amazing THAILAND

Always Amazes You

UP DATE : 2012-2013 Vol.13 No.45

タイ国政府観光庁（TAT）と日本旅行業協会（JATA）が、女性カウンター販売担当者を対象に共同で行う「タイ国現地自由視察体験研修旅行」がスタートした。年内に3本の研修旅行を実施し計45人をタイに送り込む計画だ。

JATAとTATで販売の現場を強化

女性需要開拓の狙いが一致

JATAはVWC2000万人プロジェクトにおける23カ国・地域の重点デスティネーションのひとつにタイを挙げ、日本人タイ訪問者の拡大に力を入れている。「年間120万人前後の日本人旅行者が毎年訪れるタイは、次の段階で200万人規模に育つ可能性の高いデスティネーションだ」（海外旅行推進部・山口正副部長）と期待する。

こうした前提に立ち、TATとJATAが研修旅行を共同で実施することになった。女性のカウンター販売担当者を対象としたのも、共に女性市場の重要性を強く意識しているからだ。TATは「2013年のマーケティング方針で女性市場の開拓を重点テーマに掲げ、女性客誘致拡大を強化する」（藤村喜章マーケティングマネージャー）としている。JATAも「タイへの旅行者は業務渡航目的の男性が70%を占めているのが現状で、観光需要を伸ばすには女性市場へのアプローチ強化が不可欠。その点インフラが整い、ショッピングやエステなど女性にとって魅力的な素材が豊富。しかも親日で女性も安心して旅行を楽しめる」（山口副部長）と可能性を評価する。

女性旅行者にとっての必須要素、ショッピングに関しても魅力十分のタイ

カウンター販売強化に期待

「タイ国現地自由視察体験研修旅行」でカウンター販売担当者を対象としたのは、旅行会社にとって店頭での提案力強化が課題となっているからだ。Web販売が拡大するなかで店舗販売の強みとなるのは店頭の提案力。その前提となるのが、デスティネーションに対する知識・情報や、それを元にした滞在コーディネート力、つまり提案力や企画力だ。「販売担当者は個別の旅行商品については知識が豊富だが、デスティネーションの楽しみ方をどれだけ知っているかという点では心もとない。今回の研修旅行ではそこを補ってもらうことを意識した」（JATA山口副部長）。

市場巡りもタイ旅行の楽しみのひとつ

そのため、3泊5日の日程で行われる研修旅行のタイ滞在中は基本的に自由視察体験とした。自分でプランニングし、移動も自力で行い、身銭を切って体験をすることで、タイの交通インフラの充実ぶりや物価の安さを実感し、帰国後には実体験を基にした確かな提案力を発揮できるようにするためだ。また自由視察中の行動が委縮してしまわないよう、各社1人ずつの参加ではなく1組2人ずつでの参加を基本とした。

研修に連動した情報発信も

11月15日～19日に実施された1回目の「タイ国現地自由視察体験研修旅行」では、早くも成果が表れている。JATAによれば「参加者からは、女性が安心して楽しめる点や、物価の安さ、ホテルの充実ぶり、バンコクからの日帰りオプショナルの豊富さ、世界遺産へのアクセスの良さなどを評価する声が多かった」（山口副部長）とのこと。

このように研修旅行を通じて得たタイの印象を広く一般の人々にも伝達するため、研修旅行参加者には帰国後に旅行のクチコミサイト「フォートラベル」へ「プロお勧めの女性のタイの楽しみ方」の投稿を義務づけた。さらに「タイに関する情報の普及を促進し、旅行会社の販売促進を支援する目的でフォートラベル内にTATのキャンペーンサイトを開設。旅行会社のホームページへのリンクも貼り販売につながるように工夫している」（TAT藤村マネージャー）。

今年10月に運航を開始したタイ国際航空（TG）の札幌／バンコク線は来年夏スケジュールでも週3便を運航する見込みで、TGの成田／バンコク線も来年1月から機材の一部が大型化。関空線もB747へ大型化する予定だ。来年は航空座席供給量の増大が見込まれる。こうした状況を受けてJATAは「座席増の受け皿となる旅行商品の拡充やカウンターでの販売強化を通じて需要喚起するのが旅行会社の役割。研修旅行も積極的に行っていきたい」（山口副部長）とし、TATも「今後も引き続き女性カウンター販売担当者を対象とする研修旅行に取り組んでいきたい」（藤村マネージャー）と足並みを揃えている。

