

在タイ旅行会社の現状、訪日取り扱い意欲

2021年9月JNTOバンコク事務所実施アンケート調査より

2021年10月20日

日本政府観光局（JNTO）バンコク事務所

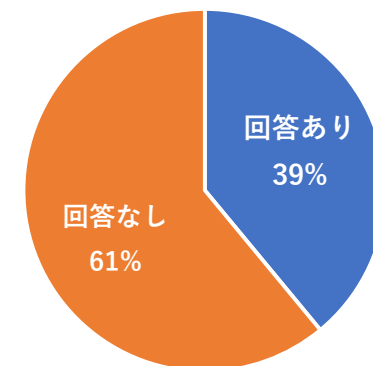
調査対象者： 訪日を取り扱う在タイ旅行会社
調査回答数： 37社・39名
昨年度JNTOウェビナーを聴講した100人に対して依頼
※この状況下で回答いただくこと自体、訪日取扱意欲が高い会社であることに留意

調査期間： 2021年9月20日～10月4日
調査方法： Googleアンケートフォームによるオンライン調査

【ご回答いただいた会社（一部）】

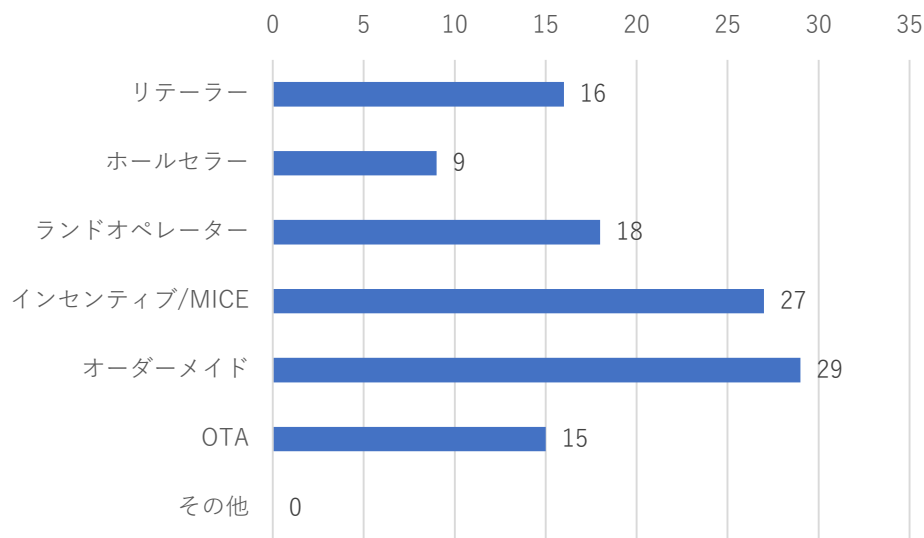
A Double Plus Service Co.,Ltd.	Marwin Travel Co Ltd	Thai cross Japan Tour
Am Tourist Club Co.,Ltd.	Miramar Services (Thailand) Co., Ltd.	ThinakornTour
BRIO TRAVEL CO.,LTD.	NS Travel & Tours	Tokyo Asian Service(Thailand) Co.,LTD.
DOSO TRAVEL CO.,LTD.	O2 Asia Travel Design Company	Travel Creation Co., Ltd.
Eiam Tour and Transport Co.,LTD.	paradise world tour co.,ltd.	Travel Step
GS25	Quality Express Co.,Ltd	Unithai Travel Co., Ltd.
H.I.S. Tours Co.,Ltd	S.B.A. TRAVEL CO.,LTD.	UPON(THAILAND) CO.,LTD
Japan View (Thailand) Co., Ltd.	Siam Orchard group Co.,Ltd.	VACATION TRAVEL GROUP CORPORATION LIMITED
JJ INTER CO.,LTD.	SK Royal	World Pro Travel
JTB (Thailand) Co, Ltd.	ST DELUXE TOUR	ZANDA AGENCY CO.,LTD.
Jubilee Travel Co.,Ltd	Sweetbee travel Co.,Ltd.	Zego Travel Co., Ltd.

回答の有無の割合

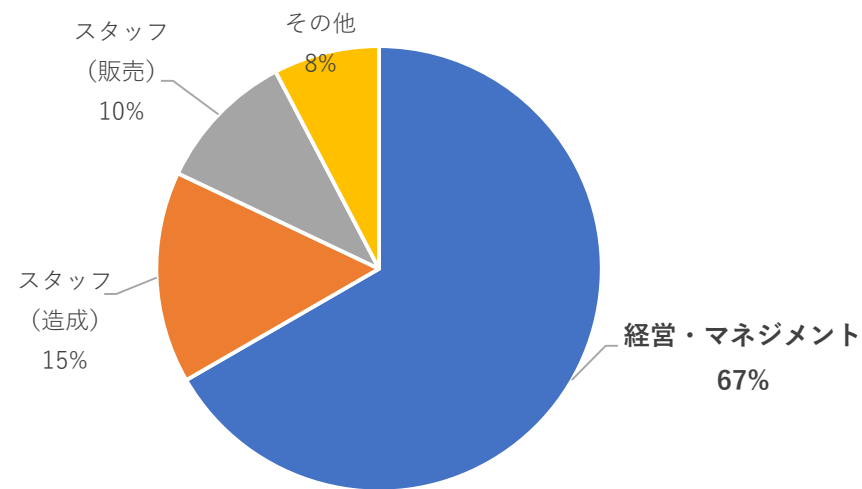


※資料中で対照している過去の旅行会社オンライン調査
調査期間：2020年6月22日～29日まで、回答者数24社回答（48社に依頼）

Q 業種 (MA)

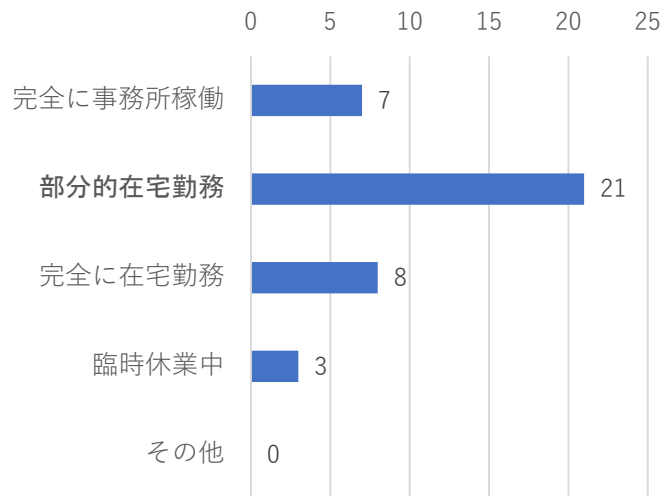


Q 回答者のポジション (SA)

