

## タイの訪日旅行市場の勢いを実感 ～タイ旅行フェア Thai International Travel Fair2012 に参加しました～

シンガポール事務所

自治体国際化協会シンガポール事務所（以下 CLAIR）は、2010 年からタイ旅行業協会主催の国際旅行フェアに参加しています。この度も、2012 年 8 月に開催された「Thai International Travel Fair2012(TITF#11)」に参加する機会を得ました。現地を得た、自治体の観光客誘致活動のヒントとなると思われる情報を報告いたします。

### 1. Thai International Travel Fair2012 (TITF#11) 概要

会期	2012 年 8 月 16 日（木）～8 月 19 日（日） 10:00～21:00
開催場所	タイ・バンコク クイーンシリキット・ナショナルコンベンションセンター
主催	タイ観光サービス協会 (Thai Travel Agents Association:TTAA)
対象	一般消費者
入場料	無料
来場者数	30 万人（主催者発表概数。前年比 21%減）
出展団体数	268 団体（597 ブース。前年比 25%減）
会期中の旅行商品売上総額	約 3 億バーツ（約 7.5 億）（前年比 32%減）
訪日旅行商品購入者数	パッケージ型訪日旅行商品購入者数 1270 人 FIT（個人旅行）訪日旅行商品購入者数 790 人 訪日旅行購入者総数 2060 人（前年比約 2 倍）
訪日商品販売総額	6,345 万 7,243 バーツ（約 1.5 億円）TITF 全体の売上概算の約 21%
特徴	アジアで最大規模の国際旅行フェア。2011 年から年 2 回（2 月・8 月）開催。 8 月の TITF では、10 月頃の学校中期休暇時期を利用した旅行シーズンを想定した商品が主に販売されている。

#### ●大きな伸びを見せた訪日旅行商品

今回の TITF では、パッケージ型商品、FIT(個人旅行)商品の購入者総数が前年比約 2 倍と大きな伸びを見せ、タイの訪日旅行市場の好調さを裏付ける結果となりました。

JNTO によると、2012 年 1 月～7 月の訪日タイ人数は 148,800 人を記録し、過去最高を記録した 2010 年同期比 17.9%と好調でした。東日本大震災後、タイはアジアの中でも訪日旅行客の回復が早く、2011 年 9 月には前年同月比でプラスに転じていましたが、2012 年に入り、ビジット・ジャパン事業等で複数のタイの旅行雑誌、旅行番組に日本特集が生まれメディア露出が増加したこと、2012 年 6 月 1 日から、観光や親族訪問

等の目的で日本を訪問するタイ国内居住のタイ人に対し、数次ビザの発給が開始されたことなどが背景と考えられています。

旅行形態としては、現在はまだ団体旅行が多いですが、個人旅行の割合が急速に増加しています。今回の TITF でも、FIT（個人旅行）訪日旅行商品（JRパス、航空券、宿泊予約）の販売実績が前年と比べて大幅な増加となりました。リピーターの増加に伴い、個人旅行の割合が増加していくことが見込まれます。

## ●日本は人気の旅行先

TITF の会場内には、海外旅行を取り扱う旅行会社が数多く出展していましたが、日本のイメージを前面に出した装飾が目立ちました。タイでは日本が人気の旅行先であるため、訪日旅行を取り扱っていることを PR することが目的のようです。



【日本の紅葉・雪の風景を PR した旅行会社の装飾】



【TITF の案内版も日本風のキャラクターが使用されていた】

## 2. ジャパンゾーンにおける観光 PR ～出展自治体等の特徴や手応え～

TITF 会場内には、赤・白を基調とし、紅葉をイメージした装飾で統一されたジャパンゾーンが設置されました。19 団体・26 ブースの出展があり政府観光局ゾーンとしては最大の規模でした。日本から派遣されたスタッフも多く活気があり、ほぼ常時来場者でにぎわっていました。ジャパンゾーンに出展した自治体・団体は以下の通りです。



