

【タイ】

9-10月の市場動向トピックス

- 2020年9月の訪日タイ人数は、前年同月比98.4%減の1,000人であった。
- 2020年10月の訪日タイ人数は、前年同月比99.0%減の1,400人であった。
- 新型コロナウイルス感染症の拡大により、日本政府による上陸拒否、検疫強化、査証の効力停止等の対象となっていた。なお、11月1日に上陸拒否が解除されたものの、14日間の隔離、査証の効力停止等の対象となっている。国際的な人の往来再開に向けた段階的措置として、7月29日から「レジデンストラック」の受付を開始した。出国制限はないものの、タイ民間航空局が通常旅客便の運航を引き続き禁止しているため、出国は実質不可となっている。自国民の日本からの入国については、政府指定施設での14日間の隔離とPCR検査の陰性証明および入国時のPCR検査受診が義務付けられている。日本への直行便は、11月も引き続き大幅な運休・減便となっている。

9-10月の主なプロモーション活動

＊ SNSでの情報発信

旅行に行けない現在においても、日本への親近感・潜在的な訪日意欲の向上を目的に Facebook (<https://www.facebook.com/visitjapanth/>) での情報発信を継続して毎日実施中。



Jリーグタイ人選手との連携

9/18 セレッソ大阪と連携し、タイ人のタウン・コタラスポーツ選手によるメッセージムービーを制作し、SNSに投稿。(47万人にリーチし、約15万6千回再生、1,700いいね、を獲得)



タイ人インフルエンサーとのコラボ投稿
9/26 元BNK48のJAN氏と歌手のEarth氏と連携した投稿を実施。トレンドとなっている「緑の美しさ」を訴求すべく、長野県のグランピング・緑の絶景をPRした。(36万人にリーチし、1,000いいね、を獲得)。

＊ タイでの日本食体験を契機とした情報発信

ジェットロの日本食材キャンペーン「Let's Eat Japan」との告知連携の他、バンコクのグルメ情報に詳しいメディアとタイアップした情報発信を実施。



＊ 日本各地からのメッセージ企画の実施

特設サイト上で、日本各地からのメッセージ企画「Message from Japan」を実施し、10以上のタイのメディアに取り上げられ、大きな反響を得た。

