

# オンラインデータからみるタイ人の訪日旅行マインド

2021年11月

日本政府観光局（JNTO）バンコク事務所

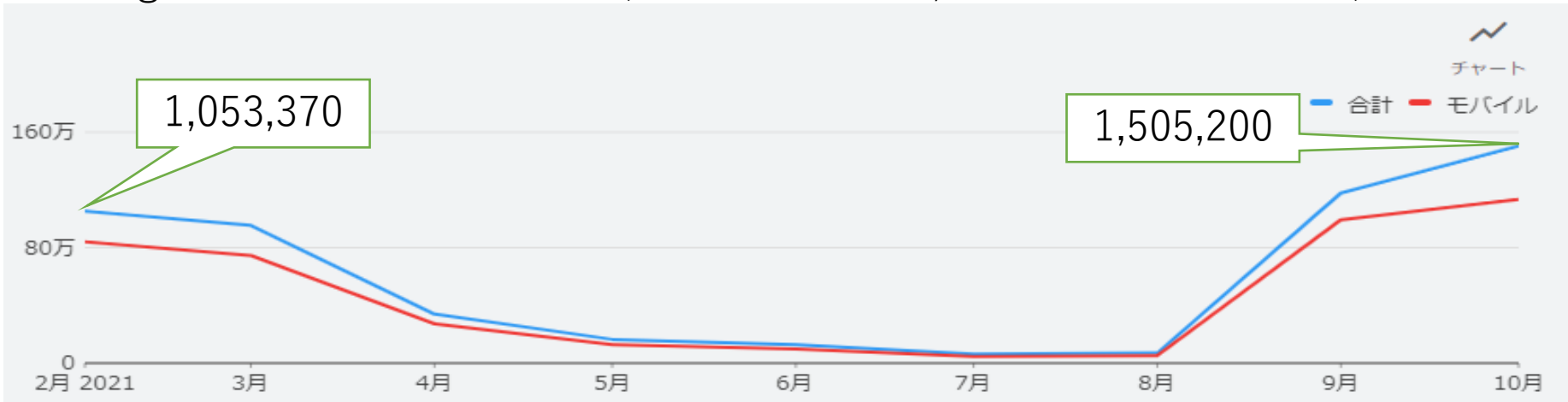
1. オンラインからみる旅行意欲/訪日意欲…3～6P
2. BtoCアンケート調査結果(訪日旅行意欲について)  
…7～14P
3. BtoCアンケート調査結果(ニーズのある情報について)  
…15～17P
4. 人気のある訪日コンテンツと新たなトレンド  
…18～30P
5. その他：次の訪日に期待すること…31～33P

# 1. オンラインからみる旅行意欲/訪日意欲

# オンラインからみるタイ人の旅行意欲 ～旅行自体への意欲の変化～

9月にタイ国内の感染状況が改善し、行動規制が緩和され、旅行関連キーワードの検索ボリュームが上昇した。

## ■Google キーワードプランナー(2021年2月～9月, 2021年10月15日計測)



<input type="checkbox"/> เราเที่ยวด้วย ...	301,000	
<input type="checkbox"/> เที่ยวด้วยกัน	74,000	
<input type="checkbox"/> เราเที่ยวด้วย ...	49,500	
<input type="checkbox"/> เราเที่ยวด้วย ...	5,400	
<input type="checkbox"/> เราไปเที่ยวกัน	590	
<input type="checkbox"/> เราเที่ยวด้วย ...	2,400	

タイ版GoTo

<input type="checkbox"/> เราเที่ยวด้วย ...	2,400	
<input type="checkbox"/> agoda เราเที่ยว...	5,400	
<input type="checkbox"/> เที่ยวเขาใหญ่	8,100	
<input type="checkbox"/> เราเที่ยวด้วย ...	2,900	
<input type="checkbox"/> เราเที่ยวด้วย ...	4,400	
<input type="checkbox"/> เราเที่ยวกัน	1,000	
<input type="checkbox"/> ท่องเที่ยว	14,800	
<input type="checkbox"/> ไปเที่ยวกัน	390	
<input type="checkbox"/> เที่ยวทะเล	6,600	

Agoda

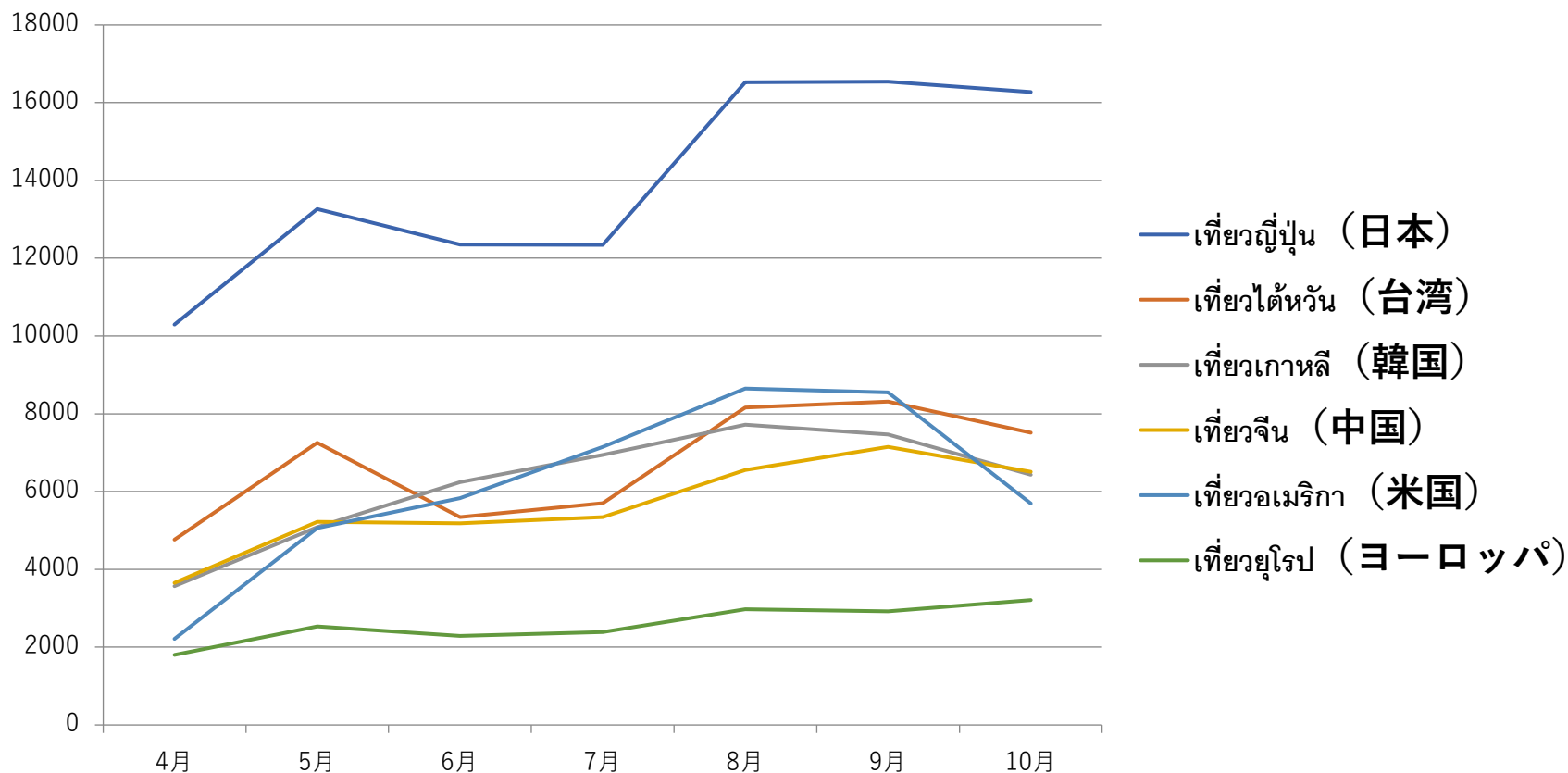
カオヤイ旅行

※カオヤイは  
タイ国内で人気の  
避暑地

海旅行

# オンラインからみるタイ人の旅行意欲 ～訪日旅行への意欲の変化～

■ Google キーワードプランナー(2021年2月～9月, 2021年10月15日計測)