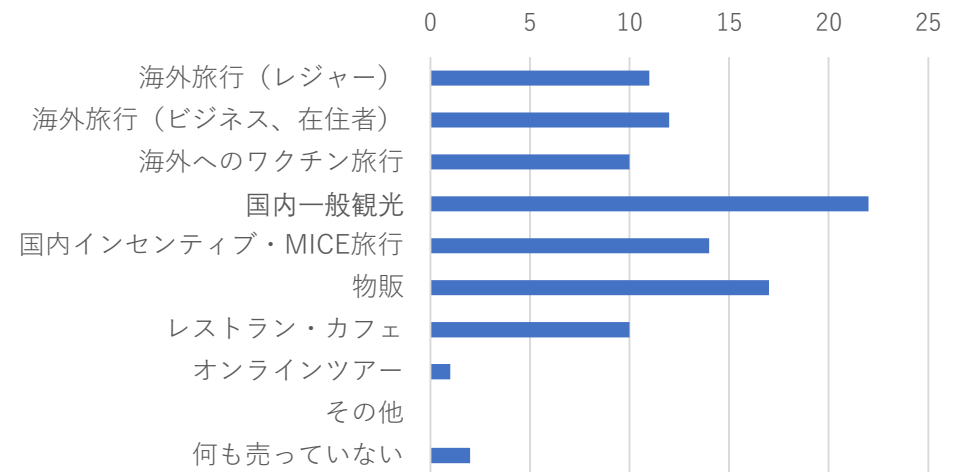


- ・ 経営・マネジメント層からの回答が多い

Q 現在の勤務状況 (SA)



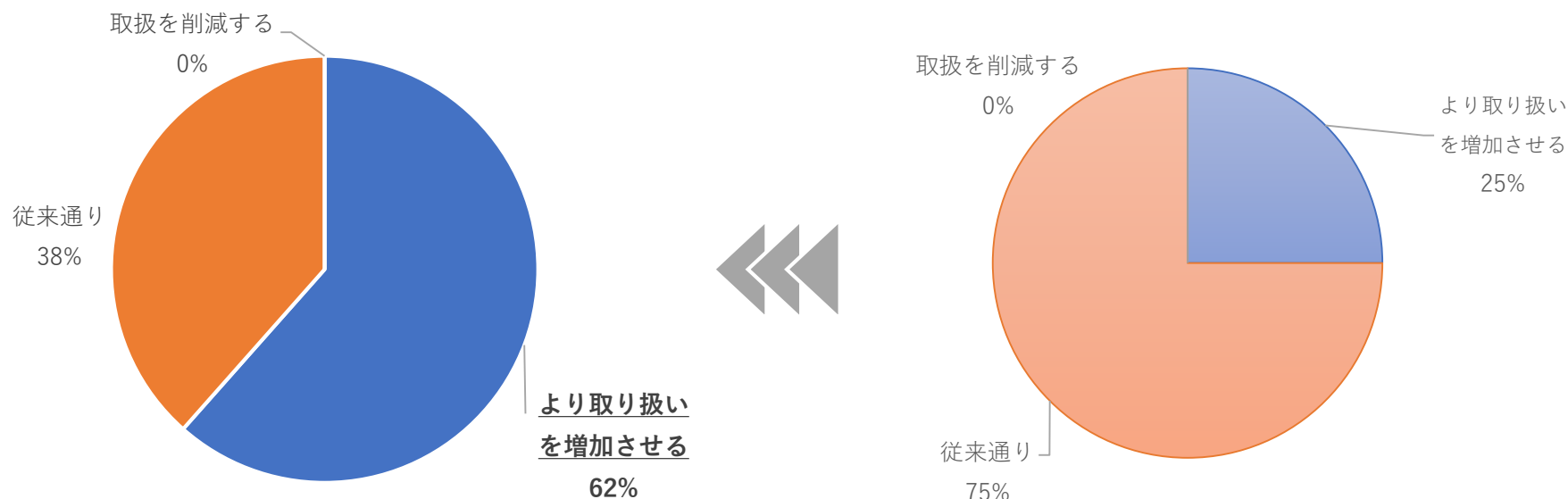
Q 2021年1月以降に販売したことがある商品 (MA)



