

【世界13カ国の親日度調査 vol.1】  
～日本に対する好感度、旅行中の不満は？～

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(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、世界13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。

※世界13カ国には国と地域を含みます。

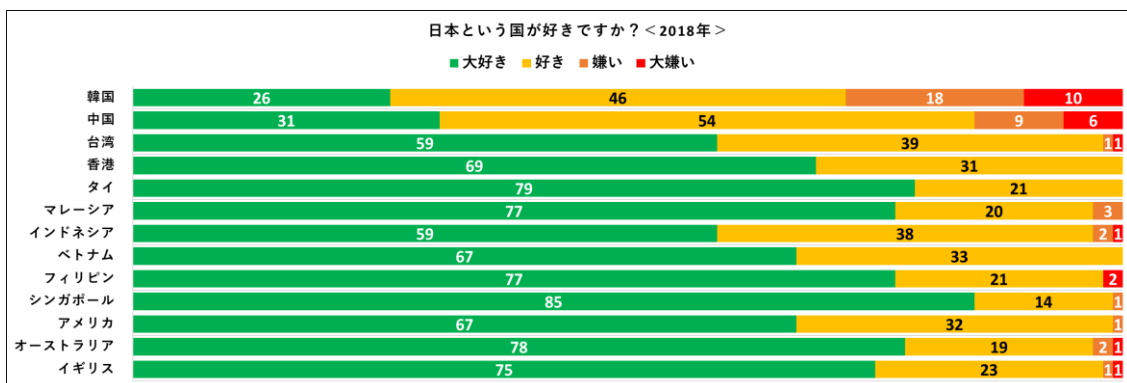
日本への好感度は？

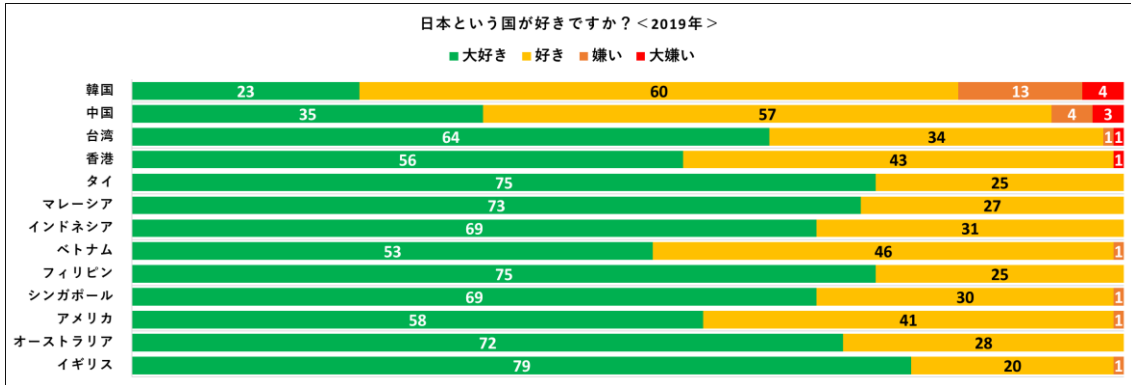
中国では、5月4日に「五四運動」、5月9日に「国辱の日」と、これからの時期は反日ムードが高まります。アウンコンサルティングでは、中国を含む訪日外国人観光客の中でも比較的割合の高い13カ国を選出し、これらの国と地域の人々が日本に対してどのような感情を持っているのかアンケートを実施いたしました。

■日本という国について:韓国と中国での日本嫌いの層が減少？

「日本という国が好きですか?」という質問に対して、2018年と2019年の【嫌い】【大嫌い】の割合を比較すると、韓国では28%から17%、中国では15%から7%と大幅に減少していることが分かりました。これに対して、シンガポール・ベトナム・香港では、【大好き】の割合が10%以上減少しています。

また、2018年の調査では、日本を【嫌い】【大嫌い】と回答した人の割合が0%だった国は香港・タイ・ベトナムの3カ国でしたが、2019年調査ではタイ・マレーシア・インドネシア・フィリピン・オーストラリアの5カ国となり、全体的に日本に対して好感を示している国が増加していることが分かりました。

