

2018 年 5 月 23 日

アウンコンサルティング株式会社

世界 13 カ国の親日度調査

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、2017 年 6 月より 20 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。

世界 13 カ国の親日度調査

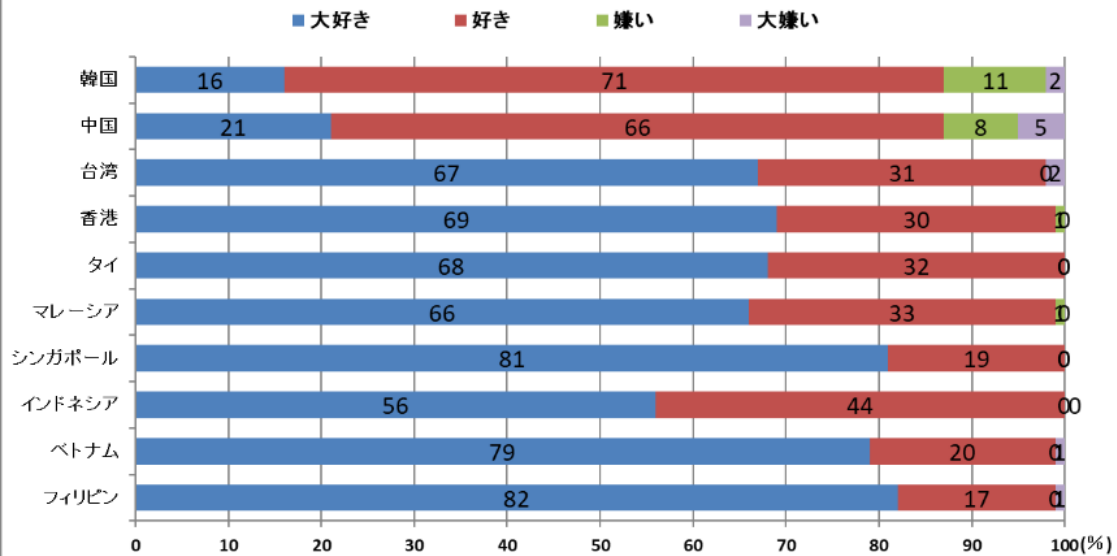
2017 年の訪日外国人観光客数は 2,869 万人を突破し、前年比 **19.3%増(+465 万人)**と過去最高を記録しました。日本政府の訪日外国人観光客数の目標が、2020 年に 4,000 万人、2030 年には 6,000 万人と策定されたことを受けても、今まで以上にインバウンド市場の盛り上がりが予想されます。アウンコンサルティングでは、訪日外国人観光客の中でも割合の多いアジア、これからのターゲットとなってくる欧米、オセアニア圏の人々が日本に対してどのような感情を持っているのかアンケートを実施いたしました。今回は欧米、オセアニア圏のデータとしてアメリカ、オーストラリア、イギリスを追加して調査致しました。

