

**【世界6カ国】アフターコロナに向けた意識調査
訪日客回復時期はコロナ収束後1年半程度かかる見通し
海外向けプロモーションは販促よりも認知施策が重要**

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」という)は、国内外の拠点でマーケティング事業(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)、アセット事業(女性向け投資教育サービス)などのグローバルコンサルティング業を展開しています。また、アジアにおいていち早くSEOを事業化し、2021年6月より24期目を迎えています。

この度、新型コロナウイルス感染症収束後の訪日外国人の動向予測を目的として、訪日客数の多い国と地域【中国】【台湾】【香港】【韓国】【タイ】【アメリカ】に向けて、アンケート調査を実施いたしましたのでご報告いたします。

新型コロナウイルス感染症が収束したら日本に行きたいですか？

この度、中国・台湾・香港・韓国・タイ・アメリカに向けて、新型コロナウイルス感染症収束後の訪日意欲や、日本に対する印象など、以下の項目でアンケートを実施しました。

※今回から調査対象国としてタイ・アメリカを追加

※N数=各国(地域)200以上(N数が不足しているため、参考値としてご確認ください)

1. 新型コロナウイルス感染症が収束したら日本に行きたいですか？
2. 日本にはいつ頃行きたいですか？
3. 新型コロナウイルス感染症の流行前と後で日本に対する印象は変化しましたか？
4. 新型コロナウイルス感染症の流行前と変わらず、ECサイトを通して日本の商品を買っていますか？
5. 今まで買ったことのある日本製品を教えてください。

「新型コロナウイルス感染症が収束したら日本に行きたいですか？」という質問にはアメリカ以外の5カ国で「行きたい」が過半数を占める結果となりました。

しかし、前回調査(<https://www.auncon.co.jp/corporate/2020/0623.html>)と比較すると、調査した中国・台湾・香港・韓国では「行きたい」の回答率が減少し、中でも韓国では-34.7%と大きく変動しました。

■「行きたい」の回答率

・中国:87.9%→77.4%(-10.5%)

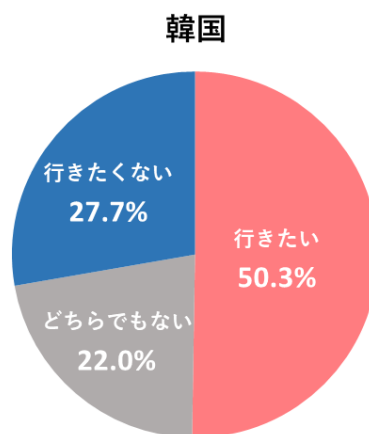
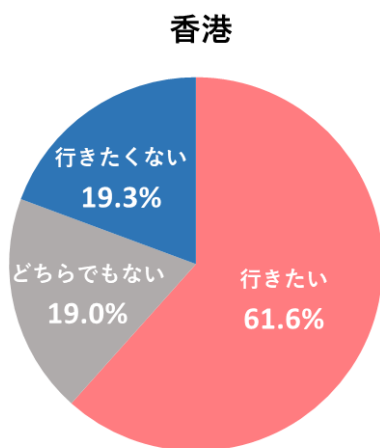
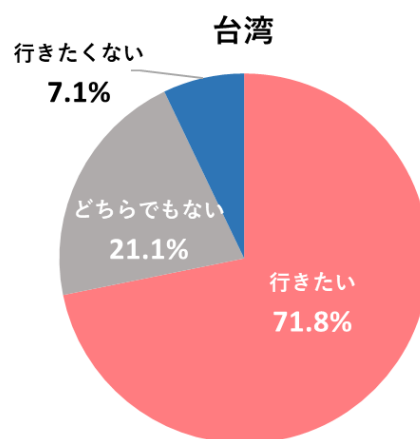
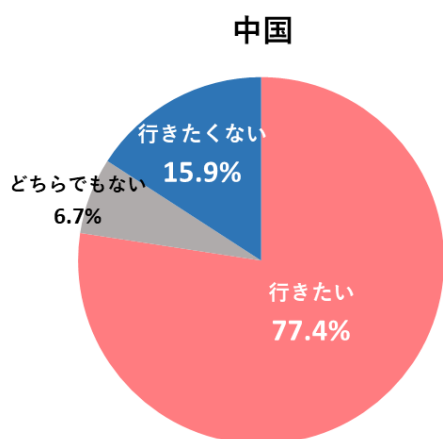
・台湾:92.9%→71.8%(-21.1%)

・香港:96.0%→61.6%(-34.4%)

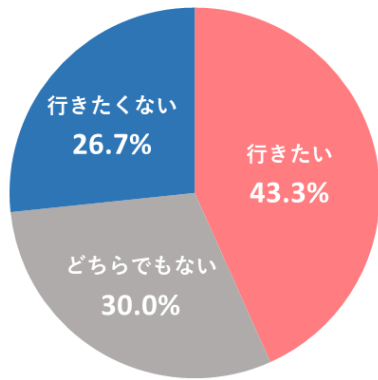
・韓国:85.0%→50.3%(-34.7%)

