

第4回日タイ観光ワーキンググループ

地域資源を活用した高付加価値な観光地・観光産業を目指して
～持続可能な観光の実現に向けた将来展望と今後の取組～



2025.3.5（水）11:00～13:30（現地時間9:00～11:30）

オンライン配信（Zoomウェビナー）※日タイ英同時通訳

主催：運輸総合研究所（JTTRI）、運輸総合研究所アセアン・インド地域事務所（AIRO）、タイ王国観光・スポーツ省（MOTS）

後援：太平洋アジア観光協会（PATA）

1. 開会挨拶



奥田 哲也

運輸総合研究所 専務理事
運輸総合研究所 アセアン・インド地域事務所長



ワニダ・パンサアード

タイ王国 観光・スポーツ省 副次官

2. 来賓挨拶



西岡 達史

在タイ日本国大使館
次席公使



ソラウォン・ティアントーン

タイ王国 観光・スポーツ大臣（録画出演）

3. 基調講演



ポール・ブルアンカーン

太平洋アジア観光協会（PATA）
チーフ



富田 晃弘

運輸総合研究所
アセアン・インド地域事務所
次長・主任研究員



ゲサラポン・ウィモンラット

タイ王国 観光・スポーツ省
国際部長

4. 過去のワーキンググループのまとめ

5. パネルディスカッション



モデレーター

タナーワット・リムパーニグン

タマサート大学ビジネススクール
組織・起業・人材マネジメント学部
准教授



サントー・サワンチャロン

タイ国政府観光庁（TAT）
総裁室 副局長



プラパッソーン・ワッタナプティ

持続可能な観光のための
指定地域管理局（DASTA）
クリエイティブ観光部 チーフ



河田 敦弥

観光庁観光戦略課 課長



沢登 次彦

株式会社リクルート
じゃらんリサーチセンター
センター長

6. 閉会挨拶

奥田 哲也

運輸総合研究所 専務理事
運輸総合研究所 アセアン・インド地域事務所長

ワニダ・パンサアード

タイ王国 観光・スポーツ省 副次官

開催趣旨

運輸総合研究所アセアン・インド地域事務所（AIRO）は、2023年12月にタイ王国観光・スポーツ省と、日タイの相互理解の促進、相互交流の拡大、持続可能な観光の実現に向けて観光ワーキンググループ（WG）を設置しました。これまで、両国において関心の高いテーマとして、「国と地方のアイデンティティ・地方への観光客誘致のための原動力～日タイにおける戦略的取組とベストプラクティスについて」及び「地域主体の観光振興について～コミュニティベースツーリズム（CBT）のベスト・プラクティスに関する意見交換～」について情報共有や意見交換を行ってきました。今回のWGでは、これまでの議論の総括に加え、両国の観光有識者らによる意見交換を通じて、地域資源を活用した高付加価値な観光地・観光産業の実現に向けた対応策を探りました。

■開会挨拶

奥田 哲也 運輸総合研究所 専務理事／アセアン・インド地域事務所長

AIROは2023年2月、タイ王国 観光・スポーツ省と共催で、バンコクにおいて観光をテーマとしたシンポジウムを開催し、コロナ後に挑む観光の変革、日タイは質の高い観光に向けてどのように取り組んでいくべきかについて議論を行いました。



そして、2023年12月の本WG設置以降3回にわたり、両国において関心の高いテーマについて議論を行いました。昨年8月の第3回目のWGでは、タイのタキアンティアコミュニティの視察を行うことができました。タキアンティアはビーチリゾートで有名なパタヤから少し山間部に入ったところにあり、名産品であるココナッツを生かした観光振興にコミュニティを挙げて取り組んでいます。現地視察ではココナッツを利用した料理、染物、ココナッツ農業でのディスクゴルフなどを体験した上で、自立した地域経営のために、地域が主体となって地域に根ざした観光振興を行うためにはどうすべきかについて議論を行うことができました。

本日は第4回目のWGとして、これまでのWGでの議論を取りまとめるとともに、両国の域を超えたASEANや南インド地域等における観光の現状や今後のトレンドを踏まえ、今後のWGにおいて取り上げるべきテーマについて、両国の観光の有識者の皆様による意見交換を行っていただきます。

日タイ両国は政治外交、経済、貿易、文化、観光など幅広い分野で長くかつ深い友好関係を築いてまいりました。これからの日本とタイ両国の関係をさらに強固なものにしていくためには、より重層的かつ広範にわたる人的、文化的交流を実現することが必要です。

本日のWGが日本とタイ両国における持続可能で、質の高い観光の実現、さらには地域交流の拡大・充実への一助となることを期待しております。また、本日のWGは、ASEANをはじめとした各国の観光当局や観光関係者の皆様にもご参加いただいております。日本とタイの持続可能な観光の実現に向けた課題は、日本とタイの両国のみならず、広くASEAN各国に共通する課題であります。本日のWGがASEAN各国における持続可能性に配慮した質の高い観光の実現に貢献できれば幸いです。

