

## アジア 10 カ国の親日度調査

～中国の親日度上昇は継続、しかし台湾・香港で下降？～

アジア 8 拠点で、マーケティング (SEM (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するアウンコンサルティング株式会社 (東証マザーズ: 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、このたび、アジア 10 カ国を対象に、親日度とそれに関連するデータを調査いたしました。

※アジア 10 カ国には国と地域を含みます。

## アジア 10 カ国の親日度調査

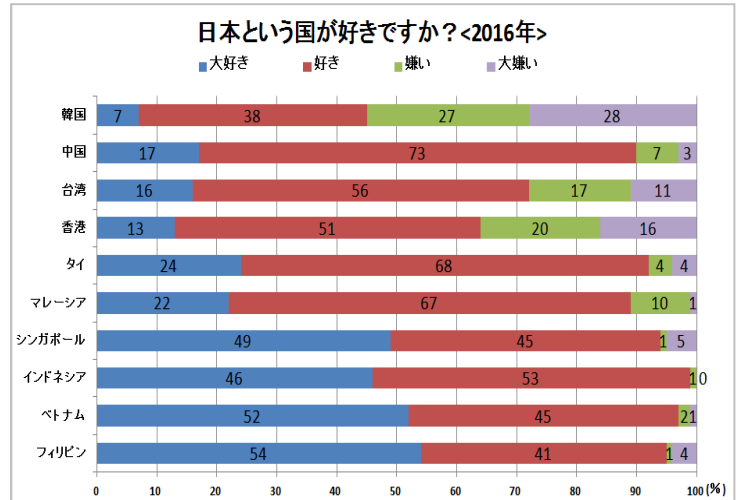
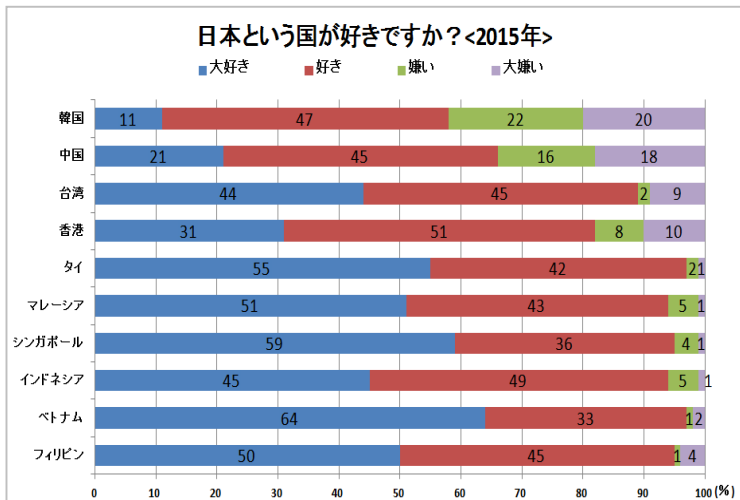
2015 年の訪日外国人観光客数は 1973 万人を突破し、前年比 47.1% 増と過去最高の伸びを記録しました。2016 年も増加傾向は変わらず、1 月から 5 月の 5 ヶ月間で 972 万人を超え、年間では 2000 万人を超えると予想されています。日本政府が訪日外国人観光客数の目標を、2020 年に 4000 万人、2030 年には 6000 万人と策定したことを受けても、今まで以上にインバウンド市場の盛り上がりが見込まれます。アウンコンサルティングでは、訪日観光客の中でも割合の多いアジア各国・地域の人々が日本に対してどのような感情を持っているのかアンケートを実施、また、昨年行った同調査と比較し、アジア各国・地域の人々の日本に対する意識が、どのように変化したのかを調査いたしました。

### ■日本という国について

「日本という国が好きですか?」という質問に対し、韓国・台湾・香港で「大好き・好き」の回答が昨年より 10% 以上低下しました。特に台湾で「大好き」と回答した人が 28% 低下しています。2014 年から 2015 年にかけても低下傾向であるため、今後も日本に対し好感を持つ人が減少してしまう懸念があります。

