

## SEMINAR

## JNTO発

## 外客攻略のヒント

渡邊健一 JNTOバンコク事務所次長

vol.109

## タイ訪日旅行市場の可能性

新型コロナウイルスの流行により、タイと日本間の自由往来が断絶されて1年が経った。タイ空港公社(AOT)によると、21年10月から外国人旅行者の本格的な受け入れが始まった場合、コロナ流行前の水準に回復するのは22年10月以降と予想されるなど、両国のインバウンドにとって難しい状況が続いている。

インバウンドが難しい状況に置かれている一方で、本稿を執筆している3月中旬現在では、20年12月に発生した第2波が鈍化したことを背景に、タイ国内旅行は回復基調にあるといえる。グーグルのキーワードプランナーを活用し、タイ語で「旅行」を意味する「เที่ยว(ティアオ)」を含む単語の検索ボリュームを調べたところ、2月は約63万検索と1月に比べて38%増加し、3月も続伸傾向にある。4月のソンクラーン(旧正月)期間中の宿泊予約も好調で、OTA(オンライン旅行会社)では評価が高いホテルから順に売り切れが続出するなど、タイ人の旅行需要自体は衰えていない。

コロナ下のタイで生活をするなか、私自身、タイ人の情報感度の高さと旅行好きには常々驚かされている。タイ人の友人から招待されて使い始めた音声SNSのクラブハウスは、2月時点でタイ国内登録者数が約10万人へ急増し、ブームとなっているクロワッサンの店やインスタ映える観光地に関する情報交換が24時間途切れることなく活発に行われている。

また、個人的な経験だが、地方の旅行先で食事をしていて、隣席で地元の人々が次の旅行先について熱心に議論をしている場面に遭遇することがよくある。都心・地方にかかわらず、タイ人の生活にとって旅行は不可欠な存在だと再認識する日々である。

タイは11年以降、訪日旅行者数が右肩上がりに増加し続け、19年には131万人を超えた訪日リピーター市場である。自由渡航ができない状況が長引

くなか、日本側の観光関係者からは「タイ人旅行者にとって訪日旅行は忘れられた存在になってしまったのではないかと質問されることもあるが、当所では訪日旅行に対する興味・関心は現時点でも高いと考える。

## 時間追うごとに高まる訪日意欲

その理由の1つに、日本とのタッチポイントの多さが挙げられる。代表例は日本食レストランである。当所は20年8月と11月の2回、JNTOタイ語フェイスブック上で約760人のタイ人フォロワーを対象にアンケートを実施した。その結果を見ると、「いま、海外旅行意欲をかき立てることは何か」という質問に対して、「日本食を食べること」が「ユーチューブの動画を見る」を抑えて3位にランクインした。ジェトロ(日本貿易振興機構)が発表した20年度タイ国日本食レストラン調査では、タイ国内の日本食レストランが20年12月時点で4094店舗確認されている。

こうした環境を生かし、当所は現地日本食レストランと連携したギブアウェイの配布などに取り組んでいる。このほかにも、鳥取県がタイ国際航空の運営するレストランで鳥取産松葉ガニのスペシャルランチセットを期間限定で販売し、県の認知度を高める取り組みを展開するなど、新たな動きが見られる。

日本食レストラン以外にも、『鬼滅の刃』をはじめとする日本アニメやタイに進出する日系企業の多

## ●国際線の運航再開後、いつ訪日したいか

年代	20年8月時点	20年11月時点
すぐに行く	7.4%	8.9%
1~2カ月以内に行く	12.7%	13.5%
6カ月以内に行く	21.4%	27.1%
1年以内に行く	32.6%	33.3%
しばらく訪日するつもりはない	25.9%	17.2%

