

広域連携でタイの個人旅行者を呼び込む！！

～「Visit Japan FIT Fair 2018」～

シンガポール事務所

クリアシンガポール事務所では、2018年11月2日（金）から4日（日）まで、タイ・バンコクの中心街にあるショッピングセンター「サイアム・パラゴン」にて開催された訪日旅行フェア「Visit Japan FIT Fair 2018」の様子を取材してきましたのでその様子をお伝えします。

この旅行フェアは、JNTOが海外で開催する訪日旅行フェアとしては最大規模のイベントであり、官民一体となって秋冬のピークシーズンの需要を促進するために開催されています。

1. タイの訪日観光客の状況

JNTOによると、2017年にタイからの訪日旅行者は前年比で9.5%増加しており、過去最高の987,211人を記録しました。3年前（2014年）からの比較で考えると年間で30万人以上も増加しており、訪日旅行への関心が非常に高まっています。

タイからの訪日旅客数の推移（出典：JNTOウェブサイト）

年次	2014年	2015年	2016年	2017年
訪日 旅客数	657,570人	796,731人	901,525人	987,211人
前年比 増加率	+45.0%	+21.2%	+13.2%	+9.5%

CLAIR



【活気にあふれる会場の様子】

2. ステージ・JNTOブースの様子

今回の全体テーマは日本の冬をイメージしたものとなっており、ステージ付近にも雪を施した装飾が目立ち、来場者の本物の雪を見たいという気持ちを喚起していました。ステージではフェア期間中を通して、各出展者が様々なパフォーマンスを行うなど、来場者を飽きさせない工夫がなされていました。

JNTOブースでは全国各地の観光パンフレットが並べてあるほか、自分が行きたい地域への行程について具体的に相談できるコーナーがあり、常に順番を待つ列が絶えないほどの大盛況でした。多くの来場者が具体的に日本に行く計画を持っているようでしたが、中には既に会場内のブースで航空券を購入した後に相談コーナーを訪れ、どのようなルートを巡るのが一番おすすめかという情報を求めている人もいました。



【オープニングセレモニーの様子】



【JNTOブースの様子】

3. 地方自治体ブースの様子

今回の旅行フェアにも多くの自治体関係者がブースを出展していましたが、タイの旅行者は SNS 映えするような自然や、綺麗な花を好むということが浸透してきたようで、どのブースもタイ旅行者の好みを意識した、写真映えする観光スポットを推したパンフレットを前面に出したり、ブースで写真が撮れる場所を設けるなど工夫をしていました。その中でも特に目立ったのは広域連携協議会等として、単独の自治体ではなく複数の自治体・民間事業者がタッグを組んだ形でのブース出展でした。広域連携協議会の構成員として出展されていた民間企業の方からは、観光客は「●●県」や「〇〇市」だから来るのではなく、そこに面白いコンテンツがあるから来る、行政の境にこだわらず、少しでも多くの魅力的な観光素材を一緒にPRする方が効果的だという意見が多く聞かれました。広域地域でPRすることで、旅行者に広い地域での周遊をお勧めでき、地域での滞在日数が伸びることが期待できるので、今後こうした形でのブース出展が増えていくことも予想されます。

タイ市場では、訪日旅行のリピーターの増加と個人旅行化が進み、旅行先や旅行方法も多様化しています。FIT フェアが個人旅行者をターゲットにしていることもあり、今回からFIT フェアにも出展するようになったという自治体も複数いらっしゃいました。また、リピータ

一対策として、公共交通機関では行きにくい場所でも、よりディープな魅力を体感してもらうため、多くの自治体がレンタカーの利用を勧めていることも印象的でした。また、色々なブースを取材する中で、ただ観光地を見て回るだけなのはタイの旅行者には耐えられない、体験がないと嫌だという傾向が強いことを多くの方が仰っていました。

タイでは Facebook 等の SNS が盛んだということで、各ブース、そうした SNS と連携したキャンペーンを行っているところが目立ちました。JNTO ブースでタイでのメディアを活用した PR について話をお聞きしたところ、「タイでは誰もが知っているような有名人を使った広告キャンペーンは広く消費者に訴求する爆発力がある、一方 SNS 等を利用して、特定の領域（食・旅・趣味など）で強いファンを持っているインフルエンサー達を PR に使うことで、より深く魅力を届けることが出来る。ターゲットによって両方を使い分けていくことが大切」と仰っていました。



【広域連携ブースの様子】



【SNSと連動したPR】

4. 今後の課題と対応

今回取材した多くのブースでは、リピーターが好むような観光スポットへアクセスするためには、まだまだ公共交通機関が整備されていないという課題を抱えていることでした。レンタカーを使った周遊プランを PR しているものの、国際免許を持たない観光客も多く、二次交通の整備を課題として認識している自治体が多くいらっしゃいました。バンコク都心部では車を持つ必要がないからと、免許を持っていない若者も多くいるそうです。

インターネットの発達、個人の嗜好の多様化等を背景に、個人旅行・リピーターの増加という傾向はこれからも続いていくことが予想されます。自治体には、SNS 等の情報発信を充実させていくことと、二次交通等の受地整備も充実させていくことを両輪としながら、リピーターに選んでもらえる観光地づくりを進めていくことが期待されています。

「Visit Japan FIT Fair 2018」の概要

概 要	JNTO が主催する訪日旅行フェア
開催期間	2018 年 11 月 2 日(金)～4 日(日) 10:00～20:00
開催場所	サイアム・パラゴン
対 象	一般消費者
入場料	無料
来場者数	55,554 名(主催者発表)
自治体関係 出展者(一部)	北海道、宮城県、山形県、福島県、栃木県、群馬県、千葉県、新潟県、福井県、静岡県、三重 県、兵庫県、和歌山県、鳥取県、山口県、佐賀県、長崎県、大分県、沖縄県、関東観光広域連 携事業推進協議会、九州観光推進機構 など



(永原所長補佐 北九州市派遣)

(岩田所長補佐 栃木県派遣)