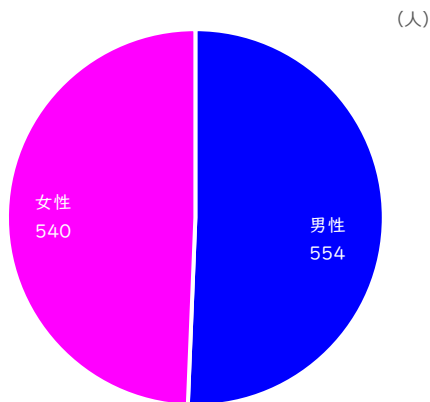


タイ

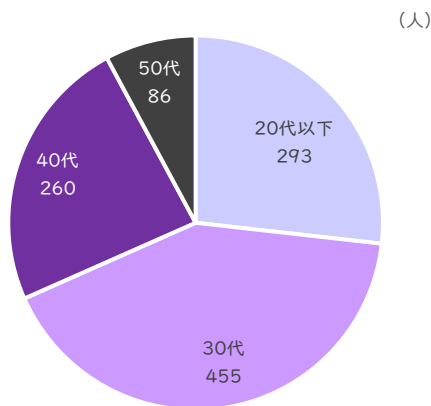
The Kingdom of Thailand

タイ王国	
面積	約51,000km ²
人口	約6,605万人（2025年）
民族	タイ族（85%）、中華系（10%）、マレー族等
公用語	タイ語
宗教	仏教（94%）、イスラム教（5%）
主要産業	製造業、観光業
GDP（名目）	5,246億米ドル（2024年、IMF）
経済成長率（実質）	2.5%（2024年 タイ国家経済社会開発委員会）
2025年訪日客数	1,233,100人 前年比：7.3%（JNTO推計値） （参考）2024年：1,148,848人 2019年：1,319,000人

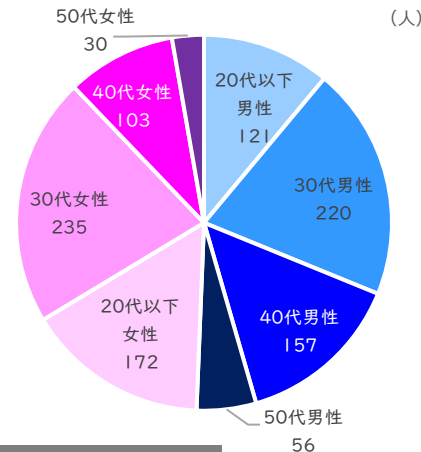
◇ 性別



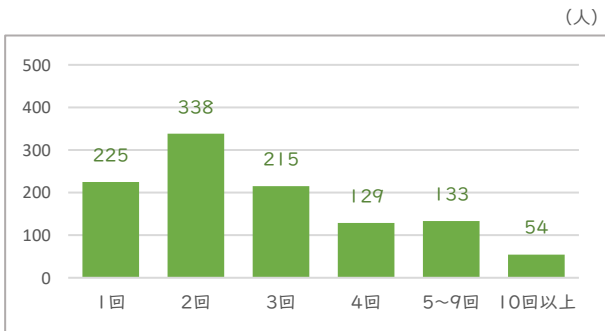
◇ 年代



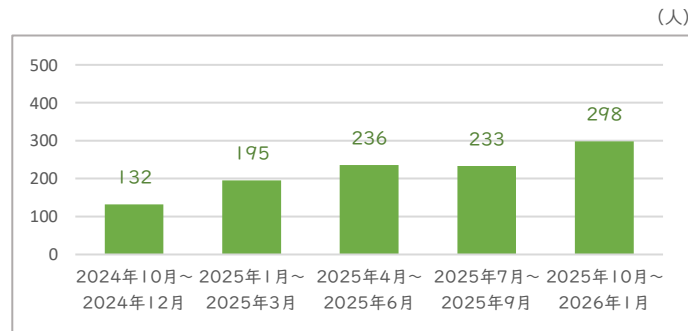
◇ 性別・年代



◇ 訪日回数



◇ 直近の訪日時期

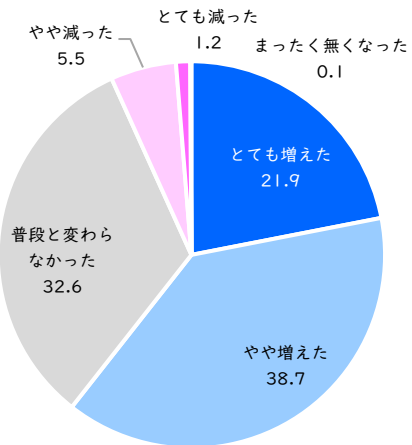


Q1. 国内でのあなたの現在の日常生活について、次にあげる点は、1~2年前に比べ増えましたか、減りましたか？(SA)

(1) 仕事

(%)

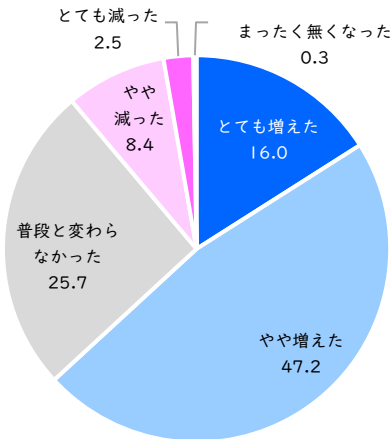
		とても増えた	やや増えた	普段と変わらなかった	やや減った	とても減った	まったく無くなった
全体	1094人	21.9	38.7	32.6	5.5	1.2	0.1
男性	554人	17.3	39.5	37.4	4.5	1.1	0.2
女性	540人	26.7	37.8	27.8	6.5	1.3	0.0



(2) 収入

(%)

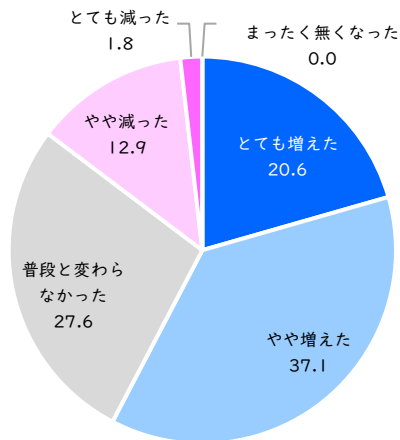
		とても増えた	やや増えた	普段と変わらなかった	やや減った	とても減った	まったく無くなった
全体	1094人	16.0	47.2	25.7	8.4	2.5	0.3
男性	554人	14.8	47.1	26.5	8.1	3.1	0.4
女性	540人	17.2	47.2	24.8	8.7	1.9	0.2



(3) お店での買物

(%)

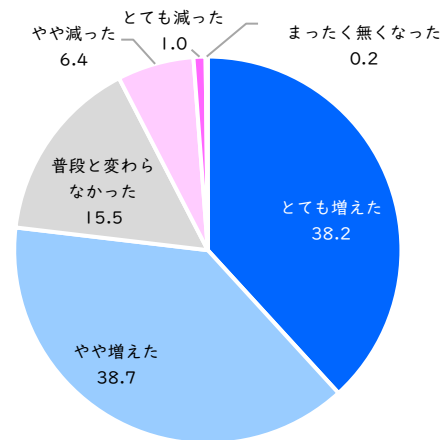
		とても増えた	やや増えた	普段と変わらなかった	やや減った	とても減った	まったく無くなった
全体	1094人	20.6	37.1	27.6	12.9	1.8	0.0
男性	554人	18.2	38.6	27.6	13.9	1.6	0.0
女性	540人	23.0	35.6	27.6	11.9	2.0	0.0



(4) ネットでの買物

(%)

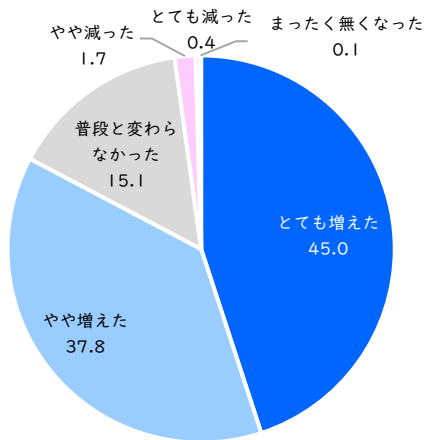
		とても増えた	やや増えた	普段と変わらなかった	やや減った	とても減った	まったく無くなった
全体	1094人	38.2	38.7	15.5	6.4	1.0	0.2
男性	554人	33.8	41.0	16.8	6.9	1.3	0.4
女性	540人	42.8	36.3	14.3	5.9	0.7	0.0



(5) 健康に関する意識・関心

(%)

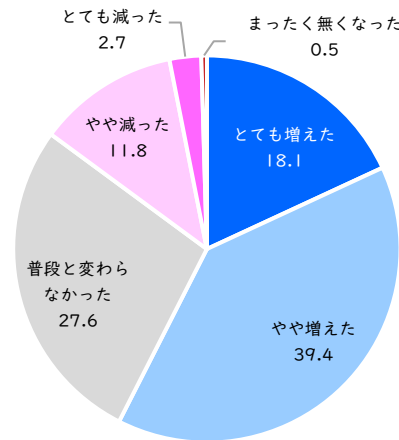
		とても増えた	やや増えた	普段と変わらなかった	やや減った	とても減った	まったく無くなった
全体	1094人	45.0	37.8	15.1	1.7	0.4	0.1
男性	554人	41.0	41.7	15.2	1.4	0.5	0.2
女性	540人	49.1	33.7	15.0	2.0	0.2	0.0



(6) 経済的な余裕

(%)

		とても増えた	やや増えた	普段と変わらなかった	やや減った	とても減った	まったく無くなった
全体	1094人	18.1	39.4	27.6	11.8	2.7	0.5
男性	554人	15.5	38.4	29.4	11.9	4.0	0.7
女性	540人	20.7	40.4	25.7	11.7	1.3	0.2

