

# 大盛況！タイの訪日旅行市場 タイ人が求める日本の旅行情報とは？

## ～タイ旅行フェア Thai International Travel Fair2013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。この度も、2013年8月に開催された「Thai International Travel Fair (TITF2013#13)」に参加する機会をいただきました。

旅行フェア会場の様子や来場者の声等を御紹介し、日本の自治体の海外からの観光客誘致に関する有益な情報を提供したいと思います。

### 1. Thai International Travel Fair2013 (TITF2013#13) 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	2013年8月15日（木）～8月18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

#### ◆フェア期間中の訪日旅行商品販売状況・タイの訪日旅行市場

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2012年の訪日タイ人数は、計26万800人となり、前年比79.9%増、過去最高であった2010年の21万5000人を更新しました。国別順位も韓国、台湾、中国、アメリカ、香港に次いで6位となりました。今年1月～5月の期間の総数比較もJNTO発表で前年同時期比52.9%増、更に単月ベースでは今年7月の訪日タイ人数はなんと前年同月比84.7%増の30,200人となっており、このまま順調に推移すれば2013年は最高記録を更新すると予測されています。この好調ぶりを支える要因として、タイ国際航空がバンコク-札幌線を2012年12月30日から週4便に増便したこと、バンコク-成田線に大型機を導入し輸送能力が向上したこと、2012年末からの円安パーツ高の傾向、2013年7月1日からの訪日タイ人観光ビザ免除と数多くの良い条件が追い風となったことが挙げられます。

## 2. ジャパン・パビリオンに過去最大の12の自治体・関連団体が集結！

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。ジャパン・パビリオンには、23団体（36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。メイン会場の中央入口付近に設置されていたこともあり、強い存在感がありました。今回は日本の「祭り」をイメージさせる華やかな装飾が施され、連日人垣ができるほどの人気で、付近に並んだ他の国のNTO(政府観光局)ブースと比較しても明らかに大きな賑わいを見せていました。

自治体・関連団体で出展していたのは、静岡県、北陸国際観光テーマ地区推進協議会、紀伊半島滞在型観光プロモーション事業実行委員会、仙台市/東北観光推進機構、九州観光推進機構、札幌市国際観光誘致事業実行委員会、公益社団法人ツーリズムおおいた、沖縄観光コンベンションビューロー、公益社団法人北海道観光推進機構、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、北海道観光ブランド育成協議会、群馬県みなかみ町の12団体でした。これらの出展団体のうち、群馬県みなかみ町と公益社団法人ツーリズムおおいたが今回初参加でした。



【美しい日本の四季の写真が掲げられた Visit Japan カウンター】



【「祭り」のテーマで装飾された日本の各地域ブース】



【ジャパン・パビリオン付近に並んだ他国 NTO ブース】

タイからの旅行客に人気の「富士山」、「雪」などのキーワードに関連する団体が連携して出展していたのが印象的でした。また、「九州をめぐるモデルルートはあるか」「名古屋に行きたい」といった相談を受けた際に、関連するブースがあることを案内すると来場者から喜ばれました。

Visit Japan カウンターでは、日本全体の観光パンフレットの他、各自治体から提供されたパンフレットも配布しました。目的地が明確な来場者は、その目的地のパンフレットを探して持って行きますが、目的地が定まっていない人も多く、置いてあるパンフレットをじっくり物色していました。来場者が手に取ったパンフレットの自治体・団体が出展していることを案内すると、喜んでブースに出向く人が多かったため、旅行フェアで来場者に直接 PR し、魅力的な日本の地域を印象づける効果はとて大きいと思われます。

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。

◆中部地方（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）

今回で3回目の出展となる。中部国際空港を利用して白川郷や立山黒部を周遊するルートをメインに観光 PR をしている。白川郷が現地テレビメディアで紹介された関係で問い合わせが非常に増えている。タイでの白川郷の知名度と人気は、定着した感がある。

◆静岡県

富士山の人気はやはり高く、多くの問合せを受けた。ただ、どうしても河口湖(山梨県)側からの富士山観光ルートが主流になっているため、静岡県ブース来場者でも同ルートに関する質問が多かった。その他伊豆方面の温泉に関する質問が多かった。2013年6月の富士山世界遺産登録に関する質問は今回来場者から尋ねられることはなかった。

◆仙台市、東北観光推進機構

これまでは仙台市が出展していたが、東北地方合同での出展は今回が初めてである。2013年12月からタイ国際航空がバンコク⇄仙台直行便を就航させるのに併せて PR を行っている。タイではフルーツ狩りが人気のため、東北では一年を通してフルーツ狩りが楽しめることもあわせて PR している。

