

熱気を帯びるタイの訪日旅行市場

～タイ旅行フェア Thai International Travel Fair2014 に参加しました～

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。2 月、「Thai International Travel Fair (TITF2014#14)」に参加しました。旅行フェア会場の様子や来場者の声を御紹介します。

1. Thai International Travel Fair2014 (TITF2014#14) の概要

概要	アジアで最大規模の国際旅行フェアで年 2 回（2 月・8 月）開催される。 2 月の TITF は、タイの最大の旅行シーズンである 4 月出発分の旅行商品販促の場として例年賑わいを見せている。
会期	2014 年 2 月 20 日（木）～2 月 23 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	35 万人（主催者発表概数）
出展団体数	277 団体／711 ブース(主催者発表数)
会期中の旅行商品売上総額	約 10 億バーツ（約 31 億 5,000 万円）
訪日旅行商品購入者数	合計 6,627 人(うち団体旅行商品購入 3,039 人、FIT 商品購入 3,588 人)
訪日旅行商品販売総額	約 2 億バーツ（約 6 億 3,000 万円）

◆最近のタイの訪日旅行市場 ～2 年連続で最高記録更新が続いた訪日旅行者数～

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を大きく上回る伸びを見せ、タイの訪日旅行市場の好調さを改めて実感する結果となりました。JNTO が発表した 2013 年の訪日タイ人数は 45 万 3,600 人であり、過去最高記録だった 2012 年の 26 万 8,000 人を大きく更新しました。この好調ぶりを支える要因として、2012 年末からの円安バーツ高の傾向、2013 年 7 月 1 日からの訪日タイ人観光ビザ免除と良い条件が重なったことが挙げられます。タイ人にとって、これまで旅行時にビザが必要だった先進国の中で日本が一番早くビザを免除したということが、訪日旅行を検討していただけでなく一般の方にも好印象を与え、タイでの親日ムードは加速しています。日本への旅行商品が懸賞品やカード会社のポイントサービス特典商品にもより多く登場しているとのことです。

この活況に対応するべく、タイのフラッグ・キャリアであるタイ国際航空は 2014 年

3月からバンコク-羽田線を増便(毎日2便体制)したほか、バンコク-大阪便には大型機を導入して輸送能力を増強させました。更に2014年6月から格安航空会社(LCC)のジェットスター航空もバンコクから福岡への直行便を就航させることを発表しています。タイと日本を結ぶ初のLCC定期便就航は、これまで経済的な理由で日本への旅行をあきらめていたタイ人や、リピーターを中心とした個人旅行者に対する大きな呼び水となることが期待されています。

なお、2013年11月からバンコクを中心としてタイ全土で反政府デモが展開されていますが、政情混乱以降、タイの公務員や議会議員の国外視察に影響が生じていること以外は、訪日旅行市場に目立った悪影響は見られないようです。

2. ジャパン・パビリオンに過去最大数の自治体・関連団体が集結！

ジャパン・パビリオンには、過去最大となる59団体(87小間)が出展し、会場で設置されていた他のどのNTO(政府観光局)ブースよりも賑わいが見られました。

自治体・関連団体で出展していたのは、北海道観光振興機構、東北観光推進機構・仙台市、千葉県、栃木県、日光市、群馬県みなかみ町、東京・神奈川、静岡県、浜松市、中部運輸局、石川県、富山県、新潟県、紀伊半島、兵庫県・岡山県、広島県、鳥取県、九州観光推進機構、長崎県、熊本県観光連盟の20団体でした。これらの出展団体のうち、新潟県、日光市、広島県、鳥取県、岡山県、長崎県が初参加でした。ほぼ全国エリアの自治体からの出展となったため、日本への旅行に必要な情報を求める来場者の満足度は非常に高かったと思われます。

ジャパン・パビリオンの日本観光総合窓口として設置された Visit Japan(VJ)カウンターでは、日本全体の観光パンフレットや、各自治体から提供されたパンフレットを配布しました。