■日本という国について

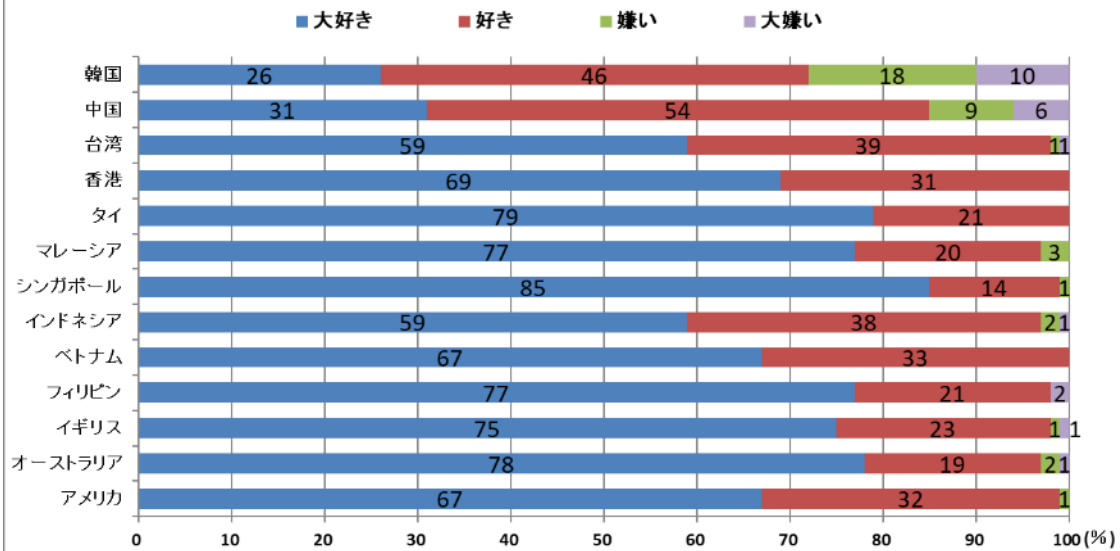
韓国は、2017 年の訪日観光客数において初めて 700 万人を超え、増加率は昨年の **27.2%(+109 万人)**から、前年対比 **40.3%(+205 万人)**という高い推移が見られたものの、「日本という国が好きですか?」という質問に対し、韓国では【嫌い】・【大嫌い】の合計値が **28%**(前年比 15%増)となりました。竹島問題や慰安婦問題などもあり、依然として一部の韓国人は反日感情を持っているようです。

また、今回新たに調査した「アメリカ」「オーストラリア」「イギリス」に関しては【大好き】・【好き】の合計値が 90%を超える結果となり、日本という国に対して好感度が高いことが分かりました。