- ・ 国内観光や物販の他、海外ワクチン旅行を始めとした海外旅行販売を行っている社も25%程度ある。

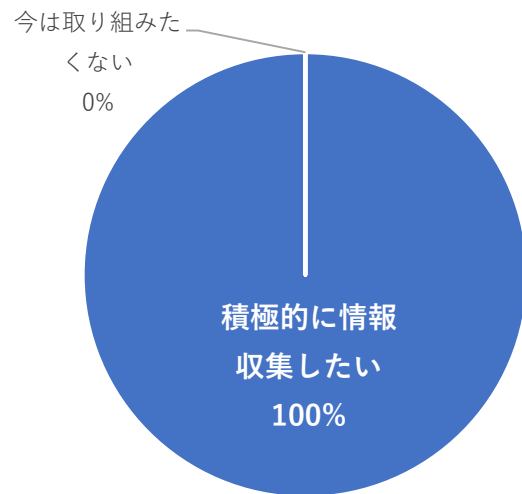
Q コロナ後はコロナ前と比べて訪日商品販売に注力するか？（SA）

※2020年6月調査

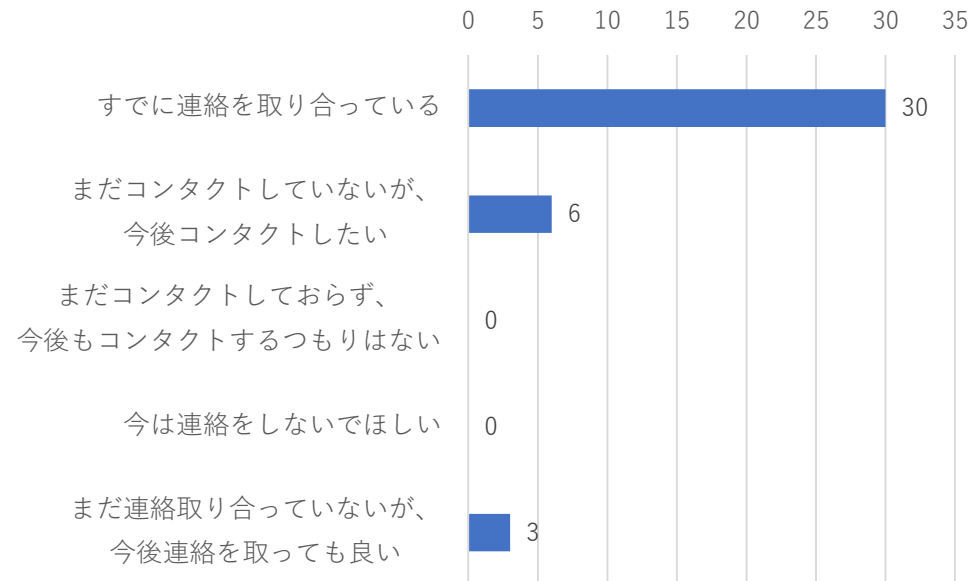


・昨年6月と比べて、訪日旅行販売に注力すると答えた社が増え、稼ぎ頭としての期待は高まっている。

Q 現在の、訪日旅行に関する情報収集等のモチベーションは？ (SA)

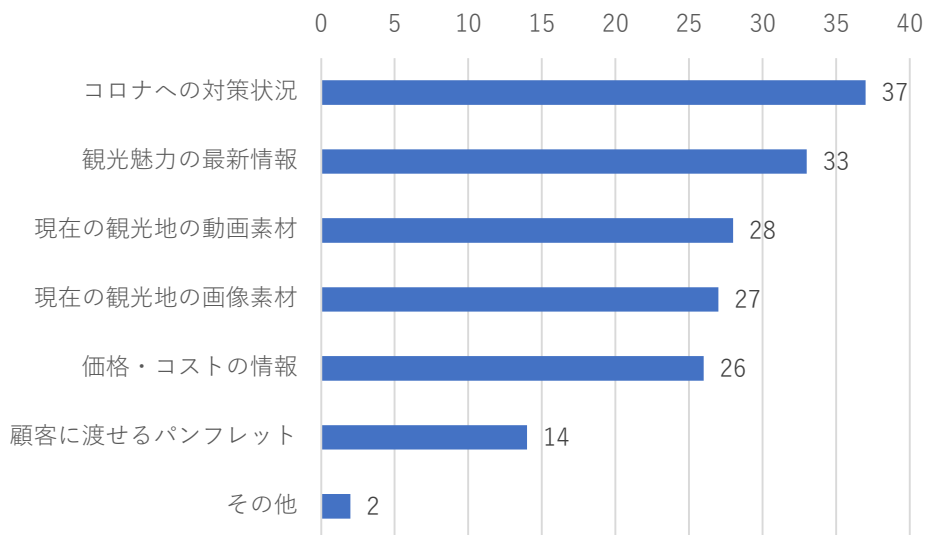


Q 将来の訪日に向けた日本側セラーとのコンタクト状況は？ (MA)



- ・ 全回答者が、訪日関連の情報を積極的に収集したいと回答。既に日本側とのコンタクトを取っている社も76%ある。
- ・ 回答した社の中には、「今は日本側から連絡しないでほしい」という社はなかった。

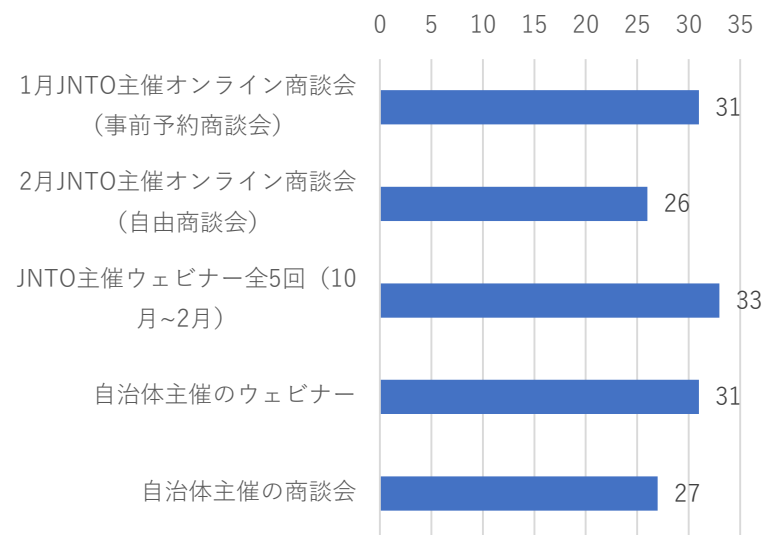
Q 今、知りたい情報は？ (MA)



※その他

- ・ビザ及び入国制限について
- ・興味深い情報が掲載された各県のウェブページ

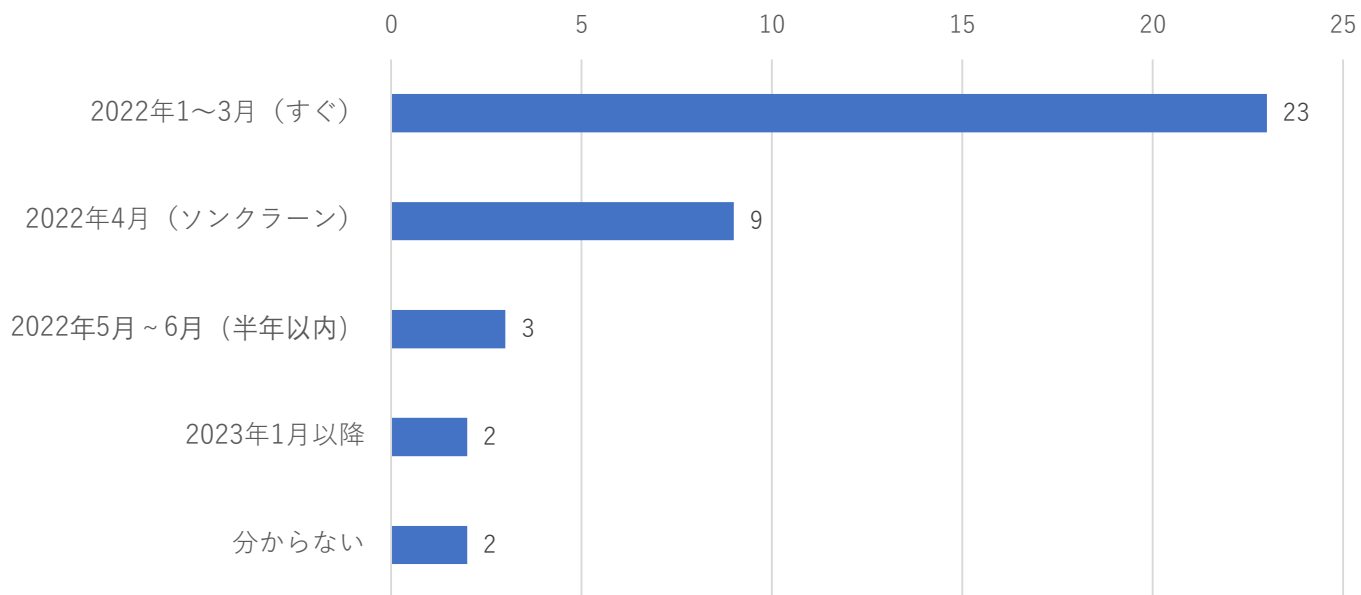
Q 下記の取組へ参加意向はあるか？ (MA)