今回TITFに初めて出展した自治体・関連団体も多く、自治体のタイに対する熱いまなざしを感じました。以下、出展団体に伺った話を紹介したいと思います。



【日本の旅行情報を求める来場者で大賑わいの

ジャパン・パビリオン】

◆新潟県

今回初出展。今後は新潟・群馬・長野の雪国観光圏で連携し、著名な酒蔵ともタイアップして「日本の雪国の観光」というテーマで物産・観光の両面からPRしたい。

◆群馬県みなかみ町

2013 年 8 月に引き続き 2 回目。初回出展時に作成したタイ語の観光パンフレットや独自に作成した多言語観光アプリなどが功を奏し、JNTO や旅館への問い合わせが増え、観光客も増加している。

◆石川県

国外からの来県旅行者数トップ3は台湾、中国、韓国だが、これらの国々からの旅行市場は頭打ちの感があり、新規市場開拓のために東南アジアにも目を向けて行こうと思っている。まずは金沢、兼六園を PR し、徐々に輪島など各地域へ流れるルートを紹介していきたい。北陸新幹線開通後は富山まで 2 時間、金沢まで 2 時間半で行けるという利便性も PR していきたい。

◆富山県

台湾からの観光客が圧倒的に多い。タイは香港と僅差の 3 位だが、ビザ免除の影響もあり昨年は 9,000 人程度来てもらった。アルペンルートに既に行ったというタイ人も多く、他に良い場所はないかと聞かれるため黒部峡谷などを PR している。

◆栃木県

今回初出展。タイでも日光江戸村の知名度は抜群だと感じた。これをいかしながら、日光以外にも魅力的な観光コンテンツ（那須高原やいちご狩りなど）があることを知ってもらい、栃木県全体を PR していきたい。

◆鳥取県

今回初出展。2013 年 11 月に開設した「鳥取県東南アジアビューロー」の活動の一環として出展。鳥取砂丘が特に好評で、ポスターなどを見た来場者から「日本にこんな場所があることを知らなかった」という驚きの声があった。タイでも大人気の漫画家の故郷であり、「水木しげる記念館(ゲゲゲの鬼太郎)」「青山剛昌ふるさと館(名探偵コナン)」などがあるということも PR している。

◆九州観光推進機構

九州への訪問客は 6~7 割が韓国、中国、香港、台湾で占められており、東南アジアは全体で数パーセント程度の市場。福岡との直行便が飛んでいるタイ、シンガポールを重点市場と位置付けている。タイ市場は今後の伸びが見込める。来場者は九州が地域名なのか県名なのか知らない方もいたので、今後も九州各県の知名度を上げる PR を続けていきたい。現在のところタイからはインセンティブツアー(報奨旅行)で九州北部(福岡-長崎-熊本-大分)を 5 日間程度で周遊するルートが定番だが、九州新幹線の開通や道路網の整備によって、それ以外の魅力的な地域への旅が新たな選択肢として提案できている。

◆長崎県

これまでは九州ブースの中で PR を行っていたが、長崎市の端島(軍艦島)が 2013 年 10 月に公開されたタイ映画「Project-H」の舞台になったため今回県単独で初出展した。撮

影終了後も主演俳優と監督を招待し、長崎の観光地や名物グルメを紹介してもらった。今後も同作が公開されるシンガポールや香港、マレーシア、インドネシア、台湾でも誘客を目指したいと考えている。来場者からはハウステンボスや長崎市の夜景に関する質問もあった。

3. フェア期間中に感じられたタイ人の訪日旅行ニーズや傾向

◆日本の四季を感じたい ～4月の旅行シーズン最大の目玉は「桜」～

今回の TITF は、タイ最大の旅行シーズンである4月のソクラーン期(タイ正月。2014 年は 4 月 13 日～15 日)の旅行商品を購入するために来場する人が多いため、桜の開花時期及び名所に関する問い合わせを多く受けました。JNTO バンコク事務所が作成した全国の桜の見ごろと名所を紹介したパンフレットは来場者に好評でした。

タイ人は花を観賞することが大好きです。桜以外にも、〇〇月に〇〇地方に旅行しようと思っているが、その時期にはどんな花が見られるかという質問を良く受けました。紅葉の見ごろの時期や北海道以外で美しい雪を見ることができる場所を教えてくださいといった質問が相次ぎ、タイにはない日本の四季を旅行中に感じたいという方がとても多いことを実感しました。なお、韓国や台湾の PR ブースにおいても桜が飾られることが多いようですが、タイ人にとっては、「四季の美しい風景を見るなら日本」というイメージが根強いようです。

