

検索数から見る「春節」動向調査  
～台湾・香港は「雪」、韓国は「温泉」～

アウンコンサルティング株式会社(東証二部:2459、本社:東京都文京区、代表取締役:信太明、以下アウンコンサルティング)は、アジア9拠点で、マーケティング(検索エンジンマーケティングサービス、インターネット広告など)、アセットなどのグローバルコンサルティングを展開しています。また、アジアにおいていち早くSEOを事業化し、2018年6月より21期目を迎えています。

この度は、台湾・香港・韓国の春節における検索動向調査の結果を報告いたします。

東アジア訪日客の道府県別訪問ランキング

中国		台湾		香港		韓国	
都道府県		都道府県		都道府県		都道府県	
1	大阪府	1	大阪府	1	大阪府	1	大阪府
2	東京都	2	東京都	2	東京都	2	福岡県
3	京都府	3	千葉県	3	千葉県	3	京都府
4	千葉県	4	京都府	4	京都府	4	東京都
5	愛知県	5	北海道	5	沖縄県	5	大分県
6	奈良県	6	沖縄県	6	福岡県	6	千葉県
7	山梨県	7	兵庫県	7	北海道	7	沖縄県
8	静岡県	8	奈良県	8	愛知県	8	北海道
9	神奈川県	9	福岡県	9	兵庫県	9	兵庫県
10	北海道	10	長野県	10	大分県	10	長崎県

出典:国土交通省 観光庁「訪日外国人消費動向調査 2017年 年間値の推計」を参考にアウンコンサルティングが加工

訪日客の訪問先上位10位を中国・台湾・香港・韓国で比較すると、中国で主要観光地がランクインしているのに対して、台湾・香港・韓国では九州の観光地が人気です。特に韓国は上位5位以内に「福岡県」「大分県」の2県がランクインしています。韓国における2017年の九州への訪日者数は**219.8万人**(※1)であり、日本全体の韓国人訪日客(**714万人**)(※2)の約30%が九州地方に訪れていることとなります。これは、LCCの新規就航や増便等により個人旅行を中心に増加していることが起因していると考えられます。

今回の調査では、台湾・香港・韓国の訪日者数上位25位までの都道府県の観光地約100カ所をランダムに抽出し、春節の時期の検索数(期間:12~2月)を調査いたしました。

## 台湾・香港では日本語で検索する人のほうが多い？

まず、今回調査していく中で、特に台湾・香港でみられた傾向は、繁体字よりも日本語で検索されている観光地が多いことです。以下に日本語での月間検索数(年間平均)が多い観光地をまとめました。

「軍艦島」に関しては、台湾で有名な旅行サイト「雄獅旅遊(ライオントラベル)」において、繁体字の「军舰岛」ではなく日本語の「軍艦島」で紹介されています。漢字と繁体字では、文字の形が似ており、同じ意味を示す言葉だと理解しやすいことが、日本語での検索が多い要因として考えられます。一方で、三重県の「なばなの里」のように、ひらがなの多い表記のものは、日本語よりも繁体字での検索数が多い傾向にあります。

なお、「軍艦島」の検索数に関しては、観光名所としての検索の他、2017年に公開された韓国の「군함도(軍艦島)」という映画の影響により、検索数が伸びていると思われます。

今回の調査では日本語での検索数も踏まえて調査結果を報告いたします。

	台湾		香港	
	繁体字	日本語	繁体字	日本語
軍艦島	267	26,396	186	4,534
石垣島	338	20,415	305	14,932
明治神宮	93	12,419	132	2,373
金閣寺	39	10,720	124	2,267
通天閣	15	7,097	45	2,049
兼六園	12	5,994	18	963
洞爺湖	35	5,284	79	2,512
奈良公園	48	4,129	66	2,147
小豆島	9	3,870	47	2,429
伊勢神宮	33	3,630	37	1,230
出雲大社	16	3,396	32	869
小樽運河	14	3,377	14	757
海遊館	12	3,308	25	1,611
奄美大島	15	2,583	13	510
金刀比羅宮	30	2,460	16	868
屋久島	16	2,023	74	3,500
鳥取砂丘	6	1,420	10	1,530
岡山城	0	954	0	311
竹富島	40	651	41	643