ワニダ・パンサアード タイ王国 観光・スポーツ省 副次官

本日のWGは、日タイの相互理解の促進、双方向の交流拡大を目指すタイ王国 観光・スポーツ省とAIROが設置したWGの成果です。タイと日本は素晴らしい文化的知見及び豊かな自然を持っていることが明らかになっています。そのアイデンティティを生かし観光を促進することは、両国の経済発展に有益なものになると思います。過去のWGでは様々な課題が取り上げられ、特に観光を促進するアイデンティティやCBTについて紹介されました。また両国の事例やベストプラクティスの政策について学びました。



しかしながら、現在、観光産業は新たな課題に直面しています。持続可能な観光な実現するために、WGは観光業への影響を一緒に分析し、知識をお互いに交換し合うことに力を入れています。本日のWGは、「地域資源を活用した高付加価値な観光地・観光産業を目指して」というテーマです。太平洋アジア観光協会（PATA）からの基調講演は、観光産業や観光客の動向、そして観光における付加価値に関する内容となっており、タイ、日本、ASEANの政策立案者にとって有益なデータが示されると思います。本日のWGは、日タイの観光産業の発展にとって有益なものとなる強く信じています。また、人材力と競争力を高めることができるよう祈っております。地域のアイデンティティの促進、リソースの効率的な管理、公平な所得分配やコミュニティへの参加が、持続可能な発展に繋がります。

概要

■来賓挨拶

西岡 達史 在タイ日本国大使館 次席公使

本日のWGは、日タイ戦略的経済連携5ヶ年計画に沿った大変意義深い取組である。両国は共通の現代的課題を抱えており学び合う関係になっている。両国ほど、お互いにとって学び合うことが有意義な相手は他にいない。観光業が基幹産業として発展するために、持続可能性は避けて通れない両国共通の課題という意識に至っていると認識している。



ソラウォン・ティアントーン タイ王国 観光・スポーツ大臣

本WGが1年に3回も開催され、日タイの情報交換を継続的に推進していることに感謝する。日本人観光客は重要な市場である。2024年は100万人を超え、市場の成長と顧客のニーズに合わせた観光商品のアプローチを促進しようとするタイ王国にとって重要な要素の一つである。さらに2025年を「タイの観光とスポーツの年」と制定し、年間を通じて観光促進する。本年は日タイ交流樹立138周年であり、とても素晴らしい機会である。



■基調講演

ツーリズムの再構築～変化への適応と高付加価値な体験の創出～

ポール・ブルアンカーン 太平洋アジア観光協会（PATA）チーフ（現在と将来の観光の動向）

アジア太平洋地域における、パンデミック前の2019年の全GDPに対する観光産業のGDPの貢献度は9.7%である。国によってGDPへの貢献度が異なってくるが、フィジーでは35～40%、タイでは約20%と非常に大きな割合を占め、観光業がどのように社会や経済に影響を与えているのかが窺える。



ASIA-PACIFIC 2024 Annual Research: Key Highlights				
Asia Pacific Key Data				
	Total GDP contribution:		Total Travel & Tourism jobs:	
2019	9.7% USD 3.05TN	Of Total Economy	183.69 MN =10.1% (Share of Global Jobs)	Change in 2020: -21.2%
2023	7.3% USD 2.59TN	Annual Change: +71.2% (-15.3% vs 2019) Economic Change: +5.5%	181.73 MN =9.6%	Annual Change: +11.2% (-1.1% vs 2019)
2025 (E)	8.7% USD 3.22TN	Annual Change: +24.5% (5.5% vs 2019)	190.59 MN =10.0%	Annual Change: +4.9% (3.8% vs 2019)
2034 (F)	11.2% USD 5.83TN	CAGR (2024 - 2034): +6.1% Economy CAGR (2024 - 2034): +3.5%	254.77 MN =12.5%	New Jobs (2034 vs 2024): 64.18 MN

