

2025年度マレーシア市場 訪日旅行者の旅行傾向レポート

日本政府観光局（JNTO）クアラルンプール事務所

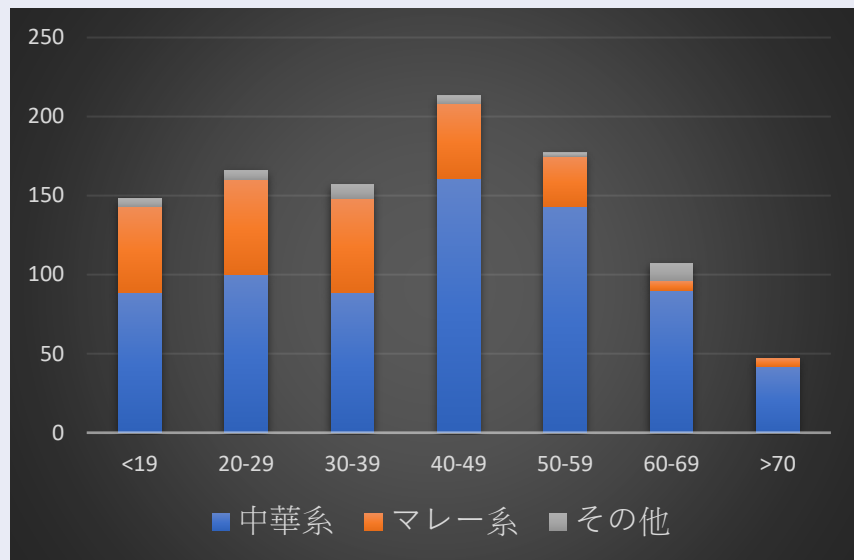
- 調査場所：
MATTA KL、2025年9月
- 方法：
アンケート調査
- 回答者：
JNTOブースの来場者
- 比較対象：
一般来場者 VS 訪日商品購入者

- 主催者：マレーシア旅行業協会（Malaysian Association of Tour & Travel Agent、略称：MATTA）
- 開催会場：[Malaysia International Trade & Exhibition Centre \(MITEC\)](#) (2023年から)
- マレーシア最大規模の旅行博、マレーシアの国内旅行商品に加え、海外旅行商品も販売
- 年2回開催（4月、9月）
- 2026年4月のMATTA旅行博には2000以上のブースと300団体以上が出展



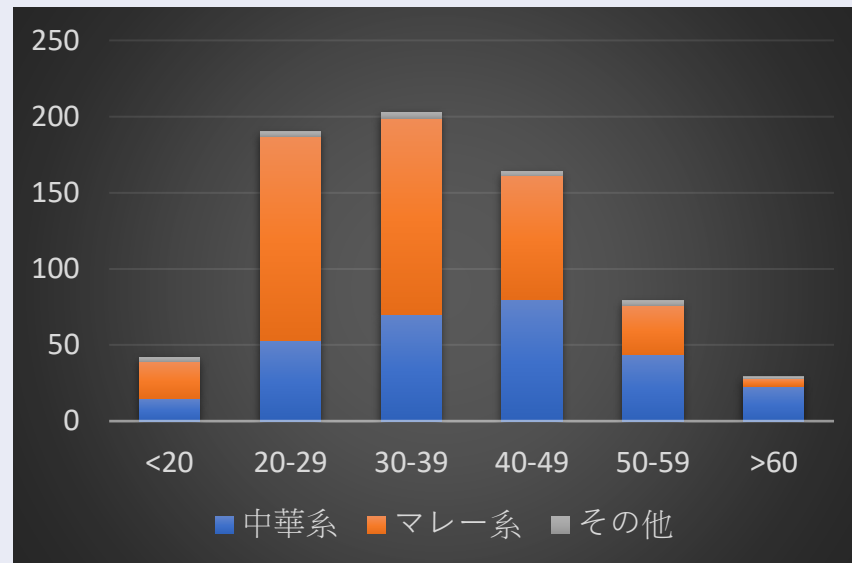
年齢層

訪日商品購入者 (n=977*)



旅行者年齢

一般来場者 (n=733)



