

## 【2024年、急増期待の「東南アジア」訪日インバウンド】インバウンド強化を狙うマーケ担当者の9割以上が、今年の動きに期待、一方「自社だけでの対策」には課題の声も

～インバウンドプロモーション支援のパートナー企業の選定基準では「現地の人に刺さるプロモーションの提案」を最重要視～

株式会社オロ（本社：東京都目黒区 代表取締役社長執行役員：川田 篤 以下、オロ）は、東南アジア圏のインバウンドプロモーション強化を望む企業のマーケティング担当者101名を対象に、東南アジアのインバウンドプロモーションに関する実態調査を実施しましたので、お知らせいたします。

2024年、  
急増期待の「東南アジア」訪日インバウンド

インバウンド強化を狙うマーケ担当者  
9割以上が今年の動きに期待

一方「自社だけでの対策」には  
課題の声も

 oRo.com

▼本調査の詳細レポートと、インバウンドプロモーションの課題に対してオロが提供する資料はこちら  
[https://share.hsforms.com/1xgKgdQ4QTtKiRESCYRos\\_wcnr30](https://share.hsforms.com/1xgKgdQ4QTtKiRESCYRos_wcnr30)

### 【調査概要】

調査名称：東南アジアのインバウンドプロモーションに関する実態調査

調査方法：IDEATECHが提供するリサーチPR「リサピー®」の企画によるインターネット調査

調査期間：2024年4月24日～同年4月26日

有効回答：東南アジア圏のインバウンドプロモーション強化を望む企業のマーケティング担当者101名

※構成比は小数点以下第2位を四捨五入しているため、合計しても必ずしも100とはなりません。

<全設問は下記の通りです>

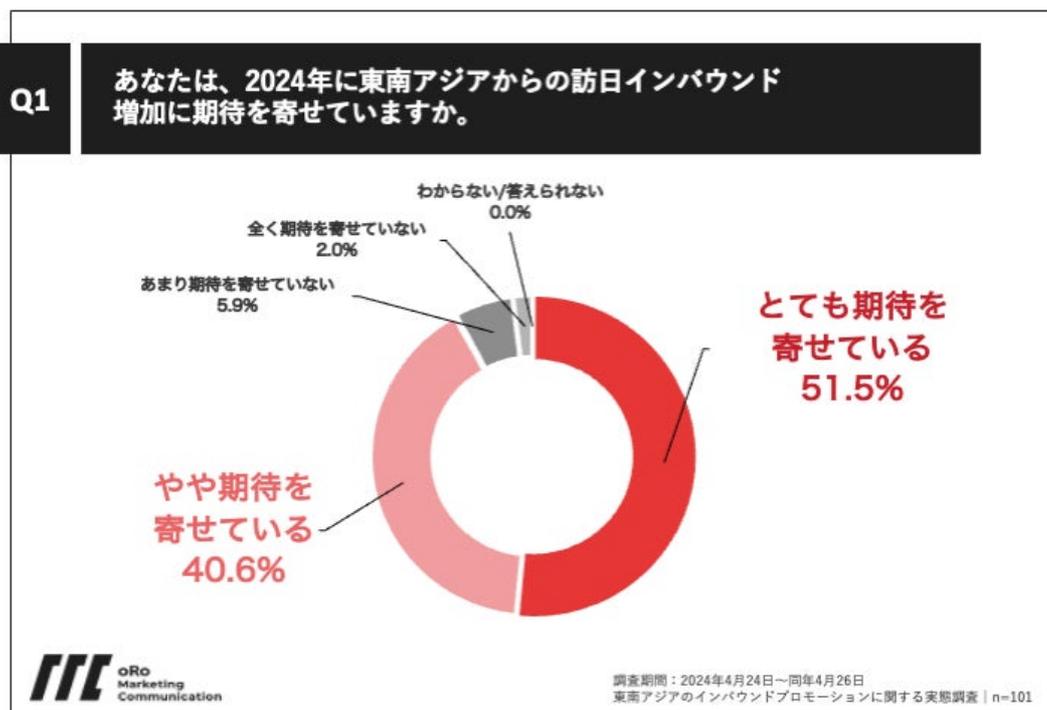
- Q1：2024年に、東南アジアからの訪日インバウンド増加に期待を寄せていますか。
- Q2：Q1で「とても期待を寄せている」「やや期待を寄せている」と回答した方に、2024年に、東南アジアからの訪日インバウンド増加に、期待を寄せている理由を教えてください。（複数回答）
- Q3：東南アジアのインバウンドプロモーションとして、どのような施策を検討していますか。（複