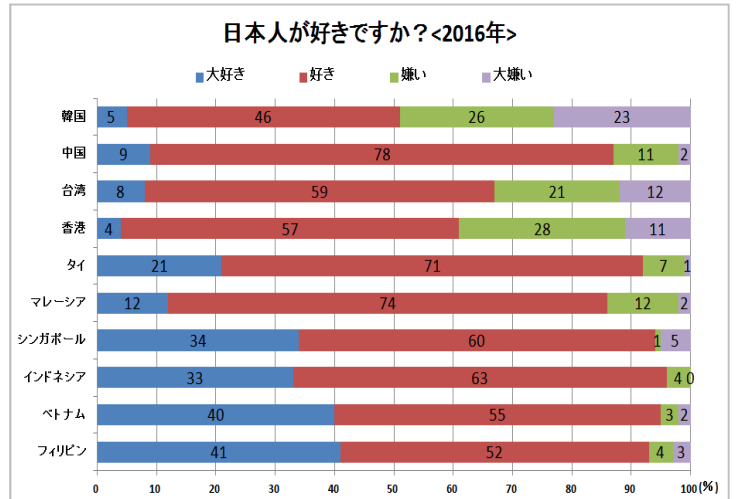
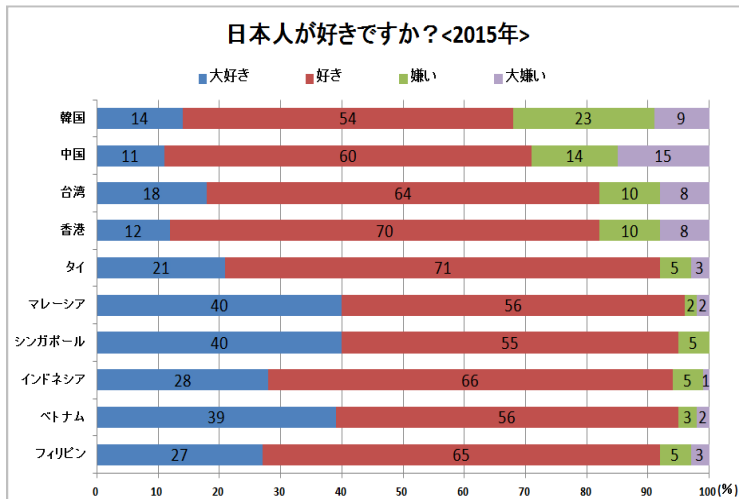
しかし、中国では逆に「大好き・好き」の回答が昨年より 24% 増加しています。2015 年の流行語にもなった「爆買い」は、主に中国人観光客に対して使用されたものであり、ビザ緩和以降多くの人が日本へ訪れたことも日本への好感度上昇に起因していると考えられます。

東南アジア地域は、「大好き・好き」と「嫌い・大嫌い」の二つに分けた回答でみれば前年と大きく数字が変わった地域はありません。しかし、タイ・マレーシアについては「大好き」の回答がそれぞれ前年より 31% 減、29% 減となっています。特にタイは台湾同様、2014 年から 2015 年にかけても低下傾向にあったため、今後の動向に注視する必要があります。



