

台湾・タイの Web 広告に関する意識調査
ユーザーに受け入れられる Web 広告とは？

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、2018年6月より21期目を迎えています。

この度は、台湾・タイの Web 広告に関するアンケートの調査結果を報告いたします。

台湾・タイの Web 広告に関する意識調査



訪日数：2869.1万人
リピーター：57.7%



訪日数：735.5万人
リピーター：39.8%



訪日数：456.4万人
リピーター：80.1%



訪日数：98.7万人
リピーター：67.1%

出典:日本政府観光局(JNTO) 国籍/月別 訪日外客数(2003年~2018年)、

国土交通省 観光庁「訪日外国人消費動向調査 2017年 年間値の推計」を参考にアウンコンサルティングで加工

■台湾・タイの訪日客におけるマクロ情報について

日本政府観光局(JNTO)によると、2017年の台湾からの訪日客数は中国・韓国に次ぎ456.4万人と3番目に多く、観光庁の発表ではリピーター(観光・レジャー目的)は80.1%で、中国の39.8%と比較しても高い数値となっております。また、タイは訪日客数98.7万人・リピーター率67.1%と、共に東南アジアで1番高い数値となっております。

今回の調査では、インバウンド市場として成熟している台湾と、第二のインバウンド市場として成長している東南アジアからタイをピックアップし、台湾とタイにおける Web 広告に関する意識調査を行い、インバウンド Web プロモーションの観点から、トレンドの違いを紐解いていきます。

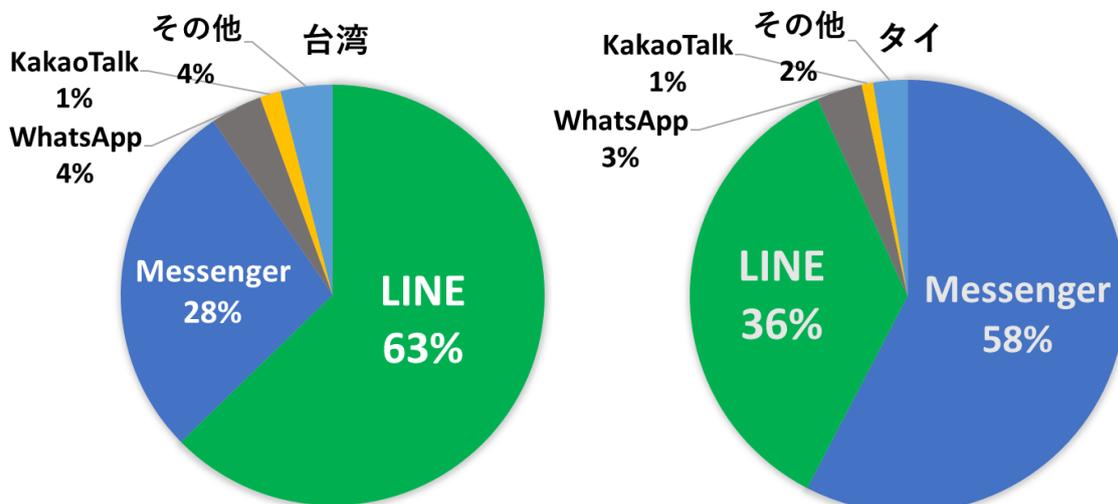
<質問項目>

1. (連絡手段として)一番使用するメッセージングアプリは何ですか？
2. 利用頻度が一番多い SNS はありますか？
3. SNS でクリックしたことのある広告がありますか？
4. SNS 以外で)クリックしたことのある広告がありますか？
5. SNS で迷惑だと感じる広告がありますか？
6. (SNS 広告以外で)迷惑だと感じる広告がありますか？
7. クリックしたことのある広告はどんな業界のものですか？

一番使用するメッセージングアプリは何ですか？

■台湾・タイ共に主な連絡手段として利用されているのは「Messenger」と「LINE」

台湾・タイ共に連絡手段として活用されているアプリは「Messenger」と「LINE」が90%以上を締めていることが分かりました。LINE は台湾やタイ、インドネシアで多く利用されており、他の SNS と比較してアクティブ率が高いのが特徴です。また、タイでは Facebook の利用率が非常に高く、メールの代わりに Messenger で知人と連絡を取り合うことが多い傾向にあります。そのため、LINE が参入してからも根強く Messenger の需要が残っており、以下の結果になったことが推測できます。



