

2026年6月25日

## タイにおける訪日観光市場の最新動向と福岡県の優位性

バンコク事務所副所長 中川 洸平

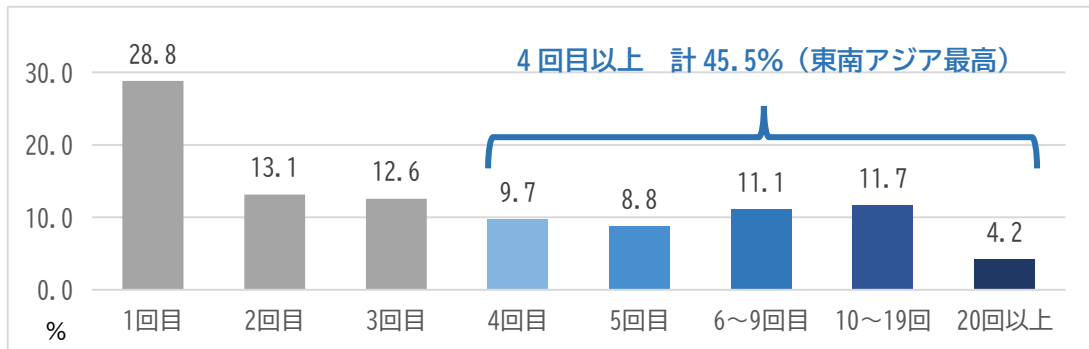
### 1. タイの海外旅行市場の現状 ～台頭する中国とコストの壁～

タイは東南アジア最大の訪日市場であり、日本はタイ人にとって継続して人気の高い海外旅行先となっている<sup>1</sup>。一方で、近年は中国の存在感が高まっている。2024年3月に発効した中タイ相互査証免除を契機に、地理的近接性を活かした1万バーツ（約49,000円）台の低価格ツアーの浸透や豊富な観光資源やドラマ等を通じたソフトパワーも相まって、中国への旅行需要は拡大している。

他方、日本側は航空券や宿泊費、地上交通費の高騰により訪日旅行全体のコストが上昇傾向にある。歴史的な円安・バーツ高の追い風はあるものの、中国の相対的な割安感は依然として強い。日本が今後もタイ人旅行者から選ばれ続けるためには価格面以外の提供価値による差別化が重要である。

### 2. 成熟化する旅行者と多様化するニーズ ～「桜」から「紅葉」へ～

2025年の訪日タイ人数は前年比約7%増の123万人を記録し、東南アジアで唯一の100万人超市場となった<sup>2</sup>。下図が示すとおり、訪日タイ人旅行者の特徴としてリピーターが多いことが挙げられ、訪日タイ人の約半数（45.5%）が4回目以上、約3割（27.0%）が6回目以上のリピーターであり、東南アジアの中でも突出した高リピーター市場を形成している。



訪日回数別タイ人旅行者の構成比（2025年）出典：観光庁「インバウンド消費動向調査（2025）」

この成熟化に伴い、旅行者のニーズは「細分化・多様化」のフェーズに移行し

<sup>1</sup> The nation “Thai arrivals to Japan hit 815,800 in first nine months of 2025, ranking no.1 in Asean” ([https://www.nationthailand.com/news/tourism/40058387?utm\\_source=chatgpt.com](https://www.nationthailand.com/news/tourism/40058387?utm_source=chatgpt.com))

<sup>2</sup> JNTO 2026年4月公表値、観光庁「インバウンド消費動向調査（2025年）」  
([https://www.mlit.go.jp/kankocho/tokei\\_hakusyo/gaikokujinshohidoko.html](https://www.mlit.go.jp/kankocho/tokei_hakusyo/gaikokujinshohidoko.html))

た。定番の「桜」や「雪」に加え「紅葉」や「温泉」等への関心が拡大し、ゴールデンルート<sup>3</sup>から地方への分散が進んでいる。タイ人の地方部宿泊率は東南アジアで最も高い水準（37.7%・全国平均 29.6%<sup>4</sup>）に達している。また、夏季閑散期における 20 代 FIT（個人手配旅行者）層の増加、地方移動におけるレンタカー利用率の伸長（2025 年 20%・前年 12%）<sup>5</sup>など、明確な行動変容が観察される。

### **3. 最新トレンドワードに見る福岡県の優位性**

現地 SNS 等における訪日旅行のトレンドキーワードは、①「静寂・癒し・混雑回避」、②「Unseen（まだ見ぬ場所）」、③「コスパ」の三点に集約される。リピーターの関心が定番スポットから「混雑を避けてゆっくり過ごせる新鮮な場所」へと明確にシフトしていることが見て取れる。

福岡県は、洗練された都市機能と豊かな自然が近接しており、これら三つのキーワードを満たすポテンシャルを有している。加えて、タイ人の訪中人気の一因が地理的近接性によるコスト低減にあるとすれば、福岡県もまた、首都圏や関西圏と比較して短い航空時間でアクセスでき、宿泊・飲食等の滞在コストも相対的に低い。さらに、現在、週 18 便<sup>6</sup>の直行便が就航しており、アクセス・コスト・コンテンツの三拍子が揃った、訪日市場において稀有な目的地といえる。

### **4. 市場動向を踏まえたバンコク事務所の戦略と取組み**

上記の市場変化と最新トレンドを踏まえ、当事務所は「リピーター層の深耕」と「潜在層の取り込み」の二軸戦略で誘客促進に取り組んでいる。

リピーター層に対しては、福岡県観光連盟が出展する「Visit Japan FIT フェア」（来場者の約 9 割が訪日経験者）の運営サポートを行い、地方都市ならではのディープな観光資源（地方の酒蔵や祭など）を PR している。一方、潜在層に対しては、未訪日ながら日本への関心が高い若年層が集う「バンコク日本博」へ出展し、高いコスパとアクセスの良さを訴求することで認知度向上を図っている。両イベントは 2026 年度も開催予定であり、県内の観光事業者にとっても商品提案・パートナー開拓の絶好の機会となる。

加えて、タイ人が最も利用する SNS である Facebook を軸に最新の観光情報を継続的に発信し、ユーザーからの問い合わせには丁寧な個別対応を行っている。タイ向けプロモーションに関心をお持ちの事業者の皆様は、お気軽に当事務所までご相談いただきたい。

※ 為替レート 1 バーツ = 4.88 円

<sup>3</sup> 東京・富士山・京都・大阪を結ぶ訪日観光の定番周遊コース。

<sup>4</sup> 観光庁「宿泊旅行統計調査（2024 年）」

[https://www.mlit.go.jp/kankocho/tokei\\_hakusyo/shukuhakutokei.html](https://www.mlit.go.jp/kankocho/tokei_hakusyo/shukuhakutokei.html)

<sup>5</sup> Visit Japan FIT Fair（2025 年）来場者アンケートより（JNTO バンコク事務所からの聞き取り）。

<sup>6</sup> タイ・ベトジェットは 2026 年 5 月 12 日から 9 月 30 日まで運休中。