

さらに広がるタイ訪日旅行市場の裾野 ～タイ旅行フェア Thai International Travel Fair2015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月には「Thai International Travel Fair (TITF2015#16)」に参加し、ジャパン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. 好調を維持するタイの訪日旅行市場

JNTO が発表した 2014 年の訪日タイ人数は、前年比 45%増の 657,600 人（推計値）を記録し、3年連続過去最高となっています。月別に見ても 2015 年 1 月まで各月の過去最高を 34 か月連続で更新しており、タイの訪日旅行市場は 2012 年以降好調を維持し続けています。観光ビザ免除、円安パーツ高、航空路線の拡大など、好調を維持している要因は様々挙げられますが、昨今は特に FIT（個人旅行）観光客の増加も大きな要因の一つとなっているのではないかと考えられます。2014 年は 6 月と 9 月に、日本～タイ間で格安航空会社（LCC）が相次いで新規路線を就航しており、手ごろな価格で日本に旅行ができる環境が整ってきています。さらに 2015 年 5 月からは、新たな LCC 路線として、タイ・エアアジア X によるバンコク～札幌間のデイリー便が就航予定で、今後ますますタイからの FIT 旅行者が増え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

タイでは、4月のソクラーン（旧正月）が最大の旅行シーズンとなり、例年タイからの訪日旅行者数も4月が最も多くなります。今回の TITF では、ソクラーンを控えたタイの旅行者を呼び込むために、見ごろの時期が重なる桜をイメージしたデザインが施されたジャパンパビリオンには過去最大となる



【多くの来場者でにぎわうジャパンパビリオン】

62 団体（83 ブース）が出展しました。会期もこれまでの4日間から1日増えた5日間での開催となり、他国のブースよりはるかに大きな規模のジャパンパビリオンは連日大きな賑わいを見せていました。

◆Visit Japan カウンターでの観光 PR～FIT 旅行者へのきめ細かな対応

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。

VJカウンターの一隅には、前回のTITFで初めて設置されたFIT旅行者用の相談コーナーが今回も設置され、具体的で細かい情報を求めるFIT旅行者への対応が行われました。さらに、VJカウンターの前には、各地域のタイ語の観光サイトをQRコードにしてまとめたパネルも設置されました。これは、2014年11月にJNTOバンコク事務所が実施したFIT旅行者向け訪日旅行フェア「Visit Japan FIT Travel Fair2014 Winter (FITフェア)」で初めて設置されたもので、多くの来場者が携帯電話を片手にパネルの前に詰めかけていました。パネルに記載された情報を紙で欲しがる来場者もあり、タイの旅行者がタイ語での情報提供を求めている様子が窺えました。このようにVJカウンターではFIT旅行者の要望にきめ細かく対応できる体制を整え、来場者への訪日観光PRが行われました。



【FIT相談コーナーで旅程の相談をする来場者(上)と
タイ語の観光サイト情報コーナー(下)】

◆来場者の傾向は？①～新たなFIT訪日者層

これまでのTITFでは、日本にかなり詳しいリピーターの旅行者や、事前に細かなスケジュールを組み立てたいという旅行者などから、日本人でも回答に困ってしまうほど非常に細かく具体的な質問を受けることが多くありました。しかし、今回のTITFでは、東京・大阪・京都・河口湖周辺のゴールデンルートや、北海道や高山などの定番の旅行先についての問い合わせが最も多く、問い合わせの内容も一般的・初歩的なものが多く、円安やLCCの就航などにより、これまで日本に行ったことのない層が新たに日本を訪れ始めているようになってきているのではないかと感じられました。このような新しい旅行者層に対して、早いうちに自分たちの地域を印象づけることができれば、ゴールデンルートなどの次の旅行先として多くのタイ人旅行者を呼び込めるかもしれません。

◆来場者の傾向は？②～幅広い興味関心事項

VJブースに足を運ぶ来場者からは前述のような人気の観光地についての問い合わせが多数寄せられる一方、リピーターを中心に日本全国まんべんなく情報を求められ、訪れたい地域・場所の範囲も格段に広がっていると感じられました。問い合わせの内容としては、タイの旅行者が好む花の情報や、きれいな景色などの写真撮影ポイントに関するものが多

く、タイの旅行者を引きつけるためには、これらのコンテンツ情報を提供することも重要となります。しかし一方で、タイの旅行者は非常に幅広い興味関心事項を持っている側面も窺えます。今回の TITF ではソクラーンの時期以外の観光情報に対する質問を受ける機会も多くありました。雪景色や流氷を見たい、日本の祭りや花火大会などに行きたい、スキー・サイクリング・忍者体験などのようなアクティビティをしたいなど興味関心事項も様々で、タイの訪日旅行者の裾野が確実に広がっていることを実感することができました。

◆来場者の傾向は？③～一番お得なパスは何？

来場者から寄せられる問い合わせの中で圧倒的に多いものが、JR パスのような、電車やバスなどの各種交通機関で使えるパスについての問い合わせです。日本では、各鉄道会社やバス会社、また各地方ごとに、多種多様なパスが販売されており、適用範囲など非常に複雑になっているため、どのパスが自分にとって一番得なのかといった情報が強く求められます。FIT 旅行者にとっては、自分の旅程に一番合うパスはどれなのか、自分の購入したパスはどの範囲まで利用可能なのか、といった情報は非常に重要です。各地域がタイの旅行者にプロモーションを行う際は、自分たちの地域や周辺を含めた広域ルートにおいて利用できる交通機関とそのパスの情報を、旅程に応じて提案できるよう用意しておく必要があると思われます。また、国内移動については公共交通機関の他にレンタカーについての問い合わせも多くありました。どの会社でレンタルするのが自分にとって一番良いのか、車種や料金、道路環境や目的地までの所要時間・ルートといった情報を求められることも多いため、受け入れ態勢の整備とともに、レンタカーによる旅程の提案もできるようになれば、タイの旅行者を一層自分たちの地域に引きつけられるかもしれません。