※前回調査 N 数 100 以上、今回調査 N 数 200 以上のため、正確な比較ではありません。

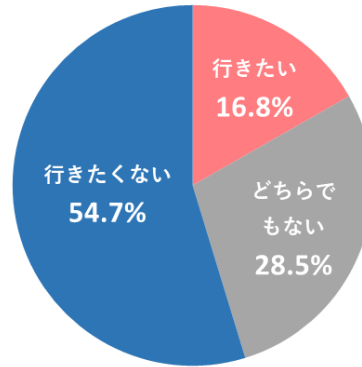
■新型コロナウイルス感染症が収束したら日本に行きたいですか？



タイ



アメリカ



N 数=各国(地域)200 以上

日本にはいつ頃行きたいですか？

「日本にはいつ頃行きたいですか？」という質問に対しては以下の通りの結果となりました。
前回調査と比較すると、全体的に「行く予定はない」の回答が増加していることが分かります。

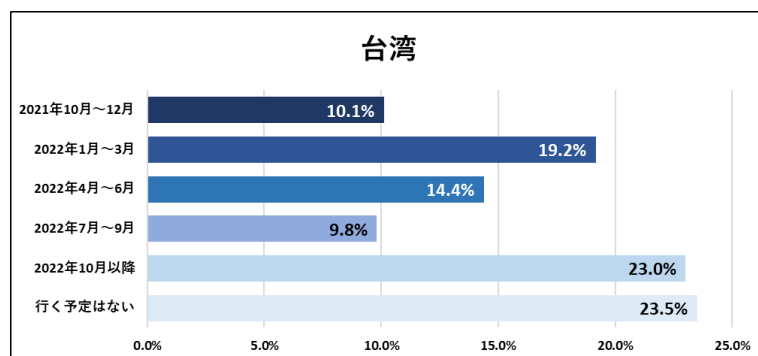
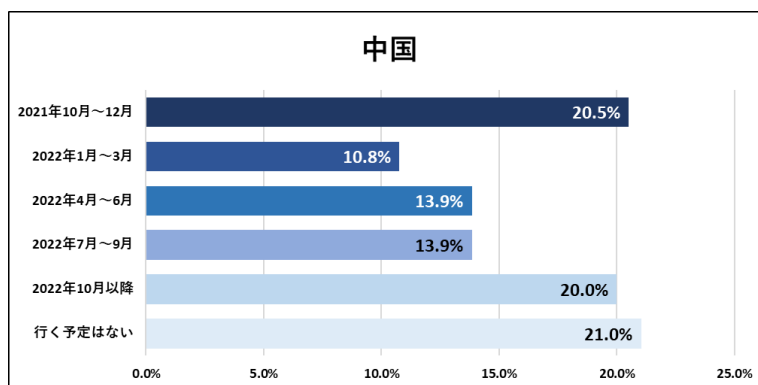
■「行く予定はない」の回答率

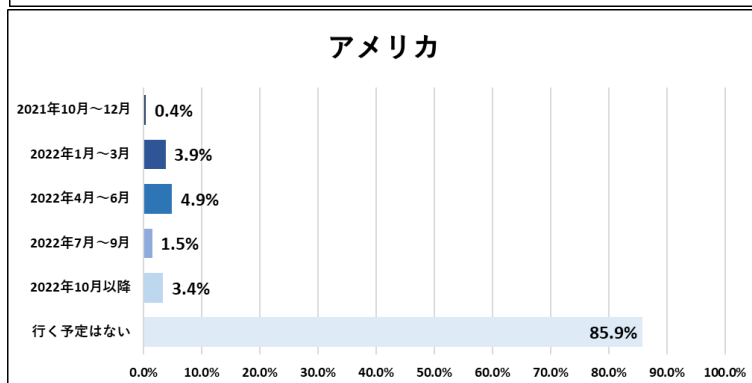
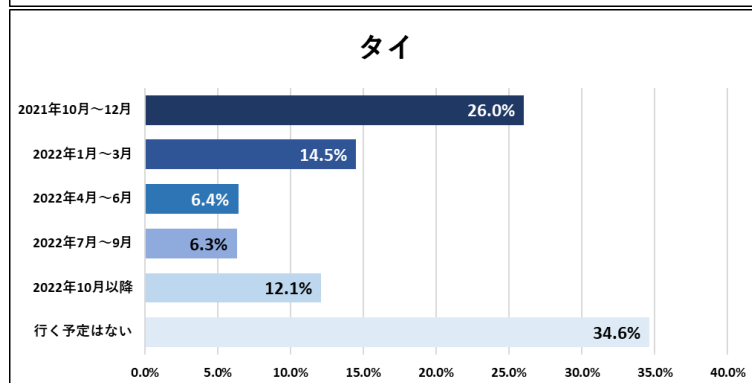
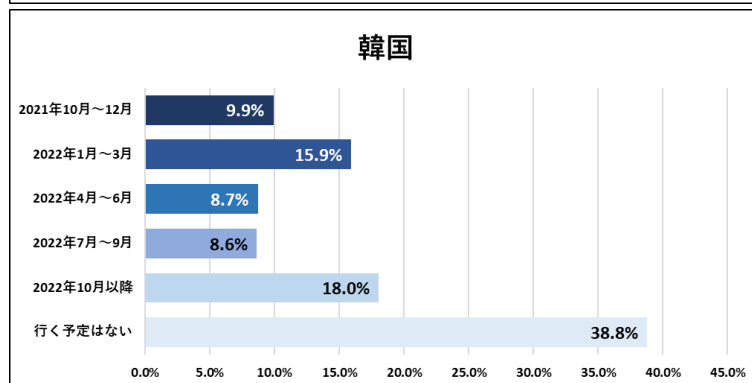
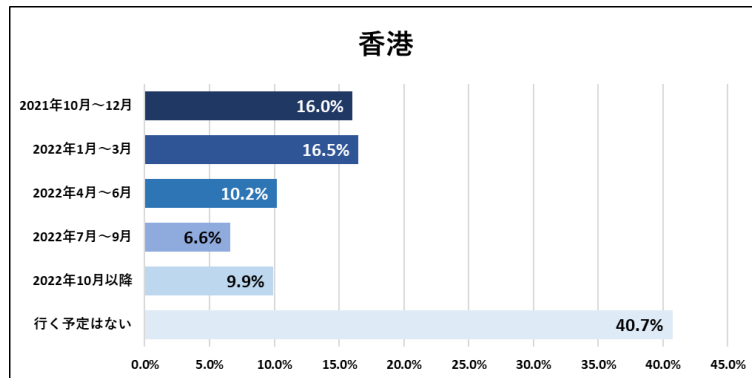
- ・中国：14.1%→21.0% (+6.9%)
- ・台湾：4.1%→23.5% (+19.4%)
- ・香港：8.1%→40.7% (+32.6%)
- ・韓国：9.1%→38.8% (+29.7%)

