

活況のタイ訪日旅行市場！

多様なニーズの旅行者を呼び込むために

～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。8 月には「Thai International Travel Fair (TITF2014#15)」に参加し、日本パビリオン内において、日本政府観光局（JNTO）バンコク事務所と連携して観光 PR を実施しました。現場で見たタイ訪日旅行市場の状況を報告いたします。

1. 各月訪日者数が 28 か月連続で過去最高を更新中！

JNTO が発表した 2013 年の訪日タイ人数は 453,642 人と過去最高を記録し、前年比 74%増という驚異的な伸びを見せました。さらに、今年に入ってからタイからの訪日外客数は堅調に伸びており、1 月～7 月までの推計値は 373,500 人で前年同期比 61%増となっており、月別に見ても 2014 年 7 月まで各月の過去最高を 28 か月連続で更新しているという、訪日旅行市場が今最もホットな国の一つとなっています。この好調ぶりを支える要因として、2013 年から 2014 年にかけてタイ国際航空が、札幌・羽田・中部路線の増便や各路線で大型機の導入を図ったことで輸送能力が向上したこと、円安バース高の傾向、2013 年 7 月 1 日からの訪日タイ人観光ビザ免除の影響が挙げられます。また、2014 年 6 月からは、格安航空会社(LCC)のジェットスター航空が、日本とタイの間では初めての LCC 定期便となるバンコク～福岡直行便を就航し、さらに 9 月からは、同じく LCC のタイ・エアアジア X がバンコク～成田・関西路線を就航しています。現在はタイからの訪日旅行において FIT（個人旅行）の割合は半分より少し多い程度ですが、日本～タイ間の LCC 路線が相次いで就航されたことで、FIT による旅行を中心に訪日旅行者数が一層増加することが期待されます。

2. ジャパンパビリオンでの観光 PR

例年、8 月の TITF では 10 月のタイの旅行シーズンに向けた旅行商品の販促を主な目的としています。秋旅行をイメージした紅葉のデザインが施されたジャパンパビリオンには、34 団体（46 ブース）が出展し、これまで開催された 8 月時期の TITF の中では最大規模の出展団体数となりました。メイン会場の入口から見ると最奥の位置に設置されましたが、他国の NTO(政府観光局)ブースと比較しても大きな賑わいを見せていました。

◆Visit Japan カウンターには FIT 旅行者が続々来場～個別相談カウンターの設置

JNTO バンコク事務所が、ジャパンパビリオンの日本観光総合窓口として設置した 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。

また、今回は VJ カウンター内に、FIT 旅行者用の相談コーナーが設置され、詳細な情報を求める FIT 旅行者への対応を行っていました。旅程・周遊コースや公共交通機関の時刻表や料金、宿泊・食事場所の情報やコストなどに関する細かな質問が数多く寄せられ、中には長期にわたって日本各地を周遊するためのスケジュールを自分で作成し、時間や料金に関するアドバイスをもらいに来る来場者の姿もいくつか見受けられ、タイの人たちの日本に関する知識の多さ・関心の高さが窺えました。



【紅葉をモチーフにデザインされた Visit Japan カウンター（左）や各地域のブース（右）】



【VJ ブースへ相談に来る来場者】



【FIT 相談カウンターで様々な相談に応じるブーススタッフ】

◆各ブースでの対応状況

自治体・関連団体で出展したのは、神奈川・東京、大分県、紀伊半島滞在型観光プロモーション事業実行委員会、富良野美瑛広域観光推進協議会、北海道観光振興機構、岐阜県・長野県・名古屋観光コンベンションビューロー、羽田空港&成田空港周辺観光協議会、富山県、仙台市・東北観光推進機構、中国地域観光推進協議会、広島県・広島観光コンベンションビューロー、群馬県みなかみ町、四国ツーリズム創造機構、長崎県観光連盟、中部広域観光推進協議会、静岡県、鳥取県、九州観光推進機構の18団体でした。日本全国をほぼ網羅する数の団体が出展しており、ゴールデンルートや北海道などの定番の旅行先を求める来場者、新しい旅行先を求める来場者、広域にわたっての周遊を希望する来場者といった、様々なタイプの来場者の要望に応えることができる体制が整っていました。



