

報道関係各位

2015年12月9日

アライドアーキテクト株式会社

モニブラGlobal、「タイ国内の2015年トレンドワードランキング」を公開

ー プロモーションの鍵は「自然」「健康」？ インバウンド集客のヒントとなるキーワードをご紹介します ー

アライドアーキテクト株式会社(本社:東京都渋谷区、代表取締役社長:中村壮秀、証券コード:6081)はこのたび、株式会社ドリームインキュベータの100%子会社であるDI Marketing Co.,Ltd.(ベトナムホーチミン市、以下DIマーケティング)などと共に提供するインバウンド集客プロモーション支援サービス「モニブラGlobal」で、タイの消費者を対象に「2015年のトレンドワード」について調査を行い、その結果をまとめましたのでお知らせいたします。

タイ国内の2015年トレンドワードランキング

順位	ワード	解説
1	自転車ツーリングイベント「Bike for Mom」	王妃の誕生日を記念してタイ国内の各地で開催された大規模なイベント。14万人以上が参加しギネス記録にも認定。
2	ピンクの iPhone	iPhone 6s の新色「ローズゴールド」のこと。iPhone 6s はパッケージにタイ原産の熱帯魚「ベタ」の写真が使用されたことでも話題に。
3	Chompoo (チョンプー) の結婚式	人気女優による総額 3 億円超の豪華な結婚式に多くの人々が注目。
4	ドラマシリーズ「Hormones (ホルモンス)」	友情、恋愛、同性愛など思春期の若者の悩みや日常を赤裸々に描いた大ヒットドラマ。
5	ドラマの登場人物「E-Yam (イーヤム)」	家族間の確執を描いた人気ドラマ「Sud Kaen Saen Ruk」に、インバクトのある悪役として登場した女性の役名。
6	ダンスミュージック「เพลงแว่นฟ้าเพื่อหัวใจเพียง»※原題のみ	YouTube で再生回数 1 億回を超えた大ヒット曲。奇抜で個性的なファッションやダンスが話題に。
7	スローライフ	新たなライフスタイルとして注目度がアップ。日常生活に取り入れるだけでなく、旅先で「スローライフ」を実践し SNS にアップする人も。
8	女子バレーボール代表チーム	バレーボールが大人気のタイ。テレビで試合が放送される日は街から渋滞がなくなるとの声も。
9	コメディアン「Note Udom (ノート・ウドム)」	社会風刺ネタで人気を集めるコメディアン。ステージのチケットは即日完売、DVD も大ヒットに。
10	食の安全	近年、食に対する安全への意識が高まるタイ。ダイエットや健康・美容といった観点からもオーガニック食材などへの注目度が急上昇。
11	サッカー選手「Charyl Chappuis (シャリル・チャップイ)」	高い技術とハンサムな容姿で人気に。SNS 上ではいつも女性ファンが熱狂。
12	エムクオーティエ・デパート	バンコクで 3 月にオープンした、広大な敷地に建つ話題のスポット。
13	「#ThailandStandupChallenge」のハッシュタグ	8 月に起きたエラワン寺院の爆発事件を受け、観光客をタイに呼び戻すために SNS 上で発生したとされるハッシュタグ。
14	「#Hipster (ヒップスター)」のハッシュタグ	アートや音楽、カフェ、本、写真などを愛好する新世代のシティボーイを表す言葉が SNS 上でハッシュタグとして人気に。
15	ウォーターパーク「Vana Nava (ヴァナ・ナヴァ)」	2014 年末にタイのリゾート地・ホアヒンで新オープンした巨大なレジャー施設。

モニブラGlobal調べ

本調査は、「モニブラGlobal」が擁する現地コンサルタントチームが、ソーシャル上の話題やメディア露出などをもとに50のトレンドワードを独自に選出し、ユーザー投票によって上位15ワードをランキング化したものです。

調査結果に関する解説は、当社が運営するブログメディア「SMMLab」(ソーシャルメディアマーケティングラボ)(<http://smmlab.jp/?p=41463>)からもご覧になれます。

調査結果を引用・紹介いただく場合は「モニブラ Global 調べ」とクレジットの記載をお願いいたします

■「自然」「健康」がインバウンド施策の鍵に

ランキングのトップとなった「Bike for Mom」は、タイ国内で大きな影響力を持つ王室の記念イベントであることに加えて、近年、健康やエコ、ファッションといった観点からタイの消費者において自転車への人気が急速に高まっていることも背景にあるものと考えられます。

また、7位には「スローライフ」、10位には「食の安全」と、「自然」や「健康」といったイメージを想起させるワードがランクインしました。これらのワードはSNSとの相関性が高く、消費活動にも紐づきやすいことから、インバウンド施策において注目のワードであると考えられます。今後は、日本ならではの自然を体感できる観光ツアーや、オーガニック食材を使った商品など、タイの消費者トレンドに対応したサービス・商品がさらに注目を集めていくと推測できます。

■「精神的な豊かさ」を求めるタイの消費者

今回の調査では、芸能やスポーツなどのエンタメに関連したワードが数多く選ばれる一方で、自然や環境、健康といったカテゴリのワードも複数ランクインし、高い関心を持たれていることが分かりました。このことから今、タイ国内における消費者のマインドは、「物質的な豊かさ」が一巡した先にある「精神的な豊かさ、満足度」が重視される段階にあるとモニプラGlobalでは推測しています。

また、SNS上で人気を集めたハッシュタグや人物、出来事など、SNSが話題化を後押ししたと考えられるワードが多数ランクインしており、日本と同様にSNSがトレンドの発信地となっている状況が窺えます。

タイに向けたインバウンド施策では、このような消費者の意識変化やその背景を捉えた上でプロモーション戦略を策定・展開していくことが、今後さらに重要になっていくものと考えられます。

■モニプラGlobalについて

「モニプラGlobal」は、タイ、ベトナム、台湾などのアジア各国を対象とするインバウンド集客プロモーション支援サービスです。現地において豊富な実績を持つ専任コンサルタントによる戦略策定のもと、消費動向・意識調査、キャンペーンによる認知拡大、レポート作成などをワンストップで支援します。全施策で日本語に対応しており、従来の国内向けプロモーションと同様の工程・感覚でインバウンド施策を展開することが可能です。

<https://www.aainc.co.jp/service/monipla/global/>

■アライドアーキテック株式会社 会社概要

- ・代表者 : 代表取締役社長 中村 壮秀
- ・本社所在地 : 東京都渋谷区恵比寿一丁目19-15 ウノサワ東急ビル4階
- ・URL : <http://www.aainc.co.jp/>
- ・設立 : 2005年8月30日
- ・事業内容 : SNSプロモーション総合支援プラットフォーム「モニプラ」の運営、アドテクノロジーサービスの提供 等

* 本プレスリリースに記載している会社名および商品・サービス名は各社の商標または登録商標です。

【リリースに関するお問い合わせ先】

アライドアーキテック株式会社 社長室 広報チーム

TEL: 03-6408-2791 MAIL: press@aainc.co.jp