※前回調査 N 数 100 以上、今回調査 N 数 200 以上のため、正確な比較ではありません。

また、訪日時期について、中国・タイでは比較的早期の訪日意欲があることが分かりました。これらの地域では新型コロナウイルス感染症が収束した場合、訪日需要の回復が他の国と比較して早い可能性があります。一方、台湾・韓国では「2022年10月以降」の回答率が高く、回復が鈍化する可能性が考えられます。アメリカにおいては「行く予定はない」の回答率が80%を超えており、収束後も訪日需要の回復には時間がかかることが予測できます。

■日本にはいつ頃行きたいですか？





N 数=各国(地域)200 以上

新型コロナウイルス感染症の流行前と後で日本に対する印象は変化しましたか？

「新型コロナウイルス感染症の流行前と後で日本に対する印象は変化しましたか？」という質問については以下の通りの結果となりました。

前回調査と比較すると「良くなった」の回答率が台湾・香港・韓国で増加していることが分かりました。また、タイでは 34.1%と他国と大きく差を付ける結果となりました。

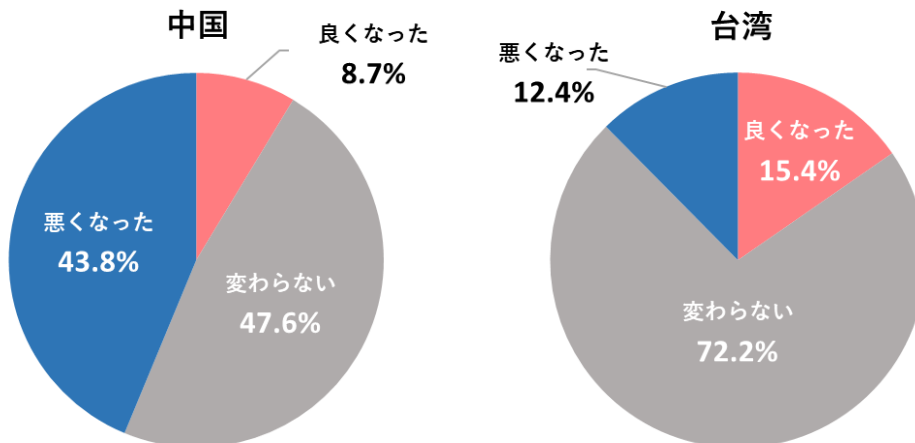
なお、中国では「良くなった」の回答率が 8.3%減少しており、理由(自由解答欄)として「エピソードの抑制が不十分」との回答が多数確認できました。しかし中には「流行は国の印象とは何の関係もない」「それでも良い場所だと思います」との回答もあり、変わらず日本への好印象を抱いている層も存在しています。