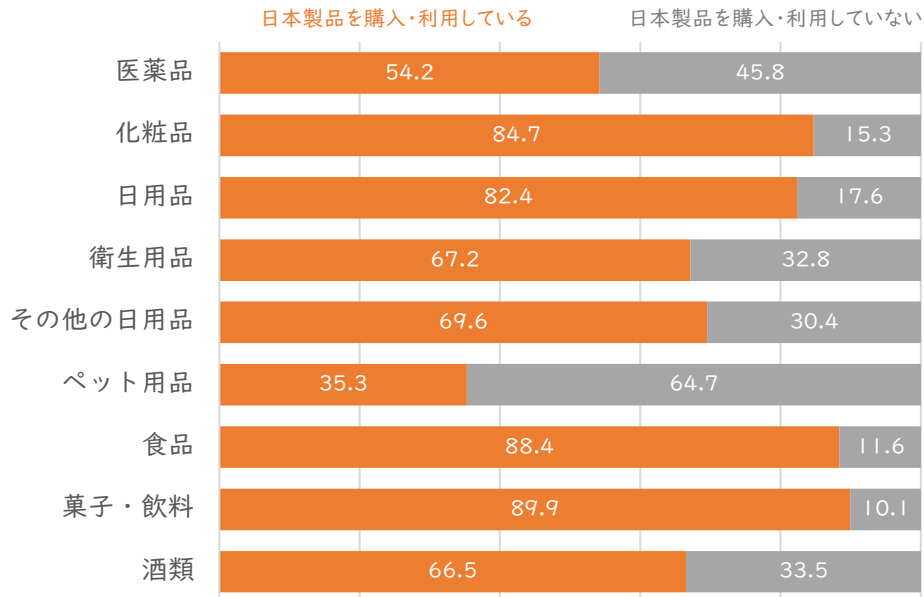


Q2. 普段あなたのご家庭で日本製品 (Made in Japan) を、購入・利用していますか。(SA)

(%)

タイ n=1094人	日本製品を購入・利用 している	日本製品を購入・利用 していない
医薬品	54.2	45.8
化粧品	84.7	15.3
日用品	82.4	17.6
衛生用品	67.2	32.8
その他の日用品	69.6	30.4
ペット用品	35.3	64.7
食品	88.4	11.6
菓子・飲料	89.9	10.1
酒類	66.5	33.5

(%)

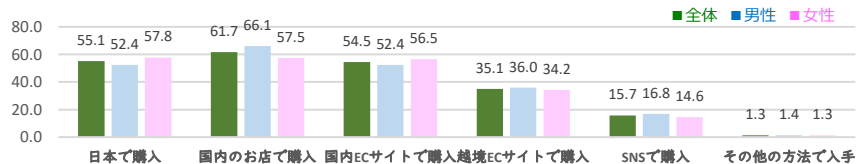


Q3. 現在、あなたのご家庭で購入・利用している日本製品 (Made in Japan) は、どのような方法で入手しましたか? (MA)

(1) 医薬品

(%)

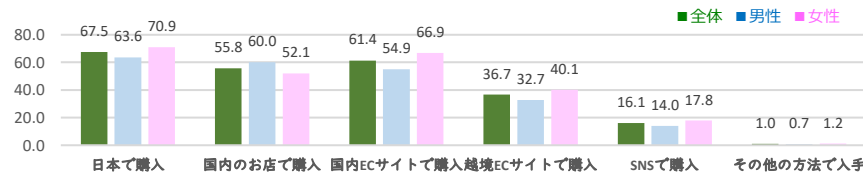
	日本で購入	国内のお店で購入	国内ECサイトで購入	越境ECサイトで購入	SNSで購入	その他の方法で入手	
全体	593人	55.1	61.7	54.5	35.1	15.7	1.3
男性	292人	52.4	66.1	52.4	36.0	16.8	1.4
女性	301人	57.8	57.5	56.5	34.2	14.6	1.3



(2) 化粧品

(%)

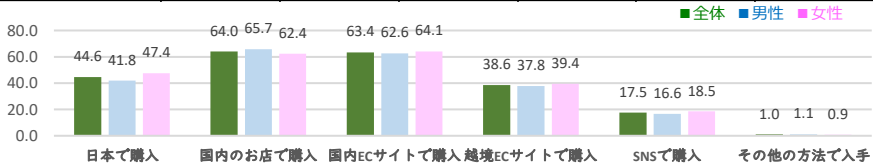
	日本で購入	国内のお店で購入	国内ECサイトで購入	越境ECサイトで購入	SNSで購入	その他の方法で入手	
全体	927人	67.5	55.8	61.4	36.7	16.1	1.0
男性	428人	63.6	60.0	54.9	32.7	14.0	0.7
女性	499人	70.9	52.1	66.9	40.1	17.8	1.2



(3) 日用品

(%)

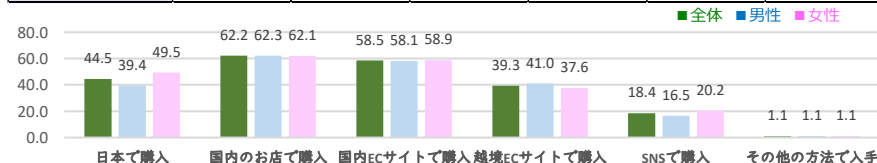
	日本で購入	国内のお店で購入	国内ECサイトで購入	越境ECサイトで購入	SNSで購入	その他の方法で入手	
全体	901人	44.6	64.0	63.4	38.6	17.5	1.0
男性	452人	41.8	65.7	62.6	37.8	16.6	1.1
女性	449人	47.4	62.4	64.1	39.4	18.5	0.9



(4) 衛生用品

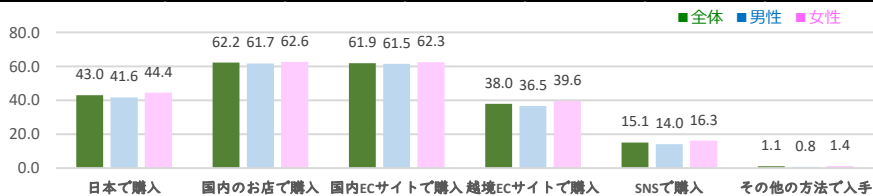
(%)

	日本で購入	国内のお店で購入	国内ECサイトで購入	越境ECサイトで購入	SNSで購入	その他の方法で入手	
全体	735人	44.5	62.2	58.5	39.3	18.4	1.1
男性	363人	39.4	62.3	58.1	41.0	16.5	1.1
女性	372人	49.5	62.1	58.9	37.6	20.2	1.1



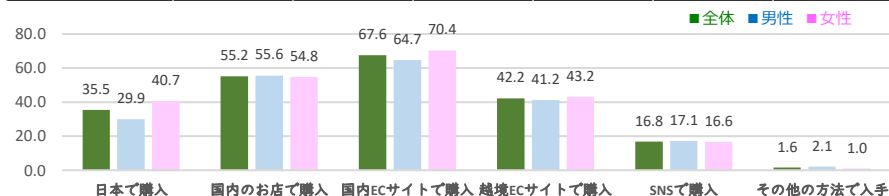
(5) その他の日用品

	日本で購入	国内のお店で購入	国内ECサイトで購入	越境ECサイトで購入	SNSで購入	その他の方法で入手	
全体	761人	43.0	62.2	61.9	38.0	15.1	1.1
男性	392人	41.6	61.7	61.5	36.5	14.0	0.8
女性	369人	44.4	62.6	62.3	39.6	16.3	1.4



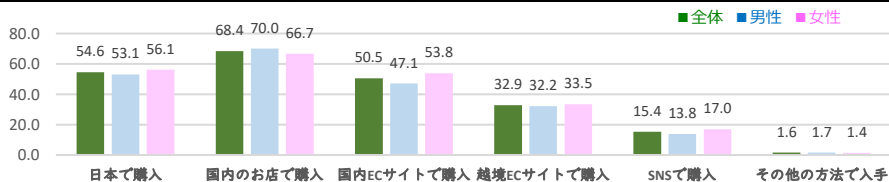
(6) ペット用品

	日本で購入	国内のお店で購入	国内ECサイトで購入	越境ECサイトで購入	SNSで購入	その他の方法で入手	
全体	386人	35.5	55.2	67.6	42.2	16.8	1.6
男性	187人	29.9	55.6	64.7	41.2	17.1	2.1
女性	199人	40.7	54.8	70.4	43.2	16.6	1.0



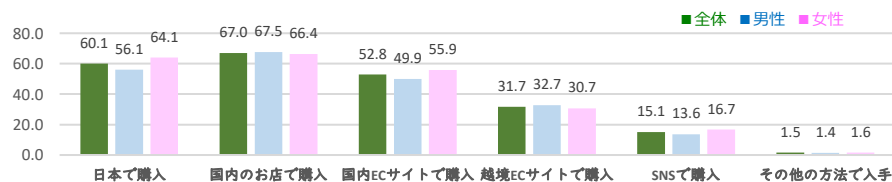
(7) 食品

	日本で購入	国内のお店で購入	国内ECサイトで購入	越境ECサイトで購入	SNSで購入	その他の方法で入手	
全体	967人	54.6	68.4	50.5	32.9	15.4	1.6
男性	484人	53.1	70.0	47.1	32.2	13.8	1.7
女性	483人	56.1	66.7	53.8	33.5	17.0	1.4



(8) 菓子・飲料

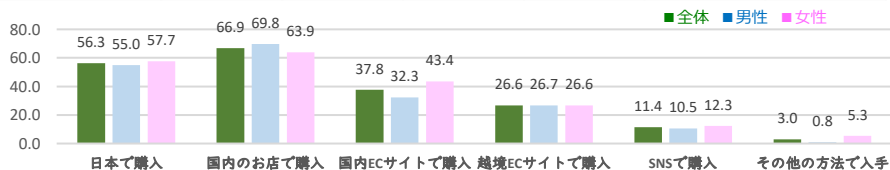
	日本で購入	国内のお店で購入	国内ECサイトで購入	越境ECサイトで購入	SNSで購入	その他の方法で入手	
全体	984人	60.1	67.0	52.8	31.7	15.1	1.5
男性	499人	56.1	67.5	49.9	32.7	13.6	1.4
女性	485人	64.1	66.4	55.9	30.7	16.7	1.6



(9) 酒類

(%)

	日本で購入	国内のお店で購入	国内ECサイトで購入	越境ECサイトで購入	SNSで購入	その他の方法で入手	
全体	728人	56.3	66.9	37.8	26.6	11.4	3.0
男性	371人	55.0	69.8	32.3	26.7	10.5	0.8
女性	357人	57.7	63.9	43.4	26.6	12.3	5.3

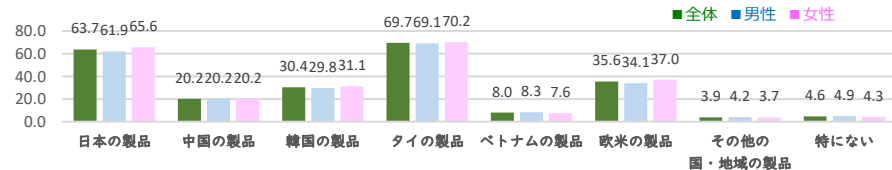


Q4. あなたの、好きな製品、お気に入りの製品はどこの国の製品ですか? (MA)

(1) 医薬品

(%)