【来場者でにぎわうジャパンゾーンの様子】



【千葉県森田健作知事のトップセールスの様子】

自治体・団体名（順不同）	活動状況・特徴
北海道観光振興機構	北海道観光振興機構のほか、札幌市、函館市、登別観光協会の方も参加。2012年10月末にタイ国際航空がバンコク～札幌間直行便運航を開始することもあり、常時、情報を求める来場者でブースが混雑していた。現在北海道を訪れる外国人観光客は、中国、韓国、台湾、香港、シンガポールが多いが、今後成長が見込まれるマレーシア、タイにも力を入れていきたいとのことであった。
東北観光推進機構/仙台市	東北の桜は人気があるが、10月の休暇時の訪日客向けに紅葉をアピール。また、タイで人気のある日本の果物を紹介したタイ語のパンフレットを配布していた。
千葉県	今回が初出展。森田知事のトップセールスと合わせて、精力的に観光PRをされていた。千葉県のマスコットキャラクター「チーバくん」の着ぐるみは会場内で大人気であった。
東京都台東区	今回が初出展。毎年、場所を変えてプロモーションをしているとのこと。浅草寺、上野公園など台東区内の名所を紹介するタイ語のパンフレットを配布していた。
富山県	2月のTITFは3年前から出展しているが、8月の出展は初。2月には、立山黒部アルペンルートの雪の壁に関する問い合わせが多いが、今回は紅葉を目的とした来場者など新たなニーズを発見できたとのことであった。
石川県	今回が初出展。現在石川県を訪れる外国人観光客は台湾、韓国、中国からが多いが、タイは順調に経済成長を続けていることもあり、今後を見込んで出展したとのことであった。兼六園やされいな和菓子が掲載されたパンフレットは、来場者が興味深げに手に取っていた。
岐阜県・長野県・公益財団法人名古屋観光コンベンションビューロー	TITFへの出展は今回が2回目（2011年までは別の旅行フェアに出展）10月のタイの旅行シーズンに見ごろを迎える紅葉やスキーなどを紹介。来場者からも白川郷、飛騨高山に関する質問が多かった。
静岡県	「富士山が見たい」という来場者は依然として多く、ブースはにぎわっていた。
大阪市シンガポール事務所	大阪に行くことは決まっているが、何を食べたらよいか、どこへ行ったらよいかという問い合わせが多かった。
紀伊半島滞在型観光プロモーション事業実行委員会（奈良県・和歌山県）	（奈良県）今回が初出展。タイは仏教国であるため、奈良県の豊富な仏教史跡をPRしたいとのことであった。 （和歌山県）2011年2月のTITFから継続して出展しており、今回が3回目。
九州観光推進機構	継続してTITFに出展。併催の商談会では、インセンティブツアーに関する問い合わせを多く受けたとのことだった。マスコットキャラクターの「キューちゃん」は会場内で大変人気で写真撮影をする人が多かった。
(財)沖縄観光コンベンションビューロー	重点地域は、台湾、香港、中国、韓国だが、成長著しいタイ、マレーシア、インドネシアでもプロモーションを実施しているとのことだった。

<p>ビジット・ジャパン 観光庁/日本政府観光局</p>	<p>CLAIR 職員もこのブースで日本全国の観光について来場者からの問い合わせに対応した。ブース装飾の紅葉の写真が好評で、その前で写真を撮る来場者もいた。</p> <p>TITF 会場内でパッケージ型訪日旅行商品を購入した人にミニ扇風機をプレゼントするキャンペーンを実施。FIT 訪日旅行商品購入者（JRパス、航空券、宿泊予約）の販売実績を把握するため、購入者にくじ引きのチャンスを提供していた。</p>
----------------------------------	---

以上のほか、企業が 6 社出展しました。

### ●千葉県知事のトップセールス

8 月 18 日には、会場内メインステージにおいて千葉県森田健作知事のトップセールスが実施されました。森田健作知事が主演したドラマがかつてタイで放映されており、ドラマを見ていた年齢層に広く知られていたため、多くの来場者、報道関係者が集まりました。

知事は、千葉県の位置、観光情報、グルメ情報等を、遠くからでもわかりやすいジェスチャーを交えながら紹介し、会場からのリクエストに応じてドラマの主題歌も披露するなどしたため、来場者に大変喜ばれていました。

### ●和歌山県の観光プロモーション

TITF 会場内で、ある旅行会社のブース前に設置された行先案内板が目にとまりました。「Tokyo」「Osaka」などと並んで「Wakayama」と表示されています。その旅行会社では、和歌山県を主にしたパッケージ旅行商品を販売していました。ゴールデンルート上にはない和歌山県を主にしたパッケージ商品がどのように造成されたのか、和歌山県の御担当者からお話を伺うことができました。