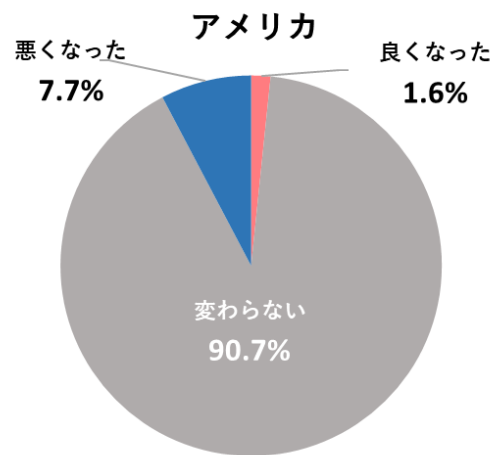
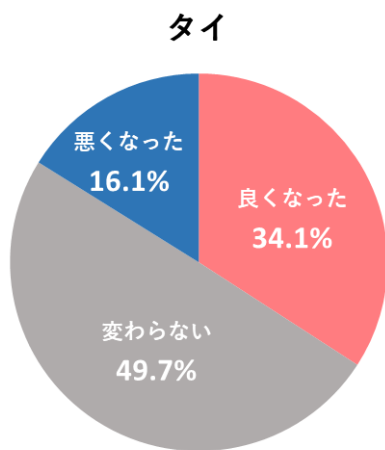
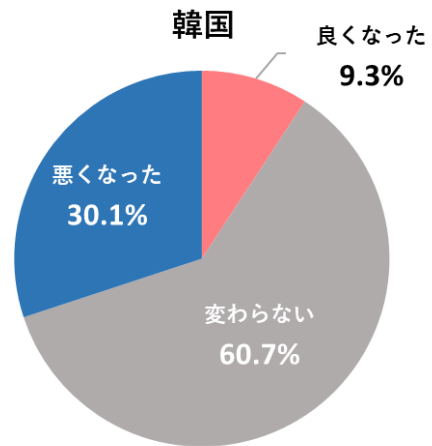
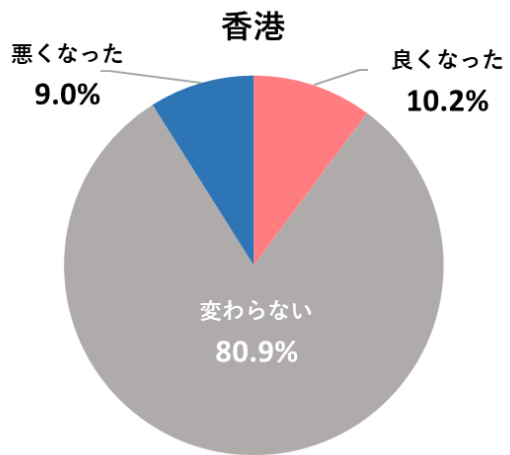
■「良くなった」の回答率

- ・中国: 17.0%→8.7% (-8.3%)
- ・台湾: 3.0%→15.4% (+12.4%)
- ・香港: 5.1%→10.2% (+5.1%)
- ・韓国: 1.0%→9.3% (+8.3%)

※前回調査 N 数 100 以上、今回調査 N 数 200 以上のため、正確な比較ではありません。

■新型コロナウイルス感染症の流行前と後で日本に対する印象は変化しましたか？





N 数=各国(地域)200 以上

新型コロナウイルス感染症の流行前と変わらず、 EC サイトを通して日本の商品を買っていますか？

越境 EC の需要と新型コロナウイルスの関連性の調査を目的としたこちらの質問については以下の結果となりました。

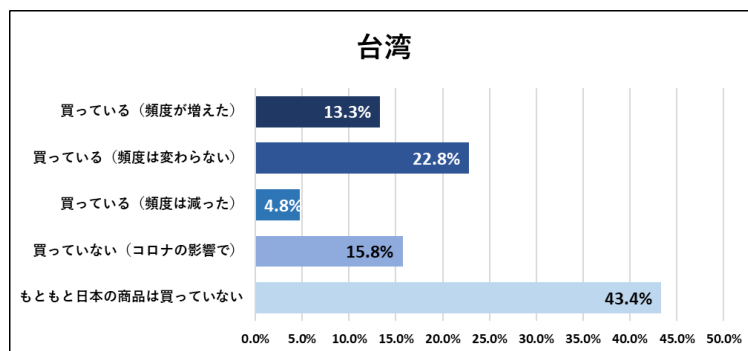
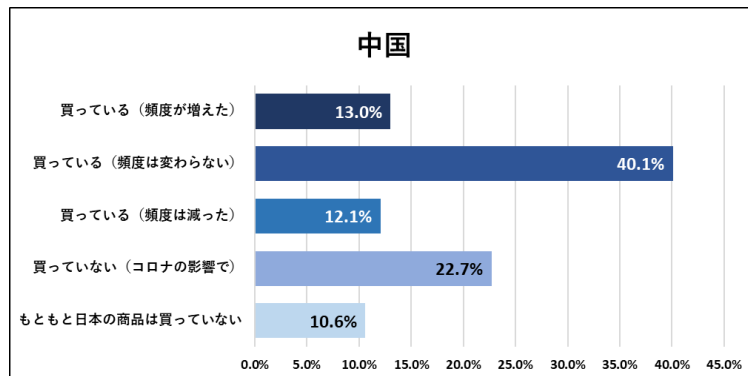
※今回調査から選択肢「もともと日本の商品は買っていない」を追加。