- ・コロナ対策情報のニーズは高く、続いて観光魅力の最新情報のニーズが高い。コロナ期間中での日本側での変化の情報が求められている。
- ・自治体主催ウェビナーや商談会のニーズも高い。

Q 顧客はいつから訪日旅行をするか？ (SA)

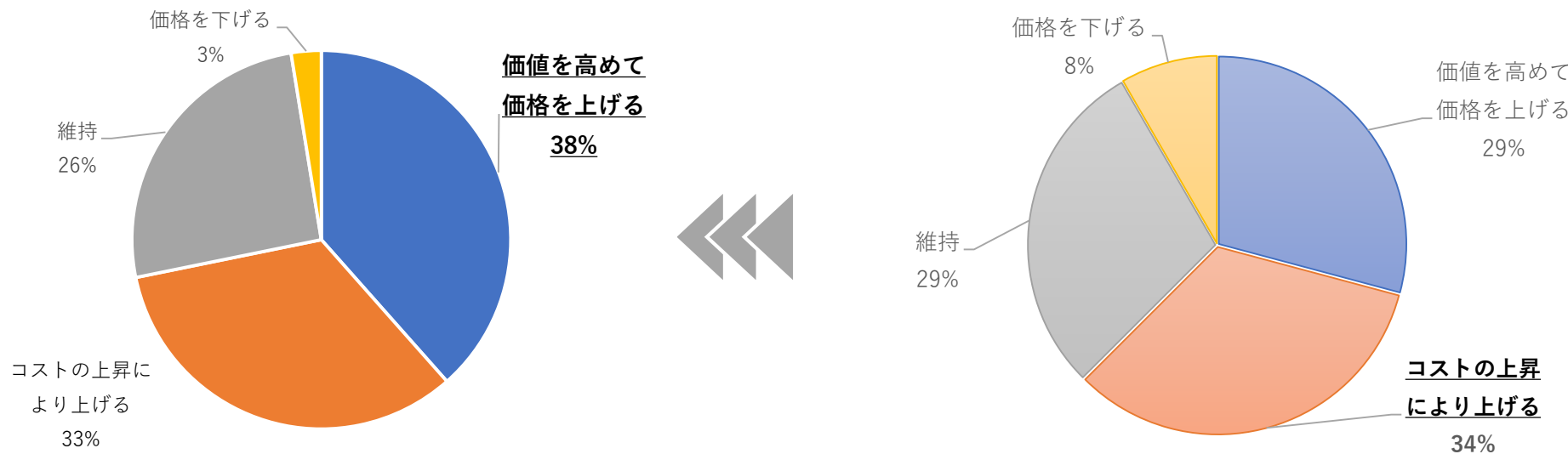
※来年1月に訪日可能になると仮定した場合



- ・ 訪日可能となったらすぐに顧客は訪日旅行を開始すると考える社が多い。

Q 今後、自社の訪日旅行商品の価格はどうか？ (SA)

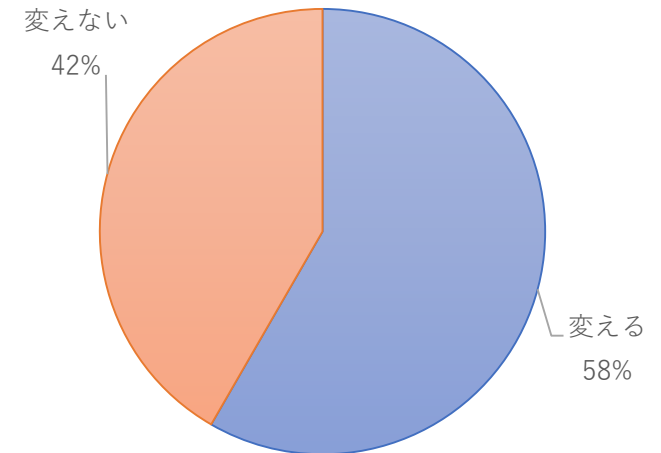
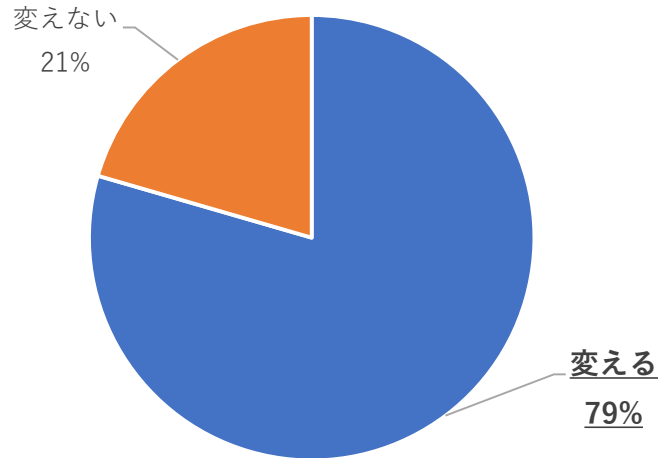
※2020年6月調査



- ・「価値を高めて価格を上げる」積極戦略を取る社が最多。
(昨年はコスト上昇で価格を上げるが最多)