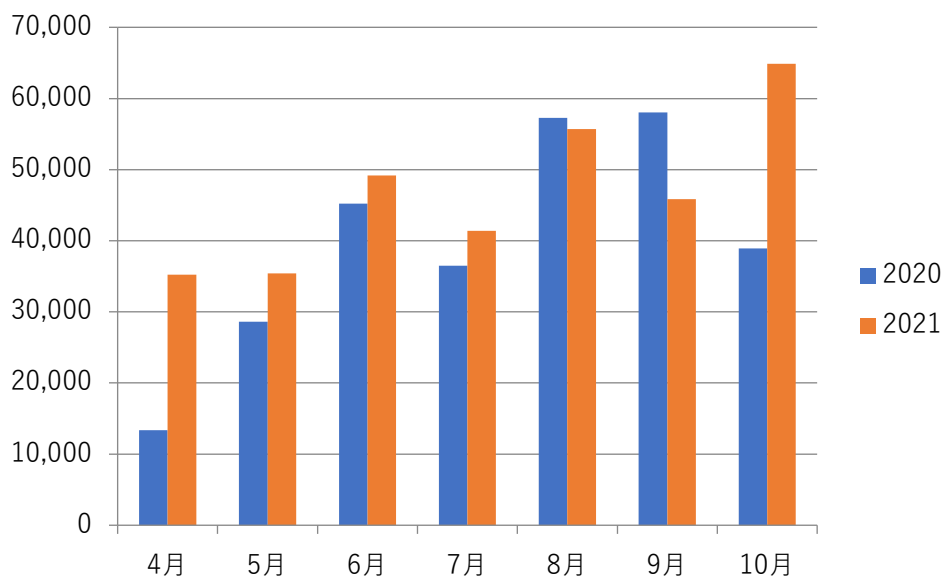


日本が月間検索ボリューム1位！（2020年度と同様）

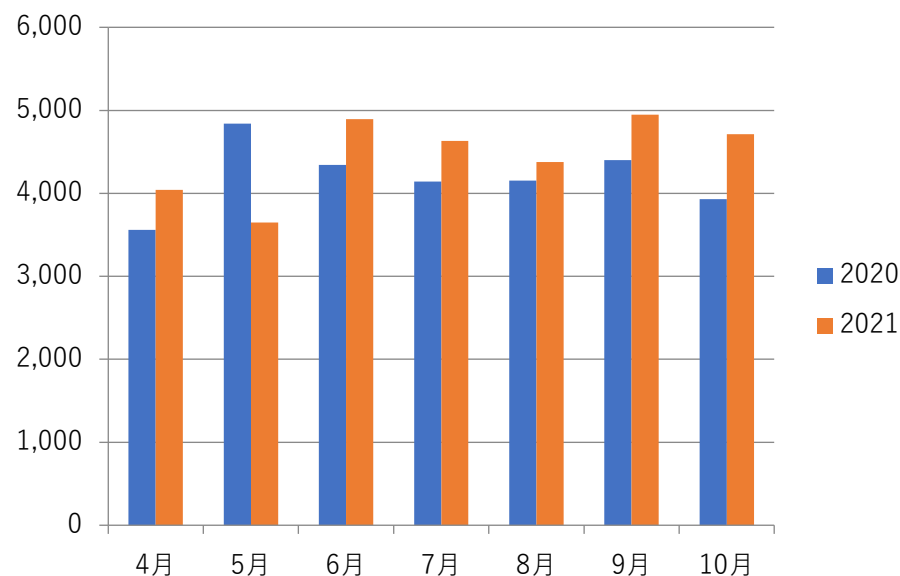
\* 台湾、中国以外にアメリカも台頭。

# オンラインからみるタイ人の旅行意欲 ～訪日旅行への意欲の変化～

■ JNTOタイ語Facebook  
平均オーガニックリーチ数比較



■ JNTOタイ語Instagram  
平均オーガニックリーチ数比較



- JNTOタイ語Facebook、Instagramともに、昨年のリーチを大きく超えてきている。
- エンゲージメント自体についても、昨年度を上回っており、訪日情報への関心が高まっている（Facebookフォロワー層は訪日リピーターが中心）。



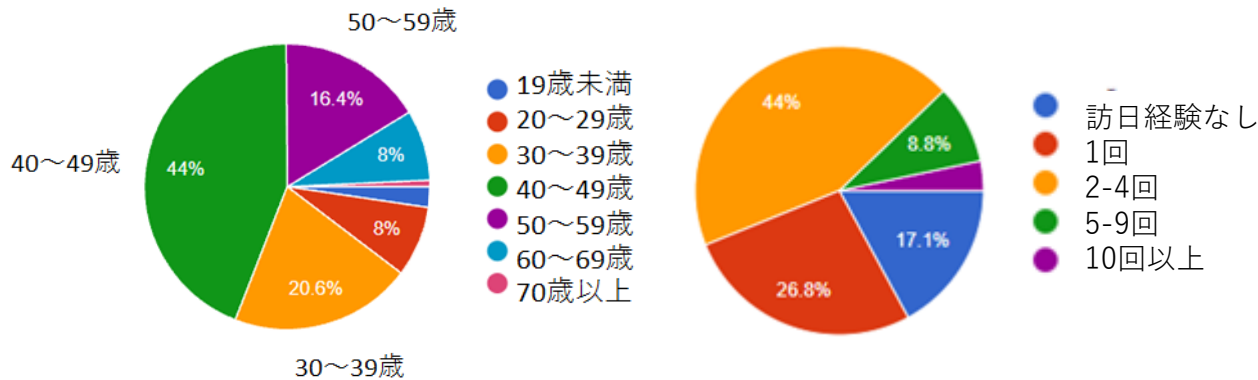
**タイ市場は、早期回復の可能性が非常に高い市場である！**  
（タイ人は日本旅行が恋しくて恋しくて仕方がない）

## 2. BtoCアンケート調査結果 (訪日旅行意欲について)

# BtoCアンケート調査結果（2021年9月時点）

調査名： コロナ後の訪日観光・第3回  
 回答者数： 812名  
 調査期間： 2021年9月14日～21日  
 手段： オンライン  
 対象者： タイ人