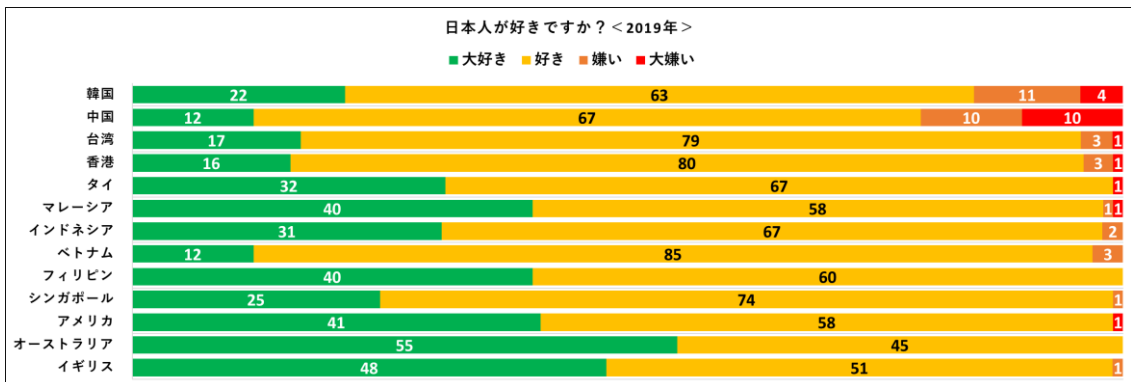
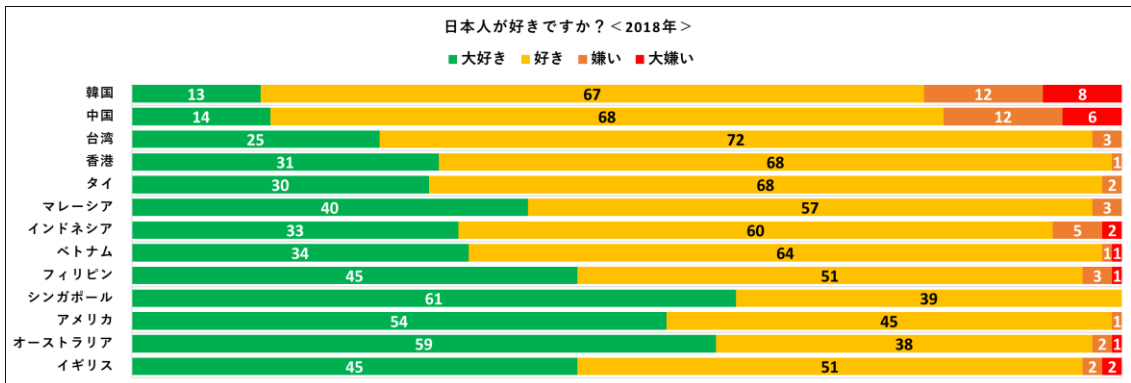




※各国 N 数 100 以上

### ■日本人について:【大好き】が大幅に減少

「日本人が好きですか？」という質問に対して、【嫌い】【大嫌い】の割合に大きな変化はないものの、日本への高感度と同様【大好き】の回答が大幅に減少しました。特にアメリカ・シンガポール・ベトナム・香港で 10%以上、シンガポールにおいては 36%減少していることが分かりました。



※各国 N 数 100 以上

■日本旅行について:「言葉が通じない」「災害への不安」「交通費」に不満

「日本旅行で困ったこと・不安なこと」について調査したところ、全体的に比率が高いのは【スタッフとの会話が通じない】、【地震等の災害】、【交通費が高い】でした。特に中国・台湾・香港は、リピーター層の観光ニーズが地方に分散しているため、多言語対応の遅れている地方に訪れた際、【スタッフとの会話が通じない】ことに不満を感じたものと推測します。また、キャッシュレス化の進んでいる中国では【電子マネー決済】への不満も高いことが分かりました。