日本という国が好きですか？<2017年>



日本という国が好きですか？<2018年>

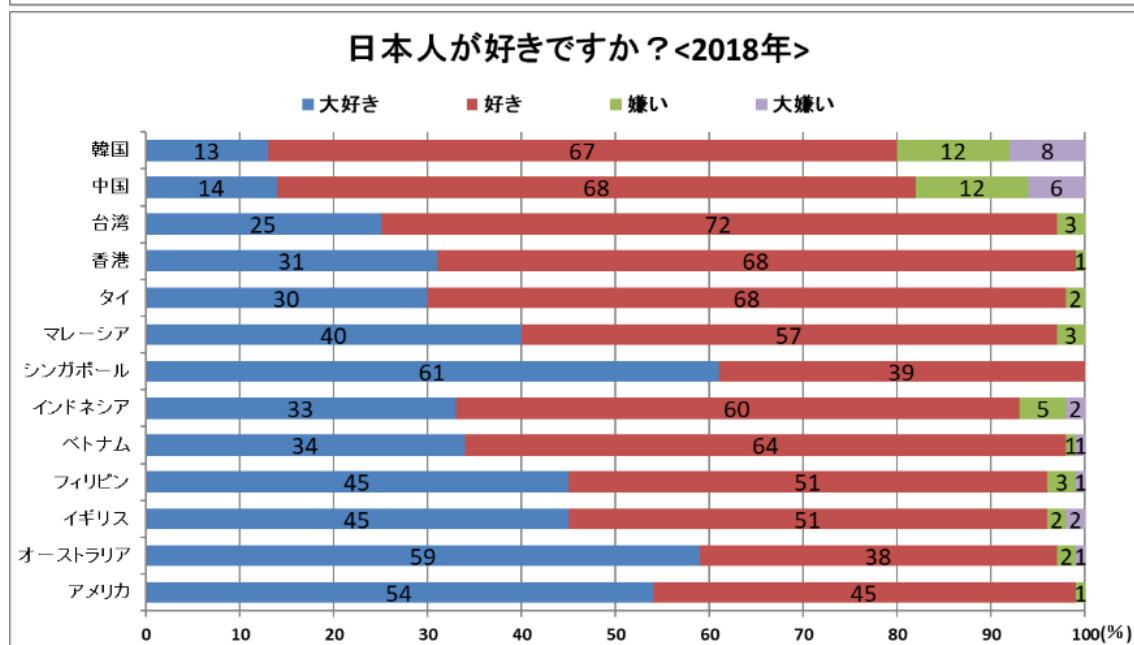
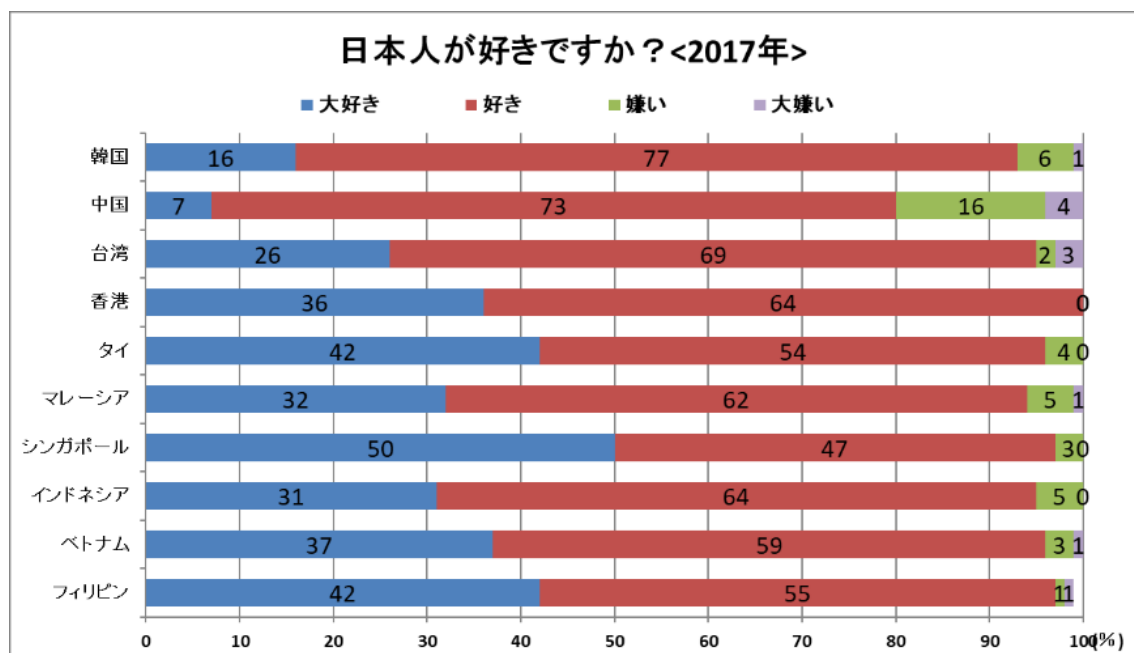


■日本人について

「日本人が好きですか？」という質問について、【嫌い】・【大嫌い】の合計値では韓国が一番多く、**20%**(前年比13%増)となりました。

また、「日本という国が好きですか？」と「日本人が好きですか？」という質問に対する回答を比較すると日本という国に対して【大好き】と回答する割合のほうが高いことが分かりました。

このことから、世界では日本人より日本という国の歴史や文化に魅力を感じている人が多いと推測されます。



■日本旅行での目的について

今回の調査では、新たに「旅行の際、日本文化や歴史or景観のどちらを重視していますか？」「いくつかの都市を周りたいですか？」「旅行は何人で行きたいですか？」「どの宿泊施設に泊まりたいですか？」「どこの地域・観光地に行きたいですか？」という6つの質問を追加いたしました。

「旅行の際、日本文化や歴史or景観のどちらを重視していますか？」という質問内容については、過去の訪日台湾人とアメリカ人の動向調査の中でも触れてきました。過去の調査から、台湾人はきれいな景色や日本らしい風景への関心が高い傾向にあり、アメリカ人は、歴史的背景を重んじた観光地に興味関心がある傾向にあると考えられます。