## 【回答者属性】

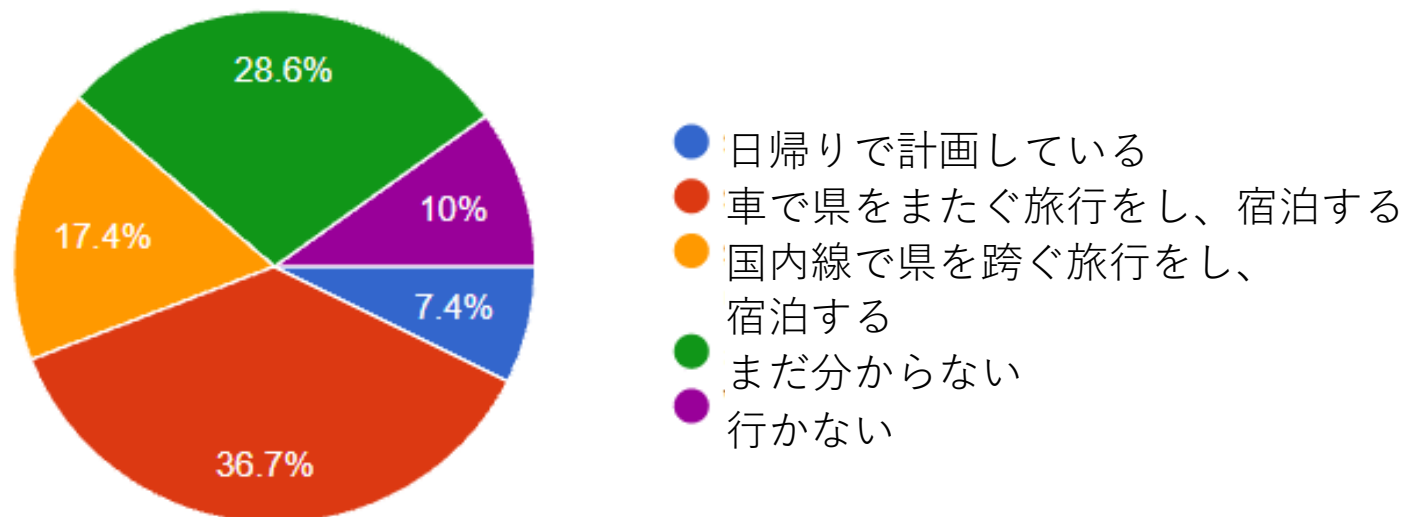


・ アンケート回答者の大半が30-40代、約83%が訪日経験層。





Q 今から3カ月以内に旅行に行く予定はあるか？（SA）（FB/BtoCアンケート.2021年9月）

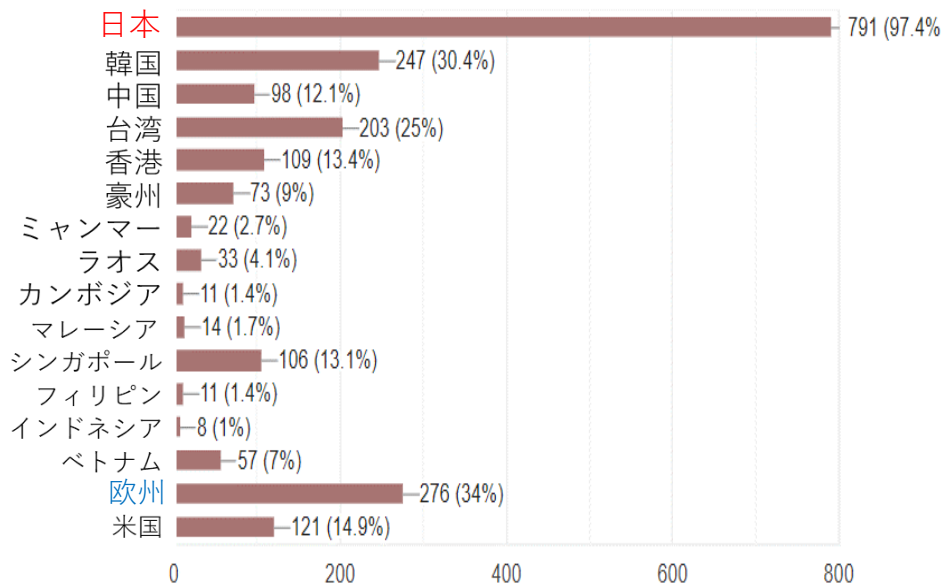


- 60%以上は、9月時点ですでに国内旅行を計画している。
  - 36.7%が車を利用した移動での旅行を計画している。（飛行機利用は17.4%）
- \* 2020年10月時点では車移動が35.8%、飛行機利用は32.2%

2020年3月コロナ流行から約1年半が経っても、  
タイ人の旅行意欲は**依然として高い！**

## —訪日意欲—

Q 国際便再開1年以内にどこに旅行に行きたい？  
(MA)



- ・日本が1位。
- ・欧州が2位にランクイン。  
その他Booking.com等の調査でも日本が1位。

Q 国際便再開後、いつ訪日したい？ (SA)

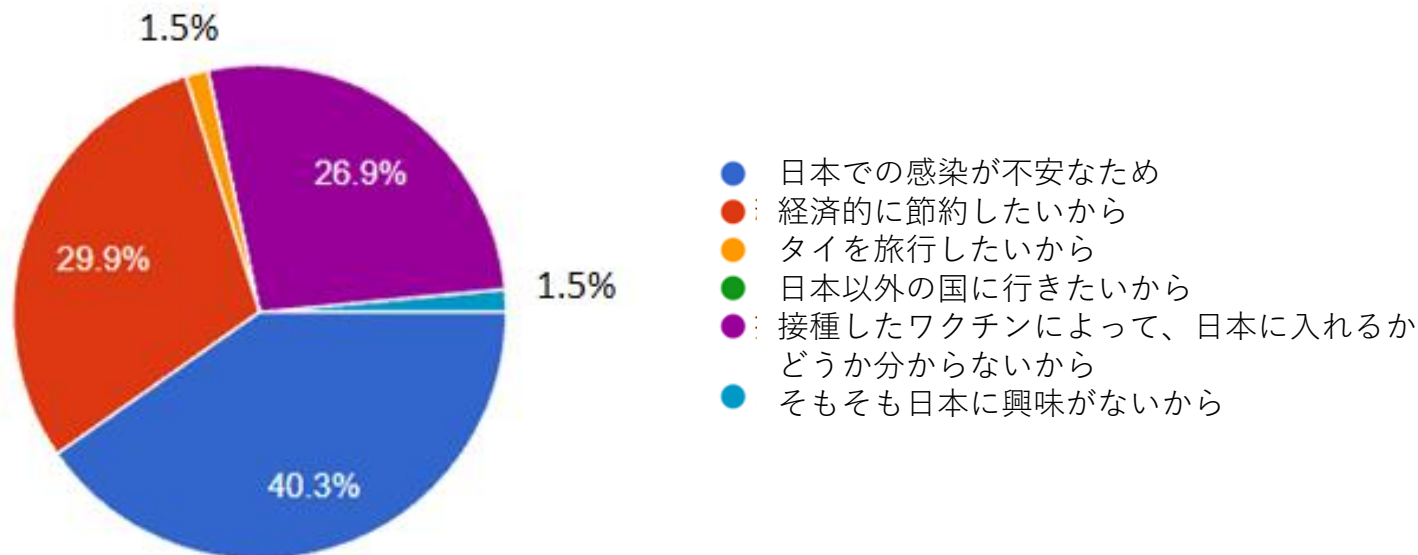
	2020年 11月17-22日 調査 (763 回答)	2021年 9月14-21日 調査 (812 回答)
すぐに行く	8.9%	12.1%
1~2か月以内	13.5%	14.2%
6か月以内	27.1%	30.0%
1年以内	33.3%	35.3%
しばらく訪日する つもりはない	17.2%	8.4%

- ・2020年11月時点より  
2021年9月時点の方が  
訪日意欲が高まっている。

JNTOBKK実施一般消費者向けアンケート（2021年9月14-21日、JNTOFacebook上にて実施）

Q（「しばらく訪日するつもりはない」と答えた方に対して）その理由は？（SA）

67件の回答

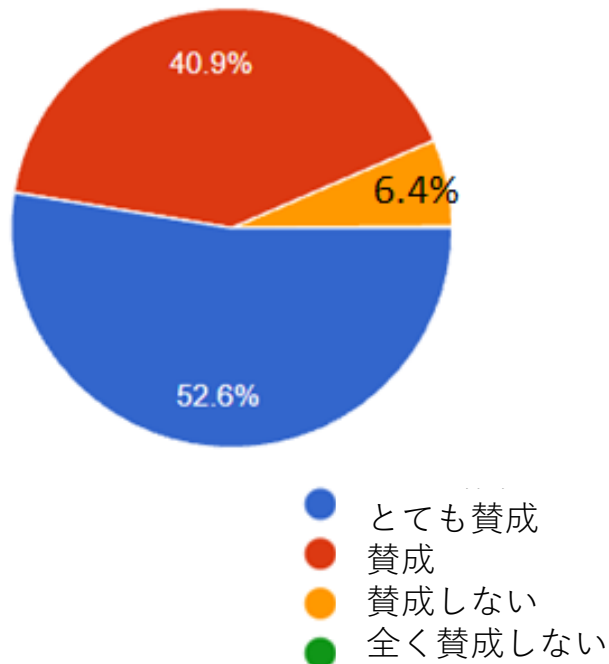


- しばらく訪日しない主な理由は3つ
  - 日本での感染が不安。
  - 自分自身の経済状況。
  - 自分が接種したワクチンのブランドは日本へ入国できるかは分からない。