※40%以上を赤、20%以上をオレンジ、10%以上を緑に色付け

【日本旅行で困ったこと/不安なことはありましたか？】

	韓国	中国	台湾	香港	タイ	マレーシア	インドネシア
スタッフとの会話が通じない	17.0%	25.0%	31.6%	27.1%	18.1%	15.6%	16.1%
道路標識がわからない	0.0%	1.1%	3.1%	2.1%	14.9%	4.4%	20.4%
wifiなどの通信環境	4.5%	4.5%	4.1%	3.1%	3.2%	2.2%	7.5%
地震等の災害	8.0%	10.2%	10.2%	18.8%	11.7%	20.0%	8.6%
公共交通の経路情報の入手	8.0%	4.5%	2.0%	4.2%	1.1%	0.0%	3.2%
公共交通の乗り方	9.1%	1.1%	2.0%	3.1%	4.3%	3.3%	3.2%
交通費が高い	25.0%	15.9%	16.3%	18.8%	21.3%	32.2%	24.7%
飲食情報の入手	3.4%	1.1%	0.0%	1.0%	3.2%	1.1%	4.3%
飲食情報の予約	2.3%	3.4%	3.1%	3.1%	4.3%	0.0%	0.0%
電子マネー決済	2.3%	12.5%	2.0%	1.0%	0.0%	0.0%	0.0%
トイレの利用	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.1%	2.2%	0.0%
医療機関について	1.1%	1.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
宗教に合った食事が無い	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.1%	3.3%	2.1%
特になし	19.3%	19.3%	25.5%	17.7%	16.0%	15.6%	9.7%

	ベトナム	フィリピン	シンガポール	アメリカ	オーストラリア	イギリス
スタッフとの会話が通じない	28.3%	19.3%	14.0%	22.0%	10.1%	7.6%
道路標識がわからない	13.0%	9.6%	4.3%	8.5%	0.0%	8.9%
wifiなどの通信環境	7.6%	4.8%	3.2%	6.1%	5.6%	6.3%
地震等の災害	12.0%	3.6%	19.4%	2.4%	6.7%	3.8%
公共交通の経路情報の入手	6.5%	3.6%	7.5%	3.7%	3.4%	3.8%
公共交通の乗り方	5.4%	7.2%	2.2%	6.1%	2.2%	2.5%
交通費が高い	15.2%	20.5%	15.1%	11.0%	4.5%	7.6%
飲食情報の入手	0.0%	2.4%	1.1%	6.1%	6.7%	6.3%
飲食情報の予約	0.0%	0.0%	1.1%	0.0%	3.4%	1.3%
電子マネー決済	0.0%	0.0%	1.1%	0.0%	1.1%	0.0%
トイレの利用	0.0%	1.2%	0.0%	2.4%	1.1%	1.3%
医療機関について	1.1%	1.2%	1.1%	2.4%	3.4%	0.0%
宗教に合った食事が無い	1.1%	1.2%	3.2%	2.4%	5.6%	7.6%
特になし	9.8%	25.3%	26.9%	26.8%	46.1%	43.0%

※各国 N 数 100 以上

■ 2020 年に 4,000 万人突破の目標に向けて

2018 年の訪日外国人数は史上初めて 3,000 万人を超え、3,119 万人(前年比+250 万人)を達成しました。2018 年もインバウンドマーケットは順調に拡大・成長した年といえます。しかし、2016 年から 2017 年の訪日客数の変動(前年比+466 万人)と比較すると伸びは鈍化傾向にあります。政府は 2020 年までに訪日外国人数 4,000 万人という目標を掲げており、これを達成するためには残りの 2 年間で、年間 440 万人ずつ増やしていかなければなりません。

前述したような日本旅行時に抱える不満を一つひとつ解決していき、日本という国や日本人への良好なイメージを保つことが、この目標達成への一歩といえるでしょう。

【 過去の親日度調査 】

《2018 年 5 月 23 日発表の親日度調査》

<https://www.auncon.co.jp/corporate/2018/0523.html>

《2017 年 7 月 14 日発表の親日度調査》

<https://www.auncon.co.jp/corporate/2017/0714.html>

《2016 年 7 月 27 日発表の親日度調査》

<https://www.globalmarketingchannel.com/press/survey20160727>

《2015 年 7 月 15 日発表の親日度調査》

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

《2014 年 8 月 26 日発表の親日度調査》

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

《2012 年 11 月 6 日発表の親日度調査》

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

《2012 年 7 月 14 日発表の親日度調査》

<https://www.globalmarketingchannel.com/press/survey20170714>

## 調査概要

【調査主旨】

世界 13 カ国親日度調査

【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、アメリカ、オーストラリア、イギリス

調査期間: 2019 年 2 月 1 日～2019 年 3 月 29 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)