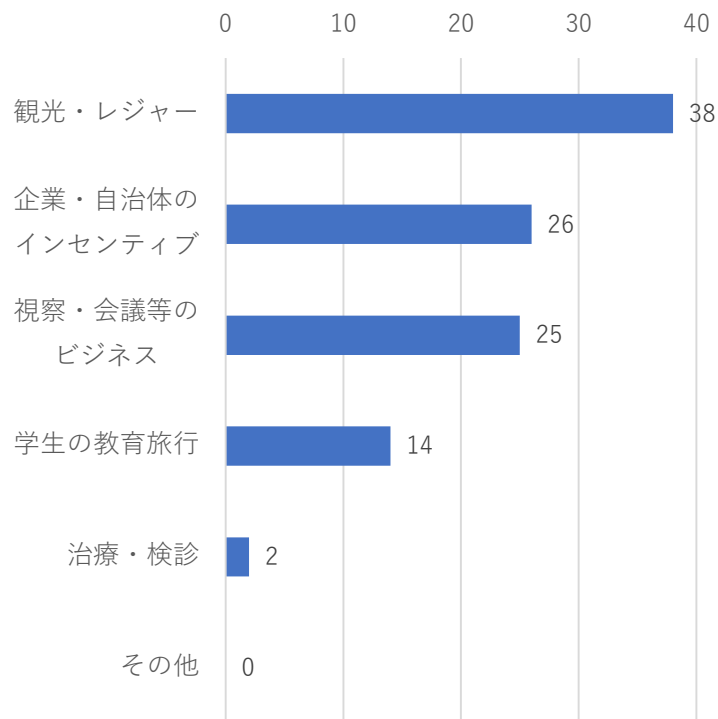
Q 今後の取り扱い商品を変えるか？ (SA)

※2020年6月調査

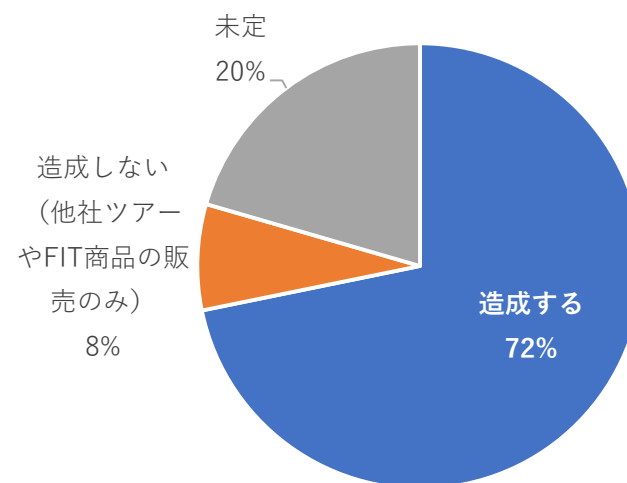


- ・昨年6月と比較して、取扱商品を積極的に変えていくという社が大幅に増加した。

Q 訪日旅行について、注力する分野はどれか？ (SA)

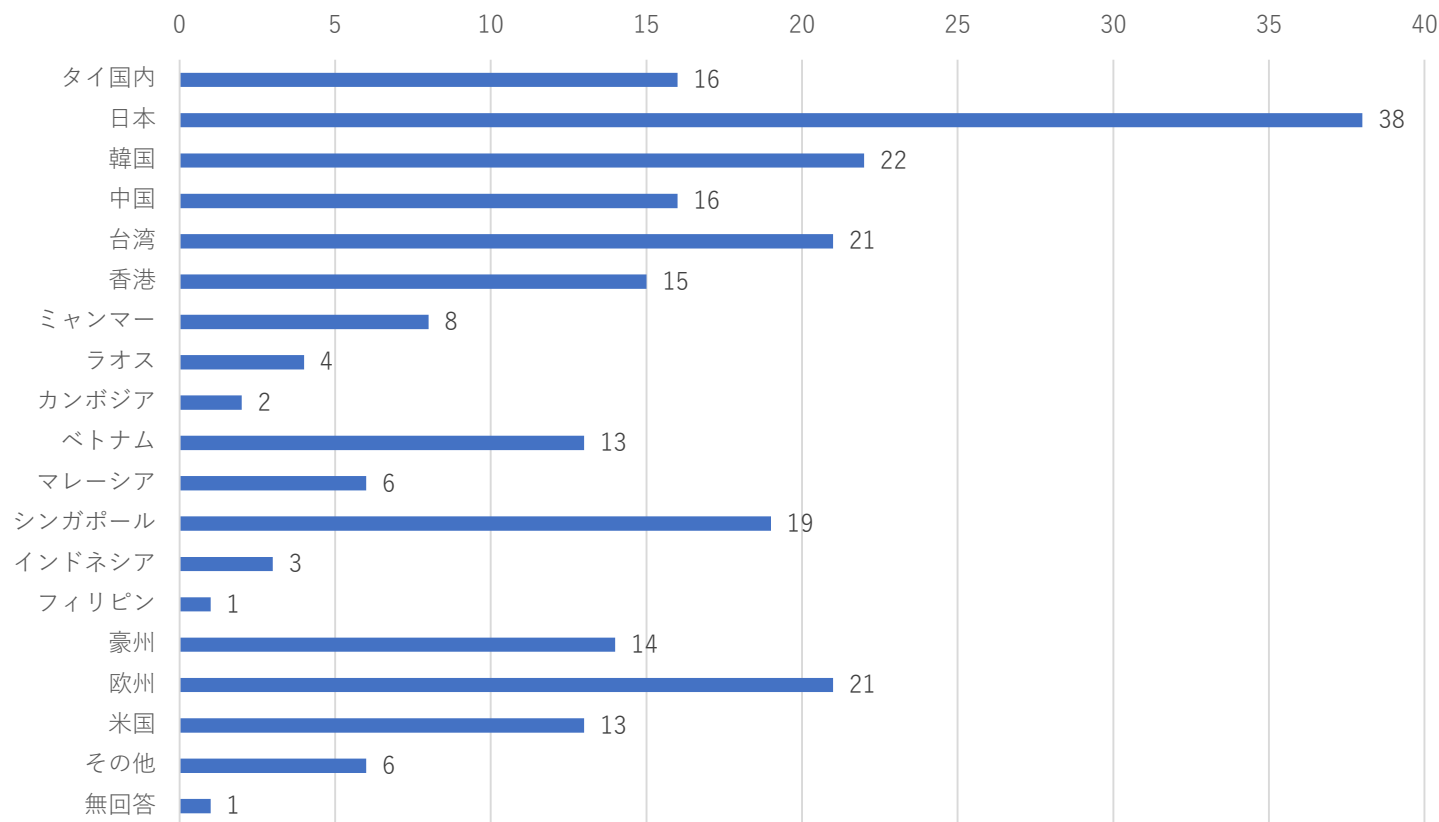


Q 今後、自社で訪日旅行商品を造成するか？ (SA)