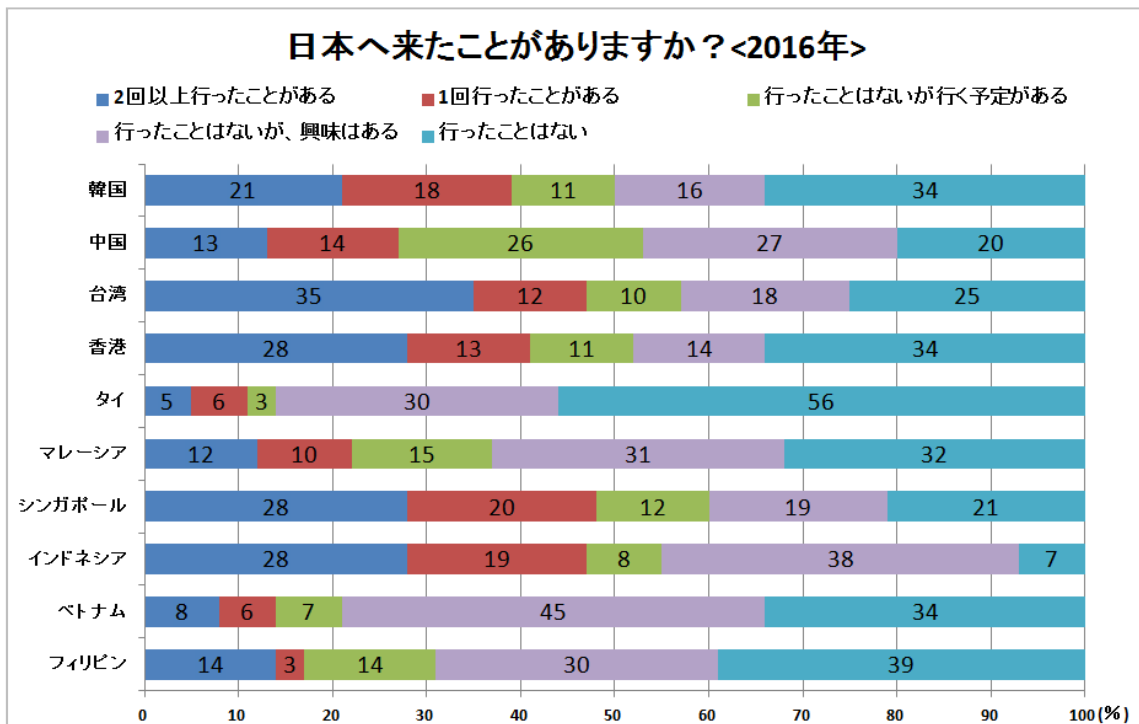
## ■日本人について

「日本人が好きですか？」という質問に対し、韓国では大きな変化があり、昨年は「大好き・好き」と答えた人は68%でしたが、今年は51%と17%低下し、「大嫌い」と答えた人が14%増加しています。その他、「大好き・好き」の割合が低下し、「嫌い・大嫌い」の割合が10%以上変動したのは中国・台湾・香港・マレーシアであり、一つ目の質問である「日本という国が好きですか？」と同傾向の結果となりました。昨年は国に対しては否定的でも人に対して好感を持っている国が多くありましたが、今年はそういった違いがほとんどなく、国と人に対する感覚に違いが無くなっている傾向となりました。



## ■日本への旅行・訪問について

昨年までは「日本へ旅行に行きたいですか？」という質問でしたが、訪日外国人が増加している現状を受け、今年は「日本に来たことがありますか？」という質問に変更しました。今回のアンケートで2回以上訪問している人が最も多い地域は台湾であり、35%となりました。逆に最も少ないのはタイ5%で、「訪日経験あり」「訪日予定あり」「興味あり」といった好感を持った回答が44%と最も低い結果となりました。上記3回答をあわせた好感を持った回答が多かったのはインドネシアで、93%が日本への訪問に対して好感を持っているという結果となりました。インドネシアは今回の調査で国・人に対して「嫌い・大嫌い」と回答した人の割合も最も少なく、親日的な国であるといえます。



尚、今回はアンケートに自由回答欄を設け、実際に行った都道府県もしくは行ってみたい都道府県についても以下の通り記載がございました。1 回以上の訪問経験のある国は複数の都市に行っている傾向がございます。