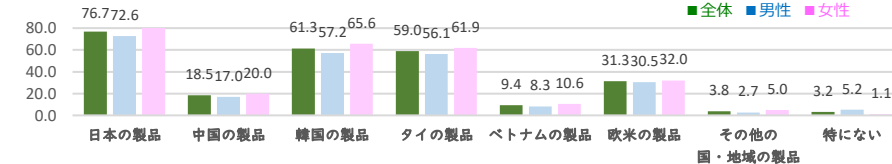
	日本の製品	中国の製品	韓国の製品	タイの製品	ベトナムの製品	欧米の製品	その他の国・地域の製品	特にない
全体 1094人	63.7	20.2	30.4	69.7	8.0	35.6	3.9	4.6
男性 554人	61.9	20.2	29.8	69.1	8.3	34.1	4.2	4.9
女性 540人	65.6	20.2	31.1	70.2	7.6	37.0	3.7	4.3



(2) 化粧品

(%)

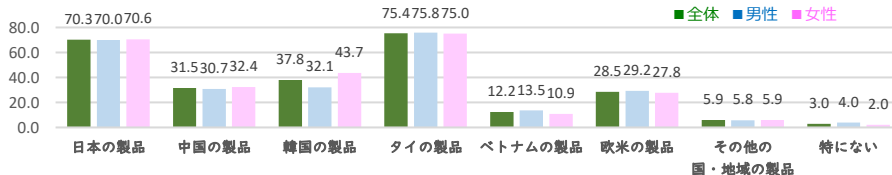
	日本の製品	中国の製品	韓国の製品	タイの製品	ベトナムの製品	欧米の製品	その他の国・地域の製品	特にない
全体 1094人	76.7	18.5	61.3	59.0	9.4	31.3	3.8	3.2
男性 554人	72.6	17.0	57.2	56.1	8.3	30.5	2.7	5.2
女性 540人	80.9	20.0	65.6	61.9	10.6	32.0	5.0	1.1



(3) 日用品

(%)

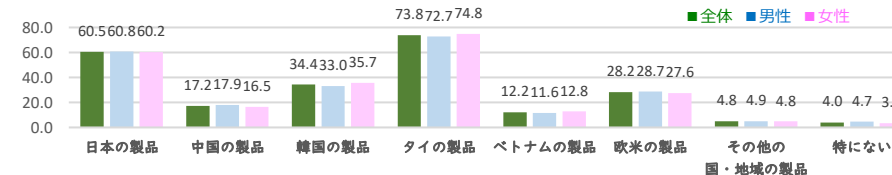
	日本の製品	中国の製品	韓国の製品	タイの製品	ベトナムの製品	欧米の製品	その他の国・地域の製品	特にない
全体 1094人	70.3	31.5	37.8	75.4	12.2	28.5	5.9	3.0
男性 554人	70.0	30.7	32.1	75.8	13.5	29.2	5.8	4.0
女性 540人	70.6	32.4	43.7	75.0	10.9	27.8	5.9	2.0



(4) 衛生用品

(%)

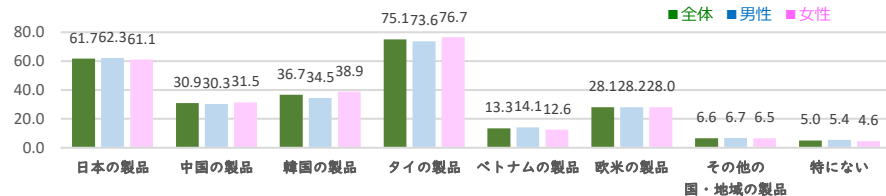
	日本の製品	中国の製品	韓国の製品	タイの製品	ベトナムの製品	欧米の製品	その他の国・地域の製品	特にない
全体 1094人	60.5	17.2	34.4	73.8	12.2	28.2	4.8	4.0
男性 554人	60.8	17.9	33.0	72.7	11.6	28.7	4.9	4.7
女性 540人	60.2	16.5	35.7	74.8	12.8	27.6	4.8	3.3



(5) その他の日用品

(%)

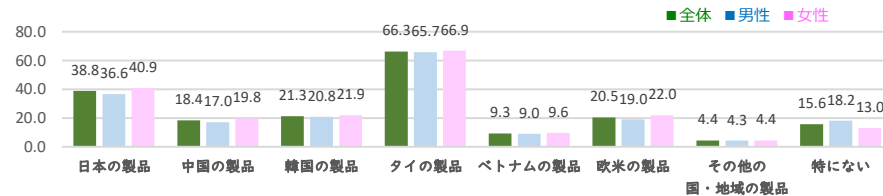
	日本の製品	中国の製品	韓国の製品	タイの製品	ベトナムの製品	欧米の製品	その他の国・地域の製品	特にない
全体 1094人	61.7	30.9	36.7	75.1	13.3	28.1	6.6	5.0
男性 554人	62.3	30.3	34.5	73.6	14.1	28.2	6.7	5.4
女性 540人	61.1	31.5	38.9	76.7	12.6	28.0	6.5	4.6



(6) ペット用品

(%)

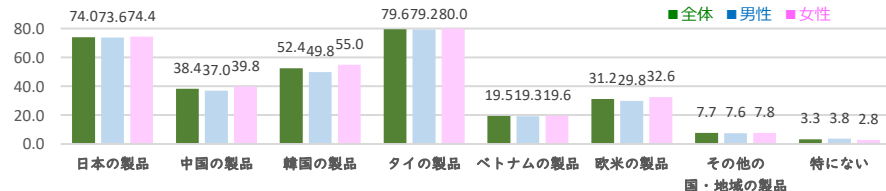
	日本の製品	中国の製品	韓国の製品	タイの製品	ベトナムの製品	欧米の製品	その他の国・地域の製品	特にない
全体 1094人	38.8	18.4	21.3	66.3	9.3	20.5	4.4	15.6
男性 554人	36.6	17.0	20.8	65.7	9.0	19.0	4.3	18.2
女性 540人	40.9	19.8	21.9	66.9	9.6	22.0	4.4	13.0



(7) 食品

(%)

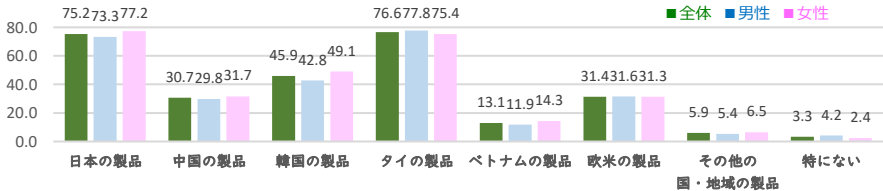
	日本の製品	中国の製品	韓国の製品	タイの製品	ベトナムの製品	欧米の製品	その他の国・地域の製品	特にない
全体 1094人	74.0	38.4	52.4	79.6	19.5	31.2	7.7	3.3
男性 554人	73.6	37.0	49.8	79.2	19.3	29.8	7.6	3.8
女性 540人	74.4	39.8	55.0	80.0	19.6	32.6	7.8	2.8



(8) 菓子・飲料

(%)

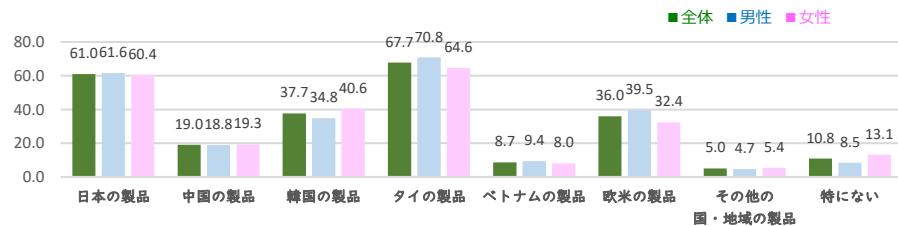
	日本の製品	中国の製品	韓国の製品	タイの製品	ベトナムの製品	欧米の製品	その他の国・地域の製品	特にない
全体 1094人	75.2	30.7	45.9	76.6	13.1	31.4	5.9	3.3
男性 554人	73.3	29.8	42.8	77.8	11.9	31.6	5.4	4.2
女性 540人	77.2	31.7	49.1	75.4	14.3	31.3	6.5	2.4



(9) 酒類

(%)

	日本の製品	中国の製品	韓国の製品	タイの製品	ベトナムの製品	欧米の製品	その他の国・地域の製品	特にない
全体 1094人	61.0	19.0	37.7	67.7	8.7	36.0	5.0	10.8
男性 554人	61.6	18.8	34.8	70.8	9.4	39.5	4.7	8.5
女性 540人	60.4	19.3	40.6	64.6	8.0	32.4	5.4	13.1

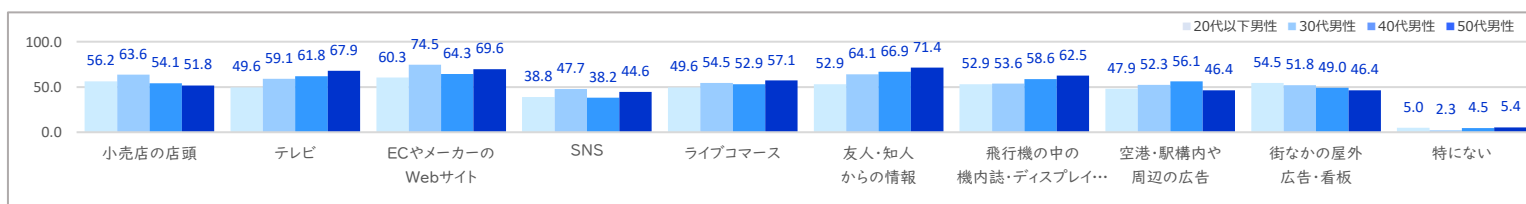


Q5. 日本を訪問したときに購入した「日本製品」(Made in Japan) について、どのようなところから情報を得ましたか？(MA)