⇒今後も日本での感染対策をウェブ・SNSで配信することが重要。

Q 「現在、日本は安全な訪問地である」  
この発言に対してどう感じるか？（SA）

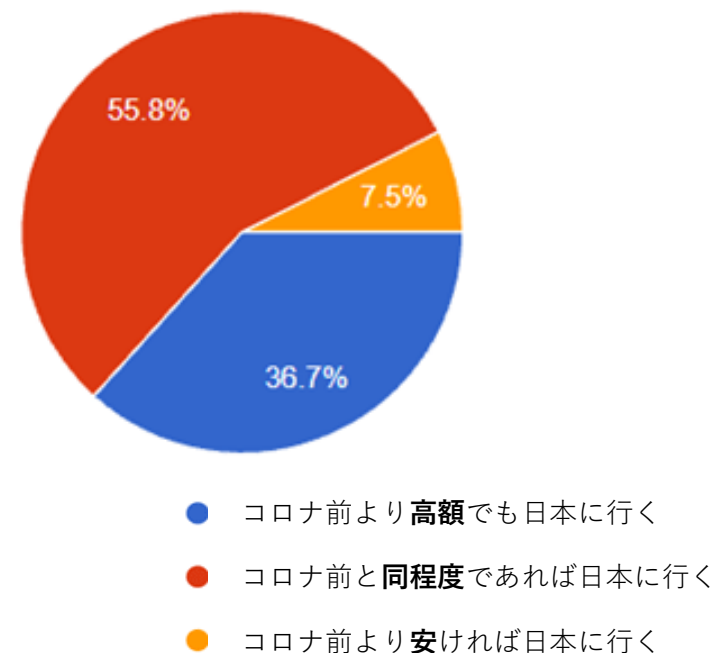
812名回答



- ・ 94%が賛成。  
(2020年10月実施時は56%)

Q 日本旅行の予算はどのように  
変わるか？（SA）

812名回答

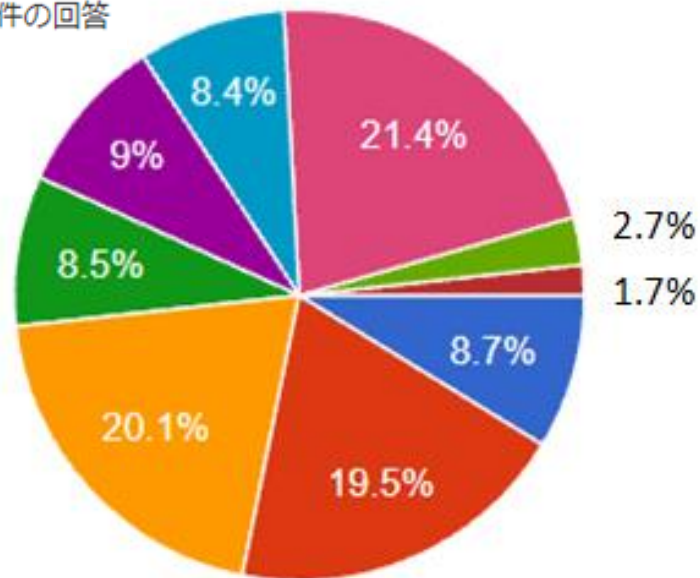


- ・ 「コロナ前より高額でも日本に行く」  
との回答が37%。

JNTOBKK実施一般消費者向けアンケート（2021年9月14-21日、JNTOFacebook上にて実施）

Q 次回、訪日するとき  
同行したい同行者は？（SA）

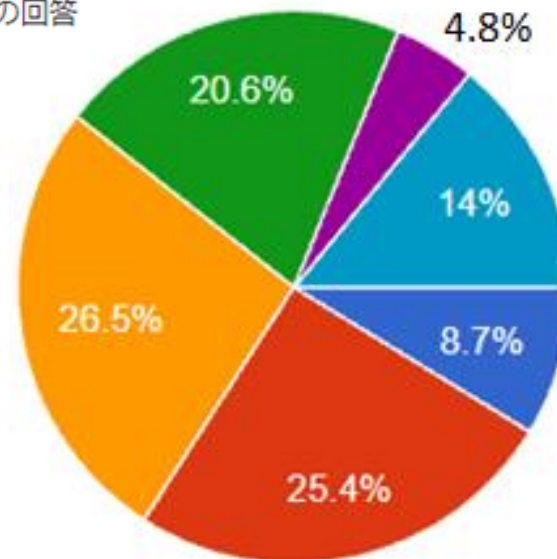
812件の回答



- 一人旅
- 夫婦・パートナーの2人旅
- 親子旅（親+子供）
- 自身の親、配偶者・パートナーの親
- 親子+3世代（祖父母）
- 自身の親族・兄弟等
- 友人
- 職場の同僚
- その他

Q 1人あたり/旅行当たりの「日本での  
体験(アクティビティ)」に費やす予算  
はいくら位か？（SA）

812件の回答

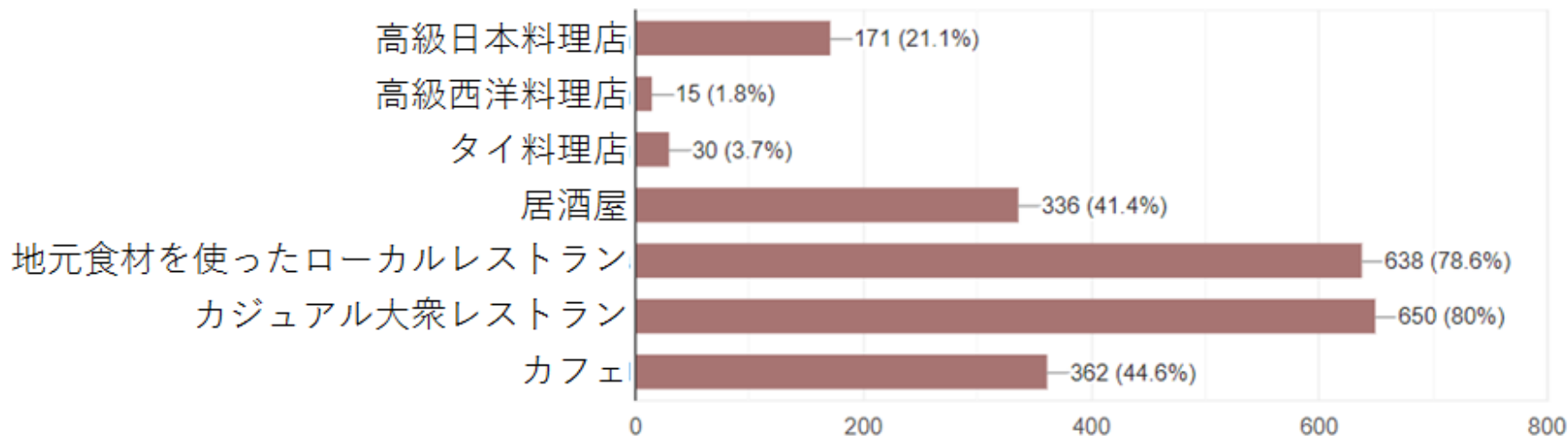


- 10,001円以上
  - 5,001-10,000円
  - 3,001-5,000円
  - 1,001-3,000円
  - 1,000円以下
  - 払わない
- ・ 約1,000～10,000円  
（約3,500円～35,000円）  
まで予算を立てる。  
⇒ 価格設定の参考にできる。
  - ・ 「払わない」と答えたのは  
僅か14%。

