

# 提案名 タイにおける東北レンタカー周遊観光ブーム創出事業

(東北域内の普及展開対象地域)沿岸地域を中心とした宮城県内 (対象とする国外マーケット)タイ

## 代表事業者名・連携事業者名

- ・(株)JTBコミュニケーションデザイン : 事業推進・統括
  - ・タインチュ : タイ現地調整
  - ・JAF : 特典付与
  - ・タイ現地旅行会社 : 旅行商品造成
- (連携会社名)
- ①EASY & SAVE
  - ②Life is Journey
  - ③SBA
  - ④S.M.I Travel (Wendy Tours)
  - ⑤World Surprise

**事業の概要:** タイ市場においてレンタカーをセットにした旅行商品を造成し、著名タレントを用いたプロモーションを展開することで訪タイ人数増加と沿岸地域の周遊観光促進を狙う。  
(2行以内)

## 課題・問題意識

日本全体の中で東北を訪れているタイ人の割合を見るとわずか2.2%(2018年実績)であることと、沿岸地域観光振興には、二次交通が脆弱であることから、レンタカーを活用した周遊観光を促し、訪日外国人旅行者に対して当該地域への誘客を図ることが必要である。

## 主な取組内容、結果、汎用化ポイント及び今後の展望

### ①主な取り組み内容(※A-D 順不同)

**A. レンタカーをセットにした旅行商品造成**  
タイにおいて、レンタカーを用いた旅行商品を造成。

<商品一例>



### B. 販売促進

タイの有名タレントであるカラメー氏を起用し、レンタカーを利用した宮城県沿岸周遊の様子をSNSで投稿。

↓

- ・10月30日～11月3日の期間招請実施
- ・投稿数: 50投稿
- ・インスタグラムいいね数: 242,460
- ・インスタグラム動画再生数: 507,863
- ・Facebookいいね数: 73,473
- ・Facebook動画再生数: 99,000
- ・総リーチ数: 11,109,600



### C. 地域連携

宮城県沿岸地域の民間事業者及びJAFと連携し、ドライブコースを掲載したクーポンブックを作成。現地旅行会社の他、宮城県内のトヨタレンタリースと連携。



### D. ホームページの作成

宮城県沿岸地域のドライブコースを掲載したホームページの作成。



### ②実施結果・考察

2019年10月の仙台バンコク便の就航により、タイ市場のニーズに急激な変化が見られたため、事業期間中に戦略を変更しレンタカーをオプションとして提案していく方向に切り替えた結果、貸渡回数で613回、送客数として1,839人という実績となった。また、タイの著名人を起用したSNSによる情報発信やクーポン付きドライブ冊子は販売時の後押しとして有効であったとの評価を頂くなど、プロモーション手法について一定の成果を上げたものとする。最終的にはFIT化が進む中、商品造成手法対策が十分でなかったため送客数が未達となった。この点もしっかりと検証していく。

### ③汎用化のポイント

タイに限らず、東北周遊の際のレンタカー利用に対するニーズは年々高まっている。今回の事業では仙台空港定期便就航に合わせてタイ市場をターゲットに据えたが、他市場への展開も見込まれる。また、受入地域についても沿岸部のみならず県内外への展開が可能である。

### ④今後の展望

本事業では旅行会社がレンタカー利用をお勧めしやすいようにモデルコースや冊子、タレントを使った認知向上を図った。次年度以降は本事業によるモデルを用いて民間事業者が主体となり同様のプロモーションを展開することで、レンタカー需要の底上げと沿岸地域の観光振興が図れるものとする。そのため、レンタカー会社の役割や重要性を再認識し、あわせて滞在日数を増やし消費額の向上を図るために宿泊を絡めた施策が必要となる。

**定量的な成果目標:** 旅行商品の販売(20商品) ・送客人数(2,000人)  
レンタカー貸渡回数(500回) ・総リーチ数(10,000,000リーチ)



**最終成果:** 旅行商品の販売(33商品) ・送客人数(1,839人)  
レンタカー貸渡回数(613回) ・総リーチ数(11,109,600リーチ)