られるAyaneが、実際にシンガポールを訪れて撮影した映像や写真を発信し、それぞれのテーマや視点を通じて発見した「予想外の体験」を皆さまにご紹介いたします。

- **みすたーやばたん**

テーマ: 「プレイタイム. Made in Singapore.」

SNS総フォロワー350万人超えのノルウェー出身の動画クリエイター/コメディアン、みすたーやばたん。彼のキャッチフレーズである「本当にビックリしたー!」は、人々に「予想外」の楽しさを伝えていきます。そんなフレーズが連発される今回の旅では、新アトラクション、街歩き、地元グルメまで「予想外」な楽しさが溢れるシンガポールを遊び尽くします。

公式Instagram: [https://www.instagram.com/mr\\_yabatan](https://www.instagram.com/mr_yabatan)

公式TikTok: [https://www.tiktok.com/@mr\\_yabatan](https://www.tiktok.com/@mr_yabatan)

- **トンちゃん**

テーマ: 「ミールタイム. Made in Singapore.」

Instagramのフォロワー50万人以上、年250泊する大のグルメ・旅好きなトンちゃんは、「食」をテーマにシンガポールで「予想外の体験」を巡ります。地元で愛されるローカル料理からファインダイニングまで、世界の美食家を刺激する多彩でダイナミックなフードシーンの中で、多民族国家ならではの様々な料理や食文化を味わいます。

公式Instagram: [https://www.instagram.com/tonchan\\_travel/](https://www.instagram.com/tonchan_travel/)

公式TikTok: [https://www.tiktok.com/@tonchan\\_travel](https://www.tiktok.com/@tonchan_travel)

- **Ayane**

テーマ: 「カラーズ. Made in Singapore.」

クリエイティブな撮影手法が話題の、SNSでの総フォロワー数100万人を超えるフリーランスフォトグラファー Ayane。国際色豊かなシンガポールは、日常生活もカラフルな活気と情熱に溢れています。日常が非日常に彩られる「予想外」の瞬間をとらえ、多彩な民族や文化が息づくシンガポールを紹介します。

公式 Instagram: <https://www.instagram.com/ayane7628/>

### 3. インスタグラムキャンペーン

STBは新たにSTB日本支局公式Instagramアカウントを10月30日より開設いたしました。この度、新ブランドキャンペーンのローンチを記念して、Instagram上ではプレゼントキャンペーンを11月中にスタートします。キャンペーンの詳細はSTB日本支局公式Instagram、[@visit\\_singaporeJP](https://www.instagram.com/visit_singaporeJP)で後日発表いたします。

### 4. その他のキャンペーン素材

新ブランドキャンペーンのローンチにともない、5つの新たなキービジュアルを公開いたします。キービジュアルを使用したポスターや自立式バナーは、今後のキャンペーンなどを通じて使用します。日常的な瞬間は、シンガポールでは非日常的で「予想外の体験」に変わる、というコンセプトのもと、見慣れたものに意外なひねりを加えることでシンガポールでしか体験することのできない「予想外の体験」を、大胆で、遊び心やウィットに富んだ表現で視覚的に紹介します。

- キービジュアル

シンガポールの象徴的な体験、自然、文化的な側面が融合した5つのイメージは、シンガポールへの旅の欲求を誘います。



「Made in Singapore」キャンペーンの資料は[こちら](#)からダウンロードいただけます。  
クレジット:「写真提供:シンガポール政府観光局」または「©STB」  
画像の編集は、お控えください。

(注1) STBとシンガポール経済開発庁が2017年に立ち上げたデスティネーション・ブランド「Passion Made Possible」は、シンガポール独自の姿勢と考え方、すなわち、可能性と再発明を常に追求する、情熱に満ちた、決して沈むことのない決意と革新の精神を称えるブランドです。

(注2) 世界の旅行市場の回復が続く中、STBは今年の観光客数は約1,200万~1,400万人、観光収入は約180億~210億シンガポールドルと、2019年の新型コロナウイルスの世界的感染拡大以前の水準の約3分の2から4分の3に回復すると見込んでいます。