回答者年齢

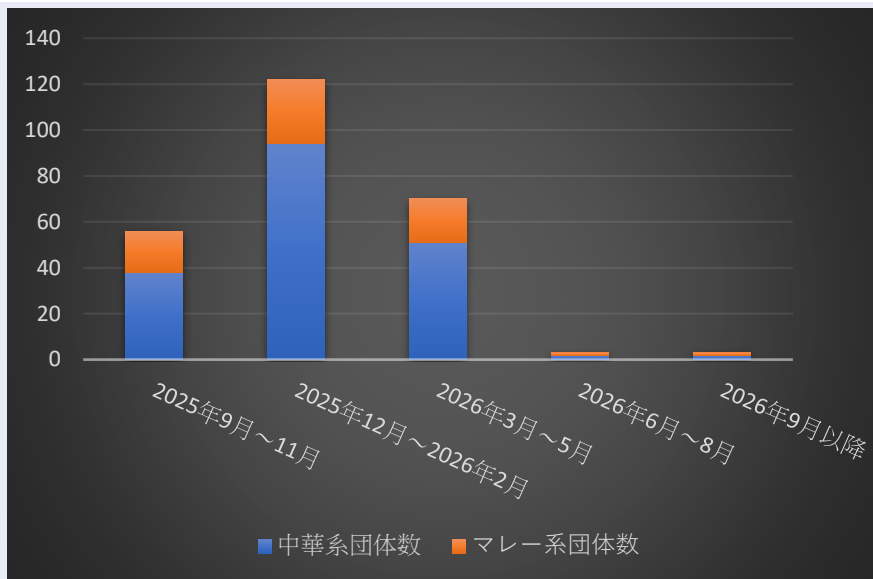
- 一般来場者の年齢は20代～40代が中心で、マレー系の割合が高いが、訪日商品購入者のほうは中華系の割合が高く、旅行者の年齢層が幅広い。

*訪日商品購入者については、アンケート回答者のみでなく、グループメンバー全員の年齢を集計した。

2025年度VJブース来場者旅行傾向

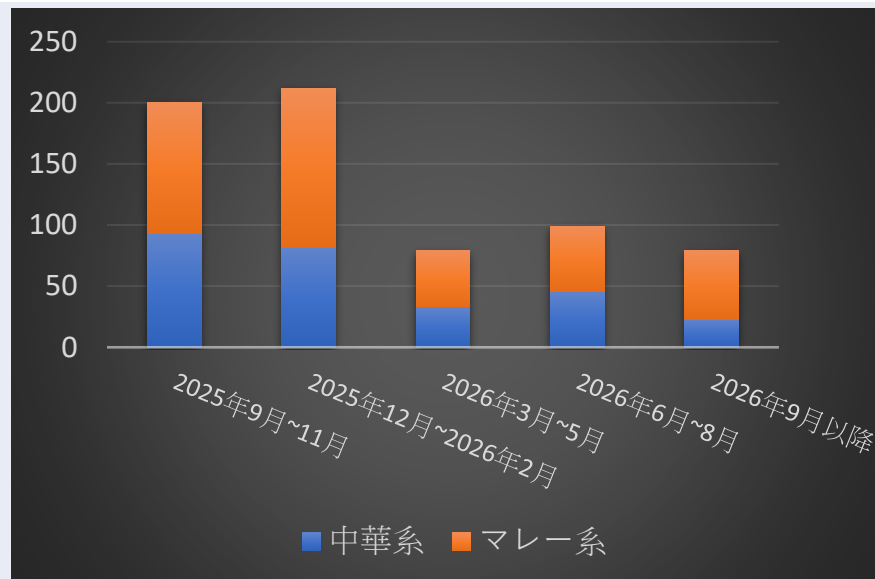
購入した訪日商品の旅行時期

訪日商品購入者 (n=253*)



次回の海外旅行予定時期

一般来場者 (n=690**)