◆勢いを増す FIT 旅行者層 ～自作の旅行行程表を持参する来場者も～

Visit Japan カウンターで質問する来場者のうち半数程度がリピーターでした。一度目は団体旅行で行ったので、次は個人で旅行したいという人も増えているため、タイでは FIT(個人旅行者)層の拡大が顕著です。来場者から Japan Rail Pass などの各種周遊券を購入できる場所や座席の事前指定の可否、どの程度お得なのかなどといった具体的な質問を多く受けました。レンタカーの予約方法や車種の相談もありました。

事前に綿密な個人旅行ルートを自作したうえで来場し「この旅行ルートで改善すべき点はないか？」と質問する熱心な方も少なくありませんでした。また、2014 年 6 月から就航されるジェットスター航空のバンコク-福岡便を既に購入した方から「おすすめの観光ルートやご当地グルメを教えてください」という問合せも目立ちました。

タイでは旅行代理店にメールや電話で問い合わせをする方法や TITF のような旅行フェアで海外旅行商品を購入するスタイルなどが主流でしたが、最近は FIT 層を中心にインターネットによる直接予約が増加しつつあります。自分たちで日本を旅行できるよう、ウェブサイトなどによるきめ細やかな情報や案内が自治体にも求められています。

日本のことを良く知るタイ人が増えるにつれ、彼らが興味を持つテーマや目的地も多様化が進んでいます。Visit Japan カウンターでも想定外のユニークな質問が続出しました。

彼らから受ける問合せには日本人であっても即答が難しい内容のものが多かったです。

タイでは新たな旅行先が求められています。知名度が低い都市でもプロモーションをすることで、旅行者が増加する可能性があるといえます。

以下、来場者の関心事項、要望等をまとめました。

興味・関心の内容	来場者の要望例
旅行先	北海道、東京、名古屋、京都、大阪、奈良、神戸、白川郷、日光、立山黒部アルペンルート、湯沢町、箱根、河口湖、鳴門町、鳥羽市、福岡、長崎、佐賀
日本の風景・文化・伝統	<ul style="list-style-type: none"> ・自分が旅行する場所の桜の開花時期 ・季節の花や植物 ・富士山が見たい(箱根・河口湖)
食	<ul style="list-style-type: none"> ・寿司、ラーメン、お好み焼き、焼肉、天ぷら (旅行先の〇〇にある、△△が美味しいお店を教えてください)
アクティビティ	<ul style="list-style-type: none"> ・テーマパーク(ディズニーランド、サンリオピューロランドなど) ・イチゴ狩りを体験したい ・スキーなどのウィンタースポーツ ・札幌雪まつりに行きたい
カルチャー	<ul style="list-style-type: none"> ・ラーメンの製麺工場を個人での見学できるところを教えてください ・カードゲームのプレミアカードを購入したい。品揃えが良いホビーショップを教えてください ・ミキモト真珠島の真珠博物館を見学したい ・日本車の改造パーツを購入できるおすすめの店はどこか
その他	<ul style="list-style-type: none"> ・〇〇空港には携帯電話、ポケット Wifi 端末をレンタルしてくれるお店はあるか ・車椅子のレンタルをしたいが可能か ・荷台付のレンタカーを借りたい

◆旅行会社ブース聞き取り(日系 2 社、現地系 3 社)

今回の TITF 会場に出展していた訪日旅行を取り扱う旅行会社に売れ筋商品の傾向に関するヒアリングを行いました。今回の売れ筋ツアー商品は、定番のゴールデンルートや北海道などに加え、新潟・北海道・仙台、福岡・山口・広島等へのチャーター便によるツアーの売れ行きも好調とのことです。訪日旅行需要の急伸に伴い、タイから日本に向かう航空機の座席確保が困難となっていることもあり、東京へのチャーター便によるツアーを販売している日系旅行会社もありました。

また、タイの著名俳優が主演する映画「Project-H(2013 年 10 月公開。舞台：長崎県)」「Timeline(2014 年 2 月公開。舞台：佐賀県)」の舞台となった九州への関心が高まっており、今後これらの映画のロケ地を訪問ルートに組み込んだ団体旅行商品の造成を企画しているという現地系エージェントもありました。