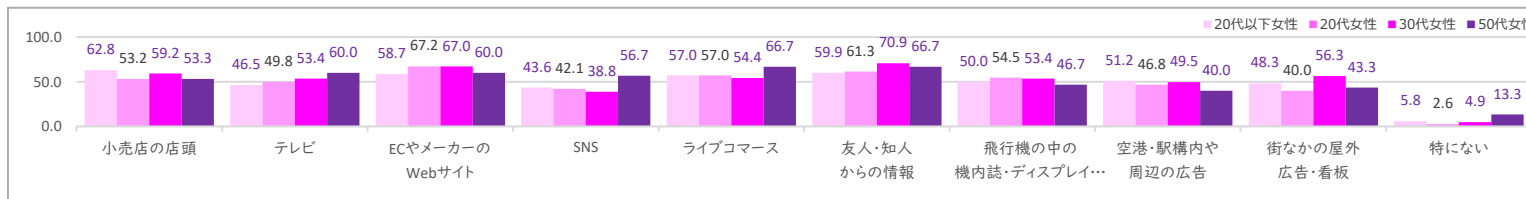
(1) 日本訪問前の情報

		合計	小売店の店頭	テレビ	ECやメーカーのWebサイト	SNS	ライブコマース	友人・知人からの情報	飛行機の中の機内誌・ディスプレイ画面広告	空港・駅構内や周辺の広告	街なかの屋外広告・看板	特にない
全体		1094	57.8	54.4	66.1	42.8	55.1	63.1	54.1	50.1	48.5	4.2
性別	男性	554	58.1	58.7	68.1	42.8	53.2	63.2	55.8	51.8	51.1	3.8
	女性	540	57.4	50.0	64.1	42.8	57.0	63.0	52.4	48.3	45.9	4.6
年代	20代以下	293	60.1	47.8	59.4	41.6	53.9	57.0	51.2	49.8	50.9	5.5
	30代	455	58.2	54.3	70.8	44.8	55.8	62.6	54.1	49.5	45.7	2.4
	40代	260	56.2	58.5	65.4	38.5	53.5	68.5	56.5	53.5	51.9	4.6
	50代	86	52.3	65.1	66.3	48.8	60.5	69.8	57.0	44.2	45.3	8.1
性別×年代	男性-20代以下	121	56.2	49.6	60.3	38.8	49.6	52.9	52.9	47.9	54.5	5.0
	男性-30代	220	63.6	59.1	74.5	47.7	54.5	64.1	53.6	52.3	51.8	2.3
	男性-40代	157	54.1	61.8	64.3	38.2	52.9	66.9	58.6	56.1	49.0	4.5
	男性-50代	56	51.8	67.9	69.6	44.6	57.1	71.4	62.5	46.4	46.4	5.4
	女性-20代以下	172	62.8	46.5	58.7	43.6	57.0	59.9	50.0	51.2	48.3	5.8
	女性-30代	235	53.2	49.8	67.2	42.1	57.0	61.3	54.5	46.8	40.0	2.6
	女性-40代	103	59.2	53.4	67.0	38.8	54.4	70.9	53.4	49.5	56.3	4.9
	女性-50代	30	53.3	60.0	60.0	56.7	66.7	66.7	46.7	40.0	43.3	13.3

(性年代別)



(%)

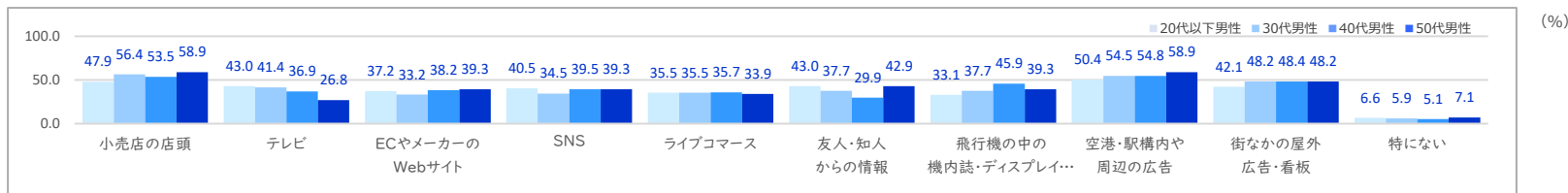


(%)

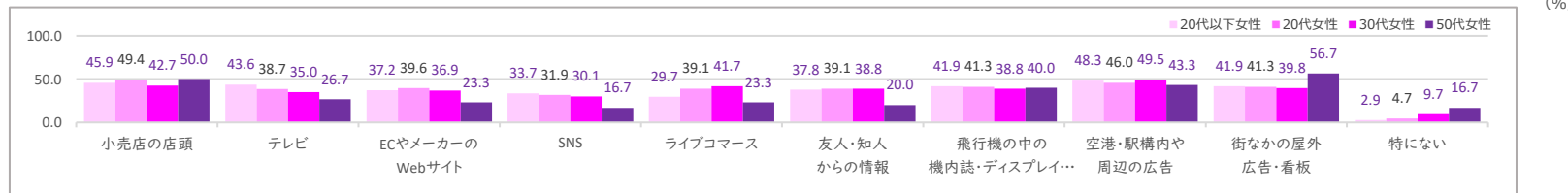
(2) 日本滞在中の情報

		合計	小売店の店頭	テレビ	ECやメーカーのWebサイト	SNS	ライブコマース	友人・知人からの情報	飛行機の中の機内誌・ディスプレイ画面広告	空港・駅構内や周辺の広告	街なかの屋外広告・看板	特にな
全体		1094	50.5	38.9	36.7	34.6	35.6	37.4	40.0	50.7	44.5	5.9
性別	男性	554	54.0	39.0	36.1	37.7	35.4	37.2	39.2	54.2	46.9	6.0
	女性	540	47.0	38.9	37.4	31.3	35.7	37.6	40.9	47.2	42.0	5.7
年代	20代以下	293	46.8	43.3	37.2	36.5	32.1	39.9	38.2	49.1	42.0	4.4
	30代	455	52.7	40.0	36.5	33.2	37.4	38.5	39.6	50.1	44.6	5.3
	40代	260	49.2	36.2	37.7	35.8	38.1	33.5	43.1	52.7	45.0	6.9
	50代	86	55.8	26.7	33.7	31.4	30.2	34.9	39.5	53.5	51.2	10.5
性別×年代	男性-20代以下	121	47.9	43.0	37.2	40.5	35.5	43.0	33.1	50.4	42.1	6.6
	男性-30代	220	56.4	41.4	33.2	34.5	35.5	37.7	37.7	54.5	48.2	5.9
	男性-40代	157	53.5	36.9	38.2	39.5	35.7	29.9	45.9	54.8	48.4	5.1
	男性-50代	56	58.9	26.8	39.3	39.3	33.9	42.9	39.3	58.9	48.2	7.1
	女性-20代以下	172	45.9	43.6	37.2	33.7	29.7	37.8	41.9	48.3	41.9	2.9
	女性-30代	235	49.4	38.7	39.6	31.9	39.1	39.1	41.3	46.0	41.3	4.7
	女性-40代	103	42.7	35.0	36.9	30.1	41.7	38.8	38.8	49.5	39.8	9.7
	女性-50代	30	50.0	26.7	23.3	16.7	23.3	20.0	40.0	43.3	56.7	16.7

(性年代別)



(%)

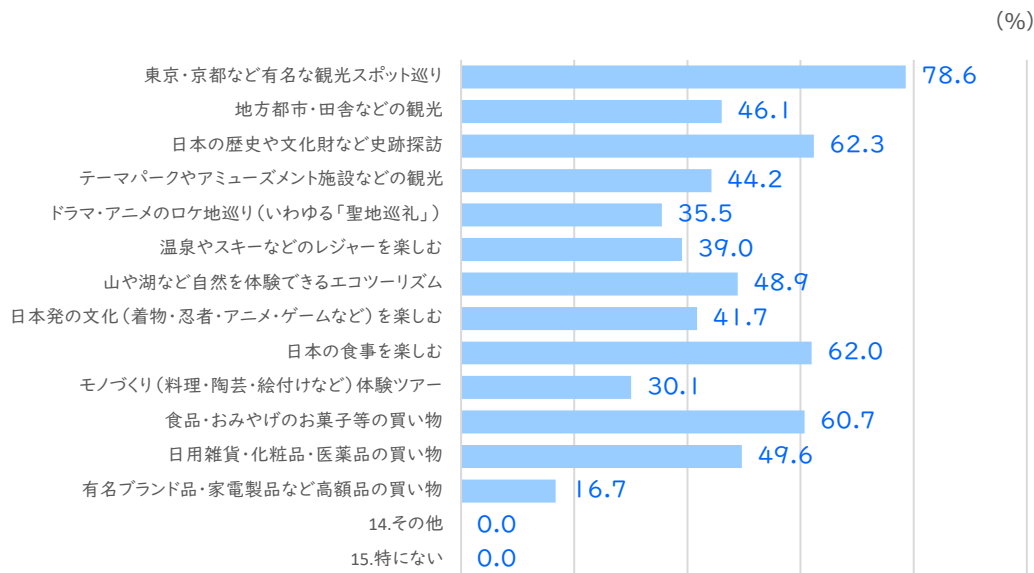


(%)

6. 日本を訪れる時、したいこと

Q6.あなたが一番最近の日本訪問でしたことは何ですか。(MA)

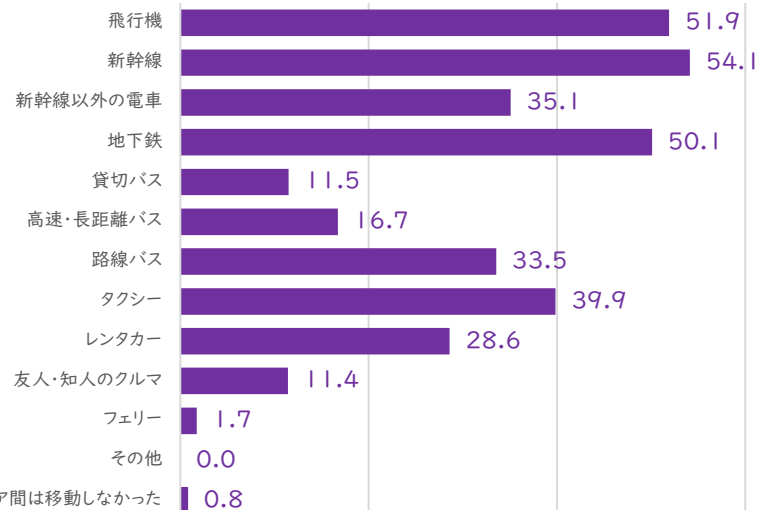
タイ (n=1094人)	人	%
東京・京都など有名な観光スポット巡り	860	78.6
地方都市・田舎などの観光	504	46.1
日本の歴史や文化財など史跡探訪	682	62.3
テーマパークやアミューズメント施設などの観光	484	44.2
ドラマ・アニメのロケ地巡り(いわゆる「聖地巡礼」)	388	35.5
温泉やスキーなどのレジャーを楽しむ	427	39.0
山や湖など自然を体験できるエコツーリズム	535	48.9
日本発の文化(着物・忍者・アニメ・ゲームなど)を楽しむ	456	41.7
日本の食事を楽しむ	678	62.0
モノづくり(料理・陶芸・絵付けなど)体験ツアー	329	30.1
食品・おみやげのお菓子等の買い物	664	60.7
日用雑貨・化粧品・医薬品の買い物	543	49.6
有名ブランド品・家電製品など高額品の買い物	183	16.7
14.その他	0	0.0
15.特にない	0	0.0