和歌山県は、2011 年 2 月の TITF から毎回欠かさず出展、併催の商談会に参加しているとのこと。商談会で知り合った旅行会社に対しては、定期的に資料提供、担当者による訪問等を実施し、旅行会社との関係構築に努めてきたとのこと。今回は、以前和歌山県が提供した情報をもとにツアーを造成したが、さらに詳しいことを質問したいといった旅行会社の担当者がやって来たり、和歌山県を主としたパッケージ旅行商品が催行決定となったと報告があったりと、プロモーションを継続してきた意義を感じることができたとのことでした。今後は、和歌山県の知名度をさらに向上させるため、メディア・旅行会社の招請等を実施していきたいとのことでした。

### 3. タイからの訪日旅行客誘致のヒント ～来場者の反応からわかること～

今回の TITF でも、日本政府観光局（JNTO）のビジットジャパンプースで来場者からの問い合わせに対応しました。今後日本への旅行を検討しているタイの人たちにはどのようなニーズがあるのか、日本に旅行する際に何が心配なのか、来場者からヒアリングした内容を以下に紹介いたします。観光客誘致活動のヒントとして御活用ください。



## ●新しい旅行先を開拓中

来場者からの問い合わせが多い印象を受けたのは、北海道、関東（東京、日光、箱根）、中部（白川郷、飛騨高山）、関西（大阪、京都、奈良）についてでした。JNTO から発表された今回のTITFで購入された団体旅行商品の訪問地の上位5地域（ゴールデンルート、北海道、関東、中部、関西）とほぼ重なります。

一方でリピーターも多く「前は東京（大阪）に行ったので、今回は別のところ（九州、北海道、四国）に行きたい」という声が多く聞かれました。また、「あまりよく知られていないところに行ってみよう」という声もありました。ヒアリングをした旅行会社からも新しい訪問地、ブームとなるような観光スポットの情報がほしいという意見がありましたので、現在タイでは比較的知名度の低い地域でも、プロモーションを継続または開始する意義は十分あるように思われます。現在タイで人気の旅行先となっている中部地方、仙台市などはタイの訪日市場がまだ小さい頃から広報宣伝活動を継続しているとのことでした。

## ●多様化した興味・関心に応じた具体的な情報提供を

ビジットジャパンプースを訪れた来場者に日本に行ったら何をしてみたいか尋ねてみました。日本に関する興味・関心が多様化していること、日本人が考えるよりも日本のことをよく知っていることに驚きました。印象的だったのが、「〇〇がしたい」という希望はあるが、それがいつどこでできるかわからないという人が多かったことでした。また、「〇月に〇〇に行くが、その頃何を見たらよいか教えてほしい」という問い合わせもよく受けました。日本の四季に魅力を感じて日本への旅行を計画する人が多いため、JNTO が作成した全国の桜の開花時期、紅葉の見頃を表した地図は、来場者からの問い合わせに答える際に大変役立ちました。

タイからの旅行者に限らず、日本を訪れる人々のニーズは多様化しています。これらのニーズに対応した具体的な情報提供が求められているのだと感じました。

興味・関心のあること	来場者の希望例
日本の風景・文化・伝統	紅葉・桜・雪（樹氷）が見たい ラベンダー畑・芝桜が見たい 世界遺産が見たい お寺巡りをしたい 相撲・歌舞伎が見たい
日本独自のスタイル	伝統的な旅館に泊まりたい ゆっくり温泉に入りたい
日本食	日本のおいしい食事が食べたい（ラーメン・寿司・うどん・かに食べ放題） 築地で寿司が食べたい

アクティビティ	買い物をしたい（洋服・化粧品・電化製品・マツモトキヨシに行きたい） イチゴ狩り・ブドウ狩りがしてみたい スキー・スノーボードがしたい 北海道・九州でドライブツアーがしたい 富士山に登りたい
カルチャー	テーマパークに行きたい（東京ディズニーランド・ユニバーサルスタジオ・サンリオピューロランド） お台場のガンダムが見たい シブリ美術館・藤子不二雄美術館に行きたい 秋葉原のメイドカフェに行きたい SMAP のコンサートに行きたい