JNTOBKK実施一般消費者向けアンケート（2021年9月14-21日、JNTO Facebook上にて実施）

## Q 次回、訪日するときに必ず組み込む食事場所は？（MA）

812件の回答



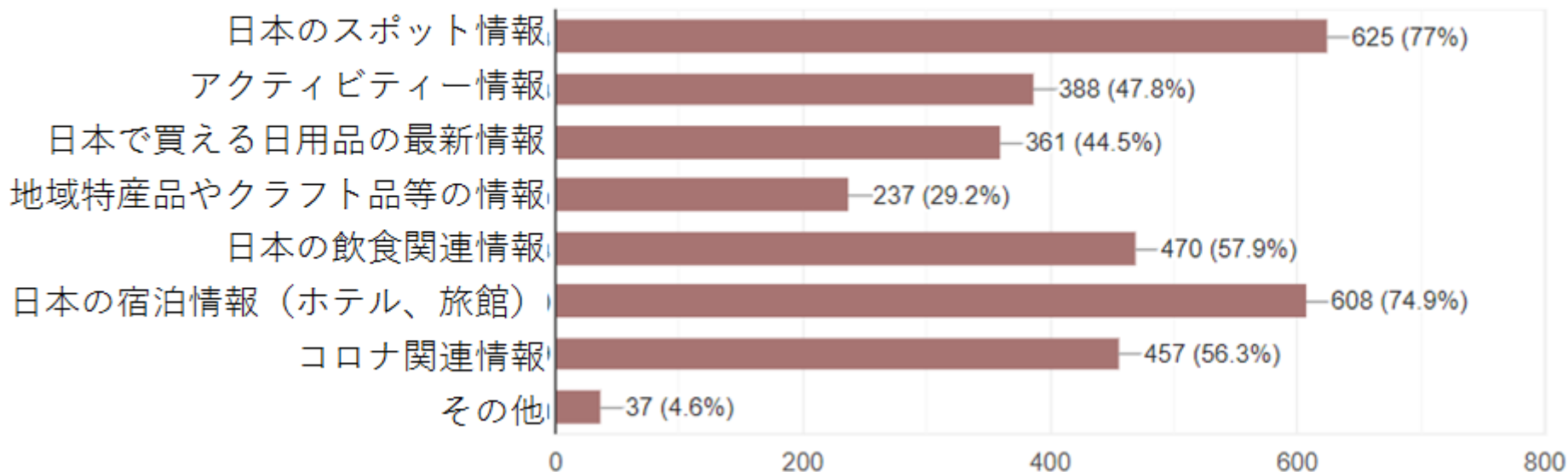
- 大多数の回答者が地元食材を味わいたいと考えている。
- また、入しやすいカジュアルな大衆レストラン・カフェ・居酒屋を好む。
- 日本でタイ料理及び西洋料理へのニーズは、訪日リピーターには低いという結果。
- 高級日本料理に興味を持つ層も存在する。

⇒高級料理ならではの魅力や楽しみ方等を情報発信することで、ニーズをより高めることができる可能性あり。

### 3. BtoCアンケート調査結果 (ニーズのある情報について)

Q 今、あなたが求めるオンラインの訪日情報は何か？（MA）

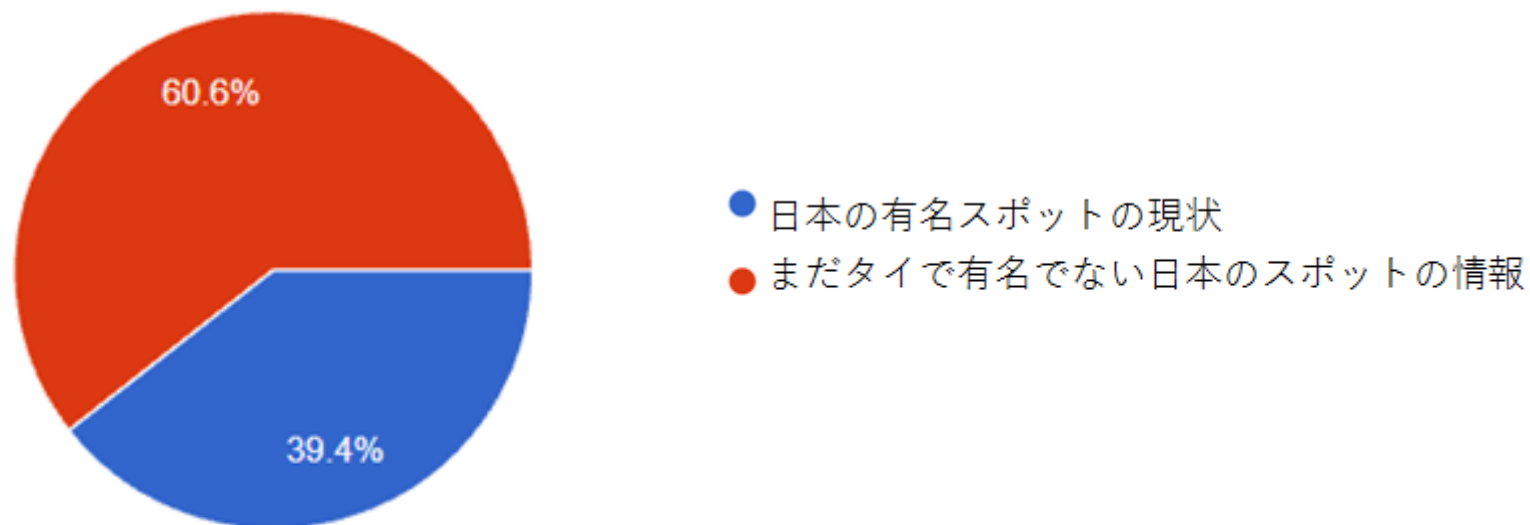
812件の回答



- ・ 訪日旅行できない現在も、日本での観光地情報、宿泊先情報を求めていることがわかる。
  - ・ 将来の訪日旅行への準備をし始めている人もいる。
- ⇒ 日本側からの継続的な情報発信が求められている。



Q 日本の有名スポットの現状か、まだタイで有名でない日本スポットの情報か、  
どちらを今求めているか？（SA）



- ・ 50%以上の回答者はこの3年以内に2～10回以上日本を訪れたため、  
まだタイで有名でない日本のスポット情報/新しい観光情報に興味を持っている。
- ・ 日本での有名な観光地の「現状（何か新しい魅力が登場しているかどうか等）」も需要あり。

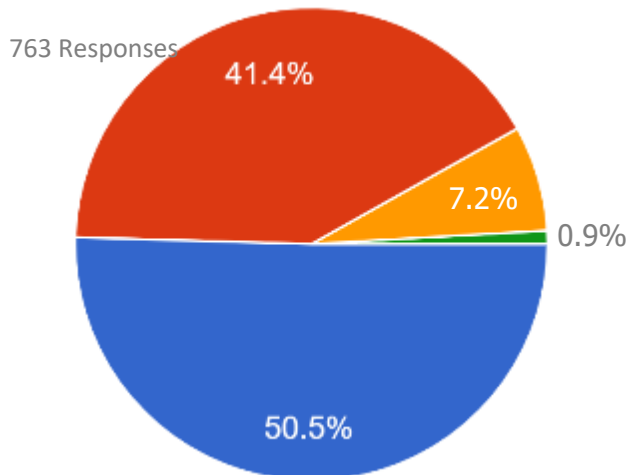
⇒両方のバランスを取りながら情報を発信する。コンテンツについては、資料後半を参考に検討。

## 4. 人気のある 訪日コンテンツと新たなトレンド

(FB/BtoCアンケート 2020年11月)

Q コロナが収束後、日本で体験したい  
アクティビティは変わる？ (SA)

