

「バンコク日本博 2025」

在タイ歴 25 年。会社・駐在員事務所設立、BOI 申請、ビザ・労働許可証、その他各種ライセンス・許認可申請・登記のサポート、労務・法務、コンサルティングを担う。会計事務所やセキュリティ、IT 会社、バイオ技術商社も含むグループ全体の管理を行い、タイでのビジネスをワンストップでサポート。



今回で 10 回目となるタイ最大級の日本イベント「バンコク日本博」、そこでは単なるソフトパワーだけに頼らない、日本の魅力をタイの方々に感じてもらうための、数多くの仕掛けが用意されていました。それは非常に新鮮な驚きでしたので、ここに報告します。

＜依然として人気を誇る日本のソフトパワー＞

タイにおける日本ブームを支える最大の要因は、中間所得者層の拡大と、近年の円安です。これにより、タイから日本への旅行者数は、日本人訪タイ者数を上回る状況が続いています。「日本博」の会場では、ラーメンや刺身といった日本食、旬の果物や日本酒などが人気を集め、各航空会社や旅行代理店、地方自治体のブースは、次の日本旅行を計画する多くのタイ人で盛況でした。また、200 台を超えるガチャガチャが設置されるなど、ポップカルチャーへの関心も依然として高いものがあります。



(写真：各地域のゆるキャラが来場者をお出迎え)

＜日本博 2025 の特徴：「教育」と「キャリア」＞

年間を通じて数多く開催される日本関連イベントの中で、「日本博」の大きな特徴は、「教育」というテーマに明確な焦点を当てている点です。

イベントの主催者である「J-Education」は、タイとインドネシアで日本語教育と、日本への留学・就職を支援するエージェントです。

会場には、日本へ留学を希望する学生のための各学校法人ブースや、実際に日本の奨学金で留学したタイ人の先輩に直接話を聞ける「センパイコーナー」が設けられていました。また、声優に憧れる若者のための「アフレコワークショップ」も開催され、漫画やイラストといったクリエイティブ分野での留学への関心の高さも伺えました。

そして、日系企業の経営トップが自らブースに立ち、学生たちの質問に真摯に答える姿も印象的でした。

＜主催者の戦略と理念＞

このイベントの設計には、来場者の「日本が好き」という純粋な感情を、より深く、長期的な関係へと育てるための、巧みな意図が見られました。

まず、食や観光といった誰もが楽しめるコンテンツで幅広い層を惹きつけ、次に「知れば知るほど好きになる日本」というスローガンのもと、来場者の知的好奇心を刺激します。そして最終的に、その高まった関心を、教育やキャリアといった個人の「人生の選択肢」へと繋げる。そんな一貫した仕掛けが、会場の随所に用意されていました。

その未来志向の戦略を象徴するのが、主催者である J-Education 代表・長谷川氏がスピーチで紹介した、運営に参加する 30 人の大学生たちの存在です。長谷川氏は、彼らの貢献を称え、「これからの日タイの絆をさらに強める大切な一歩になる」と語りました。

＜まとめ＞

韓国や中国とのソフトパワー競争が激化する中、「日本博」が示したのは、一過性のブームで終わらないファン育成のモデルです。食や観光という入口から、教育や就職という個人の人生に深く関わる「次の行動」へと繋げる。この視点が、これからの日タイ関係の鍵となりそうです。