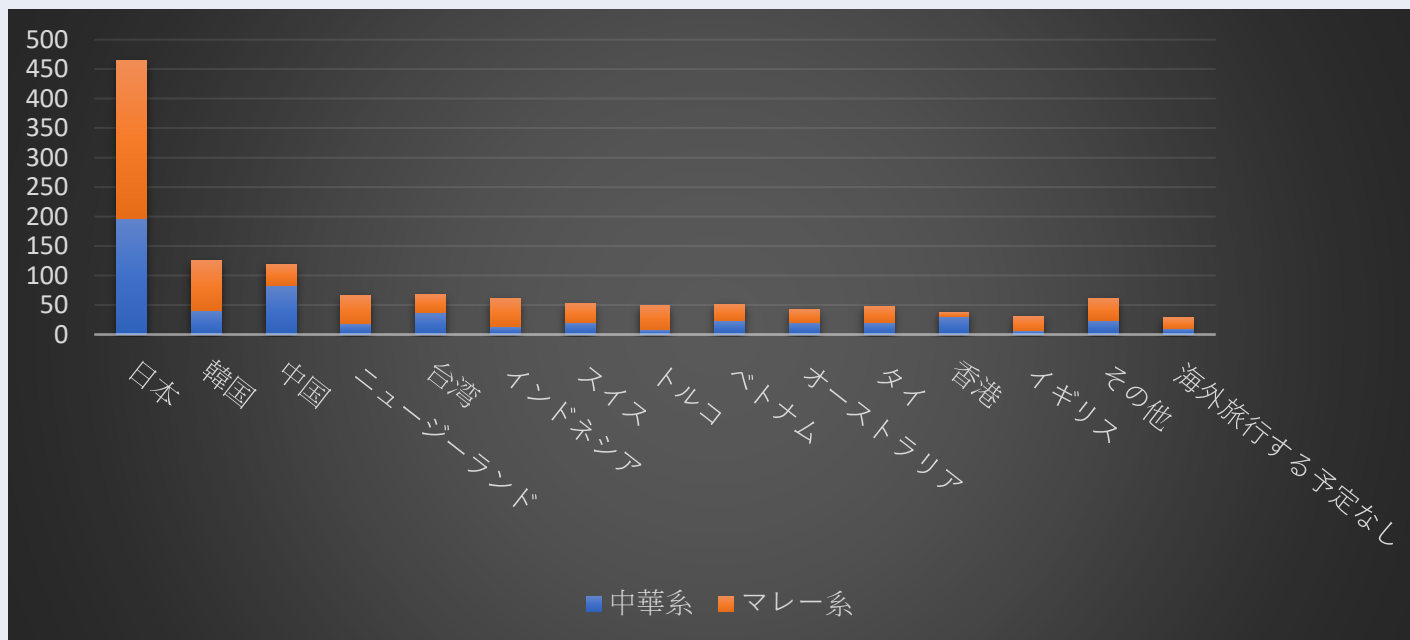
- 一般来場者の次回の海外旅行予定時期は、実際に訪日商品を購入した来場者の旅行時期よりやや早く、**すでにオンラインか前回の旅行博で旅行商品を購入したか、日本以外の国に行く予定がある**と思われる。
- 訪日商品購入者の多くは、**3ヶ月以上先の旅行商品**を購入する傾向が見られる。

*訪日商品購入者については、中華系とマレー系のアンケート回答者の回答のみを集計した。

**一般来場者については、中華系とマレー系の回答のみを集計した。

次回の希望海外旅行先

一般来場者（n=690）

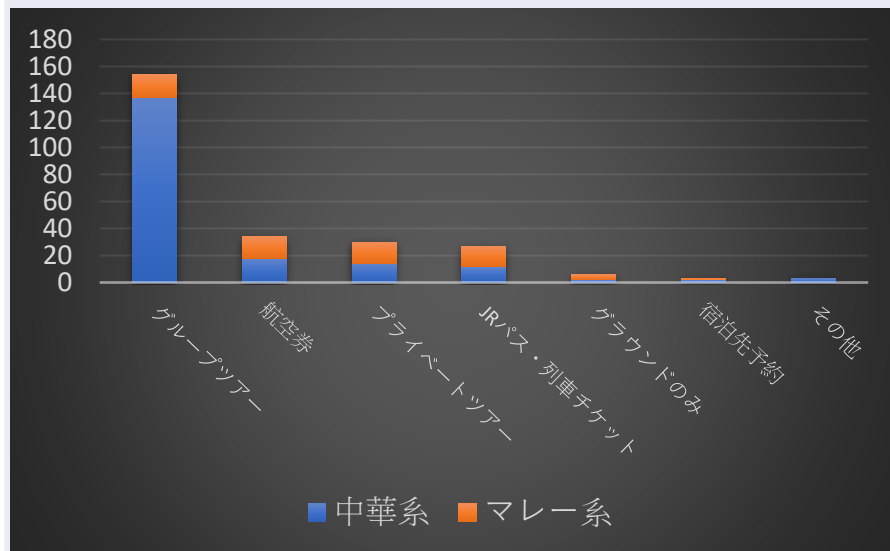


- マレー系の来場者は日本以外に韓国を希望し、中華系は中国を希望している。
- マレー系はK-popの影響で韓国への旅行意欲が高く、中華系は中国のドラマや番組の影響で近年中国への旅行意欲が比較的高い。