現在と将来の観光の動向（ブルアンカーン チーフの講演資料）

（パンデミック後の観光変容）

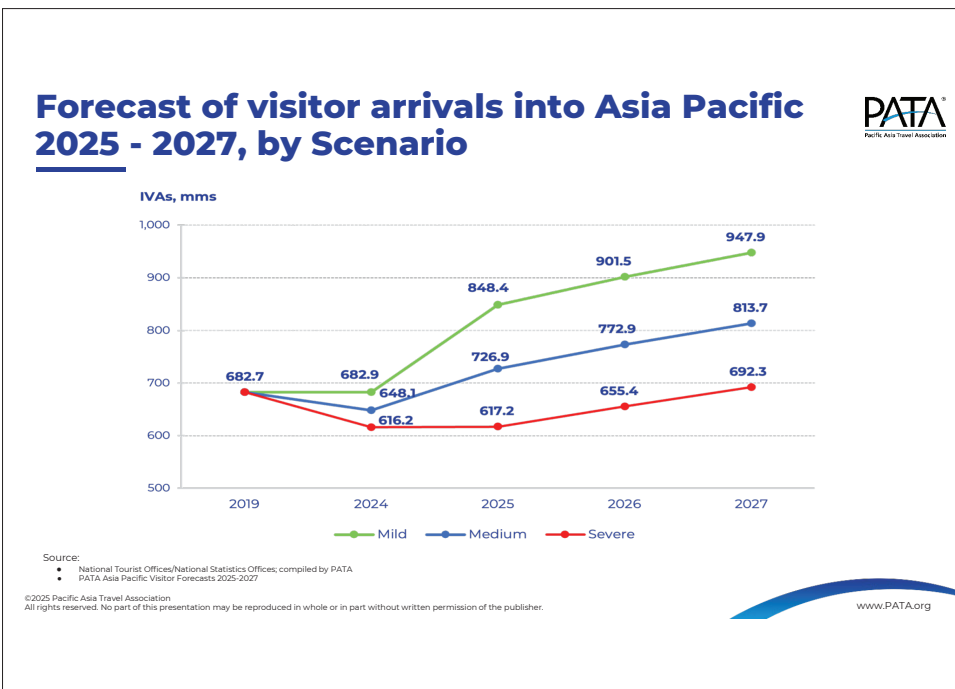
パンデミック後は、デジタルノマドやブレジャー（ビジネスとレジャーを一緒にする観光）が目立っている。パンデミックによって人々のライフスタイルや思考が変化したことで、旅先の選び方も

変わってきた。どこに旅行すれば、最大の経験を受けられるのかを第一に考えるようになったと言えるだろう。さらにテクノロジーやAIも旅行者が選択する行き先に大きな影響を与えている。テクノロジーとAIにより、行き先に関する情報へのアクセスがより楽に便利になった。さらにニッチな旅先、まだ隠れている旅先も第一に選択され、旅行者が自分に合った観光の仕方をするのが非常に重要になってきている。インターネットやAIを使って自分に合う旅行先を選択する、そしてその情報を得るということがパンデミック後の旅行者のスタンダードとなっている。本日も伝えたい重要な部分は、コロナ前後に関わらずテクノロジーが大きな影響を与えており、今後もよりテクノロジーの活用を強化した旅の仕方になると想定されることである。

パンデミック後の旅行者が求めているのは良い記憶を作ることである。ただ旅をするだけでなく、どこに行ってもどのような体験をするのか、体で感じるのかということをも第一に考えた観光の仕方が現在のトレンドとなっている。

（国際観光客数の予測）

2025年から2027年の観光客数の予測について、図のようにマイルド（緑）、ミディアム（青）、シビア（赤）の3つのシナリオがある。3つのシナリオを作って検討することでより正しい数字を予測することができるためである。2027年にはアジア太平洋地域への観光客数はシビアのシナリオに基づく6億9,230万人と予測される。東南アジア地域への観光客数はミディアムのシナリオに基づく1億6,870万人と予測され、2019年比で119.8%もの大きな成長を見込む。予測に関しては10年にわたり、既に検討がなされているが、東南アジアは平均3～5%の成長が常に見えている。もちろん、各国の状況によって観光客数の差はあるが、東南アジアが旅先として非常に人気である。東南アジアの旅行先ランキングを見ると、タイが一番人気であり、ベトナム、インドネシアが大



国際観光客数の予測（ブルアンカーン チーフの講演資料）

大きく成長していることがわかる。東南アジアの成長は数値を見ても明確であり、このトレンド、そして旅行者の旅の仕方、ライフスタイルの変化が大きく影響を与えていると考える。日本と東南アジアの関係性に関して、日本へ行く東南アジアの観光客数は大きく増加中で、2019年から2027年までで44.5%の成長が見込まれる。このような観光客の増加は経済にも貢献している。

日本、中国、韓国などを含む北東アジアへの観光客数の2027年の予測については、マイルドのシナリオの元では3億9,600万人であり、2019年比で13%増加の見込みである。インド、スリランカ、モルディブなどを含む南アジアへの観光客についても2025年から2027年で増加していく予測である。

(高付加価値な観光に向けて)

旅をするだけでなく、写真を撮るだけではなく、実際に旅行者が時間を作って活動ができるようなことを取り入れるべき。非常に興味深い活動として文化的な観光が挙げられる。文化に関係すること、言語に関係すること、現地・地域の文化を体験できること、そのような観光の仕方が非常に大切に、旅先に求められている条件であると考えている。その他にエコフレンドリーなアウトドアの活動、街中での生活を忘れて自然の中でいろいろな活動ができるキャンピングなどのような形も求められている。さらにホームステイでは、地域との仲を深める、食事や現地の人々の暮らしそのものを一緒に体験することで、今までと違った経験ができる。その他では国内外問わずコンサート、フェスティバル、現地のお祭りというものがある現在の旅行者には非常に人気である。このようにコミュニティを大事にして、一緒に経験ができることが現在の観光業界に求められているものだとは私は信じている。正直なところ、全ての観光地は一緒、つまりビーチはビーチ、山は山、川は川である。そのためどのように差別化するのかというと、人である。人がどれだけ文化を経験させてくれるのかがとても重要である。コミュニティをどのように育成し、成長させるのか、どのように人を育てていくのか、それがとても大切である。なぜならば、皆が経験を求めているからである。観光業といっても我々の業界だけではなく、旅先の地域をより良くすることが我々の責任である。そうすることで差別化ができる。地域の経済的なサポートや安全に関するサポートなどの社会的貢献をしていくべきである。そして、その旅先がより良くなることを世界に発信していくことはとても大切である。発信をしていく中で、その旅先が本当に良い環境になっているのかも、観光業にいる私達の責任ではないかと思う。