(注3) 出典: クリエイティブエージェンシー、BBHシンガポールが2021年11月、オーストラリア、中国、インド、インドネシア、日本、フィリピン、韓国、英国、米国、ベトナムを含む海外10市場において3,000人を対象に実施したオンライン調査

### 「Made in Singapore(メイド・イン・シンガポール)」について

「Made in Singapore」は、シンガポールへの旅を刺激することを目的とした、STBの最新のブランドキャンペーンです。「Passion Made Possible」のブランドにふさわしく、本キャンペーンでは、日常の瞬間を非日常の体験にする、シンガポールでしか味わえない、ユニークで、思いがけない、多様な体験を提案していきます。「Made in Singapore」は単体では使用せず、必ずその前に紹介する体験に対して、ひねりを加えた言葉を加えます。また、日本語のタグラインは「予想外の体験。シンガポール」です。  
詳細は[www.stb.gov.sg](http://www.stb.gov.sg) または[www.visitsingapore.com](http://www.visitsingapore.com) をご参照ください。

### シンガポール政府観光局について

シンガポール政府観光局(英文名 Singapore Tourism Board)は、シンガポール通商産業省に所属する政府機関の1つです。シンガポールの経済の主要な産業である観光において、その促進と観光資源の開発に従事しています。現在、海外に20の支局と5のマーケティング・オフィスを持ち、日本においては1973年に東京オフィスを設立しました。

URL: [https://www.visitsingapore.com/ja\\_jp/](https://www.visitsingapore.com/ja_jp/)

コーポレートサイト: <https://www.stb.gov.sg/>

公式 Instagram ページ: [https://www.instagram.com/visit\\_singaporejp/](https://www.instagram.com/visit_singaporejp/)

公式 Facebook ページ: <https://www.facebook.com/VisitSingaporeJP>

公式 YouTube チャンネル: <https://www.youtube.com/channel/UCB7oQc4Ip6XRty2SP4TGW5Q>

\* \* \*

< 本件に関する報道関係者からのお問い合わせ先 >

シンガポール政府観光局 広報代理  
エデルマン・ジャパン株式会社  
Mobile: 080-9680-0989  
Email: STBJapanPR@edelman.com  
担当: 橋本(はしもと)、浜津(はまつ)

または

シンガポール政府観光局  
広報担当 吉田 Tel: 03-6268-0861(代表)

添付資料：新しい体験

<p>「マンダイ・ワイルド・ライフ・リザーブ」 (マンダイ野生動物保護区)の 「バードパラダイス」</p>	<p>新しくオープンした「バードパラダイス(Bird Paradise)」は、アジア最大級のバードパークで、400種3,500羽の鳥類が生息しています。「マンダイ・ワイルドライフ・リザーブ(Mandai Wildlife Reserve)」にあるこのバードパークでは、世界の様々な生態系を反映し、多くの種が混在する生息地で自然に浸ることができる、8つの大規模なウォークスルー型鳥類公園を含む10のテーマゾーンを探検することができます。</p> <p>バードパラダイスに隣接する「マンダイ・ワイルドライフ・ウエスト(Mandai Wildlife West)」では、様々な飲食を楽しむことができます。ゲストは、ローカルなジェラート・ブティック「バーズ・オブ・パラダイス(Birds of Paradise)」で、植物にインスパイアされたデザートや軽食を楽しむことができます。また、「ルークス・ロブスター(Luke's Lobster)」、「レッカーベア(Leckerbaer)」、「ミスターホームズ・ベークハウス(Mr. Holmes Bakehouse)」が入る、マルチコンセプトなフラッグシップストアもおすすめのスポットです。</p>
<p>セントーサ島</p>	<p>セントーサ島にある、シャングリ・ラ・グループの「ザ・パラワン・アット・セントーサ(The Palawan @ Sentosa)」では、地域初のゲーム化された屋内型電動ゴーカート、シンガポール初のフローティング・アクアパーク、18ホールのミニゴルフコース、2つのユニークなビーチクラブ、10台のアイコンックなフードトラックなど、ビーチサイドの新しいライフスタイルとエンターテインメントをお楽しみいただけます。</p> <p>それ以外にも、「セントーサ・センソリースケープ(Sentosa Sensoryscape)」でユニークな島散歩を楽しみ、シンガポール初のヴィラ専用ホテル、「ラッフルズ セントーサ リゾート&amp;スパ(Raffles Sentosa Resort &amp; Spa)」で、ウェルネス・リトリートを満喫することができます。</p>
<p>オーチャード・ロード</p>	<p>「オーチャード・ロード」は、ショッピングストリートから、必ず立ち寄りたいたいライフスタイル・デスティネーションへと進化を遂げつつあります。今年6月には、自然を楽しめる4つの特徴的なオープンエアのテラスを備えたランドマークホテル、「パン パシフィック オーチャード(Pan Pacific Orchard)」がオープンしました。その他にも、シンガポール初のプルマンホテル、ヒルトンのアジア太平洋地域最大のホテルがオープンした他、「COMOメトロポリタン・シンガポール(COMO Metropolitan Singapore)」がCOMOオーチャードにオープンしました。ホテル以外にも、COMOオーチャードには世界的に有名なペストリーシェフ、セドリック・グロレ(Cédric Grolet)氏によるアジア初のパティスリーも出店しています。この店は、フルーツや花からインスピレーションを得た絶妙でモダンな作品で知られ、シンガポール店ではドラゴンフルーツの形をしたデザートや特別なティーメニューなど、シンガポール限定のメニューも提供されています。</p> <p>その他、本年10月28日にサマセット(Somerset)にオープンしたアジア初のサーフ・スノー・スケート・アトラクション、「TRIFECTA by The Ride Side」など、エキサイティングなアトラクションが目白押しです。</p>