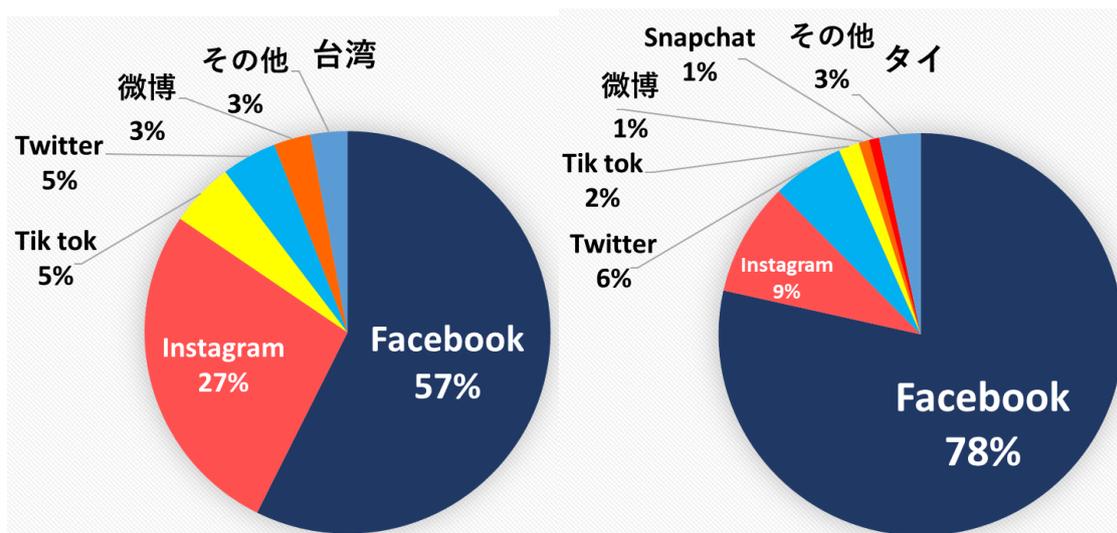
※各 N 数 100 以上

利用頻度が一番多い SNS はありますか？

■情報収集やシェアを目的として利用されているのは「Facebook」と「Instagram」

情報収集やシェアの目的で利用されている SNS は以下の結果となりました。タイでの主要 SNS は Facebook で、Instagram のシェアは全体で見ると9%と低い数値になっています。タイでは Instagram が

流行していますが、未だに主要 SNS は Facebook のようです。前述したように、タイでの Facebook の利用率は高く、ニュースフィードで友人とコミュニケーションを取り、情報収集の際も Facebook 上で呼びかけて情報をもらうなど、「Facebook＝インターネット」という認識に近く、シェア率も高い結果となっています。日本ではインフルエンサーというと Instagram を想像しますが、タイのインフルエンサーは利用率が高いことから Facebook が主要媒体となっています。