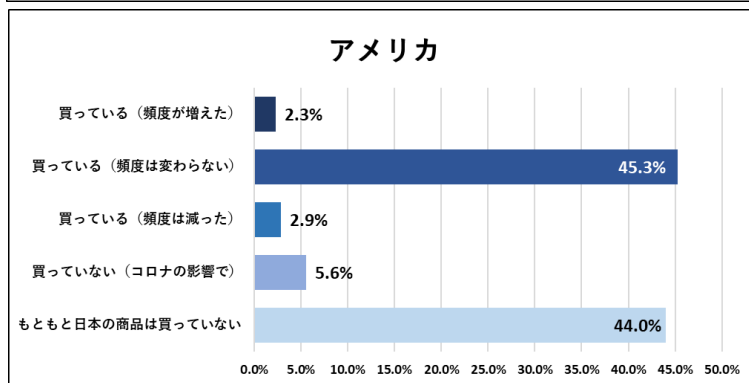
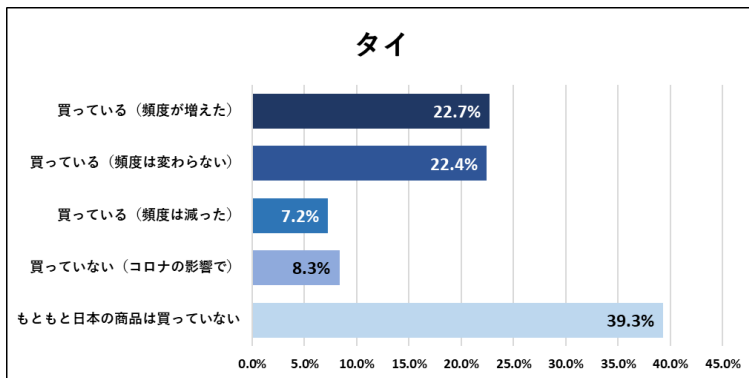
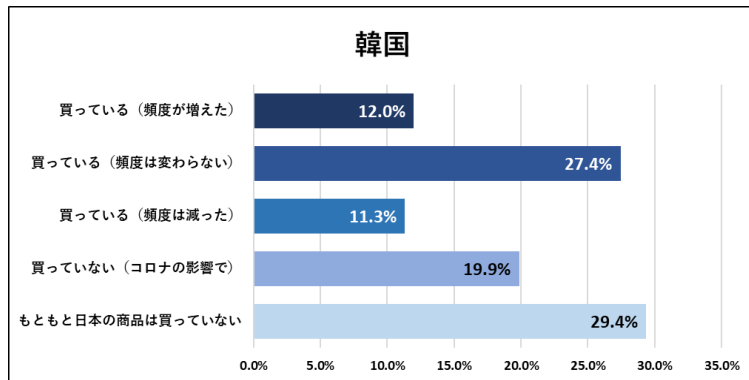
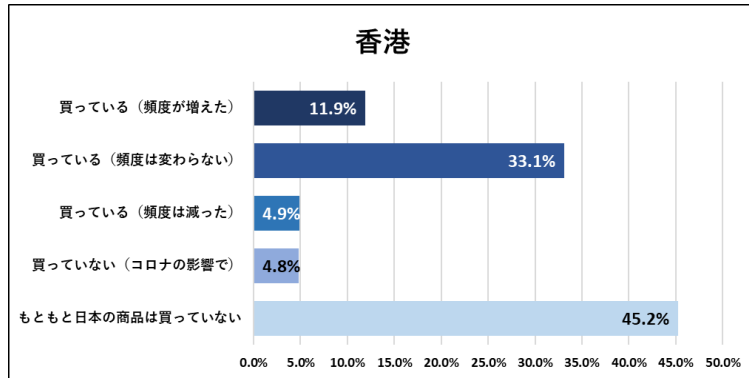
前回調査と同様、中国・韓国では「新型コロナウイルス感染症の影響で買っていない」と回答する層が一定数存在することには変わりはありませんが、その数は減少傾向にあります。

「買っている(頻度が増えた)」では中国・台湾・韓国で増加しており、今回調査したタイでは 22.7%と最も多い結果となりました。

中国や韓国では新型コロナウイルス感染症による越境 EC 需要への影響は少なからずあるものの、全体的に見ると悪影響は少なく、「買っている(頻度が増えた)」の回答率からも需要は増加傾向にあるといえます。

■新型コロナウイルス感染症の流行前と変わらず、EC サイトを通して日本の商品を買っていますか？





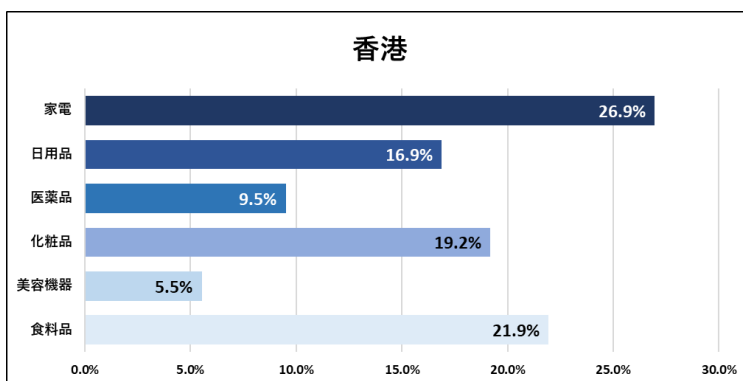
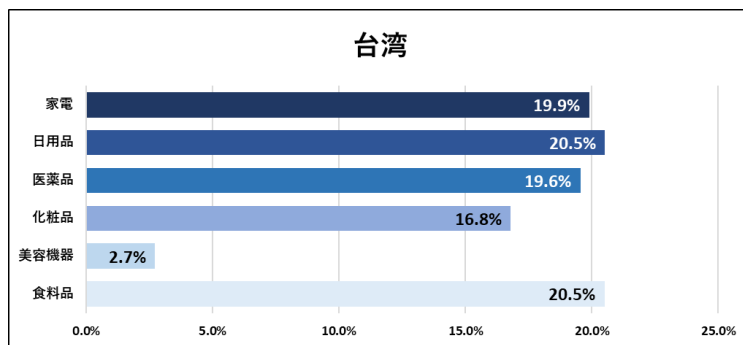
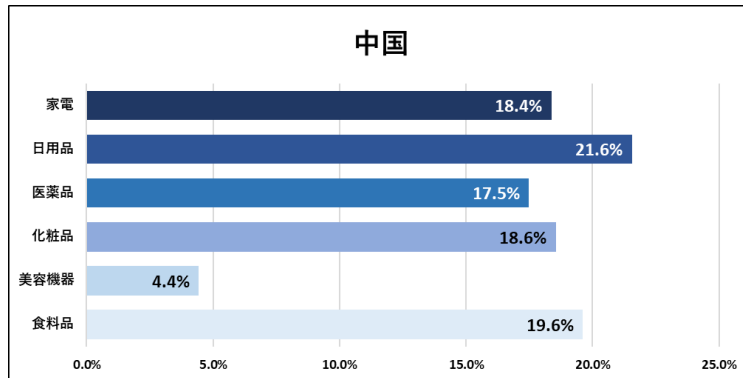
N 数=各国(地域)200 以上