(訪日台湾人のトレンド調査：<https://www.auncon.co.jp/corporate/2018/0222.html>)

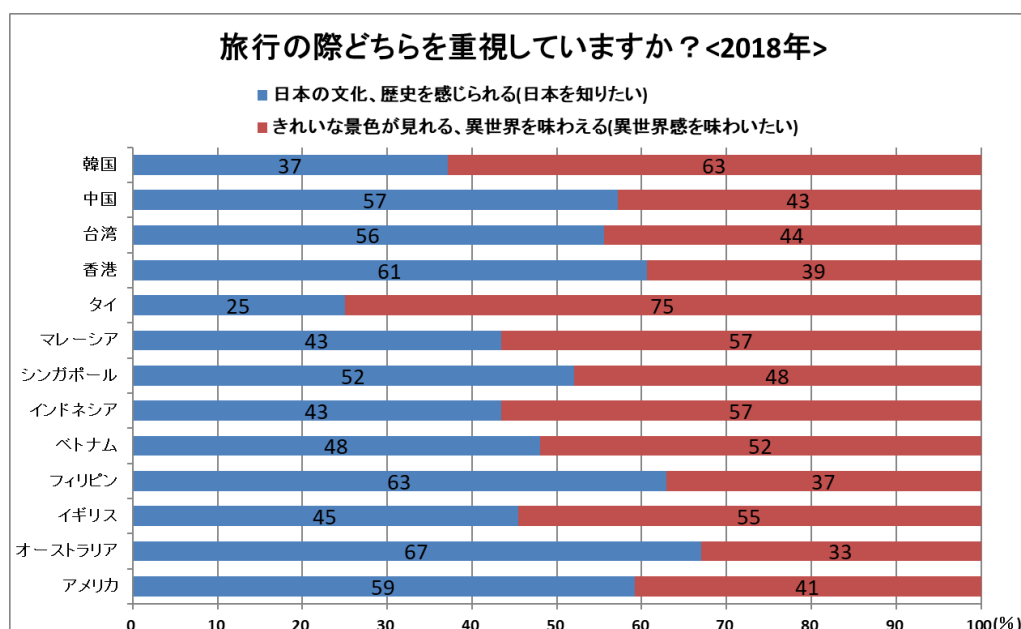
(訪日アメリカ人のトレンド調査：<https://www.auncon.co.jp/corporate/2018/0404.html>)

これを受けて、他の国ではどのような傾向があるのか調査いたしました。

その結果、「きれいな景色が見られる、異世界を味わえる」という質問に対しては、タイ人が最も高く75%、「日本の文化、歴史を感じられる」という質問に対してはオーストラリア人の67%が一番高い回答でした。

アジア圏と欧米、オセアニア圏での差は特に見られませんでした。中華圏では「日本の文化、歴史を感じられる」に回答している人の割合が多いことが分かりました。

また、Webプロモーションの観点から、下記グラフの青色の「日本の文化、歴史を感じられる」ことを重要視する国に対しては、読み物などでその背景や内容を知る機会を設けることで興味関心が深まる可能性があります。また、赤色の「きれいな景色が見られる、異世界感を味わえる」ことを重要視する国に対しては、きれいな風景や日本特有の景色の写真を使うなど、視覚に訴えるものが有効と言えます。