2025年度VJブース来場者旅行傾向

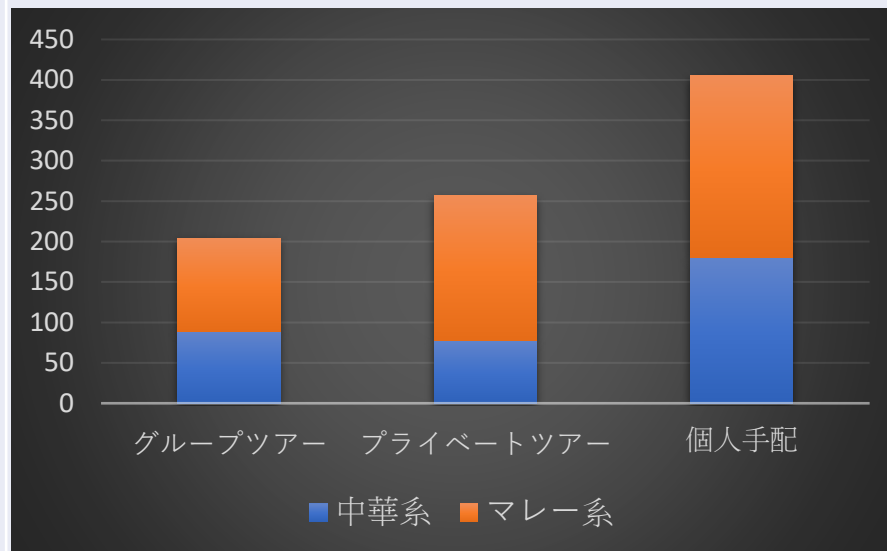
購入した訪日商品の種類

訪日商品購入者 (n=253)



希望する訪日旅行形態

一般来場者 (n=690)



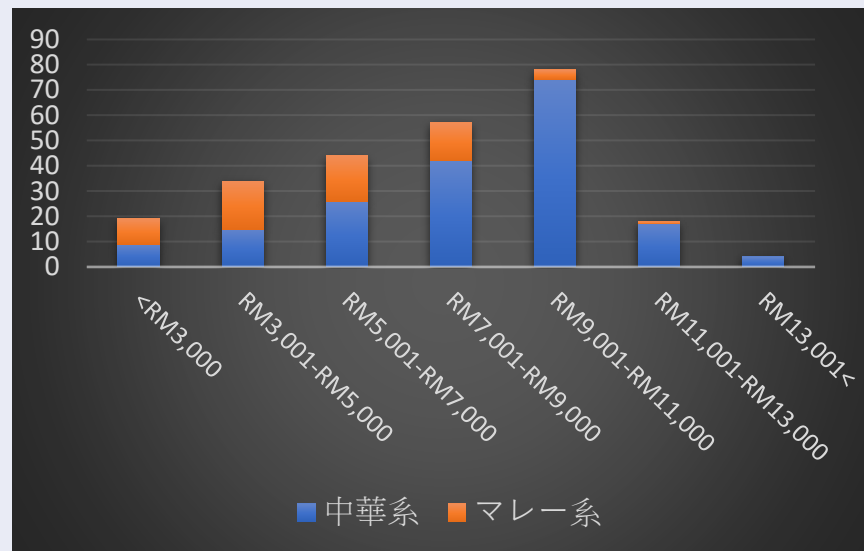
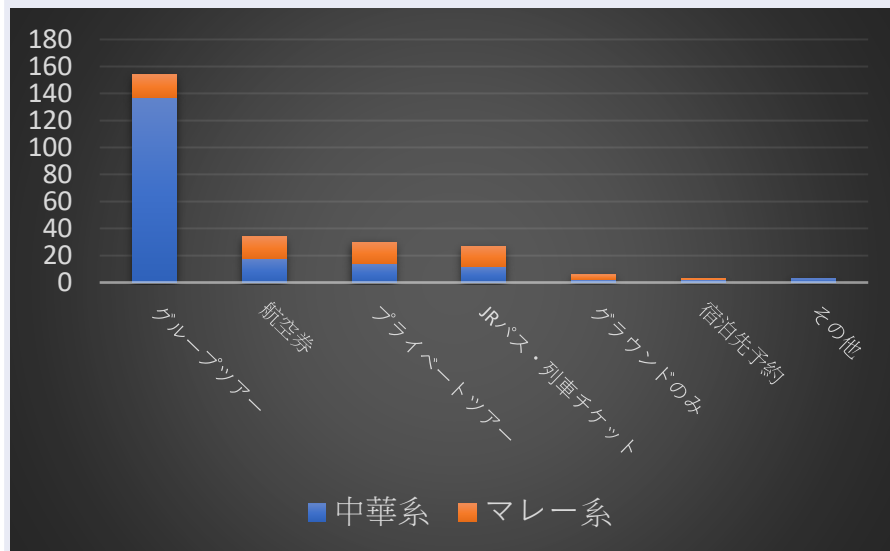
- 訪日商品購入者は、グループツアーを購入した人が多いが、一般来場者はFIT旅行を好む人のほうが多く見られた。
- 一般来場者については、プライベートツアー（家族や知り合いのみのツアー手配）がマレー系に人気があり、今後はFIT旅行とともにマレー系の主な旅行形態になることが予想される。

2025年度VJブース来場者旅行傾向

購入した訪日商品の種類

購入した訪日商品の単価

訪日商品購入者 (n=253)