来場者からの質問は紅葉、樹氷、桜に対する質問が多かった。また先日福島原発の汚染水漏れの報道があった影響もあり放射能についての質問も前回よりは多く聞かれた。

◆群馬県みなかみ町

今回初めて出展を行った。CLAIR のメールマガジンで TITF のことを知り、出展を決めた。出展にあわせて、タイ語の観光パンフレットも急ぎょ作成した。来場者からは桜、紅葉、雪、食べ物以外の見どころはあるかという質問が寄せられた。みなかみ町としては独自に作成したアウトドアコンテンツを PR した。次回2014年2月の TITF にも出展する予定でいる。その際には現在作成中の多言語観光アプリの QR コードを持参して PR していきたい。

#### ◆北海道観光推進機構、札幌市

北海道と札幌合同で出展するのは今回初である。タイ国際航空が就航するバンコク-札幌線は2012年末から週4便に増便されているので力を入れている。タイ人には北海道の全てのシーズンの旅行に興味を持ってもらっている。ただし、冬場の北海道はレンタカー等の移動手段が利用しづらくなるため、この時期はどうしても札幌付近に人気集中してしまっている。タイへは今後もTITFブース出展を中心とした観光PRを続けていきたい。

#### ◆九州観光推進機構

今回来場者の質問は福岡、ハウステンボス、別府温泉に集中していた。来場者は九州が地域名なのか県名なのか知らない方も多かった。九州新幹線を活用した鹿児島、熊本へのパッケージを旅行会社に作成してもらったので、今後の反響に期待している。今後も九州各県の知名度を上げるPRを続けていきたい。

### 3. タイ人の訪日旅行目的・ニーズ

#### ◆根強い人気の「日本の四季」 ～秋の旅行シーズンで紅葉を見たい人多数～

今回のTITFは、10月のタイの大型連休に旅行を計画するために来場している人が多いため、秋の紅葉に関する質問を最も多く受けました。JNTOバンコク事務所が作成した全国の紅葉の見ごろと名所を紹介したパンフレットは、Visit Japanカウンターを訪れる方に大変



【北海道地区ブースに登場した本物の雪だるまが大人気！】

喜ばれました。タイ人にとって大きな旅行シーズンである10月と紅葉の見ごろの時期がちょうど重なる北海道と東北地方はこの時期のタイからの旅行者獲得に有利であるといえるでしょう。

紅葉以外にも、桜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地域を教えてほしい等の質問が相次ぎ、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。

なお今回、Visit Japan カウンターの隣に設置された台湾ゾーンの正面には桜の装飾が施されていました。また、今回韓国はNTO（政府観光局）主体でのPRブースを構えていませんでしたが、同国ブースでもしばしば旅行フェア期間中桜などが飾られることが多いようです。

しかしながら、タイ人にとっては、「紅葉や桜など、四季の美しい風景を見るなら日本」というイメージは根強いようです。日本は台湾や韓国と比べてもツアー商品の価格帯もおよそ4～5割程度高額ですが、それだけの費用をかけてでも行く価値のある国という認識

があるようです。また、リピーターの数が非常に多いことから旅行経験者の満足度が高く、何度でも訪れたい魅力を持つ国として位置づけられているということが Visit Japan カウンターに立つことで良く理解できました。

◆多様化と細分化が進む旅行者のニーズ ～来場者からマニアックな質問も続出！～

Visit Japan カウンターで質問する来場者のうち、およそ半数程度がリピーターでした。一度目はツアーで日本に行ったので、今度は個人で旅行したいという人が多い印象を受けました。日本のことを良く知っている人が増え、「京都の〇〇(人気うどん店)で食事したい」、「日本のジーンズ発祥の地である岡山県倉敷市児島地区について教えてほしい」などといったマニアックな質問に驚くことも多くありました。目的地についてもゴールデンルート上の都市だけではなく、「熊野街道」「群馬県」「黒川温泉」など多岐に渡っており、タイの訪日旅行市場が成熟段階に達しつつあることが感じ取れました。現地では、リピーターを中心に新たな旅行先に関する情報が常に求められていますので、現時点ではタイで知名度が低い都市でも地道なプロモーションをすることで、旅行者を獲得できる可能性があるといえるでしょう。