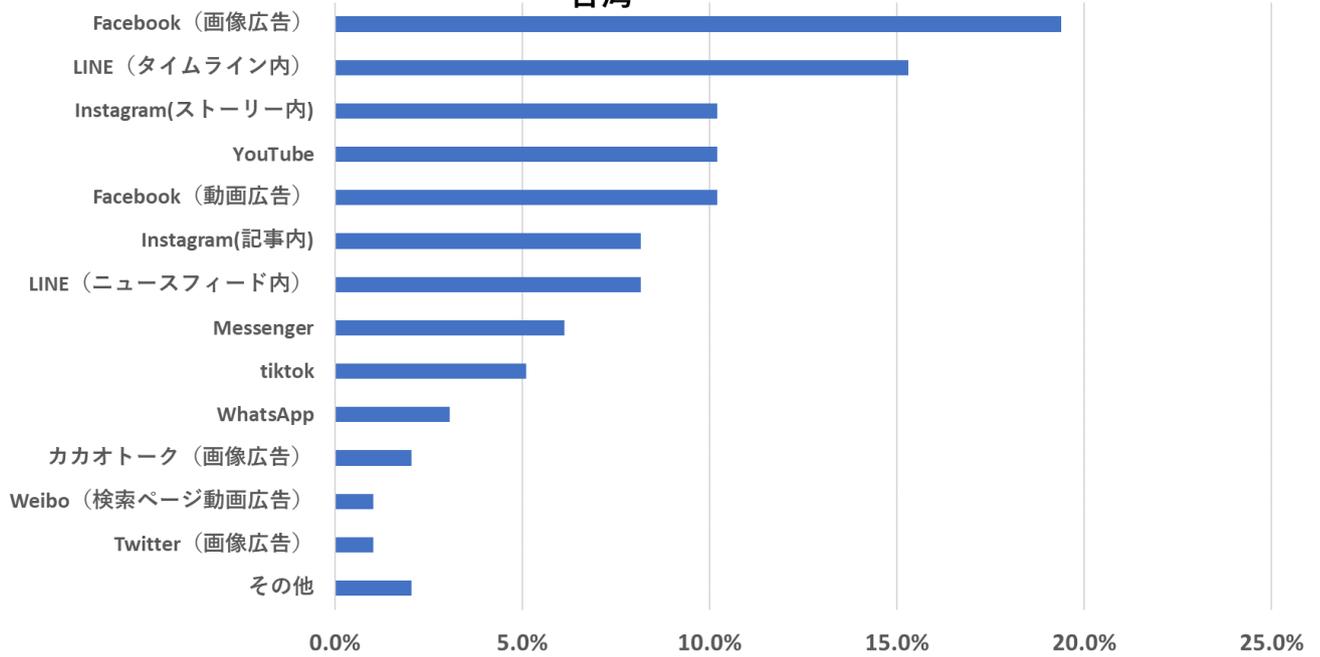
※各 N 数 100 以上

SNS でクリックしたことのある広告がありますか？

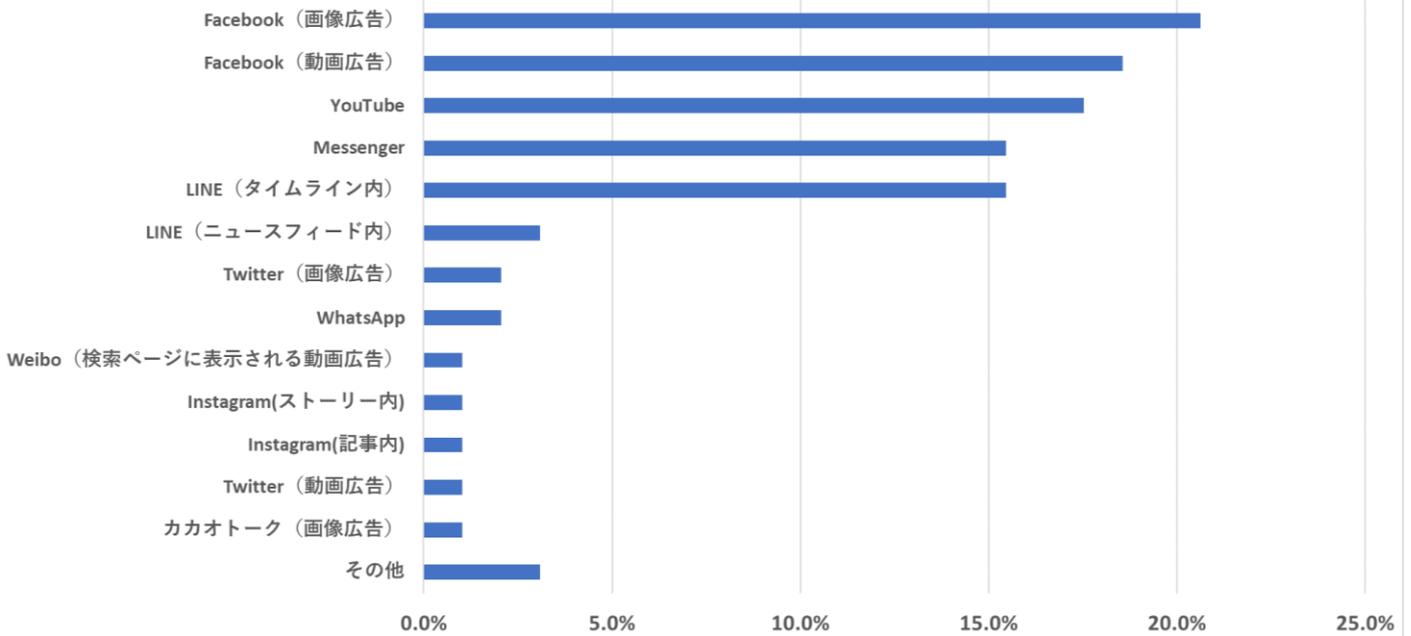
■利用率の高い媒体の広告のクリック率は高い

「SNS でクリックしたことのある広告」に関しては、台湾で「Facebook」「LINE」「Instagram」、タイで「Facebook」「Messenger」「LINE」が上位を締めており、主要メッセージングアプリや主要 SNS の利用率と比例していることが分かります。