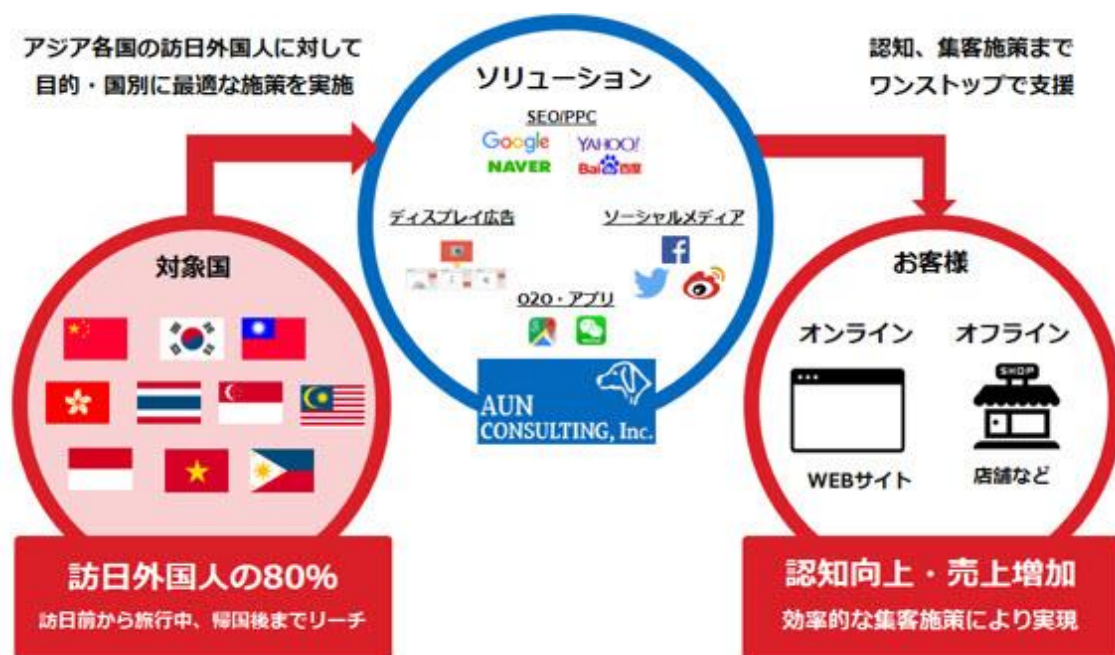
この記事のリンクを共有する



#### ■アウンコンサルティングのインバウンドマーケティングサービスのご紹介

インバウンドマーケティングは国によって、訪日回数や観光先など好まれるポイントや消費金額が異なるため、各国ごとに適したマーケティングを行うことが必要です。

アウンコンサルティングは弊社現地拠点リソースや蓄積ノウハウを活用し、対象国にあわせて最適な施策を組み合わせ、認知・販促効果の最大化を支援致します。



アウンコンサルティングでは、SEO(検索エンジン最適化)、PPC(検索連動型広告)、ソーシャルメディア、スマートフォン広告などのグローバルマーケティングサービスを、日本語だけではなく、外国語も対象に行っています。現在 48 の国と地域にサービス実績があり、英語、中国語(簡体字、繁体字)、タイ語やその他の外国語にも幅広く対応しています。また、台湾、香港、フィリピン、タイ、ベトナム、シンガポール、

韓国の海外 7 拠点を生かし、アジアの現地情報やグローバルインターネットマーケティングにおけるナレッジを蓄積しております。グローバルマーケティングについて、また、現地情報の収集の際にも是非ご相談ください。

【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]

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 11 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