数回答)

- Q4：Q3で「何をすればよいかわからない」「答えられない」以外を回答した方に、Q3で回答した以外に、東南アジアのインバウンドプロモーションとして検討している施策があれば、自由に教えてください。（自由回答）
- Q5：自社単体での東南アジアのインバウンドプロモーションに関して、課題を感じたことはありますか。
- Q6：Q5で「とてもある」「ややある」と回答した方に、自社単体での東南アジアのインバウンドプロモーションに関する、具体的な課題を教えてください。（複数回答）
- Q7：Q6で「わからない」「答えられない」以外を回答した方に、Q6で回答した以外に、自社単体での東南アジアのインバウンドプロモーションに関する、具体的な課題があれば、自由に教えてください。（自由回答）
- Q8：お勤め先のインバウンドプロモーション支援を外部へ依頼する場合に、発注先選定においてどのようなことを重要視したいですか。（上位3つまで）
- Q9：Q8で「外部に依頼することはない」「わからない/答えられない」以外を回答した方に、Q8で回答した以外に、お勤め先のインバウンドプロモーション支援を外部へ依頼する場合に、発注先選定において、重要視したいことがあれば、自由に教えてください。（自由回答）

【東南アジア圏のインバウンド強化を狙うマーケ担当者の92.1%が、2024年の「東南アジアからの訪日インバウンド増加」に期待】

「Q1.あなたは、2024年に、東南アジアからの訪日インバウンド増加に期待を寄せていますか。」(n=101)と質問したところ、「とても期待を寄せている」が51.5%、「やや期待を寄せている」が40.6%という回答となりました。