コロナ前／後において、  
人気コンテンツの  
主要要素は変わらない！

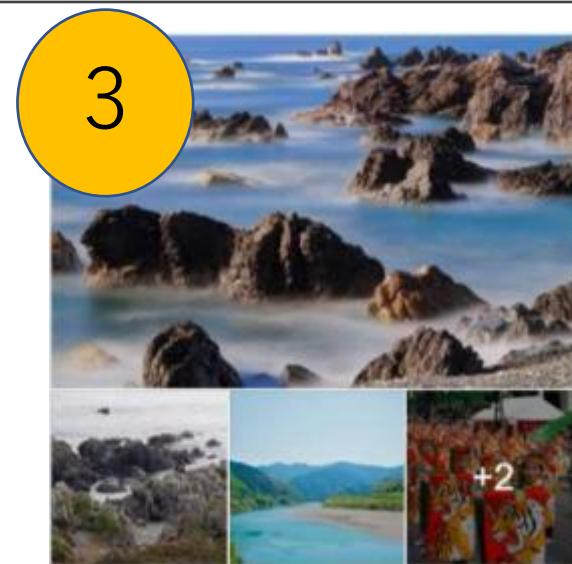
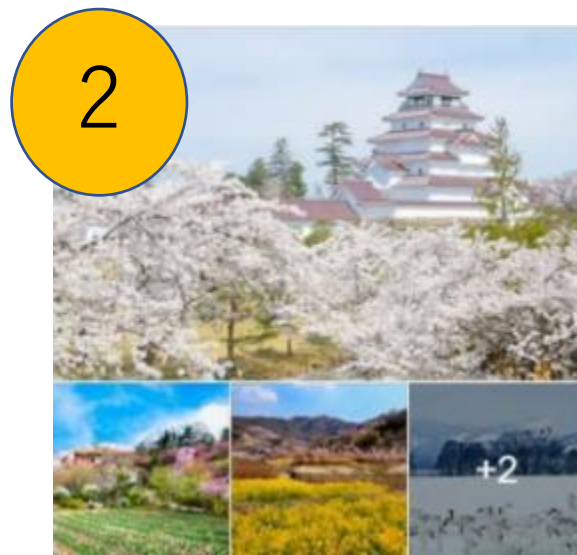


