

【東南アジア訪日トレンド調査】主要観光都市への関心度について
—政府の掲げる訪日東南アジア人のリピーター化を実現するには?—

アウンコンサルティング株式会社(東証二部:2459、本社:東京都文京区、代表取締役:信太明、以下アウンコンサルティング)は、アジア9拠点で、マーケティング(SEM(検索エンジンマーケティングサービス、インターネット広告など)、アセットなどのグローバルコンサルティングを展開しています。また、アジアにおいていち早くSEOを事業化し、2019年6月より22期目を迎えています。

この度、訪日東南アジア人の主要観光都市での宿泊数と検索数を分析し、訪日トレンド調査を行いましたのでご報告いたします。

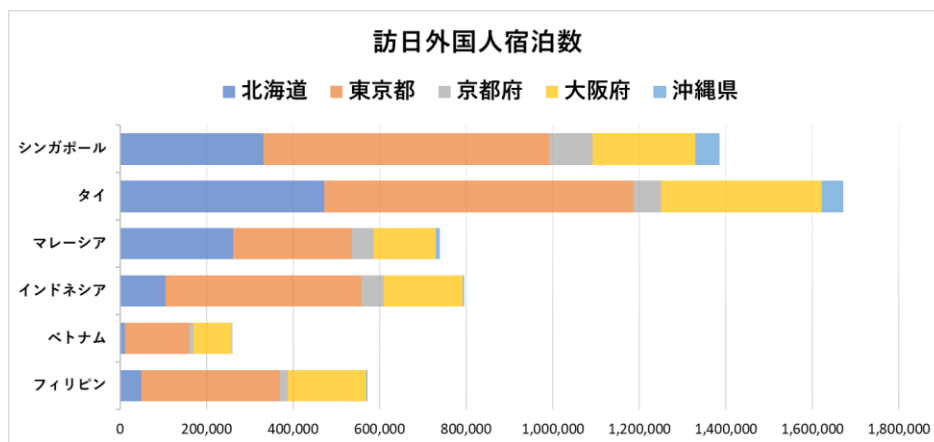
調査概要

■急成長する訪日東南アジア市場

近年、東南アジア地域の訪日客数が急増しており(※)、2018年の一人あたりの旅行支出は中国の22.4万円に対してシンガポールで17.2万円、ベトナムで18.8万円と、中国に迫る勢いで増加しており、日本の観光業に大きなインパクトを与えています。

今回の調査では、2018年の訪日客数が30万人以上、または訪日客数の伸び率が20%以上(2017-2018比)の東南アジア地域(シンガポール、タイ、マレーシア、インドネシア、ベトナム、フィリピン)の訪日客について、観光主要都市(北海道、東京都、京都府、大阪府、沖縄県)での宿泊者数と、各道府県名のGoogle検索数の因果関係を分析し、東南アジアの訪日トレンドを調査いたしました。

※ベトナムにおいては2017-2018年比26.9%増加



※主要観光都市5都市の合計値

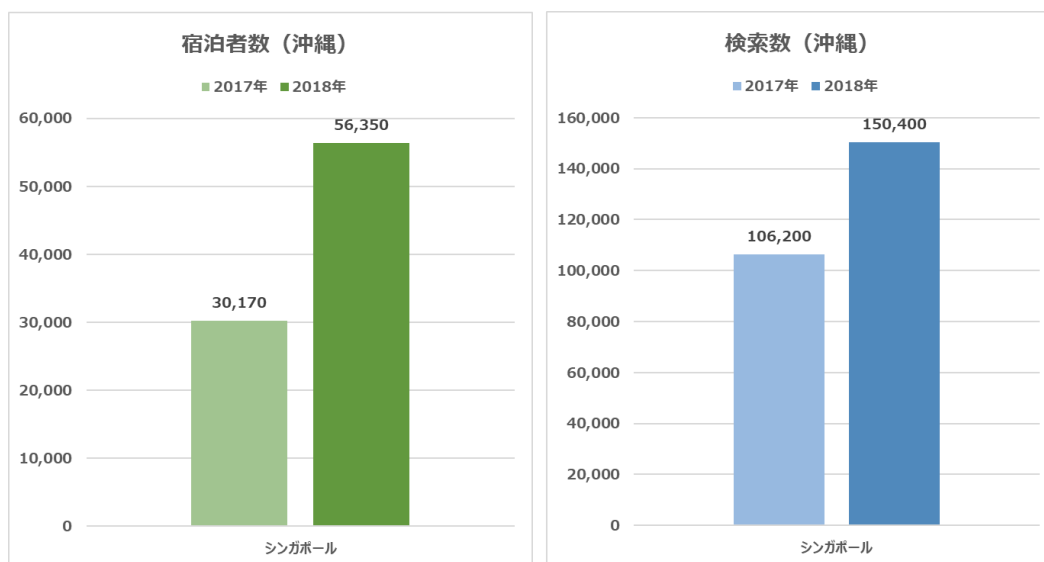
観光庁 宿泊旅行統計調査 平成 30 年 1 月～12 月 集計結果

参考第1表 年、月(12 区分)、施設所在地(47 区分及び運輸局等)、国籍(出身地)(21 区分)別外国人延べ宿泊者数(従業者数 10 人以上の施設)

