

マーケティング会社の michi (ミチル、東京・中央は今秋から、タイ国内で影響力を持つ女性ブロガーに、日本の情報を発信してもらう事業を始める。日本企業や自治体がPRしたい商業施設や観光地をブロガーが回り、交流サイト(SNS)や電子書籍で紹介する。タイからの訪日観光客(インバウンド)の増加につなげる。

このほど経済産業省から補助金を受けることが決まった。タイ人の女性モデルら有力ブロガーの訪日ツアーを今秋から計4回行う。毎回3人程度、

タイ女性ブロガー 訪日誘客 お力拝借



ブロガーがSNSや電子書籍で発信する(北九州市の小倉城を訪れたタイ人女性)

ミチル、自治体・企業PRに

SNS・電子書籍で配信

のべ12人を招く予定だ。10月に関西から北陸・信

中部から関東、2月に北海道・東北を巡る。

望を踏まえて決める。料金は1社・団体当たり60

越、11月に中国・四国、来年1月に伊勢志摩など

具体的な訪問先は顧客となる企業や自治体の要

万円からで、金額に応じたサービス内容が異なる。

る。日本の観光地や商業施設を訪れたブロガーがフェイスブックやインスタグラムで情報発信するほか、タイの電子書籍ストア「ワークビー」で訪日ツアーの様子を雑誌のコンテンツとして配信する。

タイ・バンコクの日系百貨店には同事業と連動したコーナーを開設。日本国内でのツアーや電子書籍の情報配信に合わせ、ブロガーが日本で購入・体験した商品やサービスを提供する。例えば、日系のアパレルや化粧品メーカーの協力により、ブロガーが日本を訪れた時に使用した化粧品や服を販売する。

これまでに日本国内の商業デベロッパーやホテル、アパレルや化粧品メーカーなど18社からブロガーの訪問依頼があり、利用料金は1社平均100万円前後だという。4回の訪日ツアーでのべ120社を集める計画だ。

査証(ビザ)発給要件の緩和や格安航空会社(LCC)の増便で、このところタイからの訪日客は大きく伸びている。ミチルは商品の販促や訪日客の誘致拡大を目指す企業や自治体の需要を見込んでいる。