### ●旅行を計画する際の情報源

ウェブサイト、ガイドブック、友人・知人からの紹介が、旅行を計画する際の主な情報源のようですが、「旅行番組で見た黒い玉子が食べたい」という人がいるなど、旅行番組の影響は大きいようです。また、JNTO、旅行フェアから情報を得ると答えた人が多かったのも印象的でした。

### ●日本に行きたいと思ったきっかけ

来場者に日本に行きたいと思った理由を尋ねました。印象的であった回答を幾つか御紹介します。過去に触れた日本の印象が良かったので行きたいと思ったという声が多く、メディア、漫画等のポップカルチャーの影響力の大きさを感じました。

- \*テレビの旅行番組を見て行きたくなった。
- \*日本のアニメ（一休さん、ドラえもん、ちびまる子ちゃん、ワンピース）を見て育ったので一度行ってみたい。
- \*タイと文化が近いように感じるので行ってみたい。
- \*親切で礼儀正しい日本人と接する機会があったので、日本に行ってみたくなった。

### ●旅行者の不安を軽減する情報発信を

日本への旅行を楽しみにしている人が多い反面、日本は英語があまり通じないという印象が、日本を訪れる際の不安要素となっているようです。東京、大阪等の大都市は心配していないが、地方に行くと英語が通じず、英語の表示もないので非常に不安だという声が多く聞かれました。現在、訪日外国人旅行者の受入環境整備が進められているところですが、自治体からも地元の受入環境が整備されていること、外国人が訪れた際、英語等で対応可能なことをさらにアピールする必要があるように感じました。

日本に旅行するためにウェブサイトを見ているが、必要な情報を探しづらいという声もありました。今後は、個人旅行が増加することが予想されますので、英語、タイ語のウェブサイト情報の充実、新鮮な情報の提供の重要性が増すものと思われます。

## 5. 今後のタイにおける訪日旅行プロモーション

2012 年 7 月、バンコク都内に施設全体が日本をテーマとし、日本食専門フロアがある商業施設「ゲートウェー・エカマイ」が開店しました。タイ全土の日本食レストランが 5 年間で 2.2 倍に増え、2012 年 6 月の時点で 1600 軒を超えるなど、現在タイは「日本ブーム」であると言われています。バンコクに滞在中、電車内で日本のアニメキャラクターがついた飲料の広告が一面に掲示されているのを見たり、TITF の会場内で日本人でも返答に窮するような質問をする来場者に遭遇したりすることで、「日本ブーム」を肌で実感しました。今回の TITF に出展された自治体の多くの方も、タイの来場者から受ける問い合わせなどから、今後のタイにおける訪日旅行市場のさらなる成長に手応えを感じていらしたようです。

日本のアニメをはじめとするポップカルチャーに親しみ、日本食を身近に感じているタイからの訪日旅行客をさらに増加させるには、複数の自治体が現在も実施されているような継続的、多角的なプロモーションが効果的だと感じました。タイの旅行会社に、継続的に新しい情報を提供し、メディア招請などを通して地元の良さをタイの一般消費者に視覚的に伝え、旅行フェアで来場者に直接情報提供という取組を積み重ねていくことで、日本に興味を持ち、訪れたいと感じる人がさらに増えていくように思われます。

今後、個人旅行の増加が見込まれることから、自治体の観光パンフレット、ウェブサイトの情報を充実させることも重要だと感じました。〇月に訪れたら何が楽しめるのか、桜、紅葉の見ごろはいつ頃か、タイからの直行便就航都市からのアクセスなど、個人旅行客のニーズに対応した実用的な情報提供が求められています。

当事務所では、今後も引き続き自治体の訪日旅行客誘致活動を支援してまいります。

(新山所長補佐 東京都大田区派遣)

【出展に関するお問い合わせ先】：日本政府観光局 (JNTO) 海外マーケティング部

担当：小林様

[TEL:03-3216-1902](tel:03-3216-1902)

●次回 TITF#12(Thai International Travel Fair 2013)開催予定

開催日程：2013 年 2 月 14 日 (木) ~ 2 月 17 日 (日)

開催場所：タイ・バンコク クイーンシリキット・ナショナルコンベンションセンター