Q7. 日本を訪問したとき、日本国内での都市・エリア間の移動にどのような交通手段を使用しましたか？(MA)

(%)

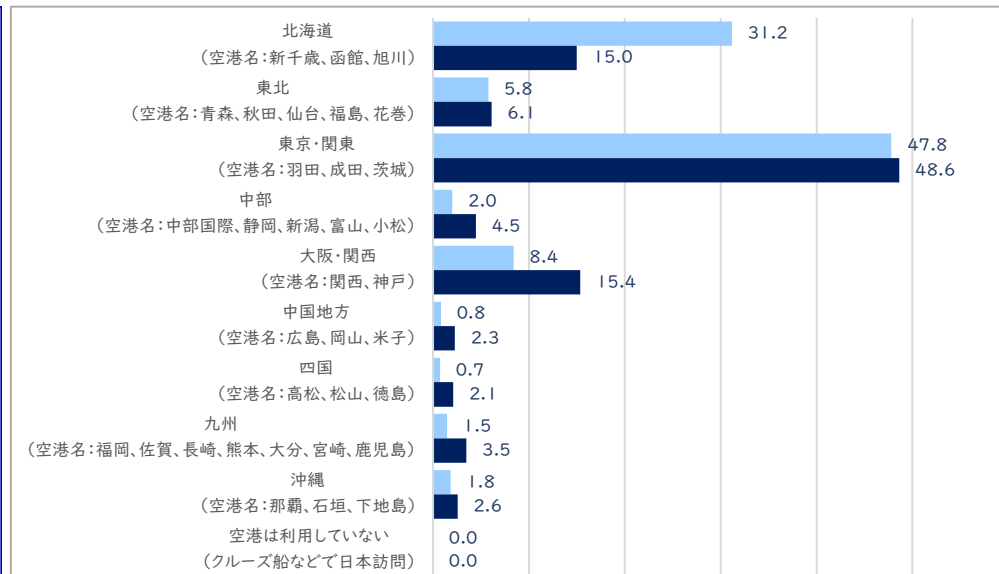
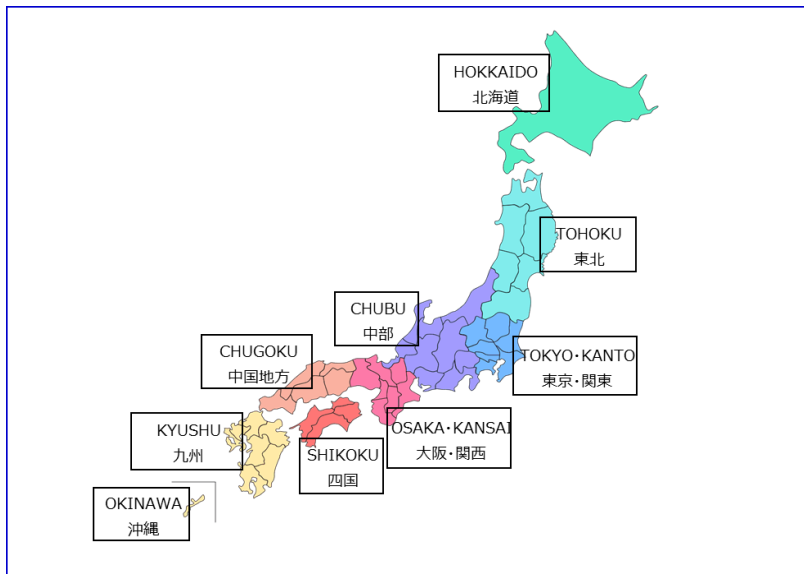
タイ (n=1094人)	人	%
飛行機	568	51.9
新幹線	592	54.1
新幹線以外の電車	384	35.1
地下鉄	548	50.1
貸切バス	126	11.5
高速・長距離バス	183	16.7
路線バス	367	33.5
タクシー	436	39.9
レンタカー	313	28.6
友人・知人のクルマ	125	11.4
フェリー	19	1.7
その他	0	0.0
都市・エリア間は移動しなかった	9	0.8



Q8. 日本を訪問したときには、どこの空港を利用しましたか？(1) 日本入国時の利用空港、(2) 日本出国時の利用空港、をそれぞれ教えてください。(SA)

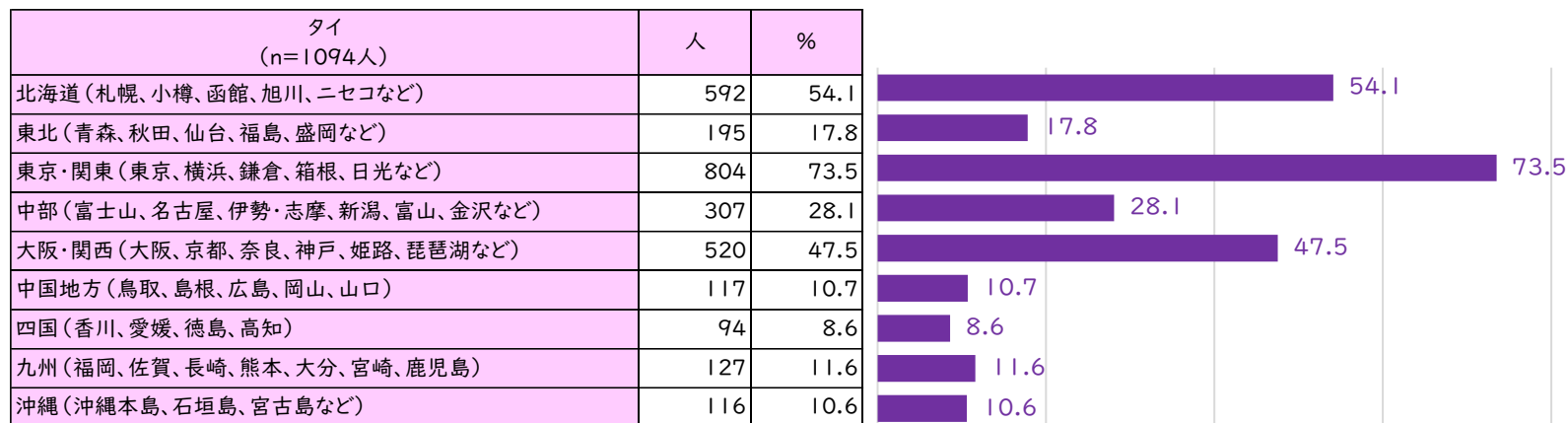
	全体	北海道 (空港名:新千歳、函館、旭川)	東北 (空港名:青森、秋田、仙台、福島、花巻)	東京・関東 (空港名:羽田、成田、茨城)	中部 (空港名:中部国際、静岡、新潟、富山、小松)	大阪・関西 (空港名:関西、神戸)	中国地方 (空港名:広島、岡山、米子)	四国 (空港名:高松、松山、徳島)	九州 (空港名:福岡、佐賀、長崎、熊本、大分、宮崎、鹿児島)	沖縄 (空港名:那覇、石垣、下地島)	空港は利用していない (クルーズ船などで日本訪問)
(1) 日本入国時の利用空港	1094	31.2	5.8	47.8	2.0	8.4	0.8	0.7	1.5	1.8	0.0
(2) 日本出国時の利用空港	1094	15.0	6.1	48.6	4.5	15.4	2.3	2.1	3.5	2.6	0.0

■ 日本入国時の利用空港 ■ 日本出国時の利用空港 (%)



Q9.あなたが一番最近、日本を訪問したときには、どの都市・エリアに行き(MA)

(%)



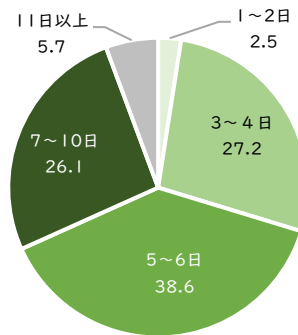
8. 滞在期間中訪問したエリア／都市・滞在日数

Q10. あなたが一番最近、日本を訪問したときの滞在日数を教えてください。(SA)

(1) 日本滞在日数の合計

(%)

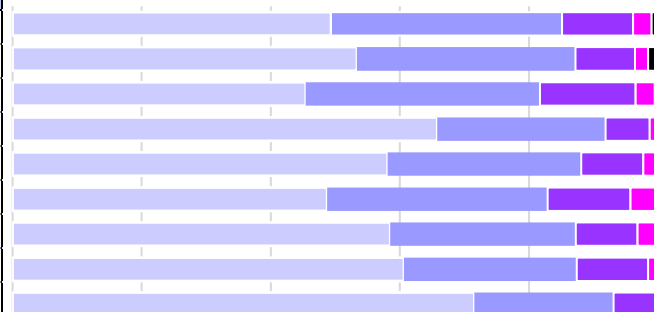
		1~2日	3~4日	5~6日	7~10日	11日以上
全体	1094人	2.5	27.2	38.6	26.1	5.7
男性	554人	3.2	26.9	37.5	27.3	5.1
女性	540人	1.7	27.6	39.6	24.8	6.3



(2) 各都市・エリアでの滞在日数

タイ	全体	1~2日	3~4日	5~6日	7~10日	11日以上
北海道(札幌、小樽、函館、旭川、ニセコなど)	592	49.3	35.8	11.0	2.9	1.0
東北(青森、秋田、仙台、福島、盛岡など)	195	53.3	33.8	9.2	2.1	1.5
東京・関東(東京、横浜、鎌倉、箱根、日光など)	804	45.4	36.3	14.8	3.0	0.5
中部(富士山、名古屋、伊勢・志摩、新潟、富山、金沢など)	307	65.8	26.1	6.8	1.3	0.0
大阪・関西(大阪、京都、奈良、神戸、姫路、琵琶湖など)	520	58.1	30.0	9.6	1.9	0.4
中国地方(鳥取、島根、広島、岡山、山口)	117	48.7	34.2	12.8	4.3	0.0
四国(香川、愛媛、徳島、高知)	94	58.5	28.7	9.6	3.2	0.0
九州(福岡、佐賀、長崎、熊本、大分、宮崎、鹿児島)	127	60.6	26.8	11.0	1.6	0.0
沖縄(沖縄本島、石垣島、宮古島など)	116	71.6	21.6	6.9	0.0	0.0