- 全く変わらない
- あまり変わらない
- やや変わる
- 大きく変わる

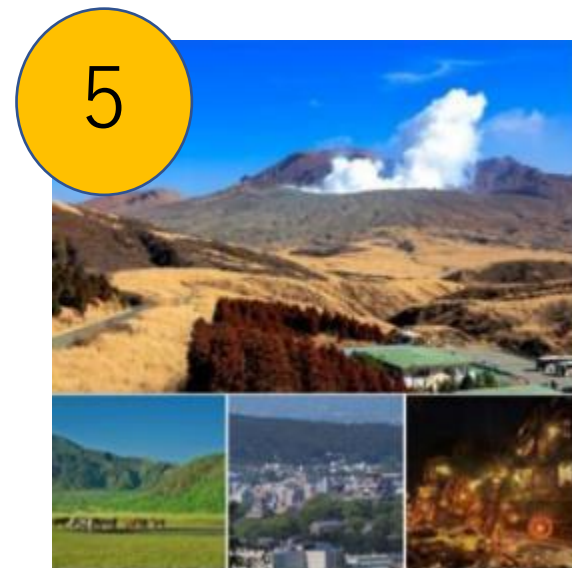
## タイ人の訪日人気コンテンツ



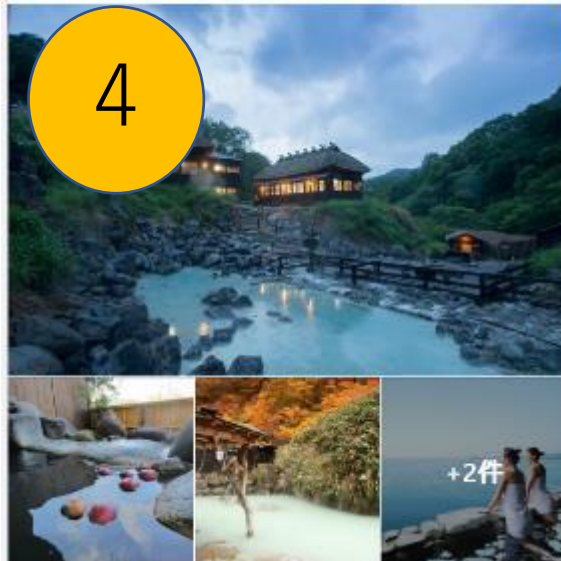
# 【Facebook】2019年：人気投稿Top 5



2019年  
 ・桜と絶景  
 ・「見る」観光中心



# 【Facebook】2021年：人気投稿Top 5



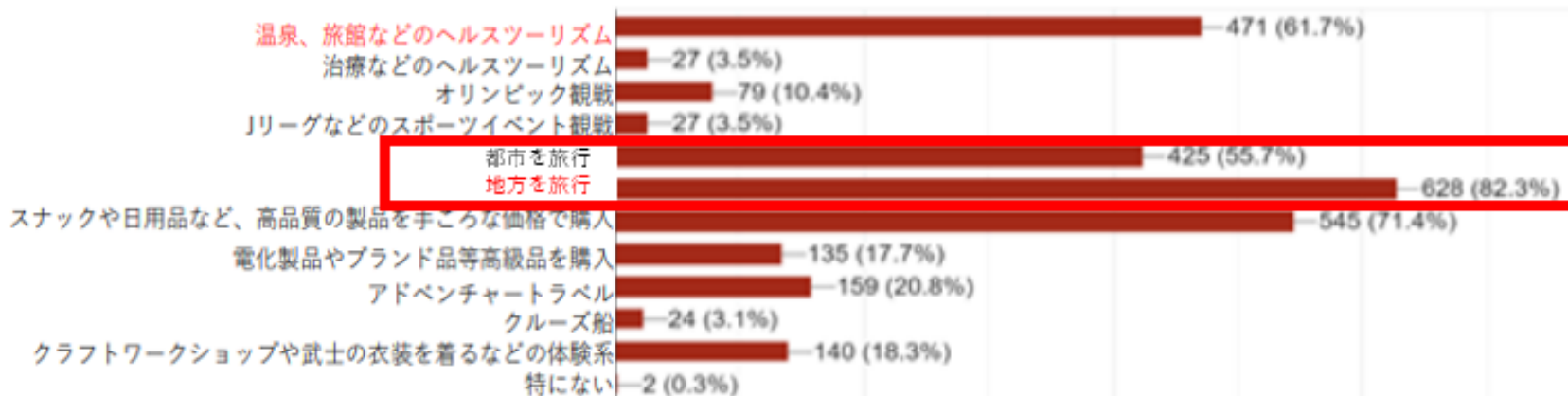
2021年

- ・ 知られていない絶景
- ・ 日本ならではの体験
- ・ アクティビティも人気



# SNSの反応からみる訪日旅行のニーズの変化 —地方旅行—

Q コロナ後、日本旅行でどのようなことをしたい？ (MA)  
FB/BtoCアンケート2020年11月



- “地方”への関心が高まっている！
- コロナ後は、都市と地方を組み合わせた旅行スタイルが人気になる可能性が高い。  
温泉、旅館にも引き続き高い関心

# SNSの反応からみる訪日旅行のニーズの変化 ー地方でのライフスタイル体験・アウトドアアクティビティー



ポイント：日本らしい地方の風景

ポイント：清涼感ある青い川、  
日本らしい屋形船アクティビティ

2021年6月20日投稿

2021年7月10日投稿

北陸信越・中部地方

四国地方

キャッチコピー⇒中部、旅して幸せ感じよう

キャッチコピー⇒のんびり旅行も、  
アクティビティも、四国で楽しもう

投稿テーマ⇒岐阜・飛騨古川

投稿テーマ⇒高知・仁淀川など

Like数：1,832、コメント数：39件

Like数：1,184 コメント数：57件

シェア数：223件

# SNSの反応からみる訪日旅行のニーズの変化 —地方でのライフスタイル体験—



## 白川郷宿泊体験

2021年10月7日投稿

Like1,297件、コメント27件、シェア137件

コメント「行ったことあるけど一晩滞在したい」等



## เที่ยวญี่ปุ่นดอทคอม Tiewyeepoon (訪日メディア)

長野県小諸市、ライフスタイル体験

2021年5月19日

Like2,879件、コメント14件、シェア134件

コメント「日本のライフスタイルが好き」等

- ・ 「地方で味わう日本のライフスタイル体験」が人気急上昇中



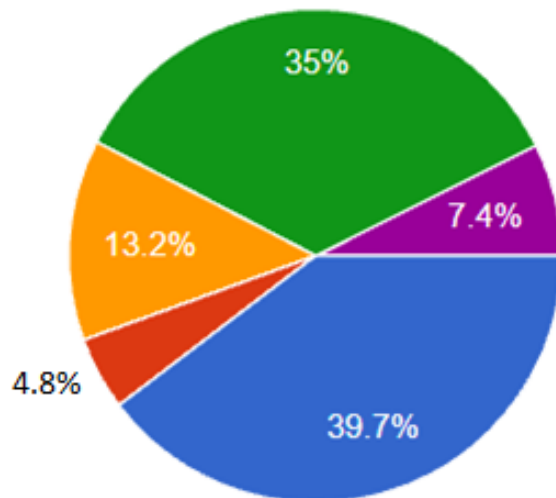
# SNSの反応からみる訪日旅行のニーズの変化

## ー地方でのライフスタイル体験（農泊は人気になる可能性あり！）

Q 訪日旅行のときに、日本人とどの程度交流したいか？（SA）

（FB/BtoCアンケート.2021年9月）

812名回答



- Farmstay等宿泊を通じて深く交流したい
- スポーツ等1日程度のイベントで気軽に交流をしたい
- 1,2時間程度の体験（アクティビティ）を通じて気軽に交流したい
- 旅行をする中で、挨拶をする等で十分
- 日本人との交流は特に旅行中の楽しみではない

・ 農泊等を通じて深く交流したいタイ人訪日リピーターは約40%(320人程度)！

**農泊を実施する際に感じるハードルは、  
「予約は電話受付のみ」「予約サイトの言語」「現地の会話の不安」が  
トップ3！！**

**これらを解決すれば、ニーズもあるので可能性が高い！**

# SNSの反応からみる訪日旅行のニーズの変化 ーアウトドアアクティビティー



2021年9月5日投稿  
北海道サイクリング  
(Like : 2,094、コメント : 148件)



2021年8月23日投稿  
沖縄ドライブ  
(Like : 1,109、コメント : 113件)

<広告配信に対するエンゲージメント分析結果>

- ・北海道サイクリング⇒18～35歳男性からやや興味関心高い
- ・沖縄レンタカー旅行⇒性別年代を問わず関心高いトピック



サイクリング



ダイビング



トレッキング



- 「OutdoorActivity」⇒日本で楽しめる各種アクティビティの情報を発信。アクティビティを楽しむ旅行スタイルを紹介。

## <まとめ>

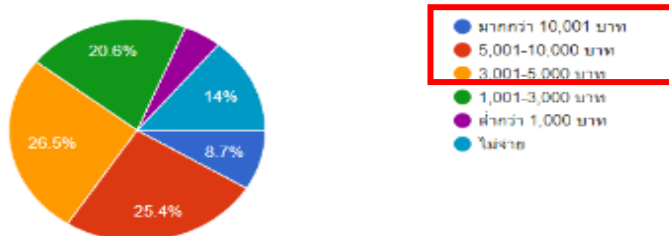
- ・タイ人の訪日旅行マインドは引き続き高い状況。
- ・主要な「日本でやりたいこと」に大きな変化はない。  
(絶景での写真撮影、ショッピング、日本食、温泉等)
- ・一方、**新たなトレンドも**生まれてきている。  
Unseen (知られていない絶景)  
Inaka Japan (地方でのライフスタイル体験)  
Outdoor Activity (日本ならではのアウトドアアクティビティ)

## <考えられる新しい旅のスタイル>

- ・地方と都市を組み合わせた旅行スタイル。  
東京、大阪といった**主要デスティネーションに加えて、  
そこから行ける地方**にも足を運ぶ。  
(都市に行かないのではなく、地方を追加するようになる。)
- ・アクティビティについても、費用支出OK。

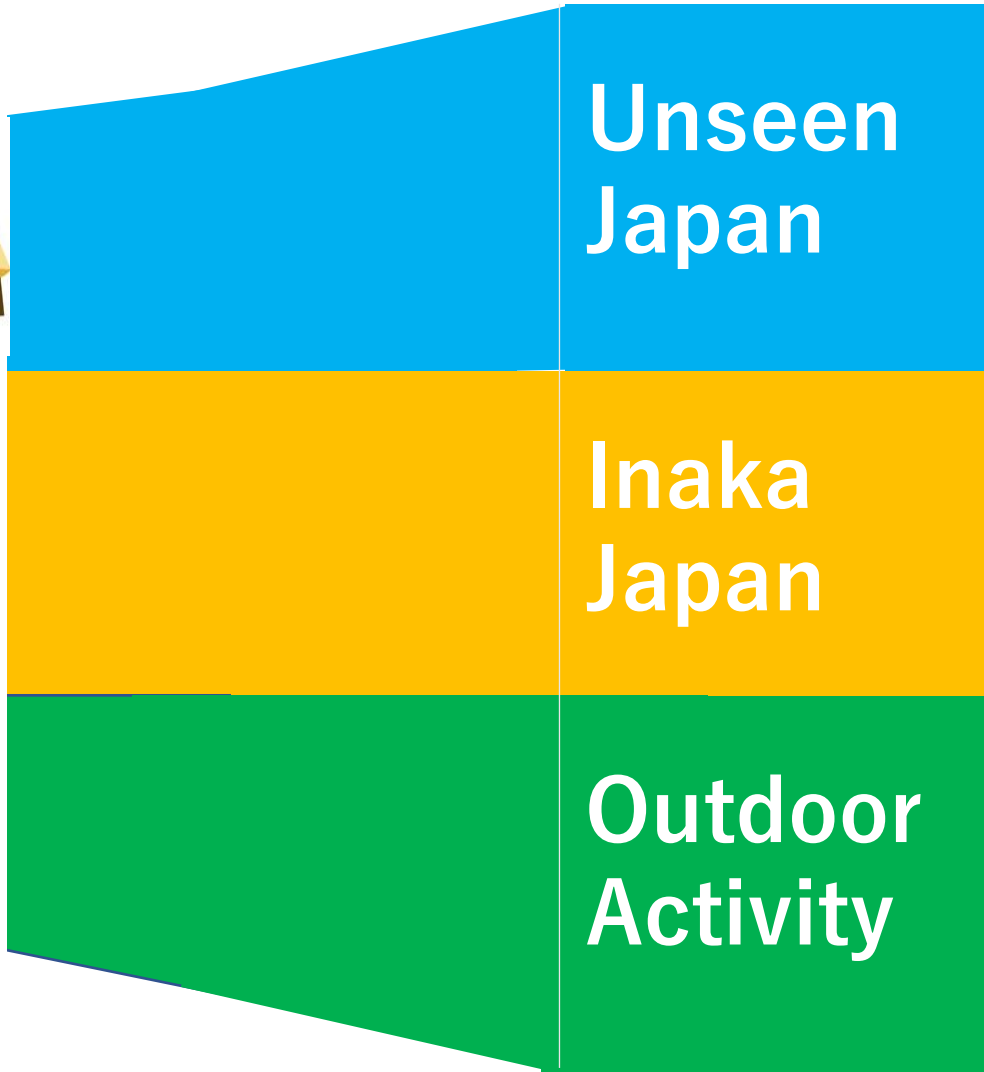
11. Budget you will spend "activity fee How much is the "workshop fee" in Japan per head/per trip? Yukata rental fee, ski rental fee, etc.)