そして、人に投資をすることが非常に大事であり、政府、その他の部署で関係している方々からの協力を得ること、「人を成長させる、人に投資をすることが大事である」ことをコミュニケーションを取りながら活動に落とし込むべきだと思う。なぜなら、これらがパンデミック後の旅先に求められるものだからである。その他にも、世界中の様々な観光関係の団体が、みんなで手を合わせれば、旅先がより良くなり観光業もより良くなると思う。互いにプロジェクトをより良くしていく、お互いに理解し合う、旅先をより良くする、お互いに協力をし合うことはとても大切だと私は考える。旅先だけではなく、この世界全体をより良い場所にしていきたい。それをできるのが我々観光業に関係している皆様だと信じている。

■過去のワーキンググループのまとめ

第2回WG：国と地方のアイデンティティ・地方への観光客誘致の原動力～日タイにおける戦略的取組とベストプラクティス～

富田 晃弘 運輸総合研究所アセアン・インド地域事務所 次長・主任研究員

日タイ4名の有識者による発表概要を説明。とりまとめとして①国や地方が持つアイデンティティの活用、②地域観光を担う組織の役割、③少子高齢化に伴う競争力、創造力、事業への影響、④地方分散、⑤人材育成の5点に言及した。



第2回WGの概要は、「運輸総研だより Vol.11 (2024 夏号)」P.80～83に掲載しています。

第3回WG：地域主体の観光振興について～コミュニティベースドツーリズム (CBT) のベストプラクティス～

ゲサラポン・ウィモンラット

タイ王国 観光・スポーツ省 国際部長

初日のタキアンティアコミュニティの現地調査及び翌日の日タイ4名の有識者による発表概要を説明した。現地視察したタキアンティアコミュニティの成功要因は、当該コミュニティはココナッツが有名で、その商品を生かしてアイデンティティを強化するとともに、様々な政府機関と協働して、地元の強さを生み出し、地域を守る機能を有している。



第3回WGの概要は、「運輸総研だより Vol.12 (2024 秋号)」P.78～81に掲載しています。

■意見交換・質疑応答

【モデレーター】

タナーワット・リムパーニグン

タマサート大学ビジネススクール 組織・起業・人材マネジメント学部 准教授

【パネリスト】

河田 敦弥 観光庁観光戦略課 課長

沢登 次彦 株式会社リクルート じゃらんリサーチセンター センター長

サンティ・サワンチャロン タイ国政府観光庁 (TAT) 総裁室 副局長

ブラバツーン・ワッタナプティ

持続可能な観光のための指定地域管理局 (DASTA) クリエイティブ観光部 チーフ

●過去のワーキンググループのまとめ

◇パネリストのコメント

(タナーワット准教授) 第2回と第3回のテーマは面白いトピックスだと感じた。第2回目では日本からDMOを中心とした地域開発について提案をいただき、非常に役に立つ情報だと思っている。DMOに関し、タイの場



合、良い戦略や計画が立てられても、地域のアプローチの段階となるとまだまだ課題が残る。強い団体や組織があれば、観光開発をもっと実現できるのではないかと。さらに、タイでは5F (Food/Film/Fashion/Fighting/Festival) などのキャンペーンが取り上げられたが、キャンペーンだけでなく、実現に結びつけるようなプラクティスが必要だと考える。

(河田課長) 日本では持続可能な観光を全ての礎に政府が観光政策を進めている。WGの中でテーマとなったCBTはまさに合致する方向で国としても検討中であり、さらに2024年は過去最高のインバウンドのお客様をお迎えし、ますますその重要性が高まっている。日本は観光産業でもなかなか働き手、担い手が集まらない課題があり、政府を挙げて対処しようとしている。その際にタナーワット准教授からご紹介いただいた、DMOを核として進めていこうとしている。47都道府県と市町村がそれぞれの観光の魅力を伝えていくことでDMOの機能を強化しており、参加できなかったタキアンティアでの取組や、午後に訪問するタラートプル等のタイでの地域の取組を是非参考にさせていただきたい。