<p>ウェルネス体験</p>	<p>シンガポールテイストのウェルネス体験をお求めの方は、「XIUネイチャー・コネクションズ(XIU Nature Connections)」で森林浴や自然療法を体験できます。「XIUネイチャー・コネクションズ」では、エコツアーや睡眠をベースにした瞑想クラスなどのガイド付き森林浴体験を都心で提供しているほか、「バージン・アクティブ(Virgin Active)」とのコラボレーションであるマリーナベイ・サンズの「スカイパーク・ヨガ(SkyPark yoga)」セッションでは、地上56階で汗を流すユニークな体験ができます。</p>
<p>ダイニング体験</p>	<p>新鮮な味を楽しみたい旅行者やユニークな雰囲気の中で食事をしたい方は、「パン パシフィック シンガポール(Pan Pacific Singapore)」ホテルの、ローカルの鳥からインスピレーションを得た新しいカクテルバー「ブルーム(PLUME)」や、シンガポールの HDB フラット(政府が建てた集合住宅、いわゆる公団)をテーマにし、人気のローカルフードからインスピレーションを得たフュージョン料理を提供する隠れ家カフェ「Lou Shang」を訪れてみてはいかがでしょうか。</p> <p>ミシュラン 3 つ星を獲得した「レストラン・ゼン(Restaurant Zen)」のフランツェン・グループ(Frantzen Group)を知るグルメ愛好家なら、海外初出店となる新しくオープンした「ブラッセリー・アストリア(Brasserie Astoria)」も見逃せません。ヴィクトリア・コンサート・ホール内にあるこのレストランは、ソウルフルなサウンドが流れる中でのフランベ・トロリーやテーブルサイド・サービスなど、シンガポールのグランド・ダイニング・ホールのスピリットを思い起こさせます。</p>
<p>ハートランドでのツアー</p>	<p>「ゼロ・トゥ・ヒーロー・フード・サステナビリティ・ツアー(Zero to Hero Food Sustainability Tour)」(Tribe Tours 提供)に参加すれば、ハートランドのウェット・マーケットを探検し、緑の「廃棄物」を探し出し、有用な堆肥に変える体験ができます。</p> <p>隠れた名所を探検したい方は、「Hush:ゲイラン・ナイト・フード・ツアー(Hush: Night Food Tour through Geylang)」(Indie Singapore Tours 提供)に参加し、レストランで食欲をそそる料理を楽しみながら、この地区の魅力的な歴史と文化に隠された秘密や物語を学ぶことができます。</p>