【和室をイメージして設営された現地旅行会社ブース】

どの旅行業者も、去年 2 月の TITF と比べて訪日旅行商品販売数は大変好調だという回答でした。円安パーツ高傾向、タイ人が訪日時にビザ無しでの観光が可能となったことなどが依然として好影響を与えているようです。日本への旅行商品の人気が高まっているため、他業者の参入が相次ぐことにより価格競争が激化しはじめており、日本への旅行商品は価格が高くて売れる時代から安くないと売れない時代へ移行しつつあるのではないかと述べる販売担当者もいました。

4. おわりに

タイ人の訪日旅行市場は、親日的な国民性や堅調な経済成長による中間層の拡大などに支えられ安定した人気を誇っていましたが、2012 年末頃からの円安パーツ高傾向や 2013 年 7 月からのタイ人の訪日観光ビザ免除などに後押しされ、2013 年の訪日旅行者数は最高記録を更新しました。そして今年 6 月からはタイと日本とを一本で結ぶ LCC(格安航空会社)の定期便就航など明るい話題が続くこの国の訪日旅行市場には多くの自治体が注目を集めており、その結果が今回の過去最大規模の大所帯となったジャパンパビリオンに現れていました。

今回会場で話をお伺いした自治体・団体関係の方からも、これまで重点市場と位置付けていた中国や韓国や台湾などに加え、今後はタイでのプロモーションに注力したいという声を聞くことが多かったです。

今後ますます成長していくことが予想されるタイの訪日旅行市場では、個人旅行者に向

けた具体的で親身な旅行情報の提供や受け入れ態勢の充実化、現地旅行エージェント等に対する新たな旅行プランの提案などが地方にも求められると思います。

当事務所では、今後も引き続きタイの訪日旅行者の傾向やニーズの把握等、自治体の皆様が海外からの誘客を目指す際に有益な最新情報の収集を心がけてまいります。

※TITF 出展に関するお問合せ先：日本政府観光局 (JNTO) 海外マーケティング部アジアグループ 電話：03-3216-1902

(田中元所長補佐 長崎市派遣)



TITF2014【東北・仙台ブースにおける活動支援】

1. 概要

2014 年 2 月 20 日（木）から 23 日（日）までの 4 日間、バンコク（タイ）において、同国最大の旅行フェア「Thai International Travel Fair-TITF#14」（以下「TITF」という。）が開催されました。

CLAIR シンガポール事務所では、岩手県からの活動支援依頼に基づき、同旅行フェアにおける「東北・仙台（TOHOKU/SENDAI）」ブースに職員 1 名を派遣し、岩手県及び東北地方の観光 PR 支援を実施しました。

2. 「東北・仙台」ブースの状況

「東北・仙台」ブースでは、仙台市及び東北観光推進機構のほか、東北運輸局、青森県、岩手県、秋田県、山形県、花巻温泉(株)（岩手県）の各団体スタッフが加わり、まさに東北地方一体となった観光案内・PR を実施しました。

「東北・仙台」ブースは日本の出展者が集まる「ジャパンパビリオン」内に設置されたのに加え、震災からの復興支援活動として、AEON Thailand が会場入口付近に展開する PR コーナー内にミニブースが設置され、より多くのプロモーションチャンスを与えられました。

今回の TITF では、来場者の大半がジャパンパビリオンに集中するほどの、他国を凌駕する「日本人気」を目の当たりにしました。特に土日は人でジャパンパビリオン前の通路が埋まり、なかなか前に進めないほどの多くの来場者に恵まれました。タイはもともと親日国ですが、2013 年 7 月の訪日観光ビザの大幅緩和が、日本人気に拍車をかけているものと思われます。

2013 年 10 月に仙台・バンコク間の直行便（タイ国際航空）の運航が開始されたこととこれから春シーズンを迎えることを考慮し、バンコクからのアクセスの良さや東北各地の桜の名所、温泉、食・特産品といったタイではなかなか体験することのできない東北ならではの観光素材を中心に案内・PR しました。同時に、東北地方の観光に関するアンケート回答者に対し「東北 T シャツ」を贈呈