(サンティ副局長) 「コミュニティ」はTATのマーケティング戦略にとって非常に重要なキーワードである。TATも全国で46の事務所を持ち、まだ知られていない地域の開発に重きを置いている。CBTを通じて、収入格差を縮小することに力を入れている。マーケティングは、ただ地域の開発だけではなく、タイランド・ツーリズム・アワードという賞（コンテスト、年1回実施）も活用し、さらにITBベルリンなど国際経験の機会も提供している。TATが担当するマーケティングの視点から、日本の温泉観光に関するノウハウや経験を学びたいと思う。また、将来的には、日本とクルーズの協働についても期待している。



(沢登センター長) 「地方」がこれからの観光をリードしていく必要があると考え、第2回WGではDMOの課題と可能性について話した。それは地域の人だからこそ当事者意識が生まれてくるだろうということ、地域が進んでいくのをサポートする国という位置づけが一番いいのではないかと考えたからである。ただ、タイの皆様の発表を聞き、国として提供価値を明確化して訪れる価値を作る、そして地域が地域のここにしかない出会い、アイデンティティ、価値といったものを商品化してリピーター化していくという運動性が重要だと思った。CBTの取組はまさに今後の重要性を示唆するものではないかと思う。地域の文化を深く理解し、そして生活様式を実際に体験することで、旅行者にとっては満足度、地元の人たちには誇りと愛着、観光事業者にはビジネスとしての採算が上がっていく、三方よしとなる。そして持続性、リピーター化、地方分散などの様々なテーマの中でも、このアプローチは有益な示唆がある。



(ブラパッソーン チーフ) 本WGには初参加だが、以前の講演者であるDASTAからのワンビバ氏や参加していたメンバーからも情報をいただき、今後の日タイの共通課題について意見交換をした。その中でウェルネスツーリズムや温泉観光は日本がすごく強みを持っていることだが、タイも実は



温泉を有するのでどのようにパイロットプロジェクトとしてできるか考えたい。共通のポイント、モデルとなる地域を決め、アクションプラン、予算管理、どのような機関が担当し、どのようなパートを誰が担当するのか、3～5年のベストプラクティスができたら考える。これはタイと日本だけでなく、ASEAN地域全体に役に立つベストプラクティスになるのではないかと。また、次のテーマとしては、例えばDMOを共通のトピックスとして続けながら、もっと細かい具体的なテーマを決めていけば、知見の交換がより有益なものとなり、ASEANにも提供できるのではないかと思う。

◇日本側からのコメント

(日本政府観光局 (JNTO) パンコク事務所 中杉所長) 第3回WGで訪問したタキアンティアで、本当に現場で地域住民の皆さんが誇りを持ち、地域のコンテンツを維持しながら、観光客を楽しませる仕組みが作られていると思った。DASTAのような組織が長年活動し、それをTATがプロモーションするところが制度、組織としても非常に良くできており、我々も学ぶことが多い。JNTOではタイの方々如何に日本を訪問していただくかを日々考えているが、タイの方々の日本の地方に行くモチベーションの調査では、「その土地ならではの」体験、食がトップ3に入っている。そこで、PATAのポール チーフからも「人」という話があったように、「その土地ならではの」を伝えられる人を育て、投資し、成長させることが非常に重要ではないかと思う。また、日本の若年層が海外に行かない傾向にあり、日本を訪れるタイの方々も3、40代の方が多く、20代の方はコロナ前と比較しやや戻っていない感触。持続可能な観光の観点からも「その土地ならではの」体験を、例えば修学旅行・教育旅行等で若い方が経験することは、将来的に双方の人流をより活性化させるのに重要なのではないかと考える。

◇タイ側からのコメント

(タイ王国 観光・スポーツ省観光局 (DOT) ウィラーバット氏)

地元のアイデンティティを生かして、観光商品に付加価値に加えることはDOTの政策にも組み込まれている。DOTは基準を設定し、優良事例をモデルとして開発を行う。実際にホームステイなどはその開発中の例である。加えて、健康やエコフレンドリーに配慮した観光商品についても開発されている。今後のWGでは現地訪問と並行して、具体的に詳細な議論を行う機会をもっと増やせたらと考える。

◇モデレーターによるまとめ

(タナーワット准教授) 皆さんの議論の中ではCBTやコミュニティの開発というワードがよく出てきたが、日タイでDMOの重要性を通じてコミュニティの開発に注力することは、日本側のコメントが非常に重要視されていると感じる。タイ側のサンティ副局長のコ

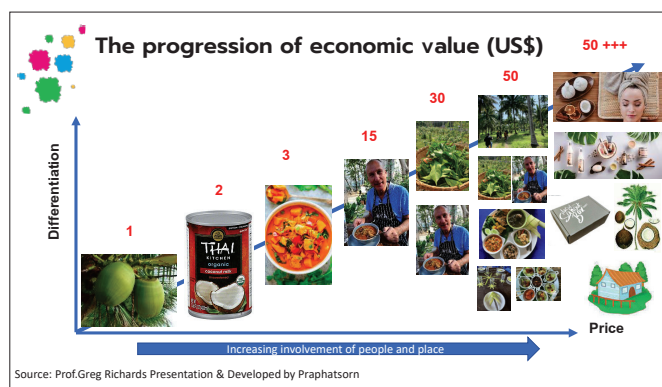
メントについて、実際にコミュニティに入るだけではなく、そのコミュニティに対するアワードや国際経験を与える機会が大変重要である。プラパッソーン チーフのコメントについて、ベストプラクティスを拡大するためには最初のモデルができないと開発・発展しにくい、モデルの開発は重要である。さらに実際に本物を見ることができる、現地調査の重要性も大きいと感じている。