シンガポール人の関心は『沖縄県』

宿泊者数と検索数の伸び率を 2017 年-2018 年の数値で比較した結果、『OKINAWA/英語』のシンガポールの宿泊数 **56,350(+86.8%)**、検索数 **150,400(+42.7%)** が増加傾向にあり、シンガポール人の『沖縄県』への関心が高いことがわかりました。検索数の伸び率が 40%以上と高いことから、今後訪日客が増加する可能性が十分に考えられます。

<シンガポール/沖縄>



出典:観光庁 宿泊旅行統計調査 平成 29 年 1 月～12 月 集計結果

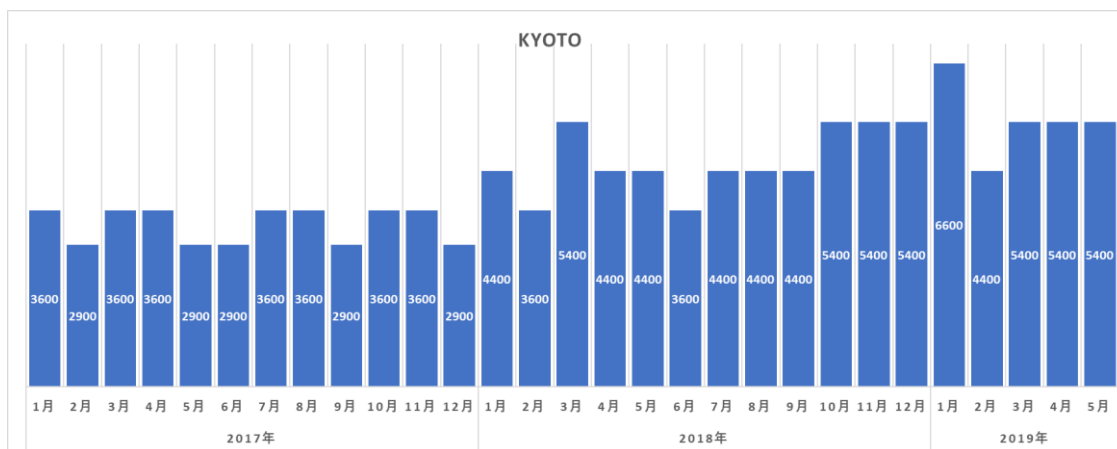
参考第1表 年、月(12 区分)、施設所在地(47 区分及び運輸局等)、国籍(出身地)(21 区分)別外国人延べ宿泊者数(従業者数 10 人以上の施設)

観光庁 宿泊旅行統計調査 平成 30 年 1 月～12 月 集計結果

参考第1表 年、月(12 区分)、施設所在地(47 区分及び運輸局等)、国籍(出身地)(21 区分)別外国人延べ宿泊者数(従業者数 10 人以上の施設)