台湾



タイ



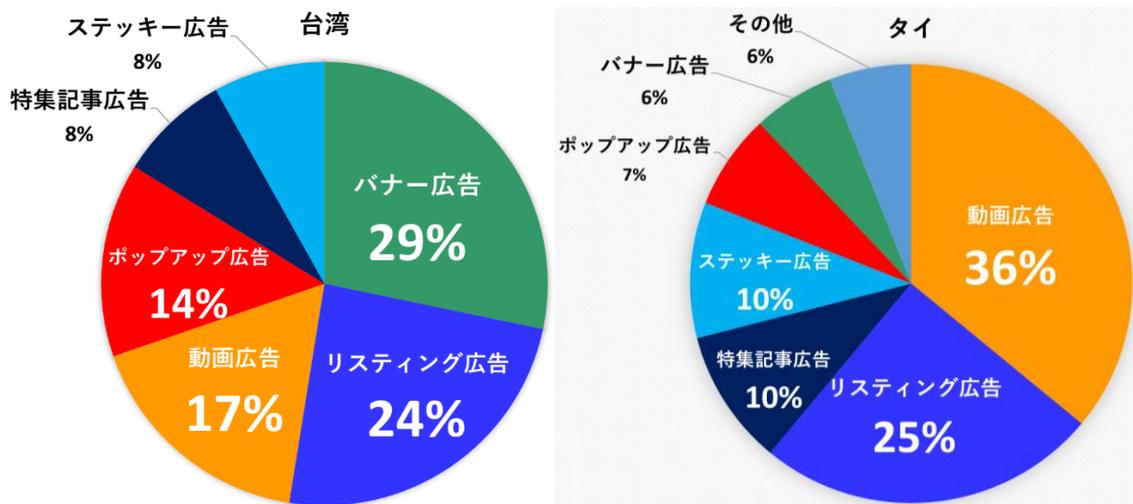
※各 N 数 100 以上

(SNS 以外で)クリックしたことがある広告はありますか？

■台湾「バナー広告」・タイ「動画広告」の関心が高い

こちらの設問では、(SNS 利用時以外の)検索エンジン等を利用している際に出てくる Web 広告について、動画や記事広告、リスティング広告など、どのような形態の Web 広告に興味があるのか調査いたしました。

大きな違いがあったのは「バナー広告」と「動画広告」です。台湾で 29%を締めているバナー広告ですが、タイではわずか 6%と大きな差がありました。また、動画広告ではタイのシェア率が高く 36%を占める結果となりました。