比較的手頃な料金でゴージャスなスパ体験ができるのもタイの特徴。写真はマンダラ・スパ

［PR］

研修旅行参加者に聞く

タイのこんな魅力を体感できました

profile

エヌオーイー　島田 千聡さん

所　　属：スカイツアー東京営業部営業2課
担 当 業 務：「スカイツアー」商品の代理店セールス
タイ旅行歴：今回が初めて
社　　歴：入社2年目

体験内容

＊ペニンシュラ・バンコクのタイ料理教室
＊アユタヤ観光
＊アジアンティーク・ザ・リバーフロント
＊バンコク市内観光
＊スパ・エステ体験

タイ料理好きにお勧めの料理教室

ペニンシュラ・バンコクで本格料理体験

ペニンシュラ・バンコクで行われるタイ料理教室に参加してみました。トムヤムクンなどのタイ料理を2種類、ホテルのシェフが教えてくれるので、タイ料理好きにはお勧めの体験です。日本へ帰国後は本格的なタイ料理というわけにもいかないと思いましたが、トムヤムクンの料理セットをお土産に買って帰りました。機会があったらタイ料理に挑戦してみようと思います。

バンコクは日本人観光客を含め世界各国からの観光客が数多く詰めかけているようで、どこへ行ってもたいへん活気のある街だという印象を受けました。それに対して日帰りで行ったアユタヤは観光客もそれほど多くはなく落ち着いた感じで、世界遺産の観光スポットも比較的静かに見学できましたし、思うように写真も撮れたのがよかったです。アユタヤで、バンコクの活気とは一味違うタイの魅力を実感できたと思います。

日帰りで訪れやすいアユタヤツアー

今年の夏にオープンしたばかりのショッピングセンター、アジアンティーク・ザ・リバーフロントは雑貨などにとても興味を惹かれるものを多く見つけることができ、ショッピングの楽しさを味わいました。名物のニューハーフショーも鑑賞できるし、長時間いても飽きない観光スポットとしてお勧めです。

バンコクの市内移動はBTS（スカイトレイン）とタクシーが中心でしたが、どちらも安く便利です。とくにBTSは乗り方や路線も分かりやすく、女性1人で利用しても安心だということを確認してきました。

今回の研修旅行を通じて、タイが女性旅行者にとって、とても魅力的で、なおかつ手軽に楽しめるデスティネーションであることを実感できました。これまで以上に自信を持ってタイ商品のセールス活動を行えるのが楽しみです。

アジアンティーク・ザ・リバーフロントは参加者の評価も高かった

profile

リノンツーリスト　今西 真澄さん

所　　属：埼玉・行田店
担 当 業 務：店頭カウンターの販売業務（国内・海外）
タイ旅行歴：今回が初めて
社　　歴：入社2年目

体験内容

＊アユタヤ観光
＊バンコク市内観光
＊スパ・エステ体験
＊サイアム・パラゴンやセントラル・ワールドでのショッピング

あまりの安さに毎日マッサージ体験

タイは今回が初めての体験。行ってみるまでは発展途上国のイメージの方が強かったのですが、実際に行ってみると抱いていたイメージとは全然違いました。空港や鉄道駅は広々としていて清潔だし、機能的で快適そのもの。正直、驚きましたし、印象はガラリと変わりました。

観光に疲れたらまずはマッサージ。とにかく安い

何といっても嬉しい驚きだったのは、マッサージの安さです。ホテルの近くにも、街のあちらこちらにも数多くのマッサージショップがあり、選ぶのに困るほど。行列ができている人気の店もたくさんありました。たっぷり足マッサージをしてもらっても料金は日本円で900円程度。とてもお得感があったので、毎日足マッサージに通いました。観光で歩き疲れた足を癒してあげるのにはマッサージが最適だと思います。

実はタイ料理が苦手で、辛いものと香草がだめ。それだけは心配だったのですが、辛くない料理や、香草を使っていないタイ料理を選べば問題ないことが分かりました。それにショッピングセンターなどあちらこちらにフードコートがあり、そこへ行けばイタリアンや日本食、中華料理などさまざまな選択肢があるので、私のようにタイ料理が苦手な旅行者も困らないはずです。

観光で行ったアユタヤではゾウ乗り体験もできました。10分程度の短い体験でしたが、ゾウの背中から眺める遺跡群はとても印象的で貴重な体験になりました。バンコク市内観光で見学したワット・ポーの涅槃仏や王宮、エメラルド寺院も見応えがあったと思います。サイアム・パラゴンやセントラル・ワールドでのショッピング体験もしましたが、女性旅行者は１日割いても時間が足りないほど楽しめるはずです。