写真上： ジャパンパビリオン内の「東北・仙台」ブース。仙台市のご当地キャラクター・むすび丸も参加した。

写真下： AEON Thailand 様の PR コーナー内に設置されたサブブースでの観光案内の様子。

して、訪日旅行者動向の調査と東北地方ファンの獲得に努めました。

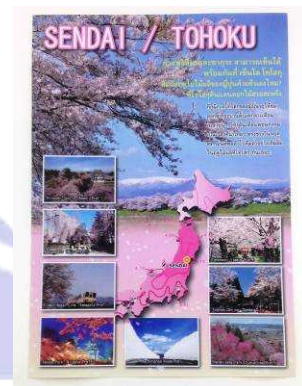
4日間を通じて、「東北・仙台」ブースは多くの来場者に恵まれました。事前に質問事項をメモしてくる方、観光地（特に桜の名所）をあげてアクセス方法を聞く方、東北全県周遊の必要日数やモデルコースの提示を求めてくる方など、他の東南アジア諸国における旅行フェアでは見られない東北への関心の高さが伺えました。放射能・津波に関する質問や東北に拒否反応を示す来場者はほとんど見られず、タイの人々は他国で開催される旅行フェア来場者よりも東北地方に対して高い関心を示していました。

3. 所 感

来場者から「東北・仙台」ブースに寄せられた質問のうち、最も多かったのは桜の名所に関するものでした。

現在、東南アジア諸国の中でも特にタイからの観光客誘致を推進している日本の企業・地方自治体が多く見られますが、その中で、仙台市は震災以前からタイの人々に「日本の桜＝仙台」というイメージを浸透させることに成功し、毎年桜のシーズンに多くのタイ人観光客を受け入れてきました。これは早い時期から、継続的にプロモーションを行ってきた成果であると考えられます。今回、TITF における多くの来場者との会話を通じて、仙台市による努力の成果が、同市だけでなく東北地方全体に広がりを見せていることを感じました。

震災後再び盛り返してきたタイからの旅行者受入について、東北地方全体をあげての取組みを今後も支援していきたいと思えます



今回の TITF で配付した東北各地の桜の名所を掲載したパンフレット。裏面には様々な花の 4 月～8 月間における開花時期を掲載している。



(吉田元所長補佐 岩手県派遣)

TITF2014【東京・神奈川ブースにおける活動支援】

1. 概要

関東運輸局、地方自治体、民間業者等が共同で実施する「ビジット・ジャパン地方連携事業」として、羽田・成田空港からアクセスの良い地域が連携し東南アジアにおいてプロモーションを実施しています。2013年7月にタイ、シンガポール、マレーシアの旅行会社とメディアを招請、同年9月には「TOKYO・KANAGAWA」ブースとして MATTA Fair に参加しました。「TITF2014」においても当該地域が同名でブース出展するにあたり、大田区からの依頼を受け、活動支援を実施しました。

2. 事業参加団体

関東運輸局、横浜市、横浜観光コンベンション・ビューロー、神奈川県、川崎市、箱根町、台東区、大田区、品川区、日本航空(株)、京浜急行電鉄(株)、小田急電鉄(株)



3. 「TOKYO・KANAGAWA」ブースにおける観光PR

ブースを訪れる来場者のほとんどが地域の見どころを表示したボードを興味深げに眺めていました。鎌倉、箱根、横浜などが、東京から日帰りできることを知らない人が多く、1時間程度で行けることを説明すると「東京にいる間に行ってみたい。」と喜んでいました。東京では買い物などを楽しみつつ、鎌倉、箱根、横浜などで大仏、温泉など日本ならではの文化に触れたり、きれいな風景の写真を撮ったりしたいという人が多くいました。家族連れには八景島シーパラダイスや藤子・F・不二雄ミュージアムが人気を集めていました。

「東京・神奈川にはどんな見どころがあるか教えてほしい。」など漠然とした情報を求める人と、「東京には何度も行っているので主要な観光地以外を教えほしい。」「●●に行きたいが、どの経路で行くのが最も行きやすいか。」といった具体的な情報を求める人が半々くらいでした。初めての訪日でもパッケージ旅行ではなく個人で旅行を予定している人も多く、日本に行ってから目的地にスムーズにたどり着けるか、こちらが心配になることもありました。そのような人に説明をする際、主要駅などからの行き方が詳しく説明されたパンフレットは非常に役立ちました。

