

バンコク日本博について

コロナ禍が終息し、旅行者も戻りつつありますが、ビジネスチャンスにおいても再検討のタイミングとなっているようで、先日「ニュースでたまに見る『バンコク日本博』とはいったいどんなイベントなのか？」という質問を受ける事がありました。そこで今回は当イベントについてレポート致します。

バンコク日本博は元々ビジネス展示会というよりも日本に興味のあるタイ人若年層に向けたイベントとして生まれたものであり、主要テーマは『日本留学 (Education)』『就職 (work)』『トラベル (travel)』『モノ (Japan brand)』『コンテンツ (subculture)』『フード (food)』の6つに分かれています。そのため出展社の中心は、

- ・ 高度タイ人材を定期的に確保したい在タイ日系企業や人材系企業
 - ・ タイ留学生を募集する日本の大学やその他教育機関
 - ・ 観光資源をアピールしたい日本の地方自治体、旅行会社
 - ・ タイ市場を開拓したい BtoC 商材（食品・化粧品・雑貨・伝統工芸）を持った日系企業
- といったところ です。

昨年の来場者数はのべ 13 万人となり、過去最高記録を更新しています。

今年も第 8 回目が 8 月 30 日から 9 月 1 日にかけての 3 日間、サイアムパラゴン 5 階のパラゴンホールにて実施されました。今回も盛況で、出展ブースは早期に完売しており、出展社の方に聞くと化粧品関係やキャラクターグッズの即売は反響が大きかったとの事です。

また、30 日には出展旅行会社とタイ現地企業との商談ブースが設けられていたり、ステージ展示では日タイ両国から多くの参加者が集まり、パフォーマンスやトークセッションなどを披露しました。参加者同士のコラボが多く見られた事が特徴で、今年 は日本の最大級音楽フェスイベントである SUMMER SONIC が初めてタイで開催されたことから、タイ国内での日本のサブカルチャーの人気度と日本側の将来性への期待度がうかがえます。

当イベントの主催は株式会社ジェイエデュケーションとバンコク日本博実行委員会ですが、発起人であり現在も双方の代表を務めるのはジェイエデュケーション代表取締役の長谷川卓生氏です。同社では日本と東南アジア間での留学生のサポートや日本語学校運営、人材紹介事業を通じて、「日本が東南アジアの人たちと仲良く繁栄していく社会」の実現を目指しており、その理念がイベントに反映されています。長谷川氏の今後の目標は「今年 は会場提供側の都合で狭くなってしまったが、来場者は増加が見込めるので広い会場で開催していきたい。また、より富裕層などにもアピールできるイベントにしていきたい」との事でした。