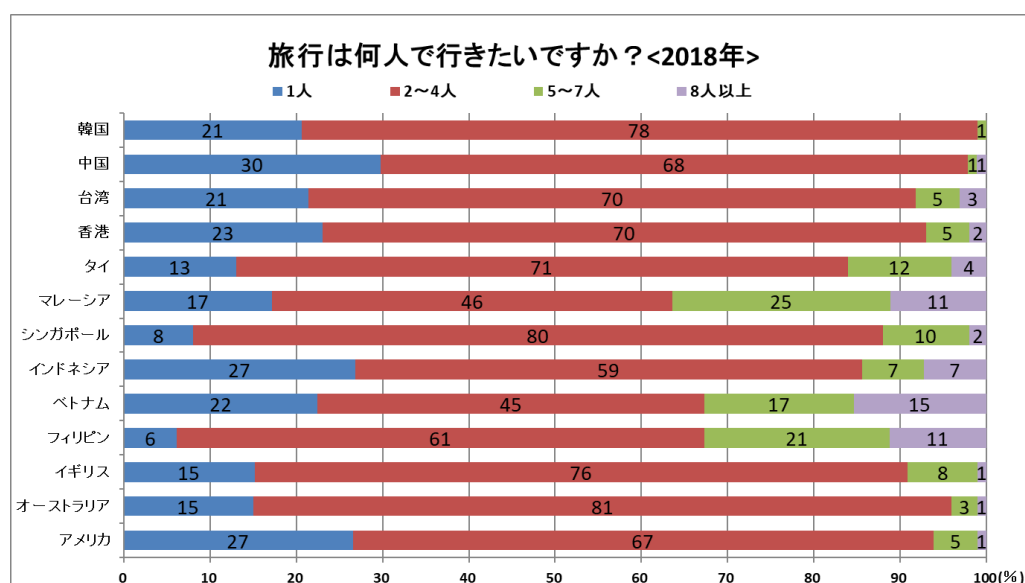
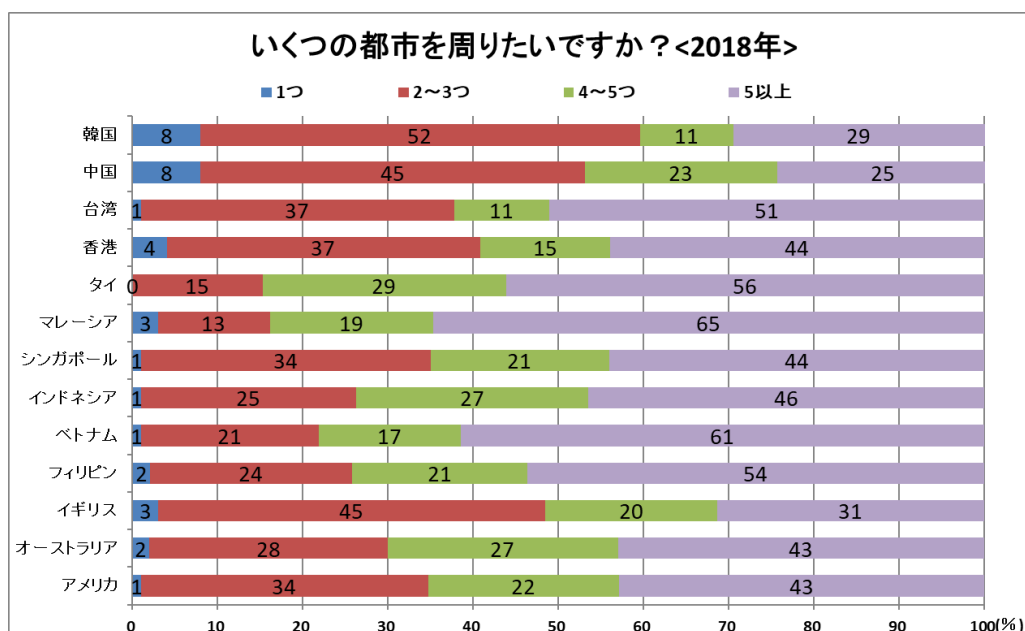


■訪日時にいきたい都市の数と同伴人数について

「いくつかの都市を周りたいですか?」という質問に対し、【5カ所以上】と回答したのは、欧米、オセアニア諸国よりも台湾・タイ・マレーシア・ベトナム・フィリピンと、意外にもアジア圏の国でした。また、「旅行は何人でいきたいですか?」という質問に対して、マレーシア・ベトナム・フィリピンは【5人以上】と答えている人が他国と比べて多いことから、この3カ国は団体に長期滞在し、多くの観光地を訪れる傾向があると推測されます。