Google AdWords キーワードプランナーツール利用による検索数データ

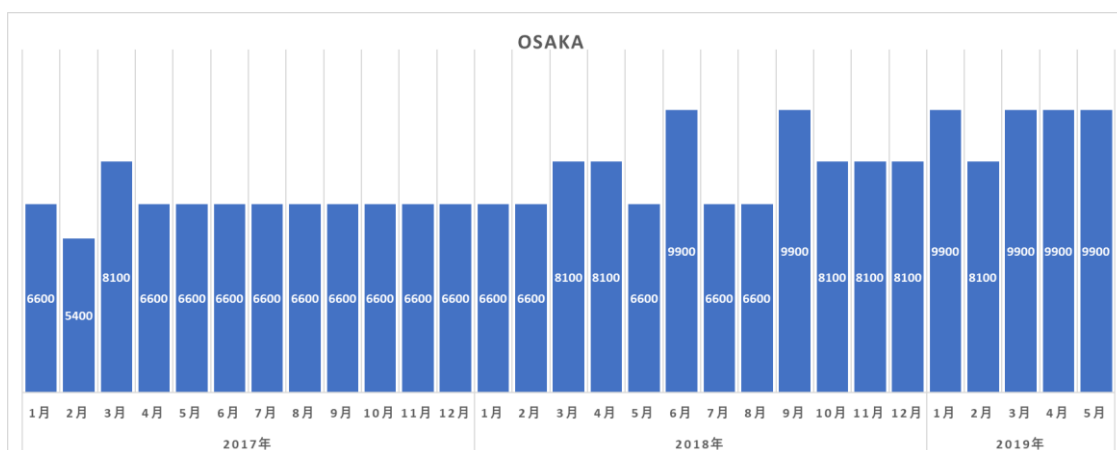
<フィリピン/京都府> 検索数の推移:2017年1月~2019年5月



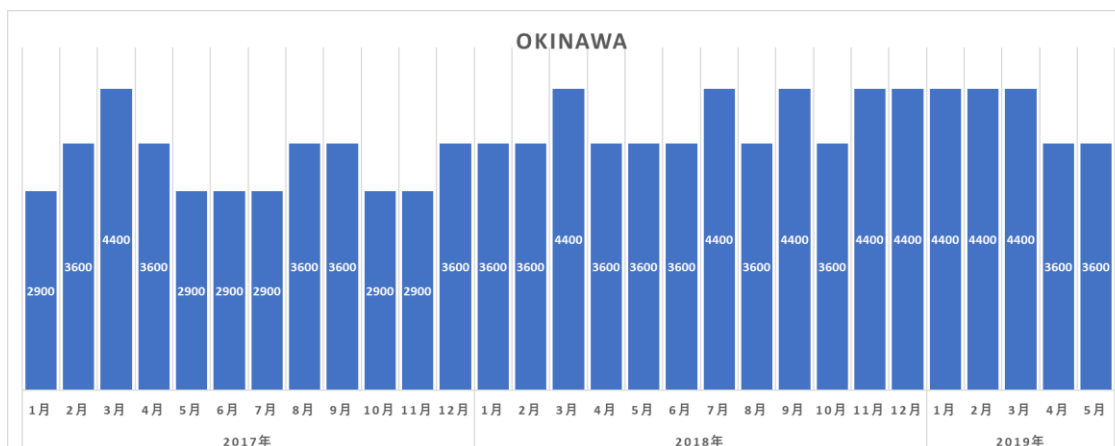
※Google AdWords キーワードプランナーツール利用による検索数データ

また、インドネシアでは2018年3月・10月にジャカルタにて旅行博『Japan Travel Fair 2018』が開催されました。旅行博では現地旅行会社による一般消費者向けの訪日旅行商品の販売や、日本企業や日本政府観光局(JNTO)による観光情報の発信等が行われ、3月のイベント開催時には催事期間中3日間合計で4.9万人が来場、約5,500人が日本行きの航空券を購入しました。検索数を確認すると『大阪府』や『沖縄県』の検索数が2018年3月から上昇し、高数値で安定していることがわかります。

<インドネシア/大阪府> 検索数の推移:2017年1月~2019年5月



<インドネシア/沖縄県> 検索数の推移:2017年1月~2019年5月



※Google AdWords キーワードプランナーツール利用による検索数データ

東南アジアからの訪日客をリピーター化するには？

政府は、東南アジアからの訪日客をリピーター化するため、Web や SNS を活用した訪日コミュニティの育成や、多様化するニーズに合わせた情報発信を課題としています。

また、訪日後にインバウンド旅行者と継続的な接点を持つためには、訪日時に満足頂けるサービスを提供することはもちろん、訪日後に定期的に接点を持ち続ける事はリピーター化を考える上で必要不可欠です。

なお、訪日後に定期的な接点を持つという意味では、その他のリアル媒体との接触と比較すると、Web プロモーションによる接触は最も効率的な手法であるといえます。

東南アジア向けのインバウンド Web プロモーションといっても、対象国の言語や宗教、休暇制度などの文化的な違い、利用する検索エンジンや情報収集を行う SNS やメディアによって大きく異なります。例えば、日本国内向けのマーケティング手法としては一般的な手法としてあまり実施されていないインフルエンサー施策など、東南アジアでは 一般的なマーケティング手法として確立されているものなどがあります。

国ごとに効果的な Web プロモーションを行うには細かな訪日トレンドの分析が不可欠です。

参考資料

訪日外国人宿泊者数伸び率(2017年-2018年比)

北海道			東京都			京都府		
国籍	宿泊者数	伸び率	国籍	宿泊者数	伸び率	国籍	宿泊者数	伸び率
インドネシア	104,380	23.8%	インドネシア	454,120	16.9%	シンガポール	99,620	12.2%
ベトナム	11,670	18.2%	マレーシア	274,820	16.9%	ベトナム	9,540	7.6%
タイ	472,280	17.7%	フィリピン	319,390	12.0%	マレーシア	49,920	-7.4%
フィリピン	48,850	10.2%	シンガポール	660,860	11.1%	インドネシア	50,510	-10.0%
マレーシア	260,930	-3.0%	ベトナム	148,380	9.8%	タイ	61,750	-10.7%
シンガポール	331,520	-5.1%	タイ	715,420	4.4%	フィリピン	19,560	-13.1%