※JNTOが実施したフェイスブックアンケート結果より。1年以内に訪日したい層は20年8月時点より11月時点の方が増えた

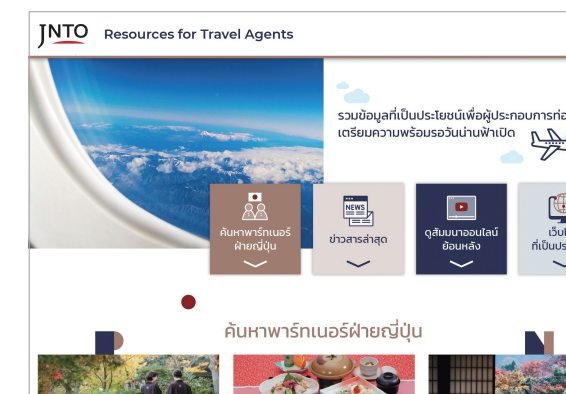
様なサービスなど、タッチポイントはさまざまに存在し、その1つ1つが訪日旅行のリテンションへとつながっている。旅行とは異なる形であれ、タイ国内で日本に触れ合えるチャンスが多いほど、訪日旅行を思い出し、恋しく思うのは自然なことだろう。

では、具体的に現時点でタイ人旅行者はコロナ終息後どのような訪日旅行を求めているのだろうか。フェイスブックアンケートの結果によると、まず「渡航制限解禁後、いつ日本に行きたいか」という質問に対し、83%が「1年以内に訪日を希望」と答えた。8月と11月を比較すると、11月の方がその割合が9ポイント高く、コロナに対する不安はありつつも、いち早く訪日したいという訪日意欲の高まりを表している。

次に、訪日時に体験したいことについては、基本的に日本で体験したいメインアクティビティは変わらないが、小グループ化と個人旅行化が進む傾向が見られた。つまり、温泉や絶景の撮影、日本食を食べることといったメインのニーズは変わらないが、ドライブ旅行が主流になるなど、旅行スタイルは変化するということだ。ほかにも、タイ国内旅行におけるキャンプ需要の高まりをはじめとした旅行スタイルの多様化の影響を受け、訪日旅行についても「都会旅行よりも田舎旅行を好む」「アウトドア旅行への関心が高い」といった興味・関心の変化も見られた。

また、訪日旅行の価格については、59%がコロナ前のツアー平均価格3万バーツ前後より高く、「4万バーツを上回る予算を支払ってでも訪日したい」と回答している。

このような志向の変化に適したコンテンツ選定と画像等の素材収集、また実際にタイ人が利用しや



タイ旅行会社向けウェブサイト。日本の観光関係者とともJNTOの情報を発信している

すいオンライン予約経路の整備などは、日本側がいま実践できるコロナ後に向けた準備の1つだろう。

## いま実践できるアクションとは

前述したようなタイ人が求める訪日旅行を将来実現するため、当所は20年2月、タイからの誘客に取り組んでいる日本側の観光関係者ととも、訪日インバウンド関連情報を提供するタイ旅行会社向けウェブサイト(www.jnto.or.th/business/login)を公開した。すでに日本側から約190団体に参加いただいている。タイ旅行会社の訪日商品造成に対する意欲は引き続き高く、アドベンチャー旅行、テクニカルビジット、ラグジュアリー旅行、地方周遊旅行など、個人旅行では難しい付加価値の高い旅行商品に活路を見いだしている。当サイトを通じて、日本とタイの事業者のビジネスマッチングを活性化し、コロナ収束後の新しい旅行商品の造成に向けた準備を促していきたい。21年度も引き続き当サイトへの参画を募集する予定であり、興味のある方はぜひ検討いただきたい。

また、コロナ禍で訪日プロモーションの中心となるオンライン情報発信については、LINEアカウント開設による訪日コミュニティ化に取り組んでいる。さらに21年度は訪日リピーター層への影響力を持つメディアとの連携に力を入れる。渡航解禁直後には海外旅行情報があふれることが予想され、その際に的確に訪日の魅力を届けられるよう準備を進める必要があるからだ。

タイ訪日旅行市場に関して相談のある方、もしくはJNTOが連携させていただける機会がある方はぜひ当所へご連絡いただきたい。

(今回は5月24日号に掲載します)