【どこの地方へ訪れたか<自由回答> 一部抜粋※】

・韓国

「東京、大阪、神戸、大分、福岡、北九州、京都」

・中国

「福岡、東京、金沢、大阪、名古屋」

・台湾

「北海道、東京、大阪、九州」

・香港

「九州、東京、大阪、沖縄」

・タイ

「東京、大阪、京都」

・マレーシア

「東京」

・シンガポール

「東京、静岡、京都、大阪、奈良、姫路市、広島県、岐阜県、千葉県、宮崎など」

・インドネシア

「新潟、京都、大阪、東京」

・ベトナム

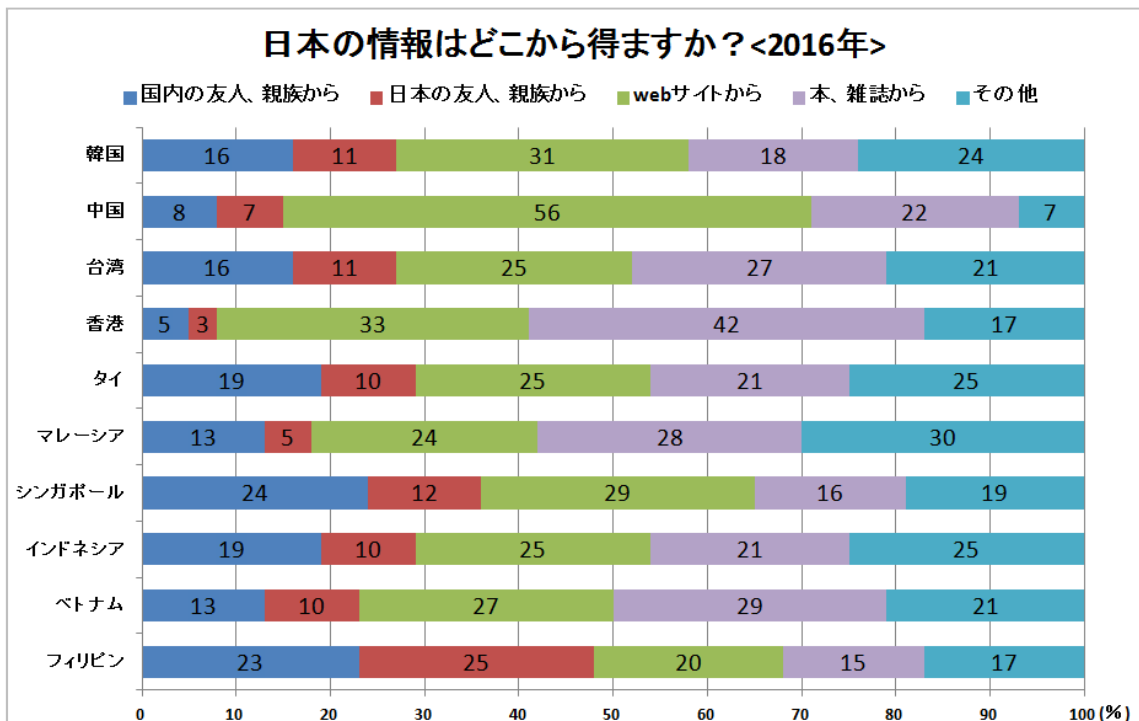
「東京」

・フィリピン

「東京」

## ■日本の情報を得る手段

昨年までは「日本に行きたい理由は何ですか?」という訪日前の質問でしたが、前述の質問同様訪日外国人増加の現状を受け、今年は「日本の情報はどこから得ますか?」という質問に変更しました。「国内の友人・親族」や「日本の友人・親族」から直接情報を聞いている人の割合は平均 26%程度と低い結果になりました。フィリピンは、「国内の友人、親族から」と「日本の友人、親族から」を合わせた回答が 48%あり、信頼できる人からの情報を重視している傾向があります。全体で見ると、最も多い回答だったのは「webサイトから」や「本・雑誌から」という回答であり、この 2 回答合計で 40%以上となる国が多い結果となりました。特に中国は「web サイトから」という回答が 56%となり、微博(ウェイボ)や人人网(レンレンワン)といった SNS を始めとした web サイトの活用が活発であることがわかります。今回はその他の自由回答に追加して、「web サイトを見ている場合は、どのようなサイトか」「本・雑誌を見ている場合はどのような本か」という自由回答欄も設置したため、以下にて回答の一部を記載致します。



### 【「どんな web サイトを見ていますか」自由回答(※一部抜粋)】

・韓国

「グーグル、NAVER、Dram」(検索サイト)

「Air With」(SNS)

・中国

「知乎、微博」(SNS)

「Facebook、sina weibo(微博)、douban.com」(SNS)

・台湾

「旅行サイト、Facebook」

・香港

「蘋果日報」(情報サイト)

「Google、Yahoo」

・タイ  
「Google」  
「Youtube」  
・マレーシア  
「www.japan-guide.com」  
「Facebook」  
・シンガポール  
「Facebook、Instagram、snapchat」  
・インドネシア  
「https://tokyocheapo.com/」  
「Tumblr、BuzzFeed、YouTube」  
・ベトナム  
「Facebook」  
・フィリピン  
「Facebook、japan-guide.com」