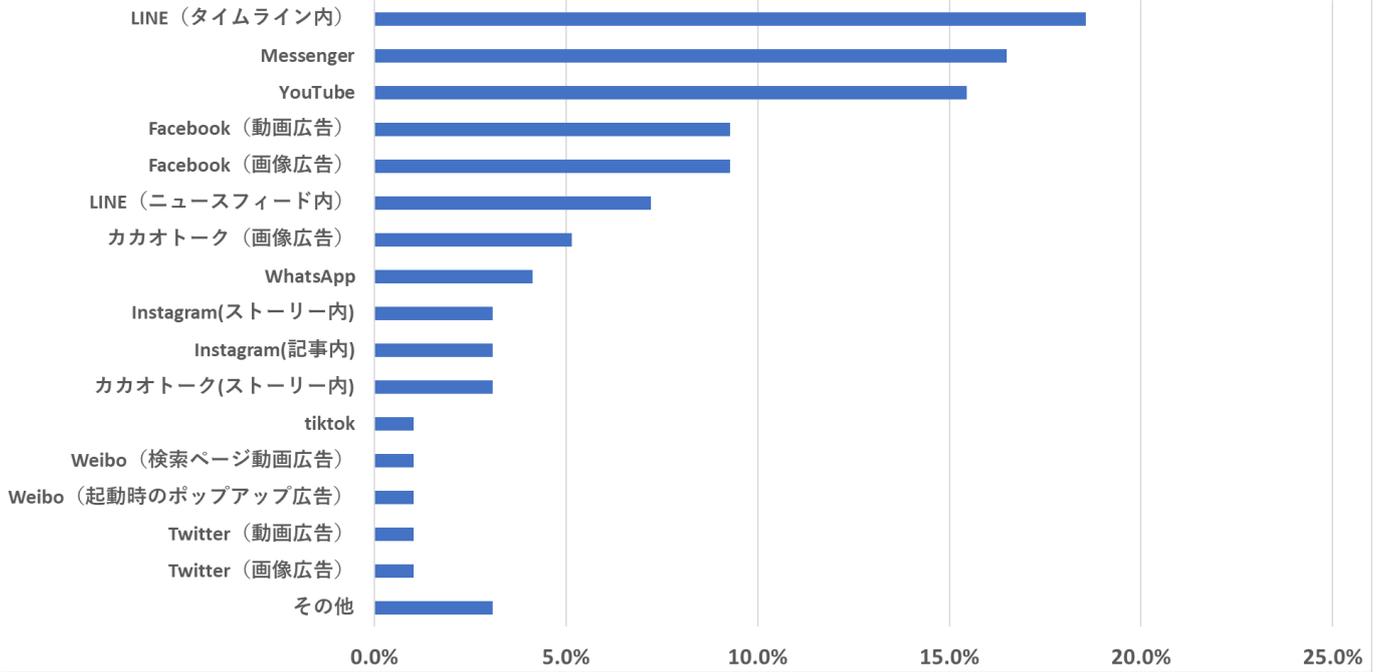
※各 N 数 100 以上

SNS で迷惑だと感じる広告はありますか？

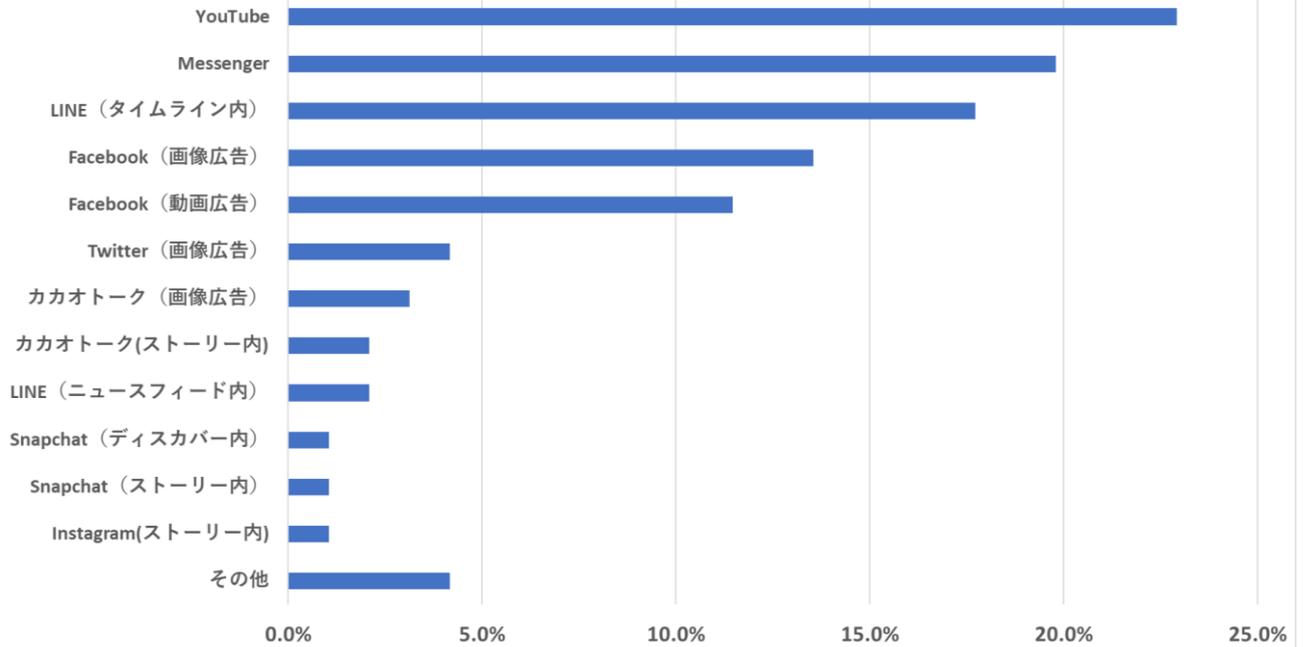
■Instagram の広告を不快に感じるユーザーは少ない？

「クリックしたことがある広告」でも同じ傾向がみられましたが、「迷惑に感じる広告」でも台湾・タイ共に日常的な利用率の高さと比例して「LINE」「Facebook」「Messenger」がランクインしています。しかし、Instagram に関しては、どちらも数値が低い結果となりました。特に台湾では、Instagram を主要 SNS として利用しているユーザーが 27%を締めているのにも関わらず、Instagram の広告を迷惑だと回答しているユーザーは 5%以下と低い結果となりました。Instagram の広告はアパレル・美容系など文章よりも視覚的に訴える広告が多いことから、ユーザーの投稿に溶け込み、不快に感じにくいのではないかと考えられます。