ゾウ乗り体験は女性に人気のアトラクションのひとつ

今回の研修旅行は、滞在中のスケジュールが基本的に自由視察という従来にないユニークなスタイルで実施された。研修を通じてタイのどんな魅力や可能性を感じたのか、11月15日～19日に行われた第1回研修旅行の参加者3人に聞いた。

profile

東武トラベル　松野 祐子さん

所　　属：埼玉・草加駅支店
担当業務：支店長として店舗業務全般を統轄
タイ旅行歴：今回が3回目
社　　歴：入社20年目

体験内容

＊日帰りオプショナルでカンチャナブリへ
＊バンコク市内観光
＊アジアンティーク・ザ・リバーフロント
＊水上マーケット
＊スパ・エステ体験

BTSの便利さ快適さに驚き

タイは3回目ですが、前回は15年前。久しぶりの訪問だったのですが、以前に来た時にはなかったBTS（スカイトレイン）の便利さと快適さに驚きました。料金も安く車両も清潔で、女性も安心。滞在中の移動手段はBTSが中心になりました。タクシーも安く、BTSとタクシーがあれば移動には不便はない印象です。

日帰りオプショナルツアーを利用して行ったカンチャナブリでのゾウ乗り体験がとても印象に残っています。ゾウの背中に揺られながら30分ほど森の中をトレッキングし、途中で川にもダイブ。カンチャナブリまで足を延ばした甲斐のある、タイならではの大満足な体験でした。

スパ・エステにも興味があり何軒か体験しましたが、一軒屋スタイルのデラックスなスパ・エステが多い印象です。タイでスパやエステを楽しむイメージはさほど強くなかったのですが、実際に体験してみると、洒落た造りの施設内に入るといい香りのアロマが焚かれていたりして、ゴージャスな雰囲気の中で寛げます。しかも料金が安いので日本からの女性旅行者にとっては大変魅力的な現地でのお楽しみ素材になると思います。

新しいショッピング施設として話題のアジアンティーク・ザ・リバーフロントは、広々としていて日本人女性が好みそうな店もいっぱい。日本食レストランや中華料理店もあり、夜遅くまでニューハーフショーも上演しているので、ショッピング、食事、エンターテインメントを1カ所で全部楽しめる場所として、お客様にも勧めたいスポットです。

今回の研修旅行の体験で得た知識や情報は、店頭でお客様に還元するのはもちろんですが、タイの自社パッケージ商品の企画にもフィードバックできるよう、努めていきたいと考えています。

多くの参加者がBTSの利便性・快適性を実感

「ロングステイフェア2012」でTATがセミナー開催

ロングステイ財団主催の「ロングステイフェア2012」が11月17日、東京ビッグサイトで開催された。同フェアにはTATもブースを出展し、「アメージングタイランド長期滞在編」と題する特別セミナーも開催した。

セミナーでは、ロングステイに関するタイの基本情報として、国別長期滞在者数（ビジネスマンを含む）がアメリカ、中国に次いで第3番目に多く、都市別でもバンコクが上海、ロサンゼルス、ニューヨークに次ぐ第4位に入っており、日本語対応の医療施設など日本人を受け入れる基本的インフラが整っている点が紹介された。またロングステイ・ビザや住居、滞在予算に関してなど具体的な長期滞在の情報も提供された。

特別セミナー「アメージングタイランド長期滞在編」には約180人が集まった

ロングステイフェア2012に出展したTATブース

ROYAL ORCHID HOLIDAYS　ROHとは、タイ国際航空が手がける信頼のツアーブランドです。
日本地区販売総代理店　株式会社エーアンドエー
THAI

タイ専門店のA&Aにお任せください!

＊とっておきのこだわり女子旅!バンコクの休日
好評発売中!（札幌、東京、名古屋、大阪、福岡発着）
スパ、ショッピング、観光など自分磨きの満喫プランをご用意!

＊札幌～バンコク直行便で行く!常夏のプーケット
選べる観光、グルメ、魅惑のプーケットコース!
選べるゴルフ2ラウンド、グルメ、ショー、ゴルフ満喫プーケットコース!
※上記パッケージ商品のご請求をお待ちしております!

登録無料　AA AGT　検索

タイ専門店、A&Aのエージェント・ウェブ・サイトでは、タイ国際航空（TG）タリフやイベント情報、タイ王国及びタイ国際航空の最新情報などが満載です。
さらにロイヤルオーキッドホリデイズ、リフレの電子パンフレットもご覧いただけます。

好評発売中!　パンフレットオーダーは電話、FAX、メールで!