【「どんな本・雑誌を読んでいますか」自由回答(※一部抜粋)】

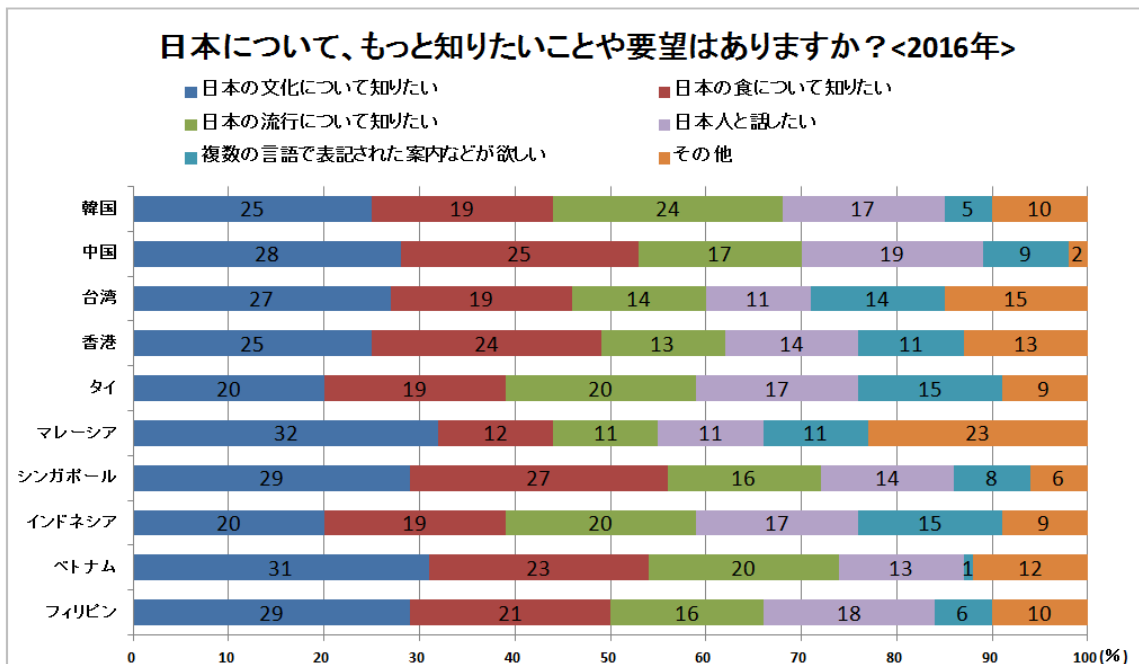
・韓国  
「歴史の本新聞」  
・中国  
「知日」(雑誌・現在廃刊)  
「HK walker」(雑誌)  
・台湾  
「るるぶ誌」  
・香港  
「明報」(新聞)  
「旅行雑誌」  
・タイ  
※特に回答無し  
・マレーシア  
「新聞」  
・シンガポール  
「Cleo」(雑誌)  
・インドネシア  
「Tempo」(新聞、雑誌)  
・ベトナム  
「トゥオイチエー」(新聞)  
・フィリピン  
「旅行雑誌」

【その他(自由回答)への回答(※一部抜粋)】

- ・韓国
- 「学校教育、マスコミ」
- ・中国
- 「日本のドラマ、映画」
- ・台湾
- 「テレビ、ニュース」
- 「演歌をよく聞いている」
- ・香港
- 「日本武道サークル」
- 「テレビ」
- ・タイ
- 「テレビ」
- 「日系企業で働いていた」
- ・マレーシア
- 「宝塚歌劇団が好きだから」
- ・シンガポール
- 「映画、テレビ番組」
- ・インドネシア
- 「日本大使館」
- 「アニメ」
- ・ベトナム
- 「テレビ」
- ・フィリピン
- 「船員として働いていた」