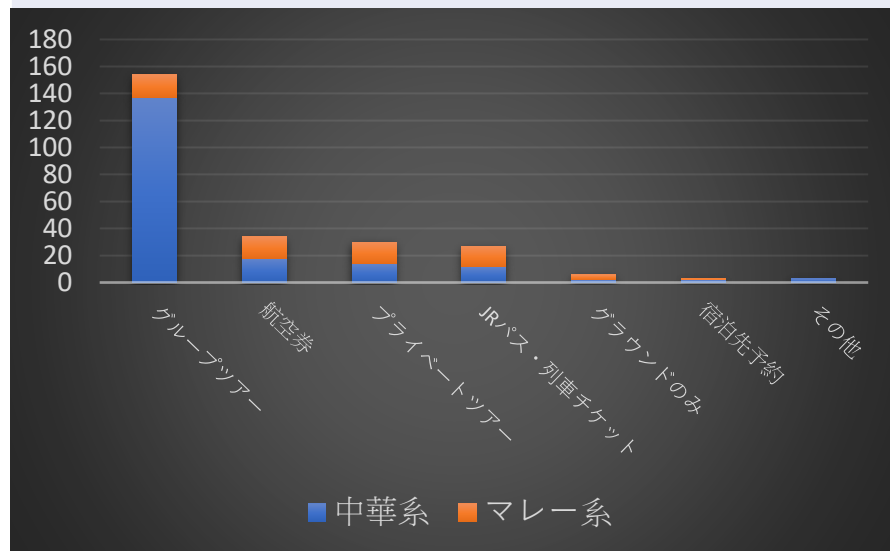


- ・ 訪日グループツアーの価格は主にRM6,001~RM11,000で、各価格帯毎のシェアは右図のような傾向がみられる。
- ・ 航空券、レールパス、宿泊の予約などの旅行単品は基本RM5,000以下になる。
- ・ プライベートツアーとグラウンドのみの一人当たり価格は通常RM5,001以上の傾向がみられる。

2025年度VJブース来場者旅行傾向

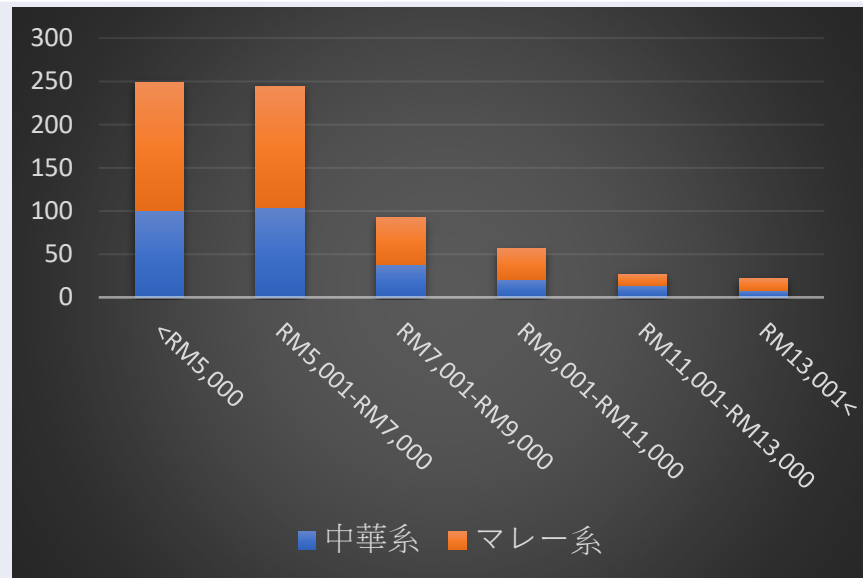
購入した訪日商品の種類

訪日商品購入者 (n=253)



一人当たりの訪日旅行予算

一般来場者 (n=690)