株式会社エーアンドエー
本社：〒104-0061 東京都中央区銀座4-10-3 セントラルビル6階
観光庁長官登録旅行業 第1289号

東京本社 03-5550-0180　大阪営業所 06-6535-0820
名古屋営業所 052-955-0881　福岡営業所 092-771-2410
※札幌発は東京で受付いたします。

［PR］

TAT 日本オフィス所長に聞く Question

2013年のタイ

東京事務所

TATはタイが“ゴルフ天国”であることを訴えるプロモーションを実施してきました。プレーヤー 1人につき1人のキャディーが付く贅沢なゴルフを、比較的リーズナブルな料金で楽しめる。しかも有名ゴルファーなどがデザインした世界水準のコースが舞台。日本からも5時間ほどで行くことができ、フライト便数も多い。ゴルフ天国とはそういう理由があってのことです。こうしたプロモーションの成果もあって、ゴルフ旅行需要や、ビジネス出張に合わせてゴルフを楽しむといった旅行需要が2012年の日本人の訪タイ旅行需要を牽引してくれました。このほか、シニア旅行需要や夏場のファミリー旅行も好調に推移しました。

2013年は女性やユース、シニアを主なターゲットとして、「Amazing Thailand ～ Always Amaze You ～」をテーマに掲げ、「サバーイ・タイランド」キャンペーンを展開します。特に女性は主要ターゲットで、このほどJATAと共同でタイ研修旅行を実施。夏場の販促につなげたいと考えています。また06年以降低迷していた学校・教育旅行マーケットも再強化する方針で、旅行会社向けセミナーや研修旅行を実施する予定です。さらにリピーター対策として、カオヤイや東北地方への旅行需要喚起にも取り組んでいきます。

ニッタヤー・
ウワムピッタヤー所長

大阪事務所

スンカヤー・
スィリガンチャナーグン所長

洪水被害からの復興特需を含めてビジネス需要が好調だった今年の前半。5月連休や夏場にはレジャー需要も完全復活し、日本人タイ訪問者数は、06年に記録した131万人の更新もうかがえるほど。2012年は全体的に好調な1年となりました。方面ではバンコクを中心に、日帰り圏内のアユタヤや、ビーチリゾートのプーケット、サムイなどが人気を集めました。

2013年の主要ターゲットは女性、ゴルフ。教育旅行中心のユース、ロングステイなどのシニアも重視します。また以前から取り組んできたマラソン、ダイビングや、ハネムーン、ハイエンド、タイの祭りといった新ニッチマーケットの開拓にも力を注ぎます。これらのターゲットにリーチすることでリピーターだけでなく、タイが初めての旅行者を増やします。直行便だけでなく経由便で行くタイもプロモーションし渡航チャンネルの拡大により全体の座席数を拡大し渡航者増を図りたいと思います。

プロモーションは旅行会社、航空会社、メディアとも連携し、業界の方々に実際にタイを見てもらい、新たな商品開発や販売促進を図ります。

新方面は世界遺産のカオヤイ国立公園をはじめ、グリーンツーリズムのデスティネーションを紹介していく方針です。

福岡事務所

2012年を振り返ると女性層やシニア層、家族旅行の動きが活発で、ゴルフ人気も安定していました。ローシーズンのグループおよびパッケージツアーの販売強化策が、夏場のファミリー向けパッケージツアーの販売好調につながり、グループ需要の底上げにも貢献したとみています。加えて最近では“お一人様”旅行者も増える傾向で、こちらも堅調に伸びてきています。方面としては相変わらずバンコク、プーケット、チェンマイの人気が安定していました。

2013年は、日タイ両国の旅行業界活性化のため、航空会社と旅行会社と共同でパッケージツアーとグループツアーの販売強化に取り組んでいきます。また双方向ツーリズムを重視します。日本発の訪タイ旅行需要だけでなく、タイ発の訪日旅行需要を合わせて盛り上げることで、地方空港発路線の需要を拡大し、持続的な成長を可能にできると考えています。

主要ターゲットは女性と学生。女性向け「Beautiful Lady, Beautiful Thailand」キャンペーンで、女性向けパッケージツアー商品造成やメディア連動型の販売促進を行います。学生に対してはバンコクと友好都市提携を結ぶ福岡県をはじめ、周辺の都市の教育担当者の視察旅行や、教員向けセミナーを実施していく予定です。

ポーンプラパー・
ロースワン所長

[PR]