

【タイ】

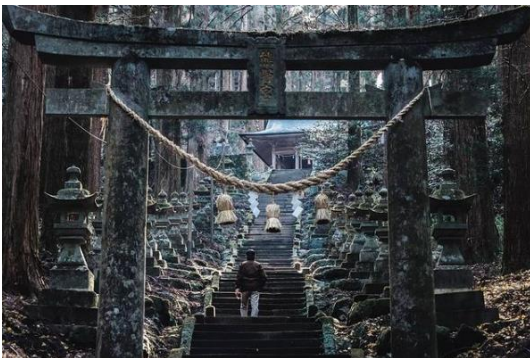
7-8 月の市場動向トピックス

- 2021 年 7 月の訪日タイ人数は、対 2019 年同月比 99.7%減の 200 人であった。
- 2021 年 8 月の訪日タイ人数は、対 2019 年同月比 99.4%減の 300 人であった。
- COVID-19の拡大により、日本政府による上陸拒否、14日間の隔離・PCR 検査受検、査証の効力停止等の対象となっている。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日以降当分の間運用が停止されている。なお、2021年6月4日以降、水際対策上特に懸念すべき変異株に対する指定国・地域として、当分の間検疫所が確保する宿泊施設での待機、入国後3日目の再検査等、検疫強化の対象となっている。出国制限はないものの、タイ民間航空局はタイ政府が許可した臨時便、特別便を除き、通常旅客便の運航を引き続き禁止している。自国民の日本からの入国については、最低14日間の隔離が義務付けられている。

7-8 月の主なプロモーション活動

＊ SNS での情報発信

往来ができ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/>)、Instagram (<https://www.instagram.com/visitjapanth/>) 等での情報発信を継続して実施中。投稿コンテンツのうち、自然、お花等のコンテンツの人气が高い。



7/31 上色見熊野座神社:リーチ(オーガニック)数 7.5 千、エンゲージメント(オーガニック)数 624、いいね数 588 獲得。神秘的な雰囲気があり、インパクトが強い写真かつ、鳥居はタイ人に人気であるため、7月オーガニックでリーチ数、エンゲージメント数、いいね数が一番高い投稿となった。



8/5 富士山周辺の四季の楽しみ方:リーチ(オーガニック)数 6.9 千、エンゲージメント(オーガニック)数 688、いいね数 641 獲得。富士山と忍野八海は両方ともタイ人に非常に人気ある観光スポットであり、投稿写真は青緑色の相性が良く、8 月オーガニックでリーチ数、エンゲージメント数、いいね数が一番高い投稿となった。

＊ 在日インフルエンサーを活用した情報発信

「I miss Japan」をテーマにしたインフルエンサーを活用した PR 事業では、タイで著名な日本人俳優・佐野ひろ氏を起用し、レンタカーで行く静岡・山梨の「家族旅」をテーマにしたウェブページを公開 (<https://jnto.or.th/imissjapan/familytrip/>)。公開に合わせて、佐野ひろ氏が運営する YouTube チャンネルと連携した動画を配信し、消費者への情報発信を行った。