【多くの来場者でにぎわうジャパンパビリオン】



【各地域のブースにて情報を求める来場者の様子】

今回のTITFに出展していた自治体・団体からお話を伺いましたが、多くの出展者が、来場者の数は少なくなったように感じるが、質問の内容が細かく具体的なものになってきたと感じたそうです。自治体・関連団体ごとの状況は次のとおりです。

◆大田区（羽田空港&成田空港周辺観光協議会）

羽田・成田の名前を出すと、来場者の反応は良いが、都心へのアクセスという羽田のセールスポイントがあまりよく知られていないと感じた。大田区には安い宿も多くあるので、そういった情報と併せてPRを行った。口コミの力が強いと感じたので、旅行者に満足してもらい、旅行者から自然に情報が拡散されるよう受け入れ側の体制も整えていきたい。

◆仙台市・東北観光推進機構

これまでと比べ、具体的で細かな質問が多かった。問い合わせのあるエリアも、東北全域に広がっている。自然を見たいという要望が多く、紅葉や樹氷、雪の回廊などは好感触であった。

◆群馬県みなかみ町

今回で3回連続の出展。出展をするたびに聞かれる質問の内容も具体的で細かいものになっている。パンフレットはこれまでよりも多く持ってきたが、かなりのペースで減って

いき、最終日にはすぐに無くなった。

◆四国ツーリズム創造機構

今回初めて出展した。新しい行き先を求める来場者の方々にPRすることができ、良い感触を得られた。今後も引き続きタイでのプロモーション活動を行っていきたい。

◆長崎県観光連盟

端島（軍艦島）がタイの映画のロケ地となったことで大きな効果があった。また、長崎市内が、タイの人気アイドルグループ「ラオンフォン」のミュージックビデオの撮影地となり人気が高まっている。



◆静岡県

東京～大阪間を回る旅行者に、途中で滞在してもらえるよう情報を提供した。7月に静岡県の観光誘客拠点をタイに設置し、担当者のネットワークを活用しながらプロモーションを行っている。富士山などパンフレットの写真については、どこで撮れるのかといった問い合わせも多く、場所や行き方などの情報も提供していかなくてはと感じた。

【長崎県観光連盟のブースでPRするタイのアイドルグループ・ラオンフォン】

◆九州観光推進機構

6月にジェットスターが福岡路線を就航したことにより、福岡を起点とする旅行者や北部九州の問い合わせが増えた。自然や歴史的な観光地の問い合わせもあるが、日本の祭りを見たいとの声も聞かれた。

3. タイ人が求める日本旅行とは？

今回のTITFでは、シーズンとしてやはり秋の紅葉に関する質問、また冬に向けての雪の質問が多くありました。その他にも、今回のTITFで感じられたタイの人たちが日本の旅行に求めることや、旅行者の傾向を報告します。

◆自然は見るだけではなく記録したい～写真撮影ポイントのススメ～

訪日旅行に求める点として、全体的に紅葉や雪などの自然景観を楽しみたいという方が多いと感じました。特に、花への興味・関心が高いようで、紅葉や桜以外の花についても、種類や咲く時期に関しての詳しい問い合わせを受けることも多かったです。

また、タイの方は写真を撮ることが非常に好きで、来場者においても、旅先でたくさんの写真を撮りたいという方が多くいらっしゃいました。前述の静岡県から伺った話でも触れていましたが、撮影ポイントの場所やアクセス、また「(パンフレットの写真を見な

がら)この風景はいつの時期に撮れるのか」といった情報を求められることもありました。中には、「〇〇という飲食店の写真を撮るためだけに行くので行き方を教えてほしい」といった方もいました。自然や歴史的な景観だけでなく、様々なものを撮影したがるタイの人には、このような情報も喜ばれるかもしれません。

◆飛行機は使わない?～電車や車でのアクセスがポイント～

タイの方は、日本国内の移動手段として、あまり国内航空路線を利用しない傾向にあるようです。ローカル路線でゆっくりまわりたいという電車・バスでの移動自体を楽しみたいという方や、福岡から札幌まで電車で移動したいといったようなかなりの長距離でも電車・バスで移動したいという方が多くいらっしゃいました。また、レンタカーでのアクセスや利用方法についての問い合わせも非常に多く、タイからの誘客を図る際にはレンタカー旅行者に向けたプロモーション展開も効果があるように感じました。

