

(件名)「第15回FITフェア」について

「第15回FITフェア」を視察しましたので、その様子をご報告します。

1 概要

10月6日(金)から10月8日(日)にかけて、バンコク中心部にある大型商業施設サイアムパラゴンにて「第15回FITフェア」が開催されました。

主催は日本政府観光局(JNTO)で、日本の地方自治体やホテル、商業施設、タイの旅行会社など98団体が128ブースを出展しました。

エリアは「航空会社(日タイ問わず)」「タイローカル旅行会社」「日本の企業および自治体」の3つに区分されていました。日本の企業および自治体のブースは、北海道、東北、九州等、地方ごとに分かれていました。北海道関連ブースは、他の地方よりもブース数が多く、立地も入口近辺ということもあり、多くの来場者が訪れていました。

北海道関連ブースは、主に「冬・雪」をテーマにPRしていましたが、タイ人の来場者は「北海道の冬」を既知している方も多いため、目新しい夏季を対象としたPRも行われていました。今回は、その内の2ブースでお話を伺いました。

北海道のとある自治体は「タイで、当地域の知名度は高いと感じており、ブースを訪れる方も見所及び名物は把握している。そのため、より斬新な見所の紹介及び旅行行程の相談にも乗っている。」と話されていました。

道内ツアー旅行を主に取り扱っている企業は「訪日タイ人の特徴として、広大な北海道の移動を苦にしない。レンタカーの利用者が多く、公共交通機関の乏しい地域に訪れるのも抵抗はない。SNSにて自身の旅行体験を投稿する人が多いこともあり、友人に自慢すべく真新しい観光地を求めている。」と話されていました。

2 所感

平日の昼間にイベントを視察しましたが、その時間にも関わらず多くのタイ人が訪れるなど、道内旅行の人気及び知名度は依然として高いと感じました。

ただし、お話を伺った自治体は一例です。他の自治体は、複数の来場者から「この地域の場所はどこですか?名物は何がありますか?新千歳空港から離れていますか?」などの質問が寄せられたと話していました。タイ人にとって道内各地域の認識度が異なることから、知名度などの実情に即したPRが重要と感じます。

多くのタイ人は、SNSを自身の旅行体験の投稿だけでなく、訪れる場所の検索にも活用しています。そこで、地域の位置情報や名産品をSNSで積極的に発信してみてはいかがでしょうか。



会場の様子(筆者撮影)



日本各地の観光名所紹介(筆者撮影)



北海道関連ブースの様子(筆者撮影)