812 responses



2021年9月FB/BtoCアンケート  
⇒アクティビティに1回の旅行で  
3,000THB (約1万円) 以上  
かける、との回答が過半数

# まとめ：3つの新しい訪日トレンド



©あけぼの山農業公園



©滝見苑



©gotofufu CAMP v1

- ・まだ知られていない絶景、InakaJapanを情報発信することで…



訪日タイ人観光客の地方誘客を進める！

- ・アクティビティ情報発信することで…

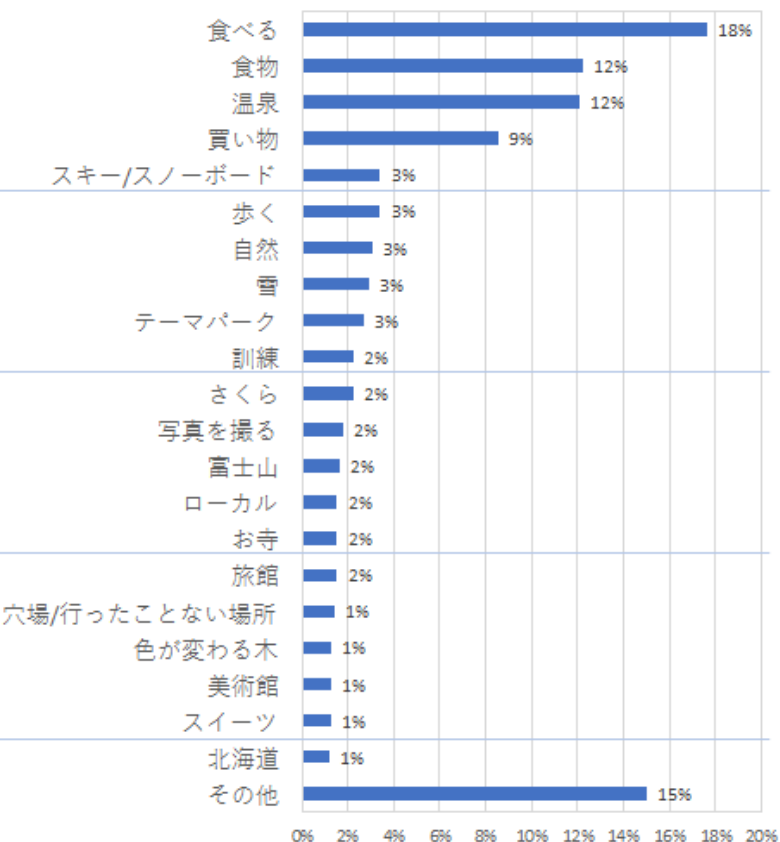


訪日タイ人観光客の消費額向上を目指す！

## 5. その他：次の訪日に 期待すること

### Q 次の訪日旅行で何をすることを楽しみにしている？（自由記述） 1/2

・自由回答からキーワードを抽出した結果。（回答は計788件）。



その他キーワード	Count	その他キーワード	Count
田舎	1%	東京	0%
山	1%	青森	0%
車を運転する	1%	平和的・人混みでない	0%
花	1%	アニメ	0%
フルーツ	1%	トレッキング	0%
マラソン/ランニング	1%	巡礼（お遍路）	0%
牛肉	1%	菅物	0%
ホームステイ	1%	飛び込む	0%
城	1%	北陸	0%
村	1%	白川郷	0%
友達	1%	福岡	0%
文化	1%	すし	0%
京都	0%	島	0%
ネイティブ	0%	歴史のある場所・物	0%
ファームステイ	0%	ガンダム	0%
アルコール	0%	そば	0%
古い町並み	0%	自転車	0%
歴史	0%	ワークショップ	0%
きれいな空気	0%		
冬	0%		

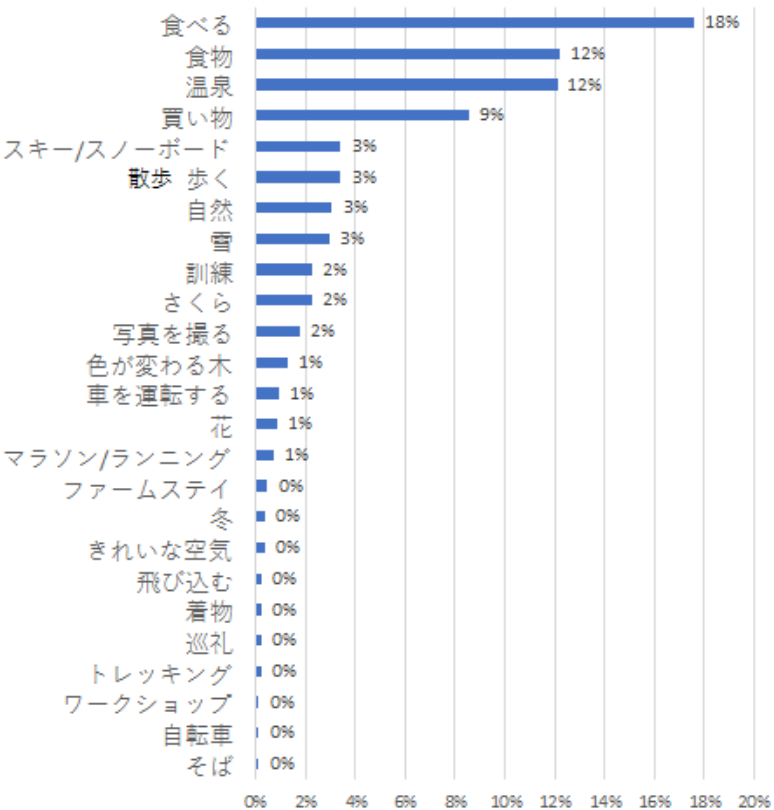
- ・ 食べる・食べ物、温泉、お買い物、冬のアクティビティであるスキーが人気（コロナ前と比較して、人気コンテンツに大きな変化は見られない）



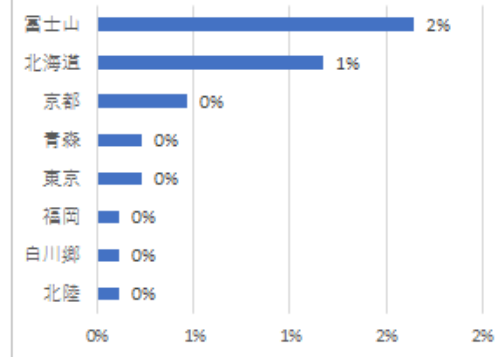
### Q あなたが次の訪日旅行で何をすることを楽しみにしていますか？（自由記述） 2/2

- ・自由回答からキーワードを抽出した結果。（回答は計788件）。
- ・ジャンル別

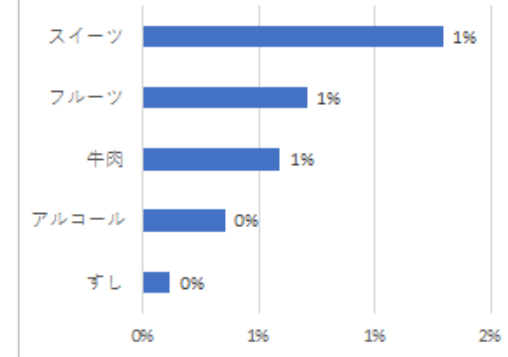
#### アクティビティ系



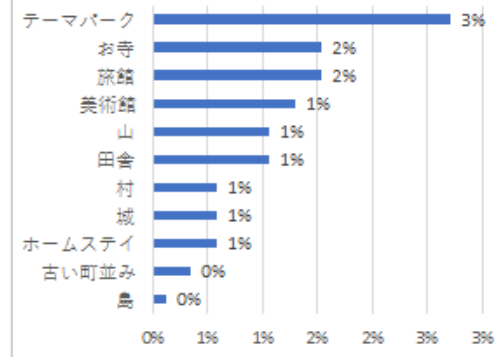
#### 県・特定場所



#### 食べ物系



#### デスティネーション



#### その他