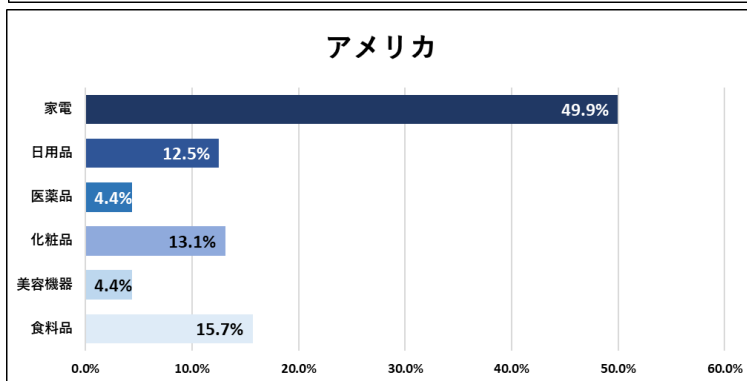
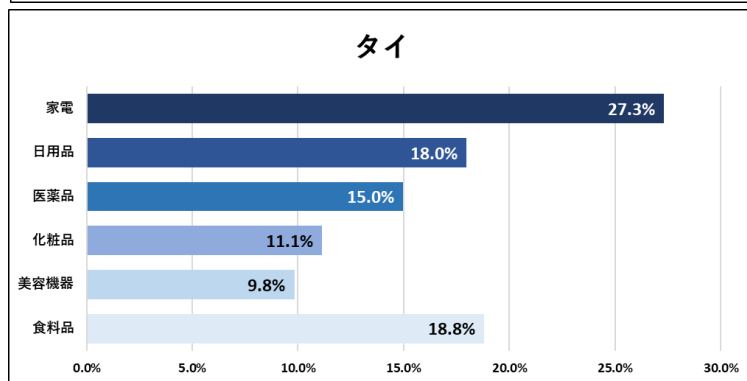
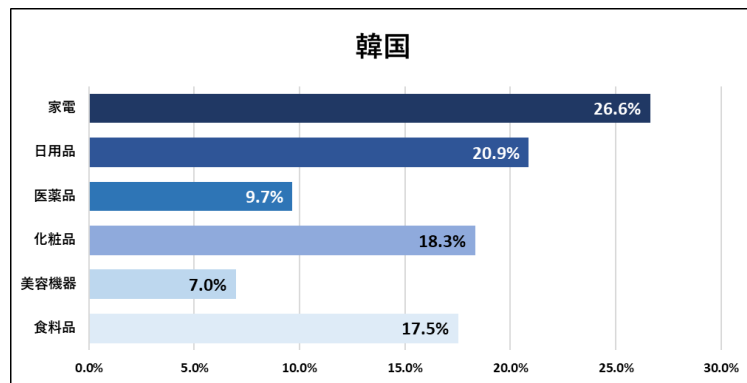
※前回調査 N 数 100 以上、今回調査 N 数 200 以上のため、正確な比較ではありません。

今まで買ったことのある日本製品を教えてください。

今回の調査で追加した、「今まで買ったことのある日本製品を教えてください。」という質問については以下の結果となりました。

全体的に家電や日用品の回答率が高く、特にアメリカでは家電が49.9%と半数近くの回答率となりました。





N 数＝各国(地域) 200 以上

また、「通販で買えるようにしてほしい日本製品はありますか？(自由回答)」については以下の結果となりました。

■ 通販で買えるようにしてほしい日本製品はありますか？(自由回答/一部抜粋)

- ・中国: スキンケア商品、薬用化粧品
- ・台湾: 酒類、衣類、書籍
- ・香港: 衣類、書籍
- ・韓国: 書籍、漫画
- ・タイ: エアコン
- ・アメリカ: ゲーム用品

アフターコロナに向けたプロモーションについて

■海外向けプロモーションは販売促進よりも認知・情報発信が重要

日本国内の新型コロナウイルス感染症の長期蔓延により、昨年と比較して収束後の訪日意欲が減少傾向にあります。（日本国内のみならず、対象国・地域におけるコロナウイルス感染症状況により変動している可能性もあります）

