

タイ国政府観光庁スラポン・サウエートセラニー総裁記者発表

タイ国政府観光庁、スラポン・サウエートセラニー総裁が来日、2月18日に帝国ホテル東京で開催された「Press Conference "Sawasdee Thailand"」（プレス・コンファレンス サワッディー・タイランド）にて、マーケットの現状および観光プロモーションの方針を発表しました。発表内容は、以下の通り。

昨年、海外からタイを訪れた外国人観光客数は1,580万人、前年（2009年）比約12%増となりました。マレーシアからの観光客数は12%増、中国45%増、そして韓国からは32%増と、いずれも高い伸び率で増加しています。一方、日本からの観光客数は、一昨年比2%減の98万5千人となりました。

人数としては確かに微減しましたが、滞在期間は平均7日間で、その他の国々に比べて比較的長い期間となっています。人気のある観光地は、首都バンコクをはじめ、世界遺産のアユタヤ、北部の古都チェンマイ、南部のリゾート地プーケットが続きますが、その他、タイ北部のナーン、ペッチャブーン、ルーイ、ピッサヌローク、そして世界遺産として登録されているスコータイといった魅力あるデスティネーションもあります。また、南部には、美しい海と手付かずの自然が魅力的なクラビ、トラン、そしてパンガーがあります。

一方、昨年、日本を訪れたタイからの観光客数は21%増の21万4千人で、イギリスを超え7番目に日本への観光客の多い国となりました。タイの人々にとって日本は魅力的なデスティネーションであること、そして日本政府による観光プロモーションの成果でもあったと言え、こうした状況は、たいへん喜ばしいことでもあります。

さて、アメリカの大手ブランド・コンサルティング会社フューチャーブランド社が調査・発表した「国のブランドカ」で、私どものブランド「アメージング・タイランド」は、多くの観光客が認識する観光ブランドのなかでも上位にランキングされ、かつ「バリュー・フォー・マネー＝支払うお金の価値を最も高める」ブランドとして、長年に渡り認識されていることがわかりました。「同じ金額をもってタイを訪れると、他の国より多くの体験ができる」。日本の皆様に、ぜひタイを観光デスティネーションとしてお考えいただきたいと思います。

今年 2011 年、タイ国政府観光庁は、“Amazing Thailand Always Amazes You”と題し、「世界各地からの観光客を魅了し続けるタイ」をアピールしていきます。

日本マーケットのプロモーションについては、“Thailand is Everyday Destination”（いつでも思い立ったときに訪れることができるデスティネーションとしてのタイ）のもとで展開していきます。バリュー・フォー・マネー、東南アジア地域のハブ、多様な観光素材、タイの人々の満ち溢れたホスピタリティといったタイの強みがあります。2009 年の観光統計で、タイを訪れた日本からのリピーターが 73%にも上ったのは、こうしたタイの強みにあると考えられます。

【総裁記者発表内容（2）】

自然環境を大切に、持続可能な経済成長、バランスの取れた社会発展が求められる昨今、観光の観点からもその必要性の追求については申すまでもありません。今年 2011 年は、観光庁としても、渡航者が特定の地域または県に集中しないこと、バランスのとれた短期・中長期の滞在期間をもたらすこと、ビギナーとリピーターのバランスが取れた渡航者の比率、そして国内並びに海外からの観光客数でもバランスが取れるよう、環境に重きをおくビジョンを定め、持続可能な観光プロモーションを展開いたします。

そのビジョンのもと、私どもタイ国政府観光庁では日本マーケットにおいて 3 つの重点ターゲットに対するプロモーション戦略を打ち出しております。

1. グリーン・ツーリズム

Green Heart（グリーン・ハート）、Green Logistics（グリーン・ロジスティックス）、Green Destinations（グリーン・デスティネーション）、Green Communities（グリーン・コミュニティ）、Green Activities（グリーン・アクティビティ）、Green Service（グリーン・サービス）、そして Green Plus（グリーン・プラス）という 7 つの項目 “Seven Greens”のもとで、“Thailand Go Green”と題し、地域住民並びに観光産業に携わる民間との共同で進めるプロモーションを、先述のビジョンに基づき、自然環境を重視した観光開発・促進を進めてまいります。これは、私どもの CSR でもあります。

グリーン・アイランドのサムイ島、タイ独自の伝統文化が色濃く残り、また周囲の自然環境とも調和のとれた北部のナーン県、地元住民の素朴な、タイならではのライフスタイルが体験できるチェンマイ、バーン・メーカムポーンなどがその一例です。

また、タイ国政府観光庁は、自然・アウトドア及び環境型観光促進団体 TEATA とともに、これまで「グリー

ン・ルート」と呼ばれる4つのコンテンツを開発いたしました。

- 中部タイならではの香り／魅力を味わう： 水上マーケットや川をベースにした地元住民の生活様式を垣間見る。アンパワのクルーズ、サムットソンクラームの自転車ツアー、ペッチャブリー県に属するタイ最大の国立公園ケークラチャーンでのバード・ウォッチング
- イサーンの素朴な生活の営み： 東北地方ナコーンラチャシーマーのパークチョング、カオヤイ国立公園、プラチーンブリー
- 多様な文化が織り成す地域： チェンライのドイ・トゥン、チェンマイのアカ族が暮らす集落
- ランナー文化の魅惑： ランブーン、ランパーン、チェンマイ