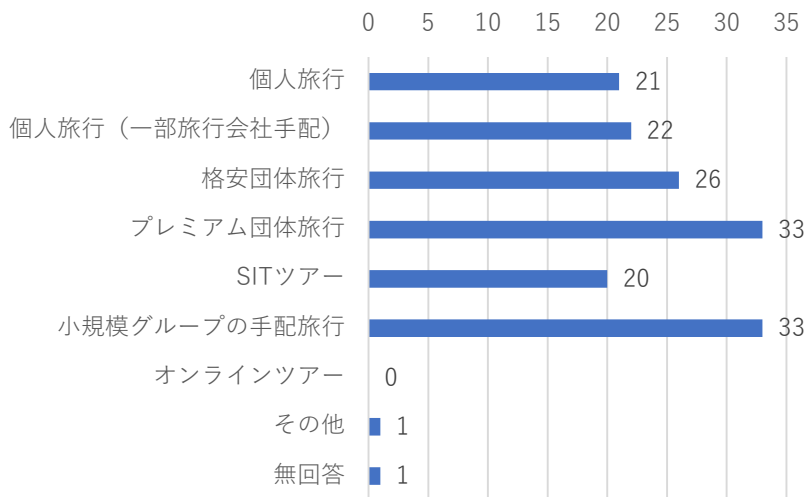
・注力分野について依然として観光、インセンティブが主流となっているが「学生の教育旅行」と答えた社も4割弱あった。自社での商品造成意欲が高い。

Q コロナ後に注力する旅行商品（レジャー）の目的地（国・地域）は？（MA）

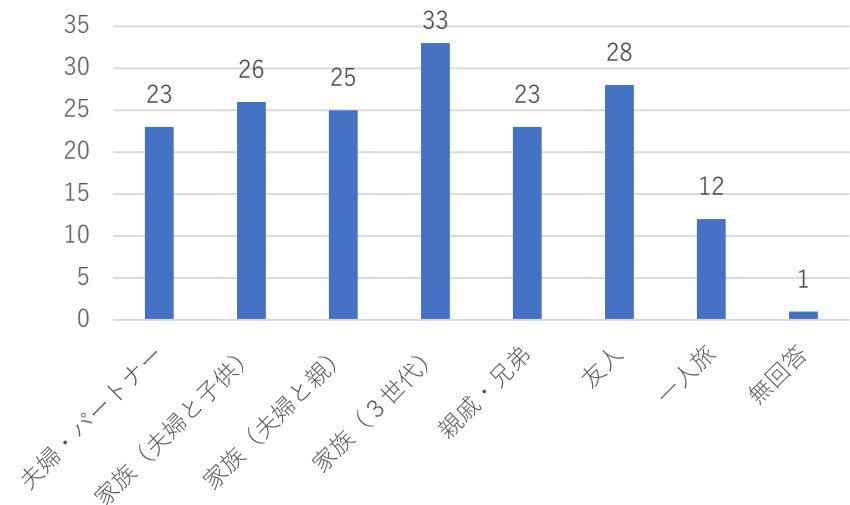


- ・ 目的地としては日本が最多で、韓国、台湾に並んで、欧州が人気となっている。
- ・ 観光回復が先に進み、既にワクチンツアー等が行われている米国についても選択する社があった。

Q 訪日レジャー旅行で、どのタイプの商品を取り扱うか？ (MA)

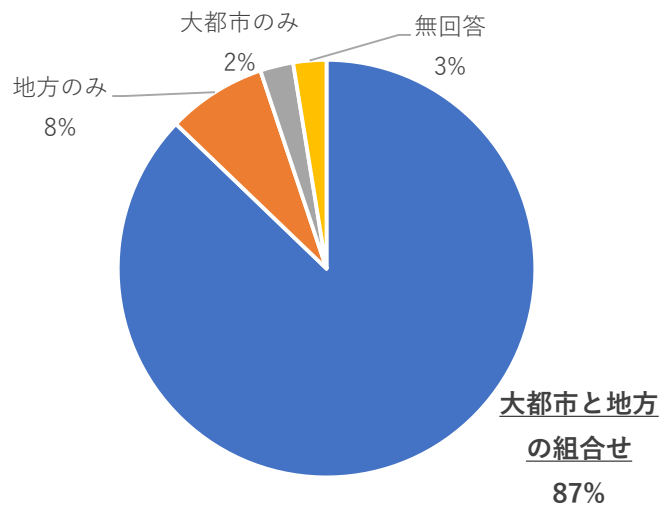


Q 訪日レジャー旅行のターゲットは？ (MA)

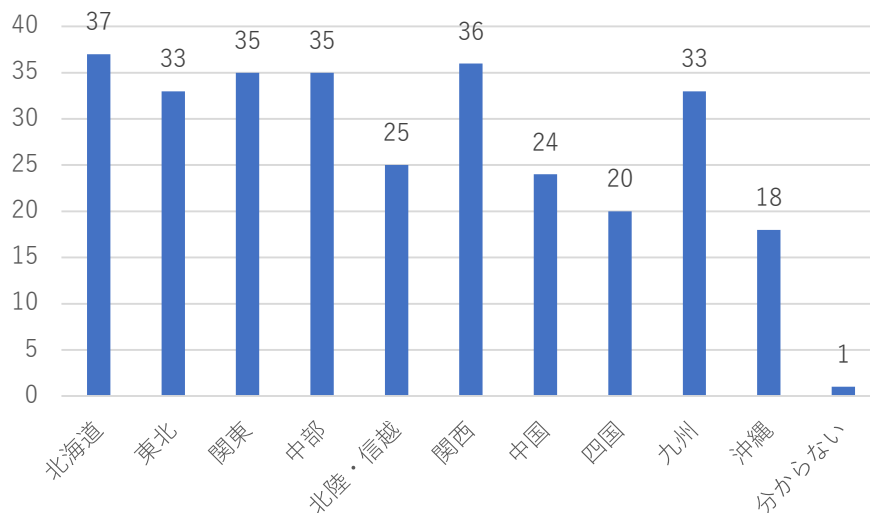


- ・プレミアム団体旅行・小規模グループの手配旅行など、旅行会社で付加価値を付けられる商品の取り扱い意向が高い。
- ・ターゲットは家族3世代を有望視する社が最多。