◆旅行の情報源は?～きっかけはテレビやインターネット～

タイの方の多くは、テレビやインターネットなどのメディアをきっかけとして、観光情報を入手しているようです。インターネットの面では、特に有名人のブログやツイッター、知人の SNS での投稿などを通じた情報の影響はとて大きく、そういったものを見て気になったので詳しい情報をもらいにブースを訪れる方も多くいらっしゃいました。また、タイでは、日本をロケ地とした映画・ドラマ番組・バラエティー番組・ミュージックビデオなども多く放送されており、そういったかたちで露出のあった地域は認知度も高い傾向がありました。

ただし、いざ旅程を組み立てようとした際に、「英語やタイ語の案内サイトがなかった」「タイからインターネットで予約ができないことも多く不便」といった点についての話もよく聞かれ、この点は受け入れ体制整備の面での課題と言えるのではないのでしょうか。このような状況からも、タイの旅行者は事前に確かな情報を得るために、TITF のような場で詳しいアクセス情報やスケジュールなどの情報を求める傾向にあるようです。

◆旅行会社からのヒアリング

TITF 会場に出展していた訪日旅行を取り扱う旅行会社のうち、日系旅行会社 2 社、現地旅行会社 3 社にヒアリングをしました。

*リピーターの次なる旅行先は?

全体的には、ゴールデンルートや北海道といった定番コースや、ジェットスター就航や映画・テレビ番組などのロケ地となるなど話題性のある九州の気が高かったようです。ただし、ゴールデンルートなどの人気の地域はバスや宿の確保が難しくなっており、リピーターからのまだ観光地化していない地域へのニーズの高まりなどから、旅行会社各社は新しい旅先を模索している様子でした。そんな中、いくつかの旅行会社においては、鳥取

県が情報提供や協力をしてくれており、訪れたことのあるタイ人もまだ多くないため今後プロモーションしていきたいとの話が出ていました。同時に、日本の自治体にはもっとイベントや商談会などのプロモーション活動をしてほしいとの声があり、鳥取県のように積極的にプロモーション活動を行うことで、旅行会社との連携体制が強化でき、誘客につなげることができるのではないかと感じられました。

*交通情報提供が課題

JRパスなどの周遊パスなどの売れ行きも好調だったようです。ただ、前述の来場者からの声にもあったとおり、交通に関する情報が不足しており、対応に苦慮する旅行会社も多いようです。ウェブサイトの多言語化など、こういった情報を提供できる体制を充実化させることが望まれています。

4. おわりに

タイにおいてTITF来場者の対応をしていると、そのリピーターの数に驚かされます。相談に来た方に「日本に行ったことはありますか?」と聞くと、10回前後訪れたという方が何人も続いたこともありました。また、「タイの人があまり行ったことのない場所を教えてください」と聞いてくる方が多かったのも印象的でした。現地では、そういったリピーターを中心に新たな旅行先や観光コンテンツに関する情報が常に求められていますので、知名度に関わらずどのような地域でも、自分たちの地域の強みを効果的にプロモーションすることで、タイからの誘客を伸ばしていけるのではないかと思います。

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、自治体の海外からのインバウンドに関する有益な最新情報の収集を心がけ、訪日旅行客誘致活動のお役に立てることを目指したいと思います。

なお、タイでは昨年末からのデモの激化、今年5月のクーデターと、政治面での大きな動きが続きました。この影響で、タイではインバウンド面で影響を受けているようですが、訪日旅行市場については、最初に触れたJNTOの発表からも分かるように、影響は見られず順調に推移している状況です。今回のTITF会期中のバンコク中心部のまちの様子も普段と変わらない様子でした。現在タイでは、暫定議会や暫定内閣も発足し、政治改革を推し進めているところであり、来年秋をめどに総選挙を経ての民政移管を目指していますので、こちらについても注視していきたいと思えます。



【Visit Japanカウンターで来場者の質問に答えるスタッフ】

5. Thai International Travel Fair2014 (TITF2014#15) について

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。 8月のTITFは、タイの旅行シーズンである10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8月14日(木)～8月17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20%増)
出展団体数	588(前年比29%増)
会期中の旅行商品売上総額	3.6億バーツ(約11.5億円、前年比44%増)
訪日旅行商品購入者数	2,355人(内訳:団体旅行商品購入者838人、FIT商品購入者1,517人) ※前年:団体2,173人、FIT1,076人、計3,249人
訪日旅行商品販売総額(概算)	0.5億バーツ(約1.6億円、前年比55%減)

※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

(関根所長補佐 新潟市派遣)

CLAIR