以下、来場者の関心事項、要望等をまとめました。

興味・関心のあること	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、箱根、河口湖、福岡、阿蘇山、湯布院、黒川温泉
日本の風景・文化・伝統	<ul style="list-style-type: none"> <li>・紅葉の見頃を教えてほしい</li> <li>・富士山が見たい(箱根・河口湖)</li> </ul>
食	<ul style="list-style-type: none"> <li>・東京の池袋で最も美味しいラーメンを食べたいので、お勧めの店を教えてほしい(銀座の寿司、広島のお好み焼きに關しても同様の問合せあり)</li> </ul>
アクティビティ	<ul style="list-style-type: none"> <li>・北海道から東北地方をレンタカーでドライブしたいので、日本でのレンタカーの装備のうち高速道路 ETC の仕組みやチャイルドシートなどのオプションを教えてほしい</li> <li>・房総半島をバイクでツーリングしたい</li> <li>・テーマパークめぐり(お台場(ビーナスフォート)、ディズニーランド、サンリオピューロランド)</li> <li>・イチゴ狩りを体験したい</li> <li>・札幌雪まつりに行きたい</li> </ul>
カルチャー	<ul style="list-style-type: none"> <li>・宮本武蔵のゆかりの地を巡る旅をしたいが、何処を訪れば良いか</li> <li>・東洲斎写楽の浮世絵を見ることができる美術館はどこか</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>・三鷹の森ジブリ美術館・藤子不二雄美術館に行きたい</li> </ul>
人気のツアー	<ul style="list-style-type: none"> <li>・日光―仙台―川越―東京(7日間)</li> <li>・高山―川越―東京―箱根―河口湖―山梨―名古屋―京都―大阪(10日間)</li> <li>・名古屋―郡上八幡―高山―白川郷―富山―松本―河口湖(富士山見学とそば打ち体験)(7日間)</li> </ul>

#### ◆日本を旅する観光ルート ～自作した旅行行程表を持参する熱心な来場者も～

「10月に7日間日本に行くが、おすすめの観光地、旅行ルートを教えてほしい」といった要望を多く受けました。また、「Japan Rail Pass」「スルッとKANSAI 3day チケット」などの各種周遊券を購入予定の人も多く、それらを購入できる場所の質問も多く受けました。その他、「JRで東京から福岡に行きたいが何時間かかるか?」「東京から大阪に行く予定だが、途中で立ち寄れるおすすめの観光地はどこか?」「羽田空港から新宿まで行くにはどの交通手段がお勧めか?」など具体的な内容のお尋ねもありました。

また、旅行者自身で事前にかなり綿密な個人旅行ルートを作成したうえで来場し、「このルートでの旅行は実現可能と思うか?」「何かこの旅行ルートで改善すべき点はないか?」といった質問もあり、驚くことも多くありました。

#### ◆日本を旅行して困ったことは・・・

日本に行ったことがある人に日本で困ったことがなかったか尋ねてみました。

	来場者の声
事前の情報収集について	<ul style="list-style-type: none"> <li>・インターネットの英語サイトが充実していない (大事な情報は日本語のみで記載されていることが多い)</li> <li>・日本語が話せないので、レストラン等の予約が困難</li> </ul>
日本に行って困ったこと	<ul style="list-style-type: none"> <li>・携帯電話のSIMカードが使えない</li> <li>・観光地では駅には英語の案内があるが、駅から観光地までの路上にも英語で案内がなかった</li> </ul>

一方で、話を聞いたほとんどの人が前回の日本での滞在に満足していました。言葉の問題はあるものの、是非また行きたいと思わせる魅力が日本にはあるようです。これまでは団体旅行が主流でしたが、今後は個人旅行者の増加が見込まれますので、さらにきめ細やかな情報提供を行う等の対応が求められるでしょう。

#### ◆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4社、現地旅行会社2社にヒアリングをしました。

\*日系旅行会社の商品ではテーマ性重視のツアーが好評

日系旅行会社担当者のお話によると、販売数は前回に比べ2倍以上になっているとのこと  
です。これは、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や円安傾向などが  
大きく影響しているのではないかとのことでした。また、今回のフェアでは単に観光地  
を巡るツアーというよりも「自然」や「食」といったテーマ性の強いパック旅行商品が良  
く売れる傾向が強いようです。また、タイ人の中では人気映画のロケ地巡りも人気なので、  
今秋公開が予定されているタイの著名な俳優が主演する映画『Project H』の舞台となっ  
た長崎市の人気上昇する可能性もあるとのことでした。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現状を踏まえ、東京や大阪への  
チャーター便によるツアーを販売している旅行会社もありました。