※Google AdWords キーワードプランナーツール利用による検索数データ

## 春節の時期(12～2月)に検索数の多い観光地

2018年の1年間の月間平均検索数と、2017年12月～2018年2月の月間平均検索数を比較し、増加率が50%を超えている観光地は以下の通りです。温泉観光地の検索数が全体的に伸びており、特に韓国人の温泉観光地への関心が高い傾向にあります。これは、気候と韓国の温泉文化が関係していると考えられます。韓国は真冬にはマイナス10度を下回るほどの寒波に見舞われるため、日本の寒い地域の観光地への関心は低いようです。また、前述したように韓国は九州地方への訪日客が多い傾向にありますが、検索数でもその傾向は現れており、特に冬の時期は熊本県の「黒川温泉」、大分県の「別府温泉」や「由布院温泉」などの温泉地への関心が高いことが分かりました。

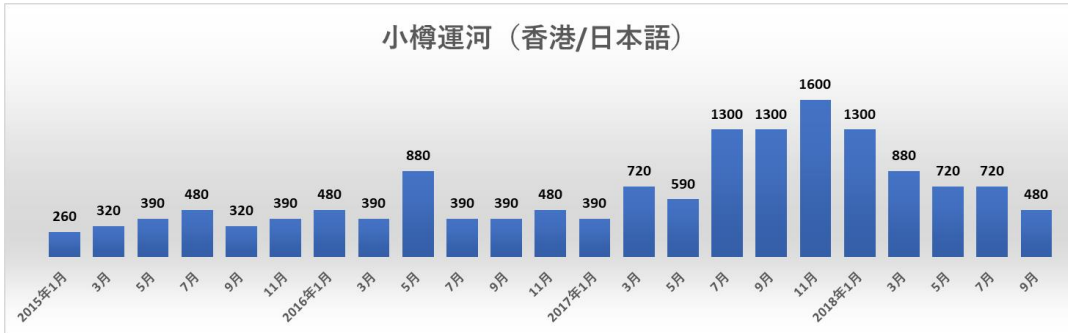
一方、台湾・香港は冬に雪が降らないためか、北海道の「小樽運河」や、長野県の「地獄谷野猿公苑」、岐阜県の「白川郷」など、積雪の多い観光地への関心が高いことが分かります。

	台湾	香港	韓国
	日本語	日本語	韓国語
下呂温泉			156%
軍艦島	90%	103%	
黒川温泉			217%
小樽運河	62%	80%	
地獄谷野猿公苑	60%	86%	
白川郷		62%	
別府温泉	76%	67%	93%
由布院温泉			66%

※Google AdWords キーワードプランナーツール利用による検索数データ

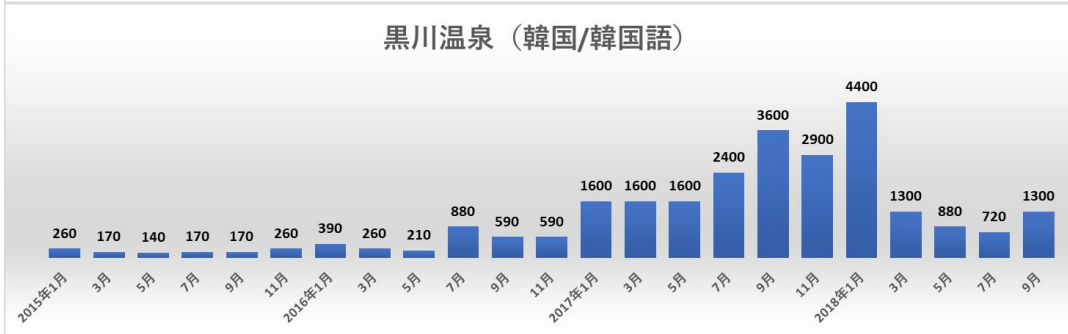
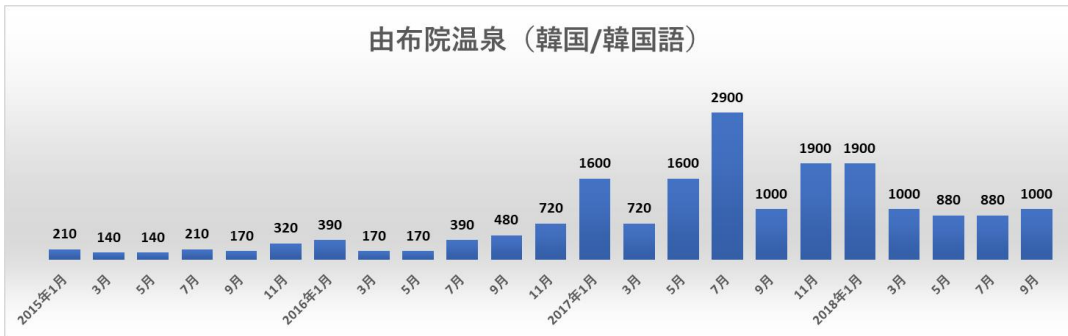
## 3年間で検索数の増えた観光地