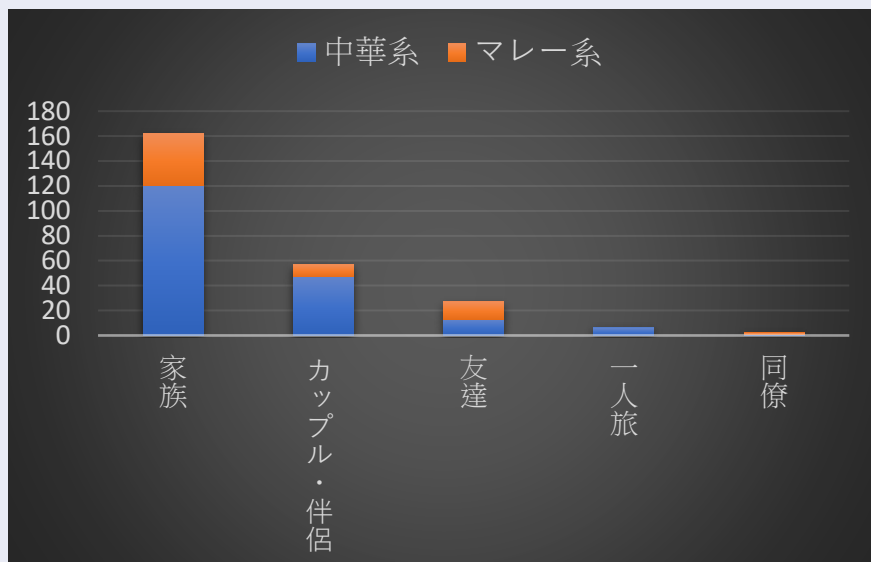


- 購入商品の種類を一般来場者の訪日旅行予算と比較すると、**RM7,000以下の予算を想定する来場者が旅行博でグループツアーを予約する可能性は低く、個人手配で低予算旅行を選ぶ可能性のほうが高い。**
- マレー系は家族と一緒に旅行することが多いので、一般的に一人当たりの予算額を抑える傾向があり、家族全員でグループツアーに参加することは少ないと思われる。**次のページのデータもこの傾向を示している。

2025年度VJブース来場者旅行傾向

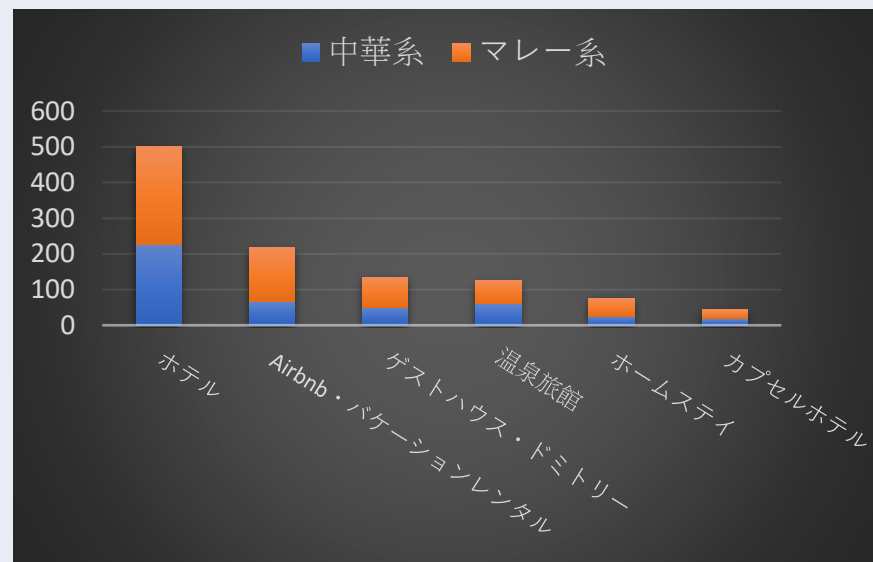
旅行同行者

訪日商品購入者（n=253）



希望の宿泊施設

一般来場者（n=690）

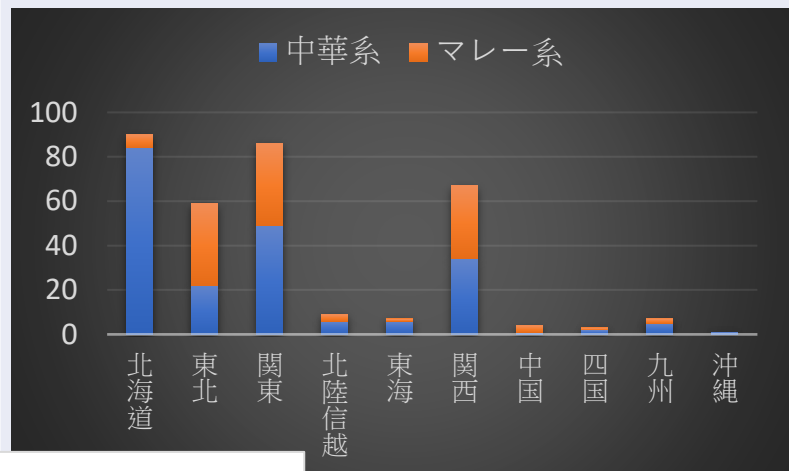


- マレーシア人は基本家族と一緒に旅に出ることが多く、中華系ならカップル単位で旅行する人も多い。
- 宿泊施設は、ホテルを希望する人が最も多いが、マレー系は家族の人数が多いため、旅行予算が低い家族は、より安価で収容人数の多いAirbnbかバケーションレンタルを選ぶ傾向がある。