Q 今後注力する商品の滞在場所は？ (SA)

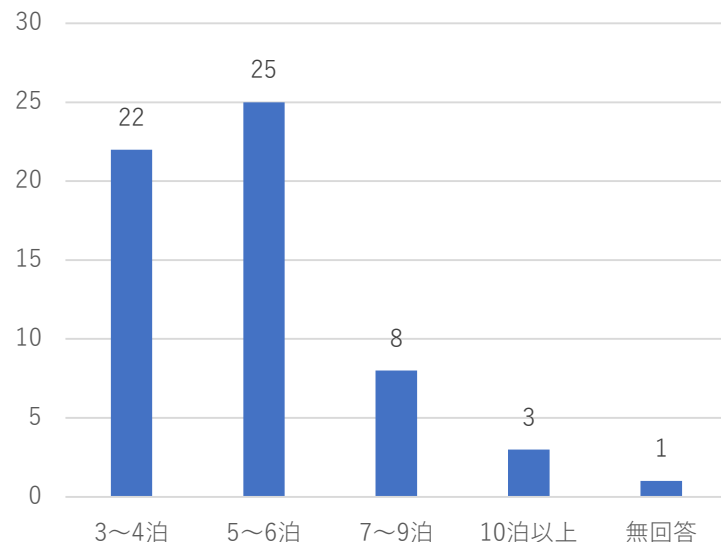


Q 日本国内のどの地域を売りたいか？ (MA)

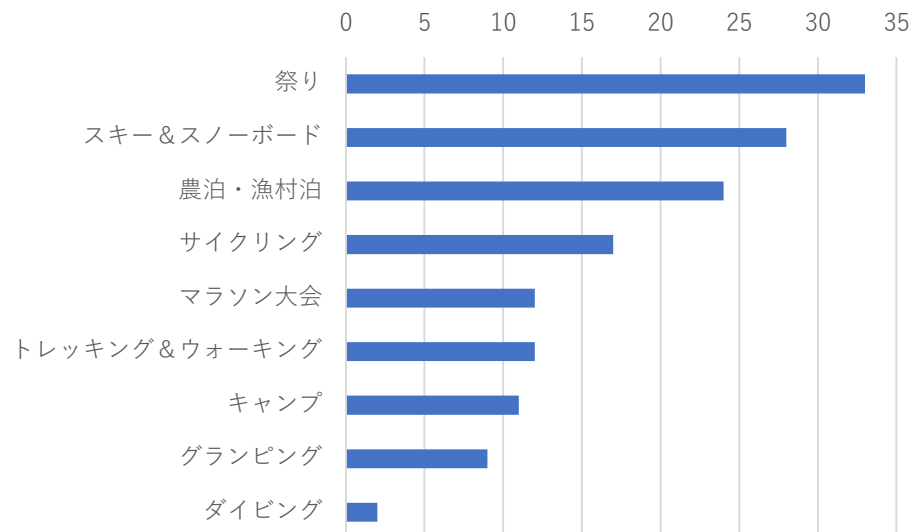


- ・ 滞在場所は、「大都市+地方」を選択する社が圧倒的に多く、地方のみ・大都市のみは少なかった。
- ・ 販売したい地域については、全国に分散しており、東京・大阪のみに集中する傾向にはなっていない。

Q 今後注力する商品の滞在期間は？ (MA)

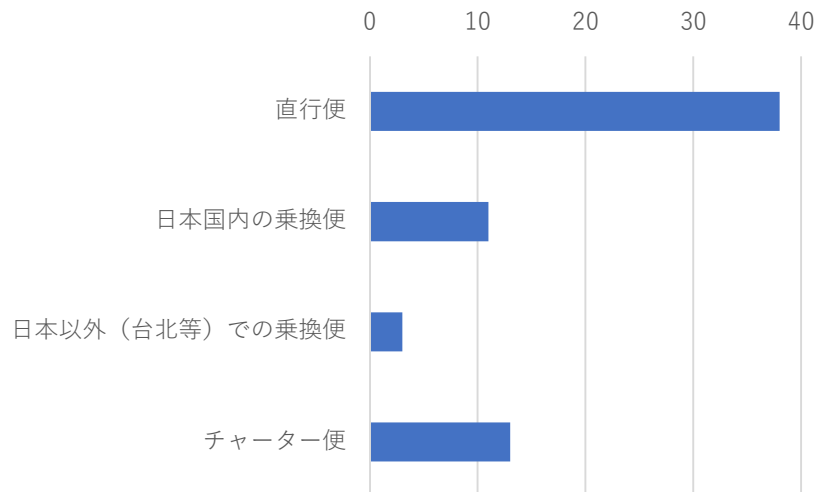


Q 顧客に紹介したい、ツアーに組み込みたいアクティビティはどれか？ (MA)

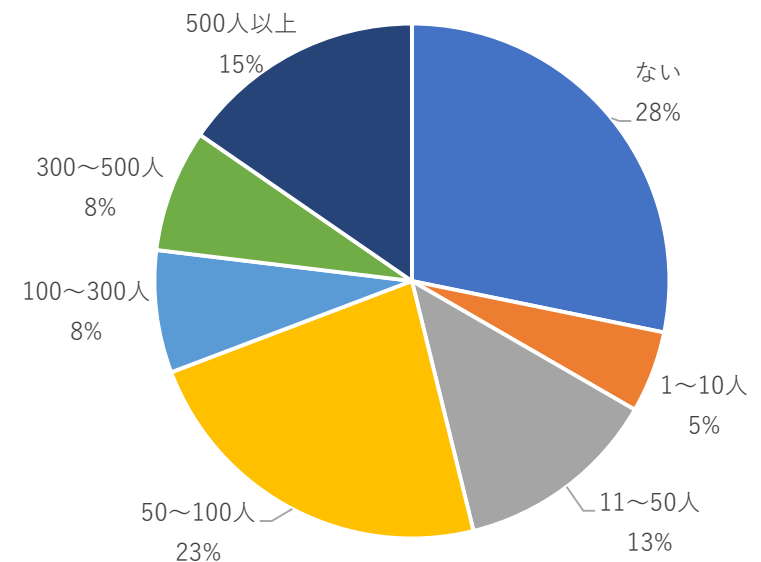


- ・滞在期間は最多が5~6泊、次が3~4泊とコロナ前と変化なし。
- ・アクティビティには、祭り・スノーの他、農泊・漁村泊、サイクリングへの関心が高い。

Q 使用する可能性のある航空路線は？
(MA)