台湾



タイ

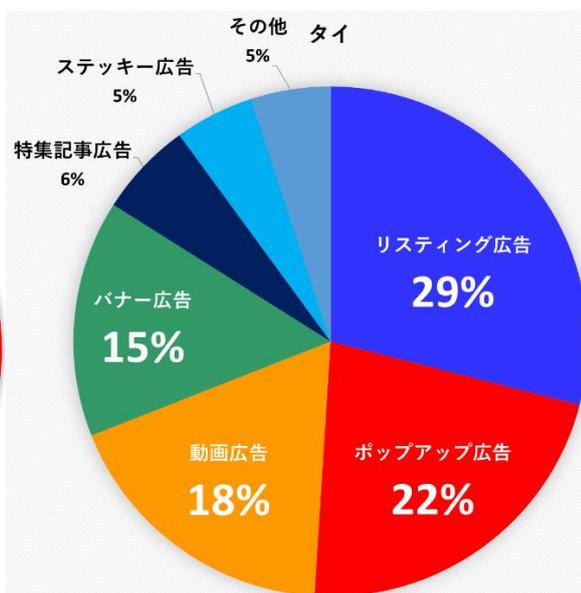
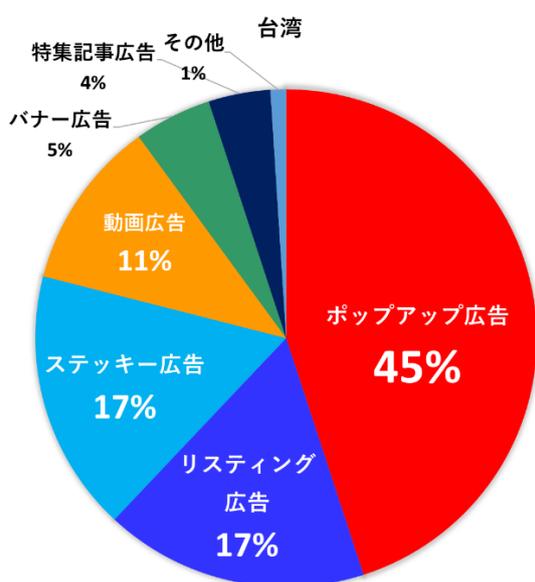


※各 N 数 100 以上

(SNS 広告以外) 迷惑だと感じる広告がありますか？

■ 半数以上が「ポップアップ広告」「リスティング広告」に不快感

SNS 以外の広告に関しては、「ポップアップ広告」「リスティング広告」に不快感を抱いているユーザーが多いことが分かりました。ポップアップ広告は、視界が遮られ、ユーザーの動作を止めてしまうことや、フィッシング詐欺などの犯罪行為に使われるケースも多いため、ネガティブなイメージも関係しているのではないかと推測します。