大阪府			沖縄県		
国籍	宿泊者数	伸び率	国籍	宿泊者数	伸び率
ベトナム	88,280	16.7%	シンガポール	56,350	86.8%
シンガポール	236,750	8.6%	タイ	50,080	57.0%
マレーシア	143,350	-2.9%	ベトナム	1,130	16.5%
インドネシア	183,610	-4.0%	フィリピン	2,450	-6.8%
フィリピン	181,550	-5.4%	マレーシア	10,690	-14.8%
タイ	371,750	-5.5%	インドネシア	1,960	-39.5%

※伸び率が10%以上の国を黄色く色づけ

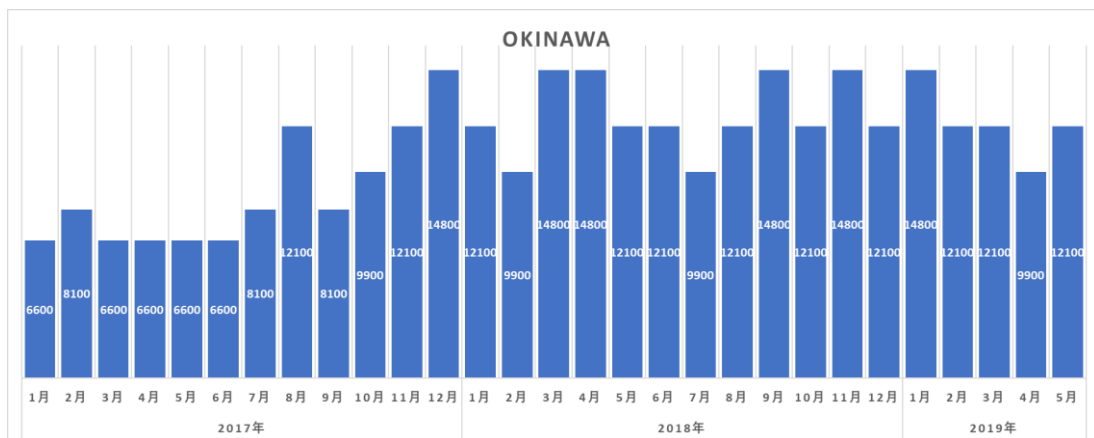
出典：観光庁 宿泊旅行統計調査 平成 29 年 1 月～12 月 集計結果

参考第1表 年、月(12 区分)、施設所在地(47 区分及び運輸局等)、国籍(出身地)(21 区分)別外国人延べ宿泊者数(従業者数 10 人以上の施設)

観光庁 宿泊旅行統計調査 平成 30 年 1 月～12 月 集計結果

参考第1表 年、月(12 区分)、施設所在地(47 区分及び運輸局等)、国籍(出身地)(21 区分)別外国人延べ宿泊者数(従業者数 10 人以上の施設)

<シンガポール/沖縄> 検索数の推移:2017 年 1 月～2019 年 5 月



※Google AdWords キーワードプランナーツール利用による検索数データ

調査趣旨・要綱

【調査主旨】

【東南アジア訪日トレンド調査】主要観光都市への関心度について
—政府の掲げる訪日東南アジア人のリピーター化を実現するには？—

【調査要綱】

調査日:2019年6月1日～2019年6月22日

調査対象時期:2017年1月～2019年5月

プレスリリース本文に出てくる各社サービス名称は、各社の登録商標または商標です。

本プレスリリースをご掲載される場合、『アウンコンサルティング調べ』とご記載の上、弊社までご連絡をお願いいたします。

[プレスリリースに関するお問合せ]

広報担当 金井 TEL:03-5803-2776 /MAIL:pr@auncon.co.jp

この記事のリンクを共有する



アウンコンサルティング株式会社

[事業内容]

東京、沖縄、台湾、香港、フィリピン、タイ、ベトナム、シンガポール、韓国のアジア 9 拠点で、SEO、PPC(リスティング広告)、ソーシャルメディア、リサーチなどのグローバルマーケティング事業及びアセット事業を展開

[設立] 1998年6月8日

[本社] 東京都文京区後楽 1-1-7 グラスシティ後楽 2F

[代表者] 代表取締役 信太明

[資本金] 341,136 千円 (2019年2月末現在)

[URL] <https://www.auncon.co.jp>

[プレスリリースに関するお問合せ]

広報担当 金井 TEL:03-5803-2776 /MAIL:pr@auncon.co.jp