■ 1~2日 ■ 3~4日 ■ 5~6日 ■ 7~10日 ■ 11日以上

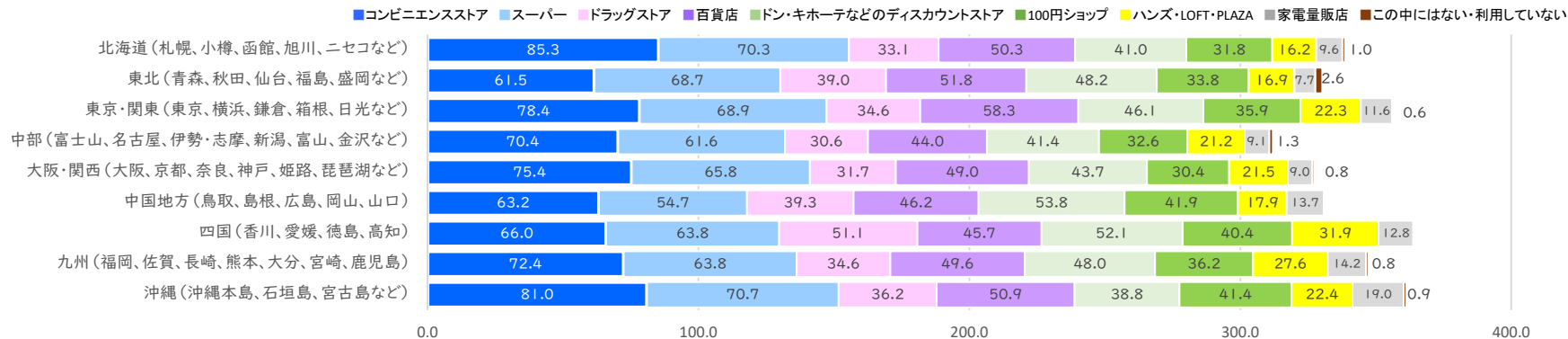


Q11. 日本を訪問したときに、どの都市・エリアのどんなお店で買物をしましたか？それぞれ利用したお店の種類を教えてください。(MA)

タイ	全体	コンビニエンスストア	スーパー	ドラッグストア	百貨店	ドン・キホーテなどのディスカウントストア	100円ショップ	ハンズ、LOFT、PLAZA	家電量販店	この中にはない・利用していない
北海道(札幌、小樽、函館、旭川、ニセコなど)	592	85.3	70.3	33.1	50.3	41.0	31.8	16.2	9.6	1.0
東北(青森、秋田、仙台、福島、盛岡など)	195	61.5	68.7	39.0	51.8	48.2	33.8	16.9	7.7	2.6
東京・関東(東京、横浜、鎌倉、箱根、日光など)	804	78.4	68.9	34.6	58.3	46.1	35.9	22.3	11.6	0.6
中部(富士山、名古屋、伊勢・志摩、新潟、富山、金沢など)	307	70.4	61.6	30.6	44.0	41.4	32.6	21.2	9.1	1.3
大阪・関西(大阪、京都、奈良、神戸、姫路、琵琶湖など)	520	75.4	65.8	31.7	49.0	43.7	30.4	21.5	9.0	0.8
中国地方(鳥取、島根、広島、岡山、山口)	117	63.2	54.7	39.3	46.2	53.8	41.9	17.9	13.7	0.0
四国(香川、愛媛、徳島、高知)	94	66.0	63.8	51.1	45.7	52.1	40.4	31.9	12.8	0.0
九州(福岡、佐賀、長崎、熊本、大分、宮崎、鹿児島)	127	72.4	63.8	34.6	49.6	48.0	36.2	27.6	14.2	0.8
沖縄(沖縄本島、石垣島、宮古島など)	116	81.0	70.7	36.2	50.9	38.8	41.4	22.4	19.0	0.9

(%)

(%)

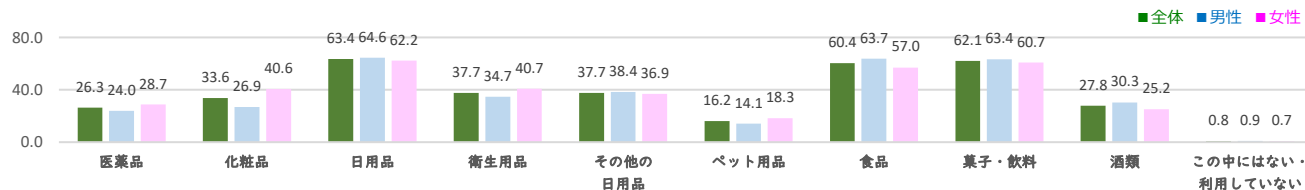


Q12. あなたは、一番最近の日本訪問のときに、お店で買物をしましたか？それぞれのお店について何を買ったのか教えてください。(MA)

(1) コンビニエンスストア

(%)

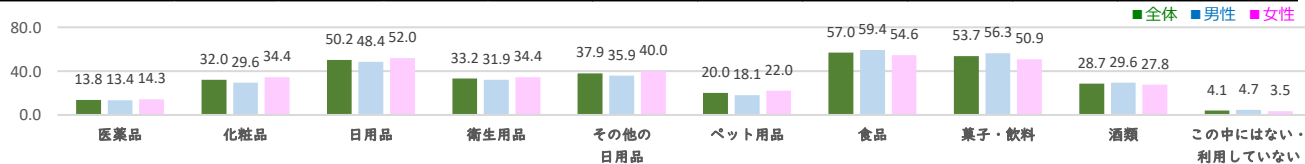
	医薬品	化粧品	日用品	衛生用品	その他の日用品	ペット用品	食品	菓子・飲料	酒類	この中にはない・利用していない
全体 1094人	26.3	33.6	63.4	37.7	37.7	16.2	60.4	62.1	27.8	0.8
男性 554人	24.0	26.9	64.6	34.7	38.4	14.1	63.7	63.4	30.3	0.9
女性 540人	28.7	40.6	62.2	40.7	36.9	18.3	57.0	60.7	25.2	0.7



(2) スーパー

(%)

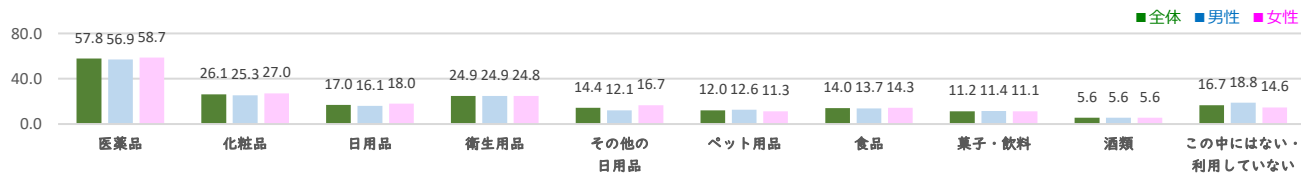
	医薬品	化粧品	日用品	衛生用品	その他の日用品	ペット用品	食品	菓子・飲料	酒類	この中にはない・利用していない
全体 1094人	13.8	32.0	50.2	33.2	37.9	20.0	57.0	53.7	28.7	4.1
男性 554人	13.4	29.6	48.4	31.9	35.9	18.1	59.4	56.3	29.6	4.7
女性 540人	14.3	34.4	52.0	34.4	40.0	22.0	54.6	50.9	27.8	3.5



(3) ドラッグストア

(%)

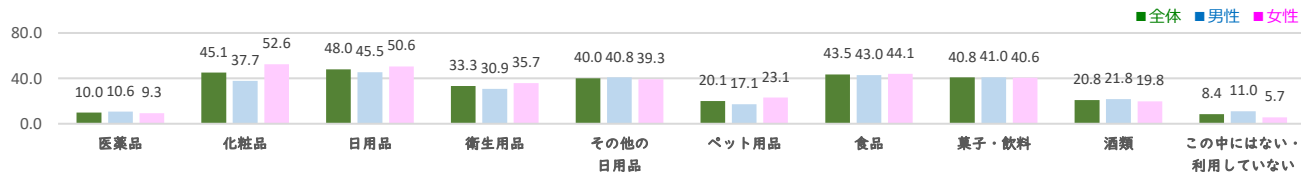
		医薬品	化粧品	日用品	衛生用品	その他の日用品	ペット用品	食品	菓子・飲料	酒類	この中にはない・利用していない
全体	1094人	57.8	26.1	17.0	24.9	14.4	12.0	14.0	11.2	5.6	16.7
男性	554人	56.9	25.3	16.1	24.9	12.1	12.6	13.7	11.4	5.6	18.8
女性	540人	58.7	27.0	18.0	24.8	16.7	11.3	14.3	11.1	5.6	14.6



(4) 百貨店

(%)

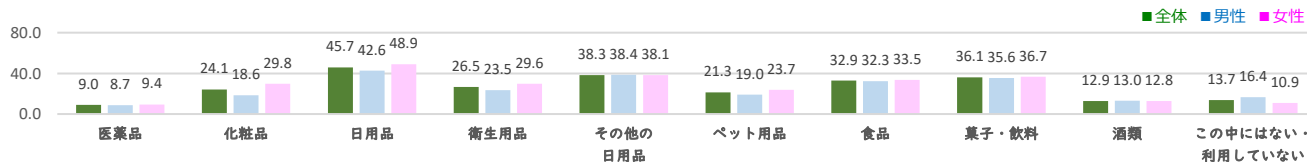
		医薬品	化粧品	日用品	衛生用品	その他の日用品	ペット用品	食品	菓子・飲料	酒類	この中にはない・利用していない
全体	1094人	10.0	45.1	48.0	33.3	40.0	20.1	43.5	40.8	20.8	8.4
男性	554人	10.6	37.7	45.5	30.9	40.8	17.1	43.0	41.0	21.8	11.0
女性	540人	9.3	52.6	50.6	35.7	39.3	23.1	44.1	40.6	19.8	5.7



(5) ドン・キホーテなどのディスカウントストア

(%)

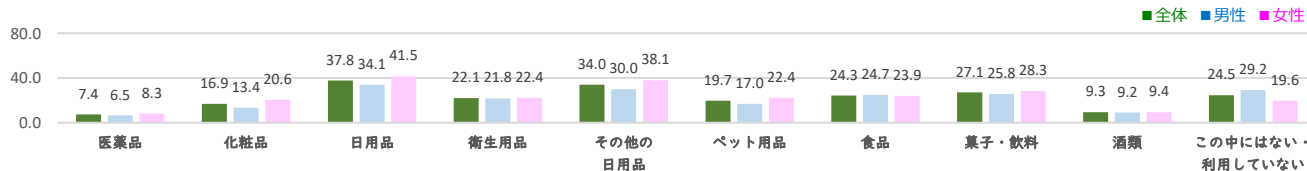
	医薬品	化粧品	日用品	衛生用品	その他の日用品	ペット用品	食品	菓子・飲料	酒類	この中にはない・利用していない
全体 1094人	9.0	24.1	45.7	26.5	38.3	21.3	32.9	36.1	12.9	13.7
男性 554人	8.7	18.6	42.6	23.5	38.4	19.0	32.3	35.6	13.0	16.4
女性 540人	9.4	29.8	48.9	29.6	38.1	23.7	33.5	36.7	12.8	10.9



