

【タイ】

1-2 月の市場動向トピックス

- 2021 年 1 月の訪日タイ人数は、前年同月比 99.4%減の 700 人であった。
- 2021 年 2 月の訪日タイ人数は、前年同月比 99.9%減の 90 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14 日間の隔離等、査証の効力停止等の対象となっている(なお、タイに対する感染症危険情報のレベル2 への引き下げに伴い、2020 年11 月1 日から上陸拒否及び上陸時のPCR 検査受診等の対象指定が解除されていたが、緊急事態宣言の発令に伴い、2021 年1 月9 日から当分の間、上陸時のPCR 検査等が求められるようになっている。)。また、国際的な人の往来再開に向けた段階的措置として、2020 年7 月29 日から「レジデンストラック」が運用されていたが、2021 年1 月14 日以降、緊急事態解除宣言が発せられるまでの間、運用が停止されている。出国制限はないものの、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 日間の隔離と入国後のPCR 検査受診等が義務付けられている。

1-2 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。



(ゆふいんの森)
1/27 特別観光列車「ゆふいんの森」と桜の風景を中心に、車内や沿線の観光スポットを紹介。実際に乗車した経験のあるフォロワーからの写真投稿が相次ぎ、人気の投稿となった。
(約 10.7 万リーチ、4.6 千エンゲージメント、3.4 千いいね、460 コメント)



(京都鉄道博物館・映画村)
2/28 鬼滅の刃のゆかりの地として話題の「京都鉄道博物館」、「東映太素映画村」を紹介。コメントには、「行きたい」というコメントだけでなく、ストーリーに合わせたコメントもあり、人気の投稿となった。
(約 9.6 万リーチ、3.1 千エンゲージメント、1.9 千いいね、370 コメント)

＊ タイ旅行会社向けウェビナーの実施

12 月～3 月にかけて全 6 回実施。「高付加価値旅行の実現」をテーマに開催し、参加者より好評を博している。



＊ タイ旅行会社向けウェブサイト制作

タイ旅行会社と日本側セラーの継続的な接点の場として、BtoB 情報発信プラットフォームを制作。日本側セラー(約 180 団体)の観光情報を集約、検索できるようにした。



2021 年 2 月 11 日公開