●今後のWGで取り上げた方が良いテーマ

◇パネリストのコメント

(タナーワット准教授) 健康のための観光（ウェルネスツーリズム）といった観点から温泉観光がテーマとして非常に面白いのではないかと。日本には多くの温泉を有しており、実はタイでもパンガー県やラノー県で温泉観光の開発をした例もあり、両国で情報交換しながら何か一緒に発展できるのではないかと考える。その他では買い物やエンターテインメントがまとまっているクルーズ観光ももっといろいろな議論に繋がられるのではないかと。温泉やクルーズ以外の他の提案についてもあればぜひお願いしたい。

(プラパッソーン チーフ) 商品に付加価値を付けるためにどのような例があったかについて情報を共有したい。DASTAは持続可能な商品をサポートしMOTSと協働している。まずは地域に対してCBTタイランドの基準について育成する。次の商品化では、クリエイティブツーリズムという戦略があり、地元の人材を使ってクリエイティブな商品をどのように作ってきたか、地元の文化や生活の価値を収入へ変えるプロセスの例を紹介する。ココナッツであれば1ドルの価値だけだが、ココナッツミルクでは2ドルに、食事では3ドル、クッキングクラスとなれば15ドルに増えるなど、高付加価値をつけることはできる。クッキングクラス+野菜を自身で収穫となれば2時間以上のコースとなり、30ドルの商品ができる可能性もある。ガストロノミーについてはもっとクリエイティブな要素、Farm to Table、畑からテーブルまでのプロセスをしっかりと経験に変えることによって付加価値が追加されることになる。クリエイティブツーリズムに関しては12年間の経験を生かしてガイドラインを作成したため、日本とASEAN諸国にも情報共有できると思う。スコータ産のサンカロークという焼き物が非常に有名だが、その焼き物を体験できるというモデルもある。ナーン県のウェルネスツーリズムの取組は、様々な伝統的なスパのノウハウを持っており、タイ式マッサージや食事を一緒に食べるような総合的で伝統的なスパコースもある。またDASTAはツールを発信しており、



商品の付加価値の追加（プラパッソーン チーフの講演資料）

14ヶ所のモデル地域やクリエイティブのキット、脱炭素の観光のガイドラインも作成しているので、ぜひ興味のある方は見ていただきたい。

(沢登センター長) 温泉は素晴らしいテーマだと思う。日本人にとって温泉は宿泊の際の目的と大いになり得るが、海外の方にとってはまだまだランク外の状況であり、日本としてもやれることはあると考える。別府温泉の鉄輪地区は若者や海外の方にとって人気であり、昔の湯治文化を体験できるところが魅力となっている。箱根でも江戸時代の石畳をガイドと歩き、関所などの江戸時代の雰囲気を感じながら、最後に温泉で癒されるというところが人気である。温泉地の高付加価値化に関しては、温泉+α、温泉と食文化、歴史文化、伝統文化、アクティビティ、アートなどと、組合せが多いほど、旅行者の満足度が高まるというデータもあり、研究のヒントになるかもしれない。もう1点、観光の人材課題に取り組んでいきたい。担い手の人たちが生き生きと輝いていくことが非常に重要だと思う。観光人材の確保、育成、定着のため、観光の仕事をすることが生涯の憧れや目標となる世界を作ることが、持続性にとっては非常に重要だと考える。

(サンティ副局長) クルーズ観光はTATの中で細かい戦略はまだないが、マーケティングする準備はできている。クルーズといえばシンガポールが中心だが、マレーシアも港はできている。タイではまだハブがなく少し離れたところにクルーズ船が停泊し小船に乗り換えるなど、移動の時間がかかる状況である。クルーズは千人～三千人の観光客を持ち2泊、3泊するルートもある。観光客の質も高く、チャンスが非常に大きいと思うのでさらに推進したい。タイにもクロントゥーイ港やレムチャバン港でたまにクルーズが停泊することもあるが、貿易を中心とするレムチャバン港ではまだクルーズの観光は発展できていないと思う。また、南部の方は、サムイ島などではまだ観光用の港がないことが課題である。ハジャイもポテンシャルが高い地域であり、MOTSやシンガポールの関係者と南部の港の方へ現地調査したこともある。タイはまだ経験が少ない分野だが今後の観光産業にとって重要であると考えており、意見の交換・交流ができれば幸いである。