また、今回のフェアにおいて最大の人気商品であるゴール  
デンルートを巡るツアー商品は通常より1割程度販  
売価格を下げて販売しているとのこと。このことが、  
これまで日本に行ってみたいものの価格面で旅行を諦  
めていた中間層の訪日旅行商品の購買意欲を高めるき  
っかけとなっているようです。

#### \*アクティビティツアーや企業慰安旅行等、多彩な商品 を企画する現地旅行会社

一方、現地旅行会社では紅葉見学などの日本の四季を  
感じてもらう定番のツアー商品に加え、スキーやスノー  
ボード等のアクティビティ中心に絞って商品を展開し  
ている傾向が見られました。日本人スタッフがアクテ  
ィビティのインストラクターとして同行するツアー  
も企画しているとのこと、来場客の反応は良好で商  
品の売れ行きは例年の2～3倍となっているとの回答でした。また、12月と1月の期間  
限定でいわて花巻空港発着の北海道と東北方面の周遊ツアーを独自展開している旅行会社  
もあり、このツアーは企業の慰安旅行として人気を呼んでいるようです。例年売れ行きは  
大変好調であり、既に残席残り僅かになっている模様とのこと。

タイ人にとって、訪日旅行はその価格帯から台湾や韓国といった近隣国というよりはむしろ  
欧米やオセアニアと行先の比較検討を行う商品であるということでした。

#### \*タイ人への訪日旅行ビザ免除が旅行業界にもたらす効果

タイ人の一般的な日本旅行の費用は、5泊6日でゴールデンルートを巡るもので1人あ  
たり4万～5万バーツ(※1バーツ=約3.1円。2013年8月現在)です。2013年7  
月からのビザ免除でおおよそ2000バーツ程度の費用が削減できる見通しですが、金銭面  
の負担減の効果よりもビザ取得の手間がなくなることで心理的なハードルが下がる効果の  
方が大きいと見られているようです。タイ旅行業協会(TTAA)のチャムノン副会長は、  
「ビザ免除でタイ人旅行者数は前年比20～30%増となる」と指摘しています。特に、



【現地旅行会社のブースでは忍者の  
コスプレイヤーが訪日旅行をPR!】

これまで煩雑な所得証明などが求められ、ビザ取得が難しかった自営業者にとって恩恵があるとの見方を示しました。

タイのソムサック観光・スポーツ相は、タイ人の日本旅行が増える結果、「2013年下半期のタイ国内旅行市場が厳しくなる」（出典：ポストトゥデー）と語りました。国内旅行業界も、国内観光客の減少を警戒し、新たなパッケージツアーなど、商品の魅力を高めると話しているとのこと。このことは、近年の円安等と相まって更に勢いを増し続ける訪日旅行市場を象徴している現象といえます。

#### 4. おわりに ～タイでの更なる訪日旅行者獲得に向けて～

東日本大震災後、ASEAN 諸国の中では放射能に関する風評被害の影響等が未だに残る市場も多いなか、タイでは旅行代理店連合が震災直後から日本視察ツアーを自発的に実施して日本の安全性を消費者にアピールしたり、各種メディアで訪日旅行特集を組んだりする熱意あふれるプロモーションを実施したことで、他の近隣諸国と比べ最も早い訪日旅行市場の回復を実現しました。2012年の訪日旅行者数が過去最高記録を更新した後も、近年の円安ペース高傾向や経済成長による中間層の拡大、2013年7月からのタイ人の訪日観光ビザ免除などの明るい話題が相次ぐタイの訪日旅行市場には、多くの自治体が注目を集めています。今回 TITF の会場で話をお伺いした自治体・団体関係者からも、これまでの訪日旅行獲得における重点市場であった中国や韓国に加え、今後はタイでのプロモーションに力を入れていきたいとの声を聞くことができました。

フェア期間中、私たちが立った Visit Japan カウンターを訪れる来場者は途切れることがなく、受ける問合せ等からもタイ人が持つ親日感情と日本に対する興味関心の高さを実感しました。日本に魅了されたりピーターも増え、個人旅行者層も拡大し、今後ますます成熟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これから求められていくでしょう。そしてこのことは、タイ人にとって未知の世界である日本の地方が将来人気の観光地となる可能性を秘めており、タイからの観光客の獲得を狙う自治体にとって大きなチャンスであることは間違いありません。そのチャンスをつかもうと、既に次回の TITF に関する自治体からの問合せも相次いでいるようです。

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



【Visit Japan カウンターの様子】



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。

※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

（田中所長補佐 長崎県長崎市派遣）