(6) 100円ショップ

(%)

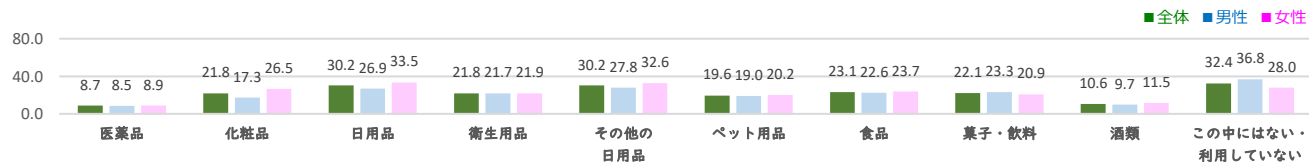
	医薬品	化粧品	日用品	衛生用品	その他の日用品	ペット用品	食品	菓子・飲料	酒類	この中にはない・利用していない
全体 1094人	7.4	16.9	37.8	22.1	34.0	19.7	24.3	27.1	9.3	24.5
男性 554人	6.5	13.4	34.1	21.8	30.0	17.0	24.7	25.8	9.2	29.2
女性 540人	8.3	20.6	41.5	22.4	38.1	22.4	23.9	28.3	9.4	19.6



(7) ハンズ、LOFT、PLAZA

(%)

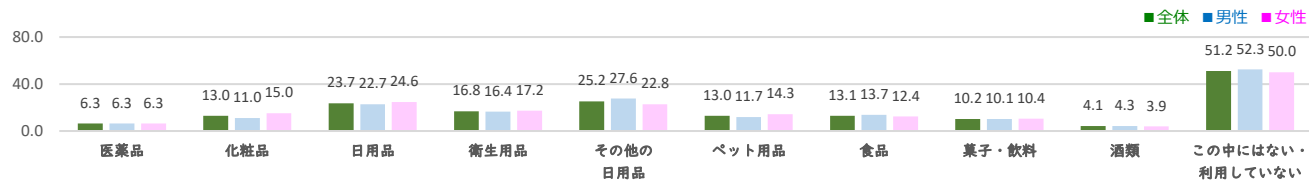
	医薬品	化粧品	日用品	衛生用品	その他の日用品	ペット用品	食品	菓子・飲料	酒類	この中にはない・利用していない
全体 1094人	8.7	21.8	30.2	21.8	30.2	19.6	23.1	22.1	10.6	32.4
男性 554人	8.5	17.3	26.9	21.7	27.8	19.0	22.6	23.3	9.7	36.8
女性 540人	8.9	26.5	33.5	21.9	32.6	20.2	23.7	20.9	11.5	28.0



(8) 家電量販店

(%)

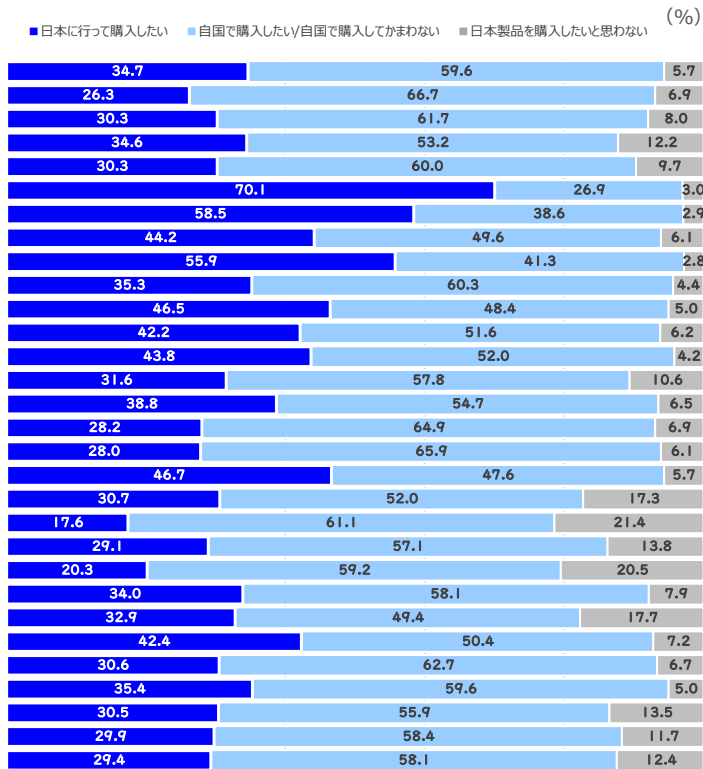
	医薬品	化粧品	日用品	衛生用品	その他の日用品	ペット用品	食品	菓子・飲料	酒類	この中にはない・利用していない
全体 1094人	6.3	13.0	23.7	16.8	25.2	13.0	13.1	10.2	4.1	51.2
男性 554人	6.3	11.0	22.7	16.4	27.6	11.7	13.7	10.1	4.3	52.3
女性 540人	6.3	15.0	24.6	17.2	22.8	14.3	12.4	10.4	3.9	50.0



10. 日本に訪問するとき、購入した商品について

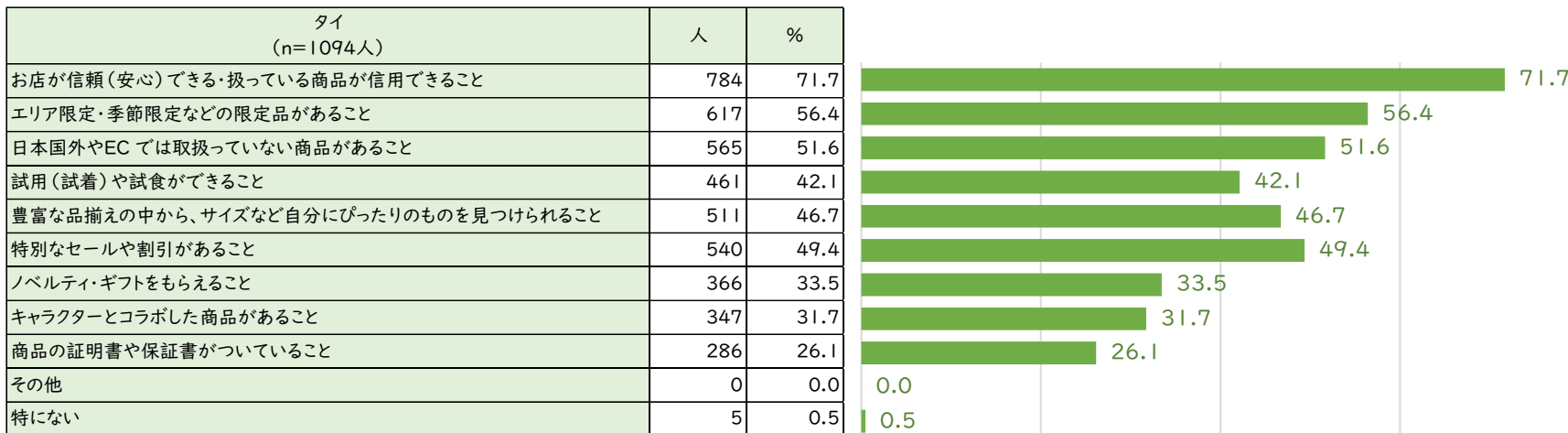
Q13. 次にあげる日本製品 (Made in Japan) について、「日本に行って購入したい」「自国で購入したい/自国で購入してかまわない」「日本製品を購入したいと思わない」のうち、あなたのお考えに近いものをそれぞれ教えてください。(SA)

タイ	全体	日本に行って購入したい	自国で購入したい/ 自国で購入してかまわない	日本製品を購入したいと思わない
1.風邪薬(バブロン、ジキニンなど)	1094	34.7	59.6	5.7
2.解熱鎮痛剤(ロキソニンS、イブなど)	1094	26.3	66.7	6.9
3.胃腸薬(太田胃散、キャベジンコーワなど)	1094	30.3	61.7	8.0
4.漢方薬(ダスモック/清肺湯)、ナイトールなど)	1094	34.6	53.2	12.2
5.目薬	1094	30.3	60.0	9.7
6.メイクアップ化粧品(口紅、ファンデーションなど)	1094	70.1	26.9	3.0
7.基礎化粧品(化粧水、乳液など)	1094	58.5	38.6	2.9
8.化粧小物(爪切り、ビューラー、カミソリなど)	1094	44.2	49.6	6.1
9.ボディケア用品(ボディソープ、ハンドクリーム、制汗剤など)	1094	55.9	41.3	2.8
10.口腔内ケア用品(歯ブラシ、歯磨き粉、マウスウォッシュなど)	1094	35.3	60.3	4.4
11.レッグ・フットケア用品(足用冷却シート「休足時間」、脱毛剤など)	1094	46.5	48.4	5.0
12.アイケア用品(目の洗浄剤、ホットアイマスク「めぐりズム」など)	1094	42.2	51.6	6.2
13.ヘアケア用品(シャンプー、トリートメント、整髪剤など)	1094	43.8	52.0	4.2
14.防虫・殺虫剤(防虫剤、蚊取り線香、ゴキブリ捕獲器など)	1094	31.6	57.8	10.6
15.芳香・消臭剤(消臭剤、芳香剤、衣類消臭スプレーなど)	1094	38.8	54.7	6.5
16.衣料洗濯用品(洗濯洗剤、柔軟剤など)	1094	28.2	64.9	6.9
17.紙製品(ティッシュペーパー、トイレトペーパーなど)	1094	28.0	65.9	6.1
18.使い捨てカイロ、熱冷却シート(熱さまシート、冷えピタなど)	1094	46.7	47.6	5.7
19.紙おむつ(ベビー用)	1094	30.7	52.0	17.3
20.紙おむつ(大人用)	1094	17.6	61.1	21.4
21.生理用品(ナプキン、尿とりパッドなど)	1094	29.1	57.1	13.8
22.避妊用具	1094	20.3	59.2	20.5
23.マスク	1094	34.0	58.1	7.9
24.ベビー用品・粉ミルク・ベビーフード	1094	32.9	49.4	17.7
25.健康食品・サプリメント・酵素	1094	42.4	50.4	7.2
26.生活雑貨(食器用洗剤、住居用洗剤、スポンジなど)	1094	30.6	62.7	6.7
27.その他の日用品	1094	35.4	59.6	5.0
28.ペットフード	1094	30.5	55.9	13.5
29.ペットのおやつ	1094	29.9	58.4	11.7
30.ペット用品	1094	29.4	58.1	12.4



Q14. 日本を訪問したときに、「日本国内で日本製品 (Made in Japan) を購入したくなる」ためには、どのようなきっかけや付加価値があれば、購入したくなりますか。(MA)