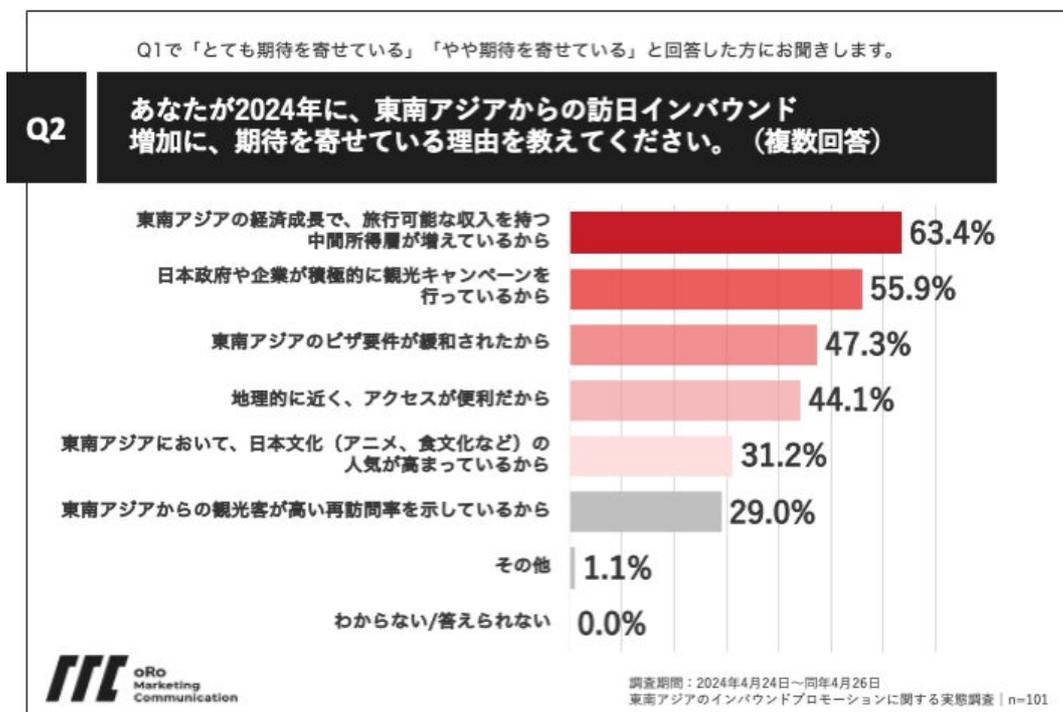


## 各回答の構成比

- とても期待を寄せている：51.5%
- やや期待を寄せている：40.6%
- あまり期待を寄せていない：5.9%
- 全く期待を寄せていない：2.0%
- わからない/答えられない：0.0%

【東南アジアからの訪日インバウンド増加に期待する理由、「東南アジアの経済成長で、旅行可能な収入を持つ中間所得層が増えているから」が63.4%で最多】

Q1で「とても期待を寄せている」「やや期待を寄せている」と回答した方に、「Q2.あなたが2024年に、東南アジアからの訪日インバウンド増加に、期待を寄せている理由を教えてください。（複数回答）」（n=93）と質問したところ、「東南アジアの経済成長で、旅行可能な収入を持つ中間所得層が増えているから」が63.4%、「日本政府や企業が積極的に観光キャンペーンを行っているから」が55.9%、「東南アジアのビザ要件が緩和されたから」が47.3%という回答となりました。