その他にも、アユタヤやホアヒン、アンパワ、コ・クレッド、カオヤイ国立公園など12拠点でのサイクリング・ルート、ドイ・インタノン、レーム・バックビアー、ケークラチャーン国立公園でのバード・ウォッチング・ルートなどもあります。いずれも、自然に触れることで日々の疲れを心身ともに回復することができるルートばかりです。詳しくは、野鳥と自然保護の会（Bird Conservation Society of Thailand）のウェブサイトからご覧いただけます。

観光客への情報提供として、これらの多種多彩なコンテンツをタイ国政府観光庁セールスキットにまとめ、観光客の皆様に発信いたします。また、日本語ウェブサイト <http://www.thailandtravel.or.jp> から情報収集が可能です。

2. ゴルフ

日本の観光客にたいへん喜ばれるゴルフ。2010年現在、日本のゴルフ人口は1,033万人に上ると言われます。タイを訪れる日本人観光客のなかで、ゴルフを楽しむ人が約10%を占めており、たいへん重要なマーケットです。一年中温暖な気候、270に及ぶ国際的な基準のゴルフコースがとくにバンコク、パタヤ、プーケット、ナコーンラチャシーマーなど全国各地に点在しています。

昨年より、日本の人気プロゴルファー、石川遼選手がタイのゴルフ観光親善大使に就任いただいていることも特記すべきです。2009年から今年2011年に3年続けてタイで開催された「ザ・ロイヤル・トロフィー」に出場いただいたことは、大変ありがたく、改めて御礼を申し上げます。

今年2011年は、バンコクやチェンマイの新たなゴルフコースを紹介するとともに、ゴルフデスティネーショ

ンとしてホアヒンそしてプーケットにおいても、さまざまなプロモーション・アクティビティを打ち出してまいります。チェンマイでのジュニア・ゴルフ・キャンプをはじめ、ホアヒンでのレディース・キャンプ、日本の旅行会社各社との共同によるゴルフ大会の主催、それらのコースや大会へのマスコミの皆様をご招待する計画なども上がっております。

実は、今回の訪日の目的の一つには、2月18日より東京ビックサイトで開催する「ジャパングolfフェア2011」に出席するためでした。このイベントには、タイのゴルフコース・サービスなどをご紹介するタイ国政府観光庁および9つのゴルフ関連会社の共同ブースを出展しています。

3. シニア・マーケット

65歳以上の、いわゆるシニア人口は2010年には2,944万人で、これは日本国の総人口の23.1%を占めるに至っています。さらに10年後の2020年には、それが3,456万人を超え、総人口の27.8%を占めることが予測されています。タイ国政府観光庁としては、購買力のポテンシャルが高い、いわゆる「アクティブ・シニア」と呼ばれる同世代に、重点を置くべきだと考えています。

アクティブ・シニアの皆様は、今後タイで10日以上ロングバケーションまたはロングステイをしてもらう機会を増やすべく、プロモーションを展開してまいります。現在、チェンマイやバンコクに集中していますが、今後はそのデスティネーションをプーケットやホアヒンなどにも拡大してまいります。

チェンマイは、医療機関をはじめ、住環境、娯楽施設並びに日本語のできる人材など、日本人ロングステイヤーを受け入れる設備や環境が整っています。現在、チェンマイの日本人ロングステイヤーの会では、約5,000名の会員が登録しているそうです。今後、日本からのロングステイヤーが一層増えることを願っております。なお、タイにおけるロングステイ関連情報は、<http://www.longstaythailand.com> のウェブサイトでご覧いただけます。

【総裁記者発表内容(3)】

以上の3つのターゲットグループに加えて、タイ国政府観光庁では、観光プロモーションの一環として、日本各地で催されるさまざまなイベントやお祭りに参加してまいりました。札幌の雪まつりをはじめ、東京で開催されるJATA主催の「旅博」、秩父市の龍勢まつり、福岡の博多どんたく、大阪の天神祭、静岡県の長政まつり、東京のロングステイ&移住フェア、東京マラソンフェア、マリンドIVINGフェアなどがその一例で

す。

今年 2011 年には、東京、大阪、名古屋そして福岡から、日本とタイ間の直行便が、合わせて週 103 便に増え、観光客にとって利便性が高まっています。また、東京-バンコク間の需要の高まりを受けて、タイ国際航空をはじめ、日本航空そして ANA 全日空にも増便をいただきました。

また、成田に続き、羽田からも出国が可能になった現在、レジャーグループにとって一層の利便性が高まっております。バンコクを初め、プーケット、クラビ、ハードヤイ、チェンマイ、そしてサムイ島など主要観光地はいずれも空路で結ばれています。すでにご存知と思われるが、スワンナプーム国際空港とバンコクの都心を 15 分間で結ぶ エアポートレールリンクも運行し、市内でのチェックインも可能となりました。

多種多様な観光素材をもち、皆様を心から歓迎するタイの人々のホスピタリティのもとで、観光の訪問地としてタイをお選びいただくことで、必ずご満足いただけることを確信しております。

最後になりますが、タイ国政府観光庁総裁として、タイへぜひお出かけ頂くようお願い申し上げますとともに、これまでタイを暖かくご支援くださいましたマスコミ各社の皆様に改めて御礼を申し上げ、私の記者発表の締めくくりとさせていただきます。

(2011 年 2 月 18 日 帝国ホテル東京にて)