クルーズ観光（サンティ副局長の講演資料）

(河田課長) クルーズに関して、日本は海に囲まれていることもあり、クルーズの寄港に以前からかなり注力している。国土交通省の中に港湾局があり、港の整備とあわせてクルーズ船の誘致を行い、それをJNTOがサポートするという体制である。定番のクルーズツ

アー等と併せて我が国の知見を共有できたらと考えている。温泉に関しては、第2回WGの議論でソフトパワーが取り上げられたが、山形県には日本の伝統的な温泉街である銀山温泉があり、地域が伝統的な建物等、様々な文化も含めて伝えることで、タイの方々を含めた多くの海外の旅行者が来てくださっている。それ以外にも日本全国に様々な温泉、ウェルネスがある。日本の場合は、DMOのような全体の司令塔として地域全体に観光の恩恵を行き渡らせるというような取組がポイントである。兵庫県の城崎温泉も千年を超える歴史がある伝統的なところだが、温泉を開放し自由に街歩きを楽しんでもらう取組も行っている。

そのような取組が参考になるかと思っている。ポール チーフや沢登センター長の発言にもあったように人は観光においてポイントであり、コミュニティの魅力を伝える、支えるという点で人に着目して深掘りすると面白いのではないかと。

◇タイ側からのコメント

(タイ国政府コンベンション&エキシビジョンビューロー (TCEB) ワニダ シニアマネージャー) TCEBは、政府機関や民間等と提携しながらMICEの事業を推進する役割を果たし、タイをMICEのハブにさせるミッションを持つ。現在「10 MICE City」というキャンペーンがあり、全国の10カ所で推進している。MICEは高いクオリティを持っているツーリズムだと思う。アジアのMICEのハブを目指しながら推進しているタイではあるが、日本にも高い技術を活用した持続可能なMICEの運営モデルがいろいろあると思うので、MICEに関しても日タイで協力できたらと考える。1つ目は、マーケティングの活動を通じたビジネスマッチングのイベント、2つ目はB to Bネットワーキングなどを通じた情報共有の場の提供、3つ目は交流を通じた教育、人材育成、4つ目はソフトパワーというキーワードを使った文化的なMICEの商品の推進、といった協力を検討することで、MICEの持続可能な開発に繋がるのではないかと強く思う。

(カセサート大学・研究開発推進機関「タイ科学・研究・イノベーション」(TSRI) ナタボン准教授) タイと日本の観光産業については共通するテーマが多く、その中のひとつは経済発展に繋がる観光だと思う。タイは高齢化、少子化の課題にも日本と同様に直面しており、TSRIの研究では技術のツールに焦点を当てている。収入、経済についてだけでなく、その関係性、例えば都会の人と地域の人、タイ人と外国人といった繋がりを経済発展に繋げることができるのでは、と考えている。TSRIでは観光活動を支援できるようなツールを多く持っており、例えば通信会社(携帯会社)と連携して、まだ知られていない地方へ行く観光客がどのようなトレンドを持っているのか、どういう携帯の使い方があるのかを調査している。さらに携帯の使い方だけでなく、地元にあるレストランや施設などからも情報を得て調査している。現在、タイでは高速鉄道も建設されており、鉄道観光にさらに期待できると思う。鉄道観光については、日タイでアクセスやインフラに関するディスカッションもできるのではないと思う。その他、祭、フェスティバル、地元のお酒、ムエタイといったテーマで、北部・南部のユニークな文化を生かして様々な観光商品に変えられたらと考える。日本人観光客や有識者に意見をいただく機会をさらに増やせたら、タイの地域に貢献できる

のではないかと考える。

◇モデレーターによるまとめ

(タナーワット准教授) 皆さんのコメントから4つ、5つほどのテーマが取り上げられたが、すべては経済発展、高付加価値というテーマで共通している。温泉観光について、温泉は温泉だけと思われがちだが、温泉プラスアルファという考え方はとても面白いと思う。クルーズ観光とMICE観光についても、観光の価値はお金だけではなく、人との繋がりが重要であると考えている。

●質疑応答

Q (富田次長) DASTAのブラパッソーン チーフに質問したい。CBTについてケーススタディをされているとのことだが、タイのCBTでは、サポートするような企業が参加して成功した事例というのはあるのか。前回WGでタキアンティアを見せていただいた際、地元の皆さんが取組をしっかりとやられており、その中であまり民間企業という話が出てこなかった感触を持った。

A (ブラパッソーン チーフ) 企業との関連について、もちろん一緒にやっている。最初からDOT、TAT等の政府機関とも連携しているが、企業との提携に関しては「トラベルマート」というCBTのプラットフォームを使用し、地元と企業のマッチングをやっている。マッチングの機会の他に、デスティネーション・マネジメント・カンパニー(DMC)にもプロの専門家がおり、またローカルのツアーの旅行会社や国際的な旅行会社なども重要な役割を果たしているため、そのような企業に提案する機会も作っている。さらにホテルと提携したり、リゾートレストランの経営者に連絡したりする役割もある。観光客の動きについて、全体を想像しなければ商品を作れないため、そのプロセスは企業と民間と政府と一緒に動いている。観光は協力して成功しなければならないという考え方があり、企業からよく協力を得られている。