12～2月に検索されている観光地を2015年と2018年で比較して、検索数の増加率が高いものをピックアップしました。まず、北海道の「小樽運河」です。日本語検索において、3年前と比較して台湾で3倍、香港で4倍に増加しています。台湾では2016年9月に小樽運河をロケ地とする日本映画、「Love Letter」が20年ぶりに放映されました。それ以降、「Love Letter」のロケ地巡りとして小樽運河を紹介している観光サイトが見受けられたことから、このようなロケツーリズムも一つの影響として考えられます。また、北海道は2017年2月に「北海道インバウンド加速化プロジェクト」を実施しており、その中で2020年を目処に外国人観光客を500万人にするという目標を掲げています。2020年に向けて今後も検索数は増加していくことが推測できます。



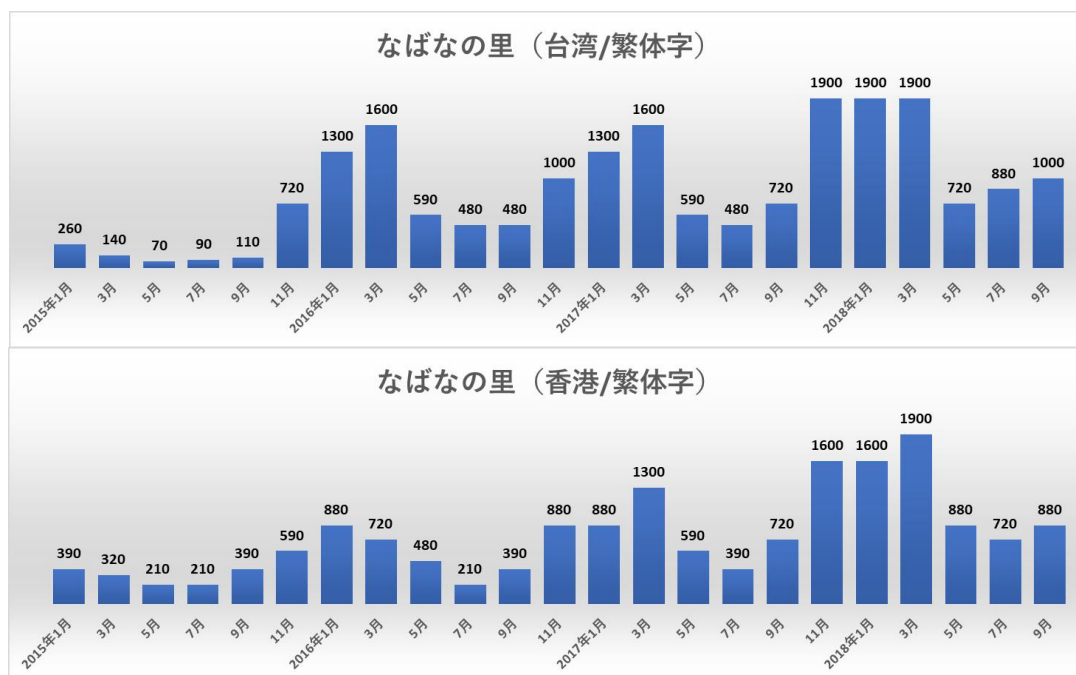
※Google AdWords キーワードプランナーツール利用による検索数データ