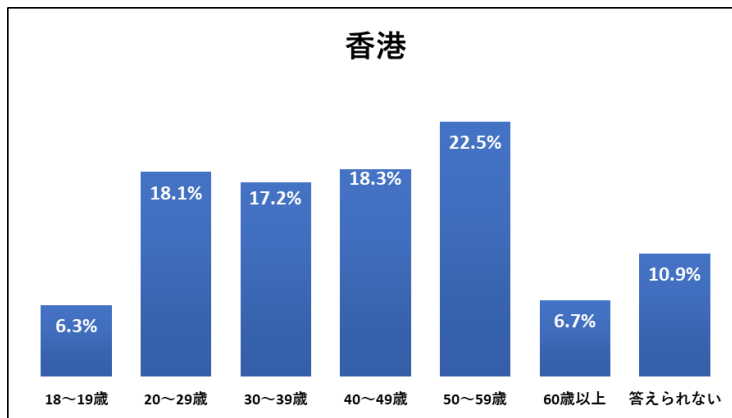
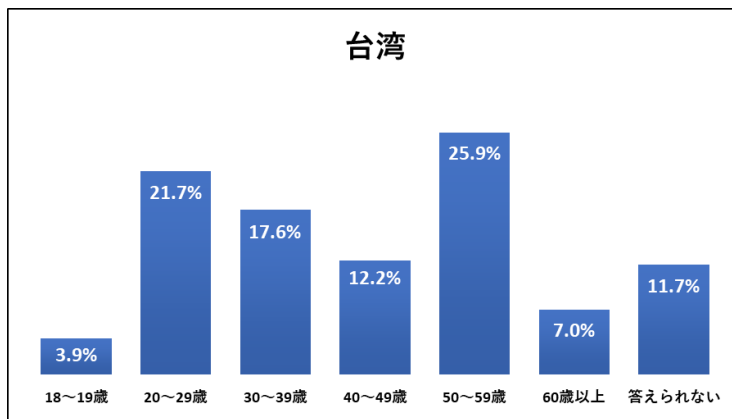
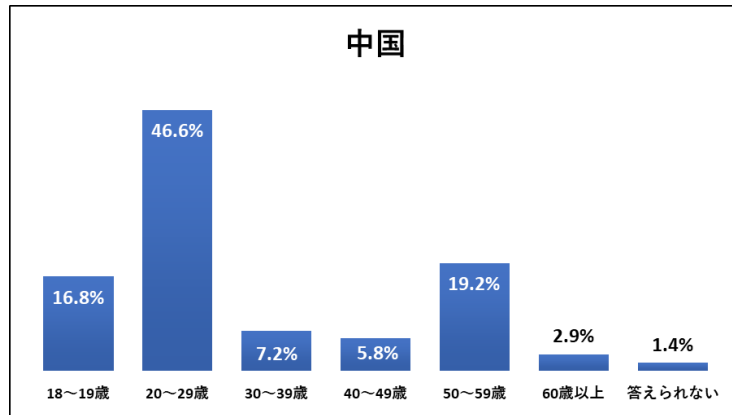
「日本にはいつ頃行きたいですか？」の回答率でも分かるように、訪日需要の回復には時間がかかります。仮に、このアンケートを行った6月に新型コロナウイルス感染症が収束していたとしても、訪日を検討する時期は、早いところで中国・タイの2021年10月～12月（4～6ヶ月後）、台湾・韓国では2022年10月以降（1年4ヶ月後）と、訪日需要が回復するまでには1年半ほどかかることが予測できます。

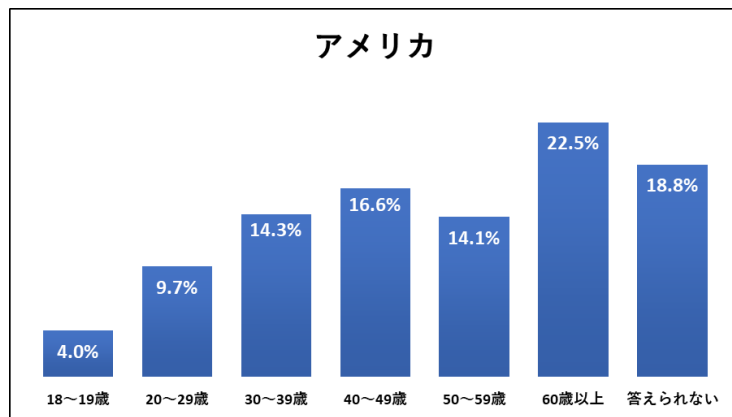
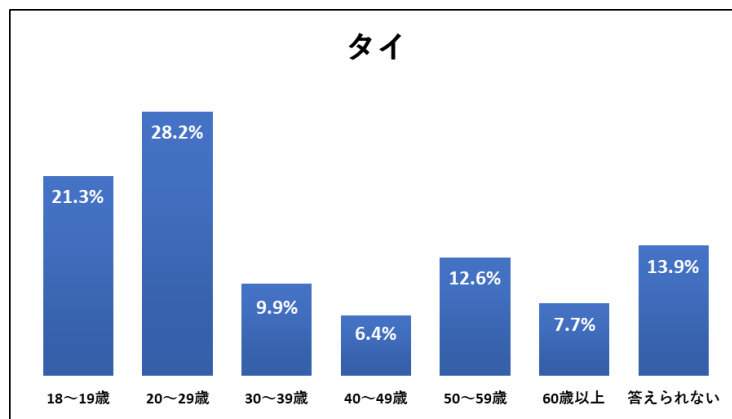
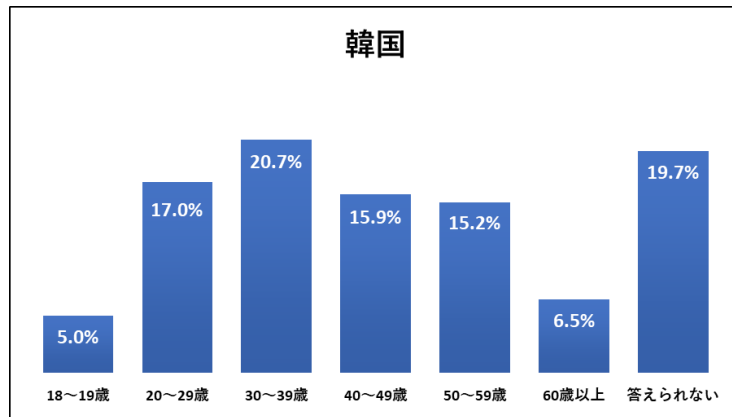
観光業を含むインバウンド業界の企業は、現在は海外需要よりも国内需要に重点を置き、海外向けのプロモーションについては当面の間は販促施策よりも認知施策（収束後の需要喚起または態度変容を狙う目的）の準備を行う必要があります。