Q (ウィラーパット氏) 日本側とタイ側のパネリストに質問したい。ポテンシャルのあるコミュニティツーリズムは、どうやってもっと宣伝できるか、どのように外国の観光客を誘致できるか。

A (サンディ副局長) 国際マーケットまで持っていくのはなかなかハードルの高い課題である。地元コミュニティが自国内で強くないと海外まで持っていくのは難しい。TATには海外の事務所が29ヶ所あり、その事務所を使いながら、様々なソーシャルネットワークやメディアをタイまで連れてきてコミュニティのコンテンツを作成している。また、やはり現場の訪問が重要なので、外国人関係者を連れて実際に見てもらうというキャンペーンもTATが実施し、情報発信もしている。さらに、TATは全ての地域に事務所を持っており、どの地域に対してどういうコミュニティがいいのかという選択・検討をTATで既に行っている。コミュニティ自体が強くなれば、そのコミュニティのホームページや情報発信のプラットフォームから発信することで、TATのサポートがなくても海外の人々が興味を持ってくれるだろう。

A (沢登センター長) どこにアプローチするのが重要ではないかと考えている。北日本の秋田県は、日本の中では観光地として難しい地域だが、コミュニティを強く感じられる樺細工職人の体験や酒蔵の中でのディナーなど、地域の方々と深く繋がるといった体験

ができ、実はイギリス・ロンドンの質の高い観光を求めている富裕層の関心が高く、現在定期的に、ロンドンの富裕層が秋田を求めて訪れている。深く地域と繋がっていききたいと考える旅行者を顧客とする旅行会社にアプローチしていくことが、ひとつの方法としてあるのではないかと。また、もう一つは、日本に滞在する外国人は平均12日、2週間近く滞在するため、到着後に、どこに行こうかとショートトリップを考えることも多い。そのため、例えば東京であれば、シティホテルのコンシェルジュから日帰りや1泊程度でこういう旅がある、といったコミュニティツーリズムの価値を伝えていただき、そちらへ旅行できるように提案していくようなやり方があるかと考えている。

◇モデレーターのコメント

(タナーワット准教授) まず、コミュニティは自分から強くならないうと、海外まで発信するのはなかなか難しいという課題が上げられた。そして、アプローチする先、ニッチなポテンシャルの考え方も重要である。コミュニティは全ての観光客に向いているわけではないので、ニッチマーケットというキーワードも重要であると考えます。また、ワールドツーリズムマーケット等の国際的な機会に行くチャンスも重要である。

■閉会挨拶

奥田 哲也 運輸総合研究所 専務理事／アセアン・インド地域事務所長

これまでのワーキンググループでの議論の総括として、地域の観光を担う組織と地元住民が協力して、地域が持つアイデンティティや特産品を活用して付加価値をつけて魅力を創出し、誘客プロモーションなどを戦略的に推進していくことの重要性や、観光による利

益が地域に還元され、コミュニティの繁栄に資するよう観光を活用した持続可能な地域経営がなされることの重要性、また中長期的な人材育成、デジタルの活用、少子高齢化も踏まえ、様々な年代の登用による観光産業の競争力の向上や高付加価値化の実現を目指すことの重要性などについてご指摘をいただいた。

また、今後このWGで取り上げていくべきテーマでは、温泉観光やクルーズ観光といったそれぞれのテーマごとにどのような主体が、どのように観光資源を磨き上げていくべきか、プロモーションをどのように進めていくべきか、受け入れ環境整備はどう進めるべきか、など様々な論点をいただいた。

本日の議論を踏まえて今後、事務局でテーマ選定作業を進めてまいりたい。本日で議論いただいた課題は質の高い持続可能な観光の実現に向けて、日タイ両国のみならず、ASEANひいては世界に共通する課題であると認識しており、その実現に向けて取組を進めていく上での貢献に繋がればと考えている。

ワニダ・パンサアード タイ王国 観光・スポーツ省 副次官

本日お聞きしたテーマについての取組は、日タイの共通するテーマから始めたらいいのではないかと強く感じた。温泉は日本が経験豊かな国なので、タイも日本から学べたらいいと思う。

クルーズ観光も重要な課題であるが、その他の課題にも並行して取り組んでいかなければならない。自然や文化、コミュニティのアイデンティティ、IT技術も生かして、もっと地方にアクセスしやすくなる商品開発ができるのではないかと。本日は半日という短い時間だったが、日本側・タイ側双方の専門家からたくさんの地域の経験を聞くことができ、これからの日タイの観光産業に繋がる、効率的な持続可能な商品に発展できると思う。



会場の様子

当日の講演資料等は運輸総合研究所のWEBページでご覧いただけます。
<https://www.jttri.or.jp/events/2025/symposium250305.html>