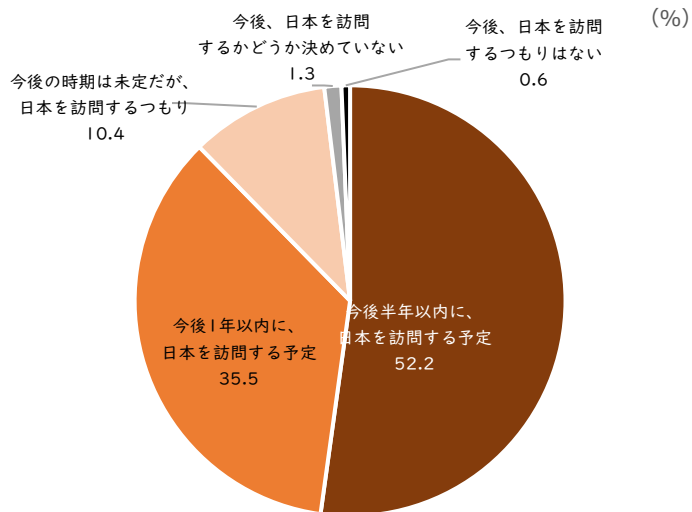
(%)



Q15.あなたは今後、日本を訪問したいと思いますか。(SA)

(%)

		今後半年以内に、 日本を訪問する予定	今後1年以内に、 日本を訪問する予定	今後の時期は未定だが、 日本を訪問するつもり	今後、日本を訪問 するかどうか決めていない	今後、日本を訪問 するつもりはない
全体	1094人	52.2	35.5	10.4	1.3	0.6
└男性	554人	44.0	40.4	12.8	1.8	0.9
└女性	540人	60.6	30.4	8.0	0.7	0.4



日常生活

◇ 仕事、収入ともに顕著な増加傾向

仕事については、「とても増えた」「やや増えた」が60.6%に対し、「とても減った」「やや減った」「まったく無くなった」はわずかに6.8%となり、増加の傾向にあることが伺える。仕事の増加に伴い、収入面でも、63.2%が増えたと回答しており、減ったという回答11.2%を大きく上回った。全体として、タイの消費者は仕事・収入ともに「増加」の実感が非常に強く、中国と比較してもよりポジティブな経済状況にあることが伺える。

◇ 店舗での買い物からネットでの買い物へ大きくシフト

タイにおいても「お店での買い物」から「ネットでの買い物」へのシフトが顕著に現れる結果となった。「お店での買い物」については、「とても減った」「やや減った」「まったく無くなった」の回答が合計で14.7%となり、逆に、「ネットでの買い物」では、「とても増えた」「やや増えた」が合計で76.9%となり、中国(74.6%)をも凌ぐ勢いだ。

◇ 健康に関する意識・関心は3か国で最も強い上昇志向

健康に関する意識・関心では、「とても増えた」「やや増えた」の回答が合計で82.8%となった。健康への関心の高まりが最も顕著だ。

◇ 経済的な余裕が減った人が約15%

経済的な余裕については、「とても増えた」「やや増えた」が57.5%に対し、「とても減った」「やや減った」「まったく無くなった」は15%となっており、全体としては購買力が維持・向上している傾向にある。

日本製品の購入・利用

◇ タイでは日本製品が深く浸透

タイでは、菓子・飲料(89.9%)、食品(88.4%)、化粧品(84.7%)、日用品(82.4%)という順となり、8割以上の人が日常的にこれらのカテゴリーの日本製品を購入・利用している。

◇ 多くの日本の一般消費財がタイに普及

化粧品、日用品以外の一般消費財をみても、その他の日用品69.6%、衛生用品67.2%、医薬品54.2%と非常に多くの方が日本製品を愛用していることが見て取れる。

◇ 日本製品の購入は国内のお店で

タイでは「国内のお店」で日本製品が購入されている。化粧品、ペット用品以外、医薬品(61.7%)、日用品(64%)、衛生用品(62.2%)、食品などといずれも6割を超えており、最も主要な入手方法となっている。また、「国内ECサイト」からの購入も多く、店舗でもECでも簡単に購入できることが伺える。

各国製品の顧客ロイヤルティ

◇ 化粧品をはじめ多くのカテゴリで日本製品が高い支持を得る

タイのお気に入りの製品は、化粧品では日本製品が76.7%と非常に高い回答を得ている。そのほか、食品、菓子・飲料、日用品でも70%以上の人から日本製品がお気に入りとの評価を得られている。全てのカテゴリにおいて、中国製品の人気が少ないことも特徴的である。

海外ブランドや商品情報の入手方法

◇ 訪日前は「ECやメーカーのWebサイト」と「知人・友人」、滞在中は「広告」が情報源

訪日前の情報源としてトップは、「ECやメーカーのWebサイト」66.1%で、次いで「知人・友人からの情報」63.1%となっており、信頼性の高い情報収集が中心であることが伺える。

滞在中は、「空港・駅構内や周辺の広告」が50.7%、「小売りの店頭」が50.5%の回答を得ている。

日本に訪問するとき、したいこと

◇ 王道ルートは日本への旅行の大きな目的

日本でしたいことの上位は、東京・京都など有名な観光スポット巡り (78.6%) となり、最大の目的であり、「日本の歴史や文化財など史跡探訪 (62.3%) で、中国 (47.0%) やベトナム (55.1%) よりも高く、日本の伝統文化への関心が強いことが伺える。

次いで「日本の食事を楽しむ」62.0%、「食品・おみやげのお菓子等の買い物」60.7%、「日用雑貨・化粧品・医薬品の買い物」49.6%という結果となった。

滞在期間中移動手段・出入国時利用空港

◇ 日本国内の移動は新幹線、飛行機、地下鉄の利用が上位

日本国内での移動手段は、新幹線(54.1%)、飛行機(51.9%)、地下鉄(50.1%)の利用が半数を超えており、都市・エリア間の移動において、公共交通機関が非常に高い利用率を示している。

◇ 出入国時の利用空港は、旅の入口(北海道)、旅の出口(関東・関西)

入国空港として「北海道」(31.2%)が極めて高く、東京・関東(47.8%)に次ぐ人気だ。一方で、出国時は15.0%に下がるため、「北海道から入国し、本州を南下して帰国するというルートが推測できる。関西・中部エリアでは、出国時には「大阪・関西」(15.4%)、「中部(4.5%)」の割合が増加し、旅の終盤を西日本での買い物や観光で締めくくる層が一定数存在することが伺える。

滞在期間中訪問したエリア／都市・滞在日数

◇ トータル滞在日数は5～6日

訪日中トータル滞在日数については、「5～6日」が38.6%で最も多い。次いで「3～4日」が27.2%、「7～10日」が26.1%となっている。11日以上滞在する層も5.7%存在し、タイ人回答者の多くが、日本で中長期間を過ごすようだ。

◇ 訪問エリア／都市

沖縄(71.6%)、中部(65.8%)、九州(60.6%)など、多くの地方エリアでは「1～2日」の滞在が中心。これらは拠点都市からレンタカー(Q7で28.6%が利用)等で足を伸ばす周遊先となっていることが伺える。東京・関東の訪問者の36.3%が「3～4日」、14.8%が「5～6日」滞在しており、ショッピングや観光のメイン拠点として機能している。

訪問時に利用した店舗の種類(都市・エリア別)

◇ エリア別

「北海道エリア」: コンビニエンスストア(85.3%)、スーパー(70.3%) 百貨店(50.3%)が上位となっており、
「東京・関東エリア」「大阪・関西エリア」: 百貨店の利用が高い(東京58.3%、大阪49.0%)。
「四国エリア」: ドラッグストアの利用率が(51.1%)に達した。

日本に訪問するとき、お買物の場所

◇ 「コンビニエンスストア」「スーパー」「百貨店」「ドン・キホーテなどのディスカウントストア」の利用が上位

「コンビニエンスストア」(99.2%)がトップ、ついで「スーパー」(95.9%)、「百貨店」(91.6%)、
「ドン・キホーテなどのディスカウントストア」(86.3%)という順位となった。

店舗業態別でみると、

「コンビニエンスストア」では、日用品(63.4%)、菓子・飲料(62.1%)、食品(60.4%)、が上位となっており、
「スーパー」では、食品(57.0%)がトップ、次いで菓子・飲料(53.7%)、日用品(50.2%)という順位となっており、
「百貨店」では、日用品(48.0%)、化粧品(45.1%)、食品(43.5%)、菓子・飲料(40.8%)が上位となっており、
「ドン・キホーテなどのディスカウントストア」では、日用品(45.7%)、その他の日用品(38.3%)、菓子・飲料(36.1%)の購入が多い結果となった。

日本製品に対する購入意向

◇ 日本に行って購入したい商品

メイクアップ化粧品が70.1%と断トツ1位で、次いで基礎化粧品58.5%、ボディケア用品(55.9%)が半数以上を超えており、その他、レッグ・フットケア用品(46.5%)、使い捨てカイロ・冷却シート(46.7%)が上位となった。

タイの訪日ゲストは日本で日本の化粧品や日本独自のアイテム商品などを好んで購入していることが見て取れる。

◇ 自国で購入しても構わない商品

解熱鎮痛剤(66.7%)、胃腸薬(61.7%)、風邪薬(59.6%)、紙製品(65.9%)、口腔ケア(60.3%)、防虫・殺虫剤(57.8%)などが目立っており、これらのカテゴリ商品は自国で調達する傾向のようだ。

タイ国内でも日本の医薬品が流通していることから、日常的なニーズは自国で満たされている。

日本で日本製品を購入したくなる動機・付加価値

◇ お店が信頼(安心)できる・取り扱っている商品が信用できるが上位

「お店が信頼(安心)できる・扱っている商品が信用できる」(71.7%)がトップで、次いで「エリア限定・季節限定などの限定品があること」(56.4%)、「日本国外やECでは取り扱っていない商品があること」(51.6%)、「特別なセールや割引があること」(49.4%)、「豊富な品揃えの中から、サイズなど自分にぴったりのものを見つけれること」(46.7%)という順位となった。

タイの訪日客は、中国(65.9%)以上に店舗を信頼しており、さらに「限定性」や「希少性」といったプレミアムな価値に惹かれる傾向がある。

今後の訪日意向

◇ 半数以上が半年以内に訪日予定

「今後半年以内に日本を訪問する予定がある」(52.2%)と「今後、1年以内に日本を訪問する予定がある」(35.5%)を加えると87.7%に達している。8割以上の回答者は、近い将来の再訪を計画していることが伺える。

「今後の時期は未定だが、日本を訪問するつもり」を含めて、98.1%の人が今後日本に訪問する意向がある結果となった。