※こちらの調査レポートは、アンケート調査という極めてミクロ的な観点で、「訪日意欲」に焦点を当てたものであり、訪日需要の回復予測からプロモーション推奨時期の提示を目的としています。実際の訪日需要の回復時期に関しては、日本のみならず、世界の新型コロナウイルス感染状況やワクチン接種状況、渡航解除状況により大きく変動するものと想定しております。

<参考資料>

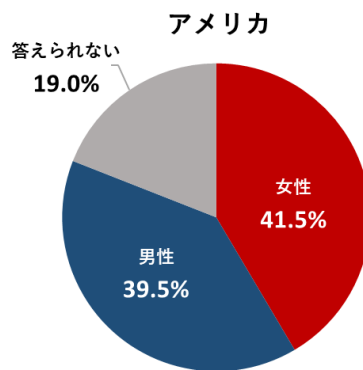
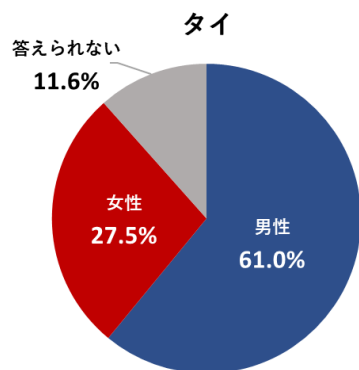
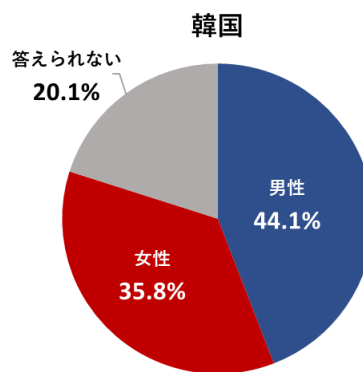
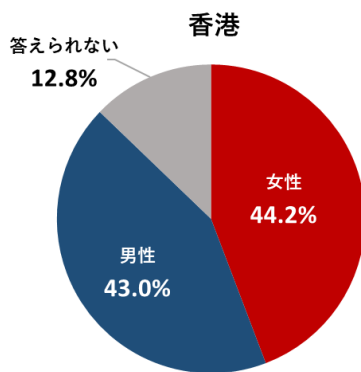
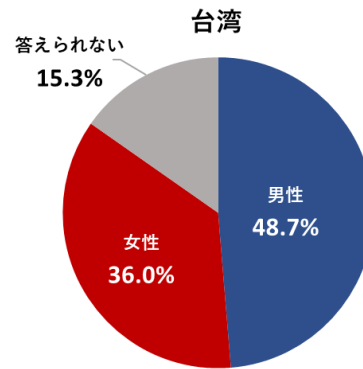
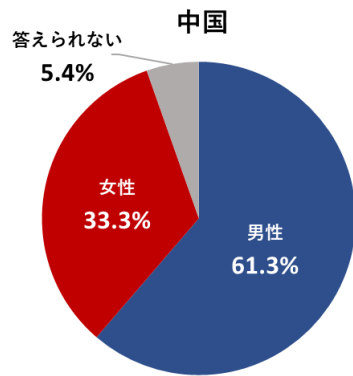
■ 年齢





N 数=各国(地域)200 以上

■ 性別



N 数=各国(地域)200 以上

調査概要

【調査主旨】

【世界 6 カ国】アフターコロナに向けた意識調査
訪日意欲や日本に対する印象について

【調査要綱】

対象の国と地域：中国、台湾、香港、韓国、タイ、アメリカ

調査期間：2021年6月1日～2021年7月25日

対象：対象の国と地域の各200名以上、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。

この記事のリンクを共有する



【グローバルマーケティングのサービス概要】

URL: <https://www.auncon.co.jp/service/service.html>



アウンコンサルティング株式会社

【事業内容】

国内外含むアジア数拠点で 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】 東京都文京区本郷四丁目24番8号 春日タワービル 7F

【代表者】 代表取締役 信太明

【資本金】 341,136千円 (2021年5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