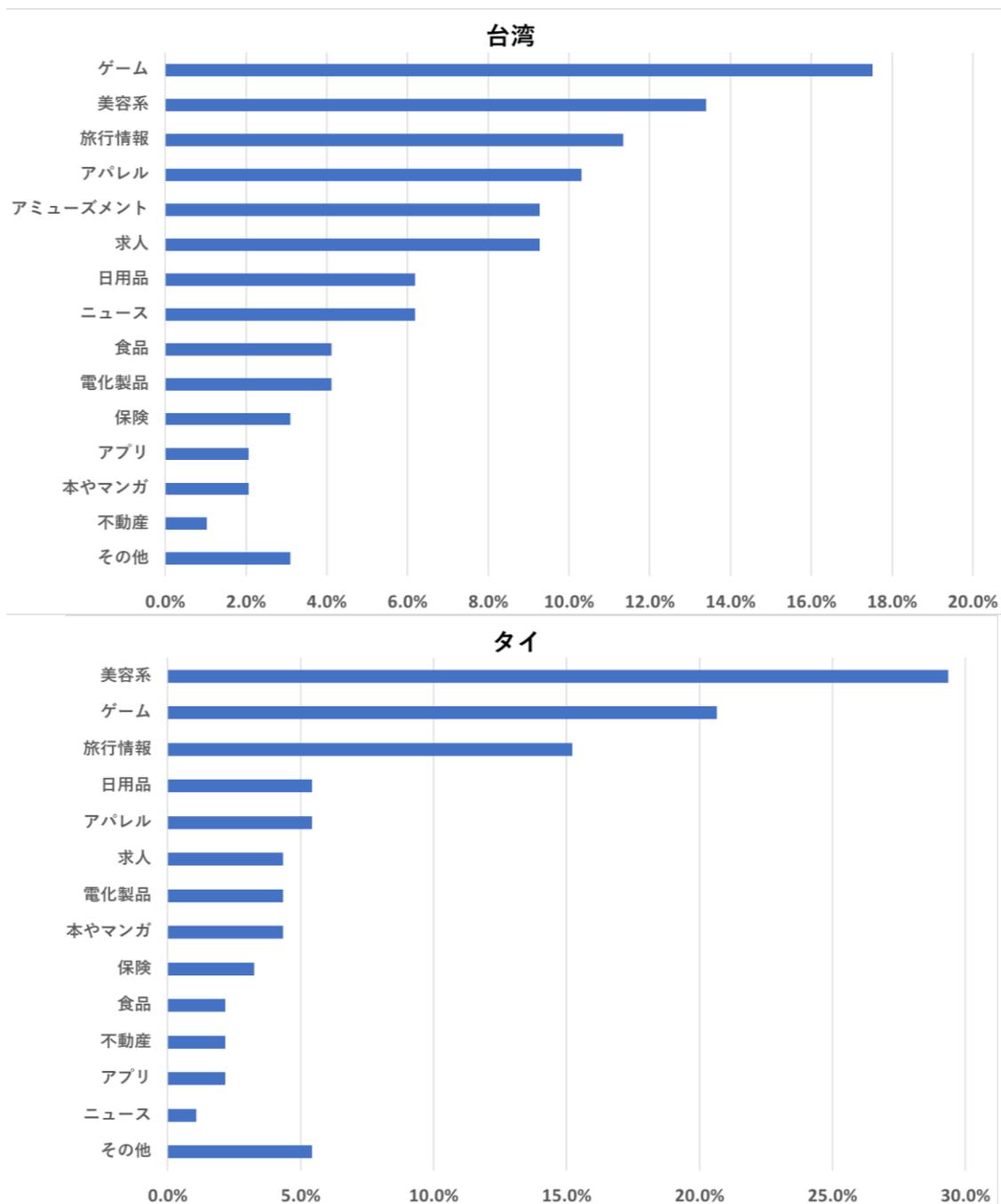


※各 N 数 100 以上

クリックしたことのある広告はどんな業界のものですか？

■「美容」「ゲーム」「旅行」の需要が高い

業界別に調査をすると、「美容」「ゲーム」「旅行」の Web 広告への関心が高いことが分かりました。ランキングを比較してみても大きな差はなく、Web 広告の効果が期待できる業界は国や地域によって変動はあると思いますが、台湾とタイでは似たような結果となりました。



※各 N 数 100 以上

台湾・タイは日本へのリピーターが多く、インバウンドプロモーションを行う上では外せないターゲットとなってきました。ターゲットとなる国や地域に受け入れられるプロモーション方法を深く理解し、媒体や広告形態を選定していきましょう。

昨今、2020年の東京オリンピックに向けてインバウンド市場が盛り上がりを見せていますが、多くの企業様がインバウンドプロモーションを中華圏(中国・台湾・香港)から行います。中でもリピーターの多い台湾は、トレンドも多様化しています。また、早くにインバウンドプロモーションに取り組んだ企業様は第二のインバウンド市場として成長している東南アジアに注目されています。

アウンコンサルティングでは台湾・タイを含む世界 9 拠点をもち、拠点で得た最新のトレンドを活かしたインバウンドプロモーション支援を行うことが可能です。これからの年末年始・春節シーズンに向けて計画的なインバウンドプロモーションを行いきましょう。

▼アウンコンサルティングのインバウンドプロモーション支援について

https://www.auncon.co.jp/web_promotion/

▼お問い合わせ

TEL: 03-5803-2776

MAIL: [sp@auncon.co.jp](mailto:sp@ auncon.co.jp)

調査概要

【調査主旨】

訪日プロモーション実施に関し、訪日リピーター率の高い国・地域を対象に Web 広告に対する意識調査をアンケート調査(対象国・地域:台湾、タイ)

【調査要綱】

- ・対象の国と地域:台湾、タイ
- ・調査日:2018年10月11日~2018年12月14日
- ・アンケート対象時期:2018年10月10日~2018年12月10日
- ・調査対象:対象の国と地域の20~50歳の男女100名以上