2025年度VJブース来場者旅行傾向

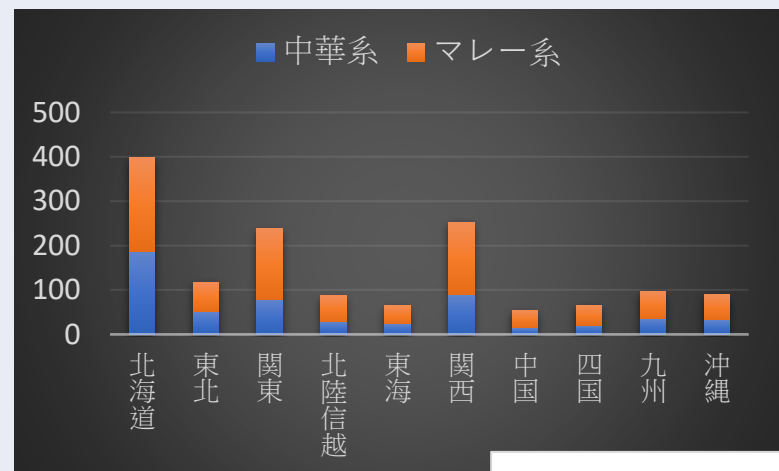
購入した訪日商品の旅行先

訪日商品購入者 (n=253)

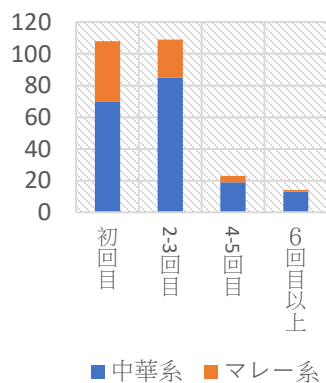


希望の旅行先

一般来場者 (n=690)

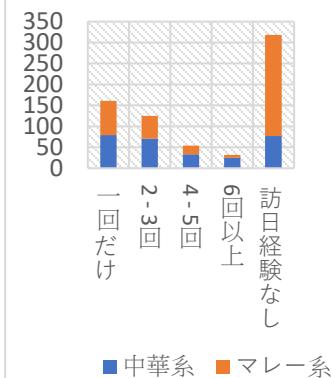


訪日回数



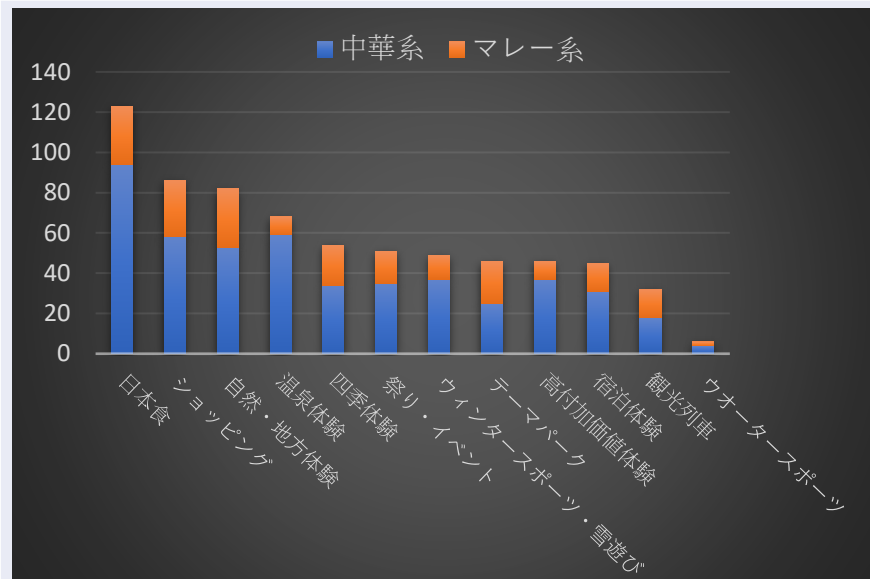
- 訪日商品購入者の旅行先と、一般来場者の希望旅行先は基本一致し、北海道、関東と関西の人气が高い。
- マレー系は、訪日未経験者の割合が高いため、ムスリムフレンドリーなレストランが多い関東と関西に集中している。北海道は雪景色に憧れて、初回の訪日旅行で訪問する人も多い。
- 近年、東北地方は銀山温泉をきっかけに、マレーシア国内で知名度が上がり、訪問意欲も高まっている。