日本への関心が非常に高いタイでは、今後訪日旅行者のうちリピーターの割合が増加していくと思われます。リピーターに対し地域の魅力を伝えていくことで、主要な観光地以外にも誘客を図ることができるのではないかと感じました。

(新山元所長補佐 東京都大田区派遣)

TITF2014【九州観光推進機構ブースにおける活動支援】

1. 概要

九州観光推進機構では東南アジアから九州地方への観光客誘客のため、各国で実施される旅行博等において継続したプロモーションを実施しています。2014 年 2 月に開催された Thai International Travel Fair (TITF 2014) にブースを出展し、訪日旅行者の増加が著しいタイにおいて、九州への旅行者増加に向けて PR を行いました。当事務所では来場者への説明等の支援を行いました。

2. 九州ブースでの観光 PR

2014 年 6 月から JET Star 社によりバンコクー福岡間の直行便が就航するため、既に福岡行きの航空券を購入した人が情報を求めてブースに来られることが多くありました。航空券は購入しているものの、九州内の観光地についてほとんど知らないという人も多くみられ、九州の有名な観光地や各地域間の移動時間及



賑わう九州ブース

び手段、桜や紅葉の時期などについて質問がありました。一方で、既に何度も日本を訪れていて、旅行行程を作成した上でより詳細な情報を求めてブースを訪れる来場者もいました。FIT（個人旅行）を計画している人は、旅行体験が投稿されているタイ語のウェブサイトでは情報を入手している人が多くありました。なお、現地の旅行社の人に聞いたところ、九州への旅行者は、東京・大阪や北海道に行った経験がある人がほとんどで、日本における第二、第三の旅行先として選択されているようです。また、タイ語の情報についてはニーズが高く、各県で準備されたタイ語のパンフレットや地図を求める人も多く、最終日には全ての資料の在庫がなくなりました。

3. 所感

長崎及び佐賀を舞台にしたタイの映画が放映されたこともあって九州北部に関心を持たれている方が多い状況でした。まだ九州全体の認知度がそれほど高くないようですが、JET Star の就航やリピーターの増加などにより、今後も九州への旅行者は増加が期待できるので、プロモーションを継続して行い、各地の魅力を伝えていくことが必要だと感じました。

(吉本元所長補佐 鹿児島県派遣)

TITF2014【熊本ブースにおける活動支援】

1. 概要

熊本県は 2014 年 2 月に開催された Thai International Travel Fair (TITF 2014) で、県単独として初めてブース出展し、訪日旅行者の増加が今後見込まれるタイにおいて熊本の PR を行いました。当事務所では来場者への説明等の活動支援を実施しました。

2. 「くまもと」ブースでの観光 PR

熊本県ブースは九州観光推進機構と 3 つの自治体（長崎県、熊本県、福岡市）が参加する九州ブースの一角にありました。このブースは出展者間の間仕切りを取り払うことで、視覚的にも一体感を作り出しており、九州エリアが一丸となって PR している様子が特徴でした。

2013 年 7 月からのビザ解禁に併せ、2014 年 6 月からのジェットスターによるバンコクー福岡間の直行便が就航することで、タイからの



情報を求める来場者

FIT 旅行者が一段と増えているようでした。まずは格安の航空券を先に購入し、その後行き先を探しているという旅行者が数多くみられました。そういった旅行者の多くが熊本、



ステージでの九州 PR

九州についてほとんど知識がないということで、ブースを訪れてパンフレットを集め、おすすめ情報を詳細に収集している姿が印象的でした。

パンフレット配布と併せて、インターネットで熊本の魅力を紹介する“KUMAMON's Kumamoto Diary”（英語版）への“いいね”登録も実施したところ大きな反響がありました。旅行フェア後の継続的な情報発信に有効であると思われます。

3. 所感

ビザ解禁と LCC の就航により、今後は九州地域への旅行者が増えることが予想されます。今のところ九州エリアの知名度は高くないことから、今後、旅行者が欲しい情報をどのように伝えて行くのが、九州地域への訪日旅行客を増加させるカギになると感じました。

(岡田所長補佐 熊本県派遣)