また、韓国での冬の温泉地への関心の高さについて述べましたが、大分県の「由布院温泉」、熊本県の「黒川温泉」のような九州地方の温泉観光地域への関心の高まりはここ3年間で急激に伸びていることが分かりました。



※Google AdWords キーワードプランナーツール利用による検索数データ

三重県の「なばなの里」も、ここ3年間で関心が高まっているようです。なばなの里では10月中旬から5月までイルミネーションを点灯していることや、TripAdvisorの「外国人に人気の観光スポット2017」にも選出されたことで注目が集まっているようです。また、観光情報サイトでは「名古屋から近い」などと紹介され、大阪から東京へのゴールデンルートのからのアクセスも良いため関心が高まっていることが1つの要因として挙げられます。



※Google AdWords キーワードプランナーツール利用による検索数データ

## キーワードは「自国にない文化や体験」

台湾・香港の「雪」と韓国の「温泉」で共通していえることは、自国にない文化や体験を求めている点です。雪が身近ではない台湾・香港の訪日客は、「白川郷」への宿泊や温泉に入るニホンザルといった日本の観光地でしかできない経験は価値が高いと考えていると思われます。また、もともと温泉に入る文化があるものの、日本ほど観光地として温泉地が確立していない韓国人にとって日本の天然温泉への旅行は経験価値が高いものといえます。

2019年の春節は2/4(月)から2/12(火)です。訪日プロモーションを行うには、自社サービスの訴求ポイントを考えるのはもちろんのこと、対象国の文化を深く理解し、ターゲットに対して、どのような価値を与えることができるのかを考えることが大切です。

【アウンコンサルティングのインバウンドプロモーション支援について】

[https://www.auncon.co.jp/web\\_promotion/](https://www.auncon.co.jp/web_promotion/)

調査概要

## 【調査主旨】

検索数から見る「春節」動向調査

## 【調査要綱】

対象の国と地域：台湾、香港、韓国

調査日：2018年11月1日～2018年11月22日

調査対象時期：2014年～2018年

プレスリリース本文中に出てくる各社サービス名称は、各社の登録商標または商標です。

本プレスリリースをご掲載される場合、『アウンコンサルティング調べ』とご記載の上、弊社までご連絡をお願いいたします。

## 【出典】

・国土交通省 観光庁 「訪日外国人消費動向調査 2017 年年間値」

<http://www.mlit.go.jp/kankocho/siryou/toukei/syouthityousa.html>

・国土交通省 九州運輸局ホームページ 「九州への外国人入国者数の推移について」(※1)

<http://www.tb.mlit.go.jp/kyushu/content/000032430.pdf>

・日本政府観光局(JNTO) 「国・地域別 / 目的別 訪日外客数(2003 年～2018 年)」(※2)

[https://www.jnto.go.jp/jpn/statistics/since2003\\_tourists.pdf](https://www.jnto.go.jp/jpn/statistics/since2003_tourists.pdf)



**アウンコンサルティング株式会社**

### [事業内容]

東京、沖縄、台湾、香港、フィリピン、タイ、ベトナム、シンガポール、韓国のアジア 9 拠点で、SEO、PPC(リスティング広告)、ソーシャルメディア、リサーチなどのグローバルマーケティング事業及びアセット事業を展開

[設立] 1998年6月8日

[本社] 東京都文京区後楽 1-1-7 グラスシティ後楽 2F

[代表者] 代表取締役 信太明

[資本金] 341,136 千円 (2018年2月末現在)

[URL] <https://www.auncon.co.jp>

### [プレスリリースに関するお問合せ]

広報担当 金井 TEL:03-5803-2776 /MAIL:pr@ auncon.co.jp