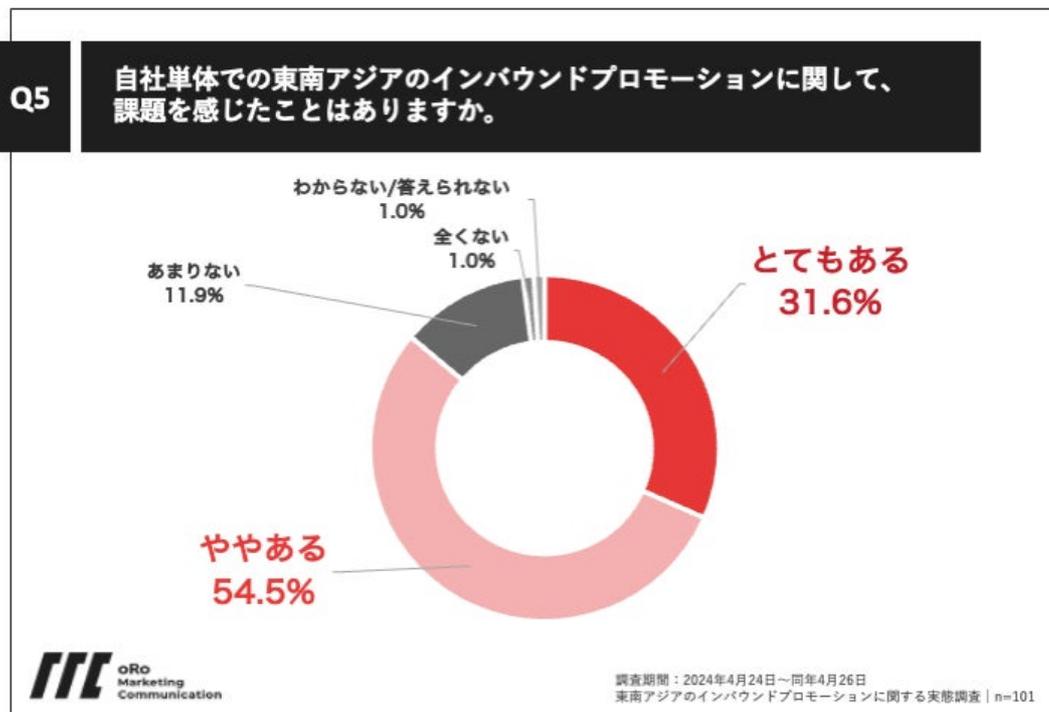
## 各回答の構成比

- 東南アジアの経済成長で、旅行可能な収入を持つ中間所得層が増えているから：63.4%
- 日本政府や企業が積極的に観光キャンペーンを行っているから：55.9%
- 東南アジアのビザ要件が緩和されたから：47.3%
- 地理的に近く、アクセスが便利だから：44.1%
- 東南アジアにおいて、日本文化（アニメ、食文化など）の人気の高まっているから：31.2%
- 東南アジアからの観光客が高い再訪問率を示しているから：29.0%
- その他：1.1%

- わからない/答えられない：0.0%

【86.1%が、「自社単体での東南アジアのインバウンドプロモーション」に課題を実感】

「Q5.自社単体での東南アジアのインバウンドプロモーションに関して、課題を感じたことはありますか。」(n=101)と質問したところ、「とてもある」が31.6%、「ややある」が54.5%という回答となりました。多くのマーケティング担当者が東南アジアからの訪日インバウンドに期待を寄せているものの、プロモーションに課題を抱えている担当者の多いことがうかがえます。



#### 各回答の構成比

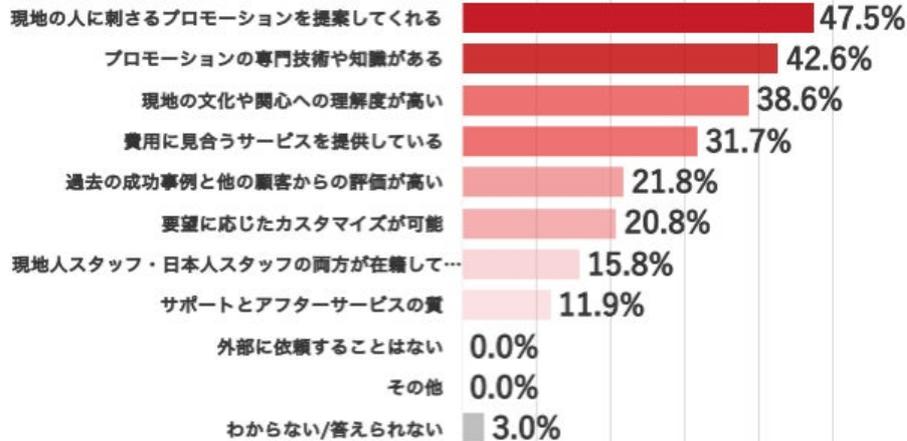
- とてもある：31.6%
- ややある：54.5%
- あまりない：11.9%
- 全くない：1.0%
- わからない/答えられない：1.0%

【インバウンドプロモーション支援の外部依頼時に発注先選定で重視すること、「現地の人に刺さるプロモーションを提案してくれる」「プロモーションの専門技術や知識がある」など】

「Q8.お勤め先のインバウンドプロモーション支援を外部へ依頼する場合に、発注先選定においてどのようなことを重要視したいですか。(上位3つまで)」(n=101)と質問したところ、「現地の人に刺さるプロモーションを提案してくれる」が47.5%、「プロモーションの専門技術や知識がある」が42.6%、「現地の文化や関心への理解度が高い」が38.6%という回答となりました。

Q8

お勤め先のインバウンドプロモーション支援を外部へ依頼する場合に、発注先選定においてどのようなことを重要視したいですか。（上位3つまで）



調査期間：2024年4月24日～同年4月26日  
東南アジアのインバウンドプロモーションに関する実態調査 | n=101

#### 各回答の構成比

- 現地の人に刺さるプロモーションを提案してくれる：47.5%
- プロモーションの専門技術や知識がある：42.6%
- 現地の文化や関心への理解度が高い：38.6%
- 費用に見合うサービスを提供している：31.7%
- 過去の成功事例と他の顧客からの評価が高い：21.8%
- 要望に応じたカスタマイズが可能：20.8%
- 現地人スタッフ・日本人スタッフの両方が在籍している：15.8%
- サポートとアフターサービスの質：11.9%
- 外部に依頼することはない：0.0%
- その他：0.0%
- わからない/答えられない：3.0%