訪日経験

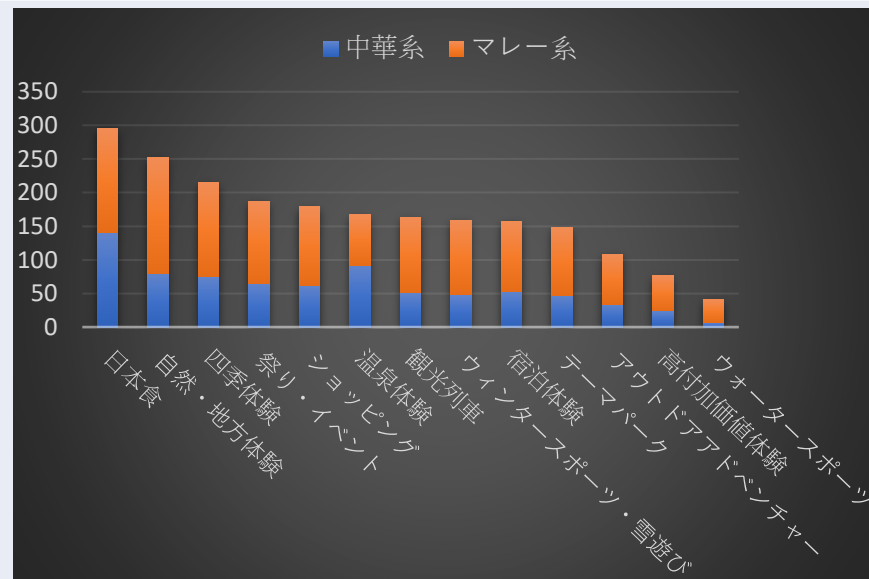


訪日時に期待する観光コンテンツ

訪日商品購入者（n=253）



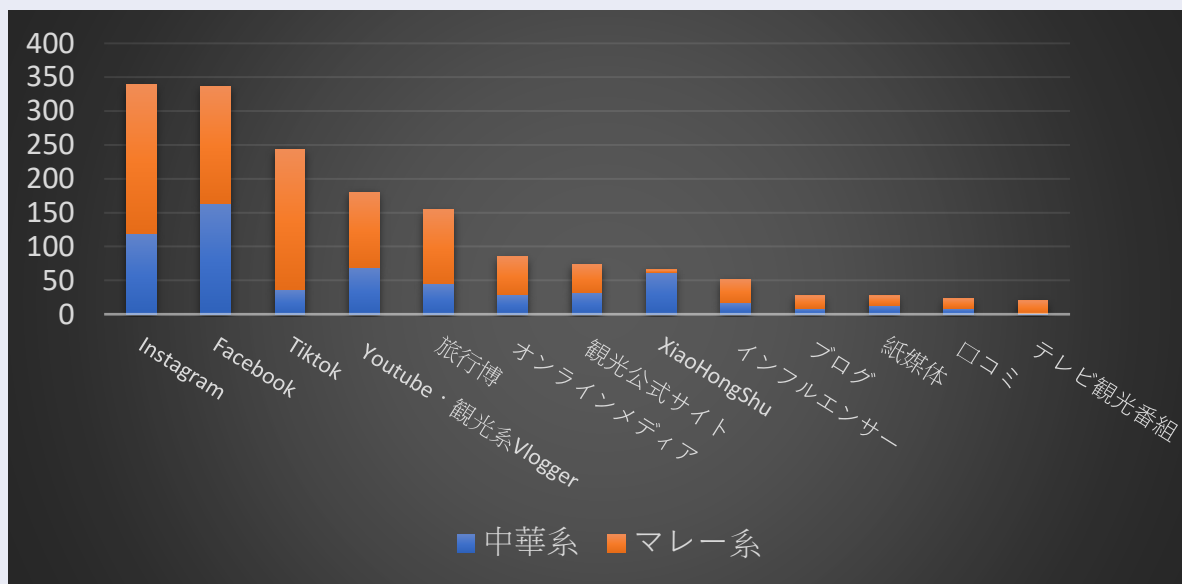
一般来場者（n=690）



- 訪日の際に期待する観光コンテンツについて、訪日商品購入者と一般来場者の間で共通する項目は「日本食」と「自然・地方体験」である。
- マレーシアでは寿司とラーメンが人気で、マレーシア人は日本で本場の日本食を食べたいという希望を持っているが、マレー系は食事制限があり、日本での「食」の選択肢が少ない。食事制限に柔軟に対応してくれるレストランやホテルが日本で徐々に増えているので、今後より多くのマレー系旅行者が気軽に訪日できるだろう。

旅行情報源

一般来場者 (n=690)



- 中華系の旅行情報源は「Facebook」、「Instagram」と「Youtube・観光系Vlogger」だが、マレー系は「Instagram」と「Tiktok」が中心。
- 近年、マレーシア市場で紙媒体とテレビ番組の広告効果は消費者の趣向の変化により縮小傾向にある。代わりに、オンライン宣伝が主要な広告手段になり、オフラインイベントもSNSやYoutube広告を通して告知する傾向がある。