プレスリリース本文中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。

【出典】

- ・日本政府観光局(JNTO)「国籍/月別 訪日外客数(2003年~2018年)」

https://www.jnto.go.jp/jpn/statistics/visitor_trends/index.html

- ・国土交通省 観光庁「訪日外国人消費動向調査 2017年年間値の推計」

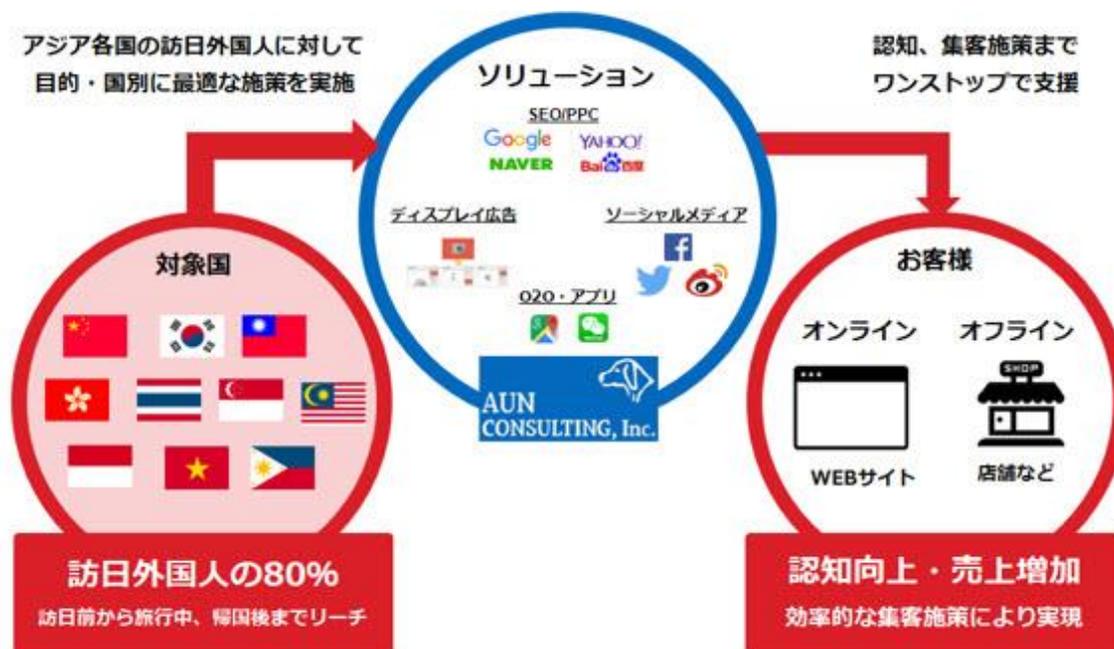
この記事のリンクを共有する



■アウンコンサルティングのインバウンドマーケティングサービスのご紹介

インバウンドマーケティングは国によって、訪日回数や観光先など好まれるポイントや消費金額が異なるため、各国ごとに適したマーケティングを行うことが必要です。

アウンコンサルティングは弊社現地拠点リソースや蓄積ノウハウを活用し、対象国にあわせて最適な施策を組み合わせ、認知・販促効果の最大化を支援致します。



アウンコンサルティングでは、SEO(検索エンジン最適化)、PPC(検索連動型広告)、ソーシャルメディア、スマートフォン広告などのグローバルマーケティングサービスを、日本語だけではなく、外国語も対象に行っています。現在 48 の国と地域にサービス実績があり、英語、中国語(簡体字、繁体字)、タイ語やその他の外国語にも幅広く対応しています。また、台湾、香港、フィリピン、タイ、ベトナム、シンガポール、韓国の海外 7 拠点を生かし、アジアの現地情報やグローバルインターネットマーケティングにおけるナレッジを蓄積しております。グローバルマーケティングについて、また、現地情報の収集の際にも是非ご相談ください。

【グローバルマーケティングのサービス概要】

URL: <https://www.auncon.co.jp/service/service.html>



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 (2018年8月末現在)

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

[沿革]

1998年6月	千葉県松戸市で設立
1998年9月	福島県福島市へ本社移転
1999年10月	SEOコンサルティングを開始
2001年1月	東京営業所を東京都文京区に開設
2002年11月	PPC(リスティング)広告を販売開始
2002年4月	東京都文京区に本社移転
2005年11月	東京証券取引所マザーズ市場上場
2006年12月	沖縄支店を沖縄県那覇市に開設
2008年4月	タイ・バンコクに現地法人設立
2010年6月	台湾・台北に現地法人設立
2010年9月	香港、韓国・ソウルに現地法人設立
2010年11月	シンガポールに現地法人設立
2015年6月	フィリピンに現地法人設立
2016年10月	東京証券取引所二部市場上場
2017年9月	ベトナムに現地法人設立

[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