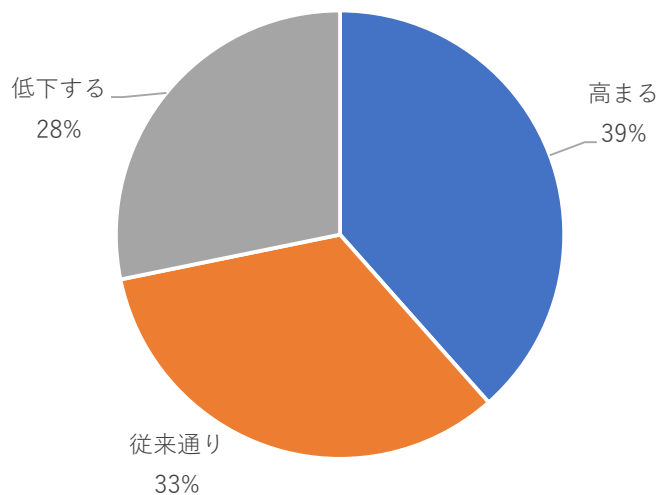


Q キャンセルされず延期となっている訪日旅行はあるか？ (SA)

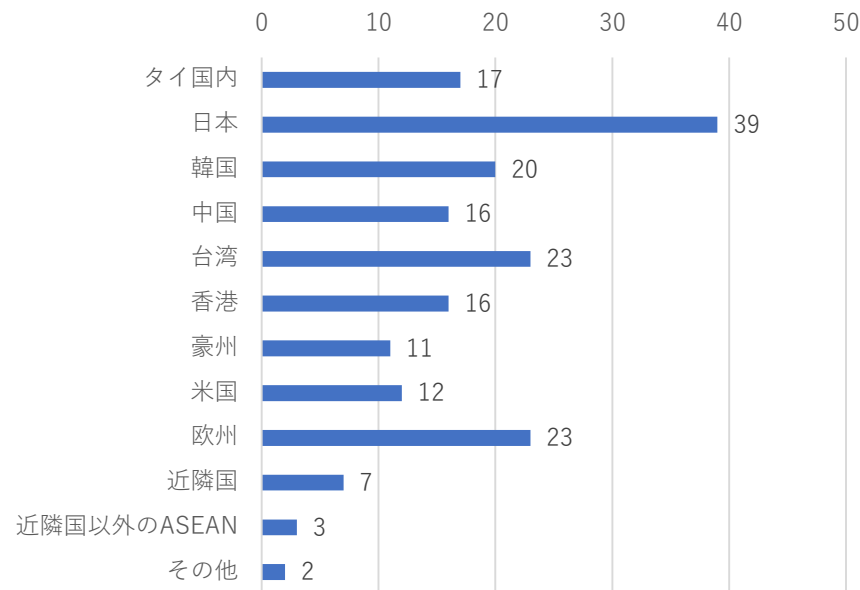


- ・ 直行便の利用を想定する社が多かった。
- ・ チャーター便や日本国内乗換便利用の可能性を挙げた社も3割程度あった。

Q コロナ前と比べて、海外へのインセンティブ旅行の顧客ニーズは高まるか低下するか？ (SA)



Q インセンティブ旅行の目的地 (国・地域) は？ (MA)



- ・インセンティブ旅行については、ニーズが高まるという社と低下するという社に分かれた。
- ・行先国・地域については、日本の他・欧州・台湾が期待されている。

- ・ 訪日取扱意欲は昨年6月と比べてもさらに高まり、日本側の情報を求めており、既存商品から「変化」させ、「価値を高めて価格を上げたい」と考えている
- ・ プレミアムツアー、小規模グループの手配旅行等、付加価値を付けられる商品を有望視しており、家族3世代をターゲットとする会社が多い
- ・ 滞在先は「大都市+地方」が圧倒的多数。農泊・漁村泊等のローカルなライフスタイル体験の組み込みニーズが高まっている

第1回JNTOバンコク ウェビナー結果

実施日：2021年10月27日（水）

対象：在タイ旅行会社および航空会社

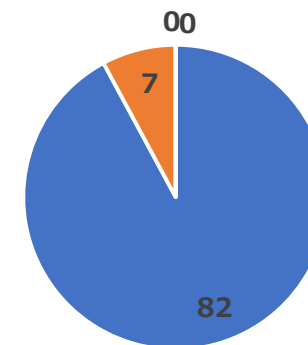
参加者：118名

参加旅行会社：89社

在タイ旅行会社が知りたいこと

- ・リピーターの獲得のために新しい観光地・ルート情報
- ・あまり知られていない各地域の観光地・観光施設情報
- ・営業している観光地の最新情報をアップデート
- ・新しい観光地、またはタイ人向けのインセンティブがある団体
- ・コロナ終息後の観光ルート及びホテルの紹介
- ・郊外の交通手段
- ・人気な観光地の最新情報・ファッショントレンド等のアップデート
- ・セミナーで紹介する飲食店やホテル状況（コロナの影響で営業しているか、閉店しているか）等の各地域の最新情報のアップデート
- ・観光中にコロナに感染した場合の対応（病院・保険等）についての情報
- ・歴史的な観光ルート
- ・楽しくて、安全で、どの年齢・性別の顧客でも楽しめる訪日旅行商品の例
- ・季節ごとのおススメな新しい観光ルート

今回のウェビナーについて、総合的にどのくらい満足していますか。



■ 満足 ■ どちらかといえば満足
■ どちらかといえば不満足 ■ 不満足

我慢していた分 好きなように旅したい！

日本は行きたい旅行先No.1
日本食・温泉旅館・ショッピングは
これからも楽しみ

ただコロナ後は、**もっともっと**

個性のある地域を訪れたい！
Unseenな景色をみたい！
地元の人とふれあいたい！
自然の中で解放されたい！
大切な家族・仲間と旅をしたい！

そのためには、旅行予算が上がっても良い！

安心して旅したい！

感染の不安なく旅行をしたい

手続きの不安なく
旅行したい

様々なリスクをコントロールし、
柔軟なサポートが欲しい

旅行会社は “Travel Guardian”

個人では難しいユニークな旅、安心できる旅には旅行会社の
力が必要不可欠です。
日本中の観光関係者が皆様と一緒に働くことを待っています。
今から一緒に準備を始めましょう！