■日本についてもっと知りたいこと、日本への要望

今年は、訪日外国人の訪日目的とニーズを知るため、「日本についてもっと知りたいことや要望はありますか?」という質問を追加致しました。この質問に対し、「日本の文化について知りたい」という回答が約30%、次いで「日本の食について知りたい」という回答も約20%と、この2回答で約50%の回答となっています。一つ目の質問「日本という国が好きですか」と二つ目の質問「日本人が好きですか」で日本国・日本人に対する好感度が上がっていた中国は、「日本人と話したい」という回答が19%と最も多く、一つ目と二つ目の質問で中国と逆に好感度が下がっていた台湾は、同回答が11%と最も少ない結果となりました。その他の回答として、多くの国では「マンガやアニメについて知りたい」という回答が多くあり、クールジャパンの主軸でもある近代文化についての要望が多くみられました。タイからは「飛行機代を安くしてほしい」という要望もあり、2013年7月以降ビザの緩和により訪日しやすい環境にはなっていますが、飛行機代の部分でまだ改善の余地があるようです。その他の回答については、以下にて一部抜粋したものを記載致します。



【その他(自由回答)への回答(※一部抜粋)】

・韓国

「美味しい店、伝統的な食べ物」

・中国

「教育、科学技術」

「中国語のガイドブック」

・台湾

「生活、考え方、飲食文化、茶道」

「Naruto(マンガ)」

・香港

「マンガ、ガンダム、天ぷら、ラーメン、和牛」

・タイ

「日本語の書き・読み・会話」

「飛行機大をもっと安くしてほしい」

・マレーシア

「日本のロボットテクノロジー」

・シンガポール

「ゲームや漫画のニュース」

「誠心誠意」

・インドネシア

「アニメ、マンガ、ゲーム」「オタク文化」

・ベトナム

「日本のケーキ、有名なバー、日本の服(美しいドレスやスカートの流行)」

・フィリピン

「日本製品、車」

」

《2015年7月15発表の親日度調査》

<https://www.globalmarketingchannel.com/press/survey20150715>

《2014年8月26発表の親日度調査》

<https://www.globalmarketingchannel.com/press/survey20140826>

《2012年11月6日発表の親日度調査》

<http://www.globalmarketingchannel.com/press/2012110602>

## 調査概要

### 【調査主旨】

アジア 10 カ国の親日度調査

### 【調査要綱】

- ・ 対象の国と地域: 韓国、中国、台湾、香港、タイ、マレーシア、シンガポール、インドネシア、ベトナム、フィリピン
- ・ 調査期間: 2016年6月17日～2016年7月4日
- ・ 対象: 対象の国と地域の各100名、18歳以上の男女
- ・ 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】

- ・ 訪日外国人観光客数: 日本観光局(JNTO)発表資料より  
[http://www.jnto.go.jp/jpn/statistics/data\\_info\\_listing/index.html](http://www.jnto.go.jp/jpn/statistics/data_info_listing/index.html)
- ・ 国土交通省 観光庁「明日の日本を支える観光ビジョン」  
<http://www.mlit.go.jp/common/001126601.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、シンガポール、韓国のアジア 8 拠点で、マーケティング (SEO、PPC(リスティング広告)など)、アセットなどのグローバルコンサルティング事業を展開

[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 (2016 年 5 月末現在)

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

[沿革]

1998 年 6 月	千葉県松戸市で設立
1998 年 9 月	福島県福島市へ本社移転
1999 年 10 月	SEO コンサルティングを開始
2001 年 1 月	東京営業所を東京都文京区に開設
2002 年 11 月	PPC(リスティング)広告を販売開始
2002 年 4 月	東京都文京区に本社移転
2005 年 11 月	東京証券取引所マザーズ市場上場
2006 年 12 月	沖縄支店を沖縄県那覇市に開設
2008 年 4 月	タイ・バンコクに現地法人設立
2010 年 6 月	台湾・台北に現地法人設立
2010 年 9 月	香港、韓国・ソウルに現地法人設立
2010 年 11 月	シンガポールに現地法人設立
2015 年 6 月	フィリピンに現地法人設立

[プレスリリースに関するお問合せ]

広報担当 七原 TEL:03-5803-2776 /MAIL:pr@ auncon.co.jp(ただし、@は半角)