3. 各ブースでのプロモーションの様子

自治体・関連団体では、茨城県、大分県、岡山県、鳥取県、沖縄県、小樽・北後志広域インバウンド推進協議会、関西&滋賀、関西地域振興財団、九州（九州観光推進機構）、熊本県、埼玉県・群馬県・新潟県、佐賀県観光連盟、四国（四国運輸局・香川県・徳島県・愛媛県・高知県）、島根県、瀬戸内ブランド推進連合、仙台／東北（仙台市・東北観光推進機構）、中部広域観光推進協議会、東京観光財団、栃木県、長崎&ハウステンボス、奈良・和歌山・三重、日光市、日光市観光協会、福岡県、福岡市、富士箱根伊豆国際観光テーマ地区推進協議会、別府市、北陸新幹線（長野県・新潟県・富山県・石川県）、北海道観光振興機構、北海道観光振興機構道央部会、千葉県、といった 31 もの団体がブースを出展し、日本全国ほぼもれなく網羅した情報提供が可能な体制がとられていました。

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。多くの出展者が、非常に細かく具体的な質問を受けたようですが、花や果物狩りに関する情報についてはとても反応が良いと感じたようです。また、各ブースの訪問者のほとんどが FIT 旅行者だった

とのことです。

◆北陸新幹線（長野県、新潟県、富山県、石川県）

2015年3月の北陸新幹線開通に合わせて、各県連携をしてFIT旅行者へのプロモーションを行うために出展したものの。全体的に来場者の数は少なく感じたが、北陸新幹線について知っている人もおり食いつきも良かった。新幹線を絡めた観光ルートや旅行先の提案もしやすくなったので、今後の展開に期待が持てる。



【来場者の対応をする北陸新幹線ブースの様子】

◆北海道観光振興機構

今回はたくさんの来場者が北海道ブースに足を運んでもらっていて非常に盛り上がっている。ソクラーンの時期に合わせたコンテンツを用意していたが、流水や5月に就航予定のLCC便に関連したものなど、違う時期の質問も意外と多い。LCC就航については、チケットを購入したのでおすすめの場所を教えてくださいといった方もおり、来場者のほとんどを占めるFIT旅行者に良い影響が出ている様子。レンタカーに関する質問も多く、北海道内全ての地域について問い合わせがある状況。

◆岡山県

岡山へのタイの観光客が増えており、今回のTITFもこれまでと比べて岡山に行く決めてブースに足を運ぶ人が増えているようだ。ファミトリップやテレビで取り上げてもらった効果が出ているのではないかと分析している。後楽園・岡山城や倉敷といった観光地や果物狩りへの反応が良い。しかし、一般的にはまだ「岡山」の知名度が低いことから、今後日本の他の地域に行き慣れたリピーター層に訴求していきたい。また、知名度向上に向けて近隣県と連携したプロモーションを行っている。

◆鳥取県

タイからの旅行者数は2012年に120人→2013年に210人→2014年は1,000人超と着実に伸びている。メディア招請などで地道にプロモーションを行った効果が出ていると分析している。3月にはタイからのチャーター便も就航し、今後もタイを中心にアセアン各地へプロモーションしていきたい。

◆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1社にヒアリングをしました。各旅行会社ともにFIT化への流れがかなり強まっていると感じているようで、来場者の購入商品はJRパスなどのパスの割合が圧倒的に高かったようです。また、前回2014年8月のTITFでは、いくつかの旅行会社から情報提供などで協力的な鳥取県をプロモーションしていきたいとの話が出ていましたが、前述のとおりその鳥取県ではタイ旅行者の数が非常に高い割合で増えているようです。旅行会社

の声に耳を傾け、様々な面で協力していくことも旅行者獲得の重要な手段となると思われます。

4. おわりに

これまで、タイの訪日旅行市場においては、FIT と団体ツアーの比率はほぼ半分で、FIT が少し多い程度と言われてきました。今回の TITF では、訪日旅行商品の売上げの大部分が FIT 商品だったようで、会場の様子を見ても、現在のタイでは FIT 旅行者がますます増えており、今後も一層その比率が増え続けていくのではないかと感じられました。既に



【桜をイメージしたデザインが施された各ブース】

取り組みを行っている地域もそうでない地域も、今後もタイの旅行者を呼び込んでいくためには FIT 旅行者にも目を向けた取り組みも必要になると思われます。

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。

5. Thai International Travel Fair2015 (TITF2015#16) 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。 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売の場として例年賑わいを見せている。
会期	2015年2月25日(水)～3月1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	43万人(主催者発表概数)
出展団体数	1,016ブース(主催者発表数)
会期中の旅行商品売上総額	約8億バーツ(約29億5,000万円)
訪日旅行商品購入者数	合計4,898人(うち団体旅行商品購入1,885人、FIT商品購入3,013人)
訪日旅行商品販売総額(概算)	約1.3億バーツ(約4億8,000万円)

※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)