

【タイ】

11-12月の市場動向トピックス

- 2021年11月の訪日タイ人数は、対2019年同月比99.9%減の200人であった。
- 2021年12月の訪日タイ人数は、対2019年同月比99.9%減の200人であった。
- COVID-19の拡大により、日本政府による上陸拒否、検疫強化(検査・10日間待機等)、査証の効力停止等の対象となっている。なお、水際対策上特に対応すべき変異株等に対する指定国・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日目の再検査等の対象となっている。自国民の日本からの入国について、到着時のPCR検査受検、10日間の隔離、隔離終了前の指定された日のPCR検査受検等が義務付けられている。なお、ワクチン接種完了者は、所定の条件を満たせば隔離措置が7日間に短縮される。日本への直行便は、2022年1月も引き続き大幅な運休・減便となっている。

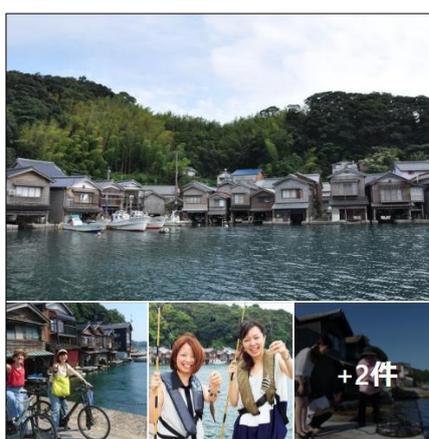
11-12月の主なプロモーション活動

＊ SNSでの情報発信

日本への親近感・潜在的な訪日意欲の向上を目的にFacebook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、花等の定番要素に加えて、農泊やアクティビティ等のコンテンツの人気も高い傾向にある。Facebook (<https://www.facebook.com/visitjapanth/>)



(秋田県・角館町の農家民宿)
11/3 農泊体験は、独自アンケートからも「深く交流したい」と、日本人の生活文化に触れて楽しみたいというニーズが窺え、人気の投稿になった。
(リーチ数 8.7万、エンゲージメント数 1.8万、いいね数 2.3万、コメント数 244、シェア数 425)
※広告配信あり



(京都府・伊根町の農泊体験)
12/10 日本の原風景の中でのアクティビティと農泊体験が魅力になったうえ、タイの番組「SUGOI JAPAN」で伊根町が紹介されたこともあり、人気の投稿になった。
(リーチ数 21.6万、エンゲージメント数 1.2万、いいね数 3.5千、コメント数 129、シェア数 217)

＊ タイ国政府観光庁(TAT)と連携したフォトコンテスト

タイと日本の双方の国において、自国のおススメしたい観光地情報を共有し合うことで、将来の旅行への機運醸成を図ることを目的に共通のハッシュタグ「#thailandjapanwow」を設け、オンラインフォトコンテストを実施。1,000件を超える応募があり、盛況を得ることができた。

キャンペーン期間: 2021年11月26日～2022年1月10日

＊ “I miss Japan” 企画による高付加価値プロモーション

上質な大人旅をテーマに、忙しい日々から離れ、ゆったりと食・文化・自然に触れながら心を癒す旅のモデルルートをインフルエンサーを活用して紹介する特設ウェブページを制作。併せて動画を制作し、YoutubeでのPRとともに特設ページにおいても紹介した。

ウェブサイト: <https://jnto.or.th/imissjapan/luxurytrip/>

動画: <https://www.youtube.com/watch?v=wOJe-i9656Y>