#### 【まとめ】

今回は、東南アジア圏のインバウンドプロモーション強化を望む企業のマーケティング担当者101名を対象に、東南アジアのインバウンドプロモーションに関する実態調査を実施しました。

まず、東南アジア圏のインバウンド強化を狙うマーケティング担当者の92.1%が、2024年の「東南アジアからの訪日インバウンド増加」に期待しており、その理由としては、「東南アジアの経済成長で旅行可能な収入を持つ中間所得層が増えているから」が63.4%で最多となりました。また、約9割が「自社単体での東南アジアのインバウンドプロモーション」に課題を抱えていることもわかり・・・

調査結果全文をご覧になりたい方は、下記リンクよりダウンロードください。

[https://share.hsforms.com/1xgKgdQ4QTtKiRESCYRos\\_wcnr30](https://share.hsforms.com/1xgKgdQ4QTtKiRESCYRos_wcnr30)

【現地に適したプロモーションを提案する、株式会社オロの「海外プロモーション」】

訪日外国人集客のための  
インバウンドプロモーション支援  
海外プロモーション支援



オロでは現地を熟知したスタッフがアジアを中心にインバウンドに関わるメディアプロモーション、マーケティング、イベント実施などプロモーションの目的に合わせた最適なプランをご提案いたします。

- 観光展等出展サポート及びイベント実施運営
- 世界各国の博覧会・展示会・イベントにおけるPRをプロデュース
- デジタルマーケティング全般
- SNS運用/動画制作/メディア、ブLOGGER招聘/リサーチ
- 広告全般
- デジタルWEB広告/雑誌・新聞広告/テレビ/デジタル媒体広告
- インフルエンサー
- 各国SNS・YouTubeを中心とした影響力のあるバイラルコンテンツの拡散

詳しくはこちら：<https://www.oro.com/global/service/inbound>

#### 【株式会社オロについて】

マーケティングコミュニケーション事業：<https://mc.oro.com/>

<コミュニケーション戦略>

コミュニケーションプランニング、デジタルコンサルティング、ブランドコンサルティング

<メディア>

動画広告、新聞広告、雑誌広告、交通広告、屋外広告、デジタルサイネージ広告、ラジオ広告、タクシー広告、ディスプレイ広告、オーディオ広告、SNS広告、検索連動広告、アフェリエイトなど

<クリエイティブ>

テレビCM、プロモーションビデオ、WEB動画、ラジオCM、ポスター、カタログ、パンフレット、販促POP、WEBサイトなど

<CRM>

CDP導入、MA導入、CRMシナリオ設計、Push通知、LINE、メルマガなど

<PDCAマネジメント>

広告効果測定、データ解析、アナリティクス分析、CRO、LPO、EFO、BI構築など  
＜インテグレーション＞

CMS導入、システム/アプリ開発、EC構築など

＜海外向けプロモーション支援＞

中国、台湾、AESEAN各国での現地プロモーションの実施

<https://www.oro.com/global/>

**【本サービスに関するお問い合わせ先】**

株式会社オロ マーケティングコミュニケーション事業部

<https://mc.oro.com/contact/>

**【報道に関するお問い合わせ先】**

株式会社オロ 広報担当

TEL : 03-5843-0836（直通） / E-Mail : [info@jp.oro.com](mailto:info@jp.oro.com)

---

株式会社オロのプレスリリース一覧

[https://prtimes.jp/main/html/searchrlp/company\\_id/75257](https://prtimes.jp/main/html/searchrlp/company_id/75257)