一方、いきたい都市の数が【1カ所】という回答の割合が最も多かったのは中国と韓国でした。こちらの2カ国は同伴人数を見ても少数の割合が多いため、週末などを利用してスポット的に1カ所の地域に短期滞在していることが予測できます。

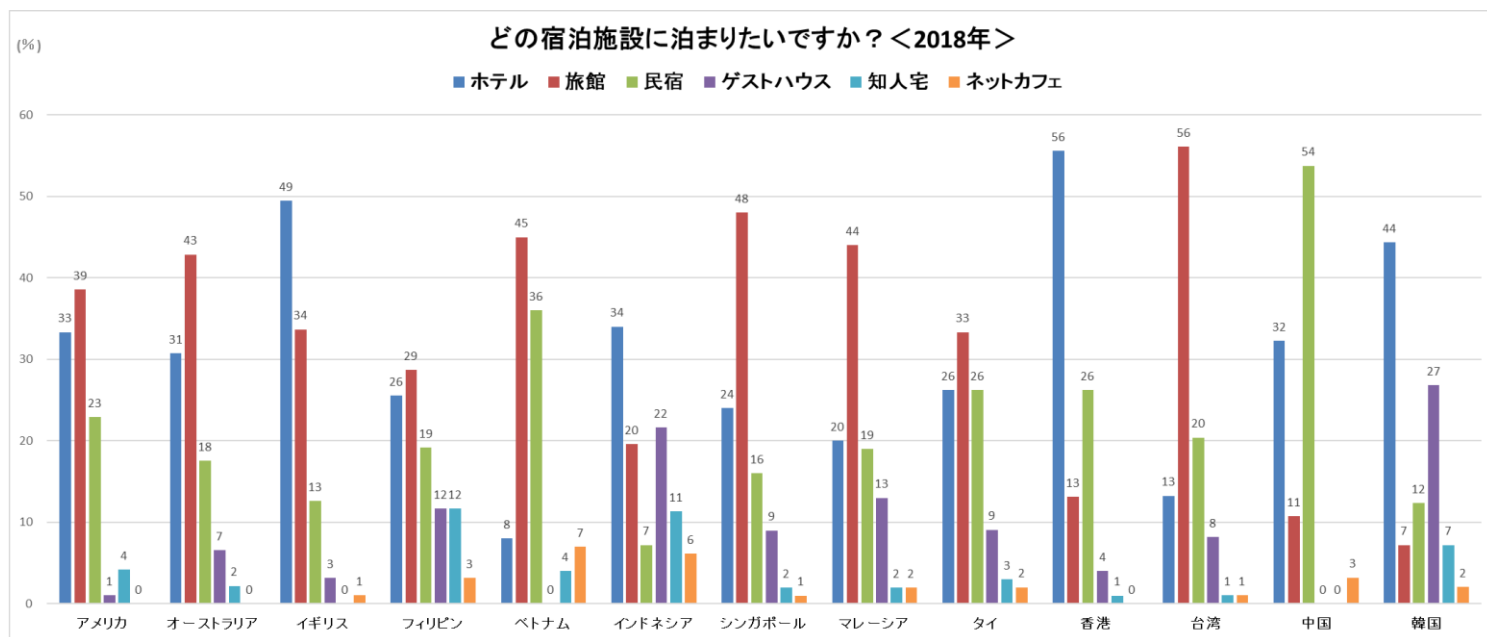
Webプロモーションの観点から、「多くの都市を周りたい」かつ、「少人数」を選んでいるオーストラリアのような国に関しては、公共交通機関を利用し多くの地域に訪れると特典が得られるような訴求をするなど、同伴人数や周遊都市の数によってプロモーション方法を工夫することができると考えられます。



■関心の高い宿泊施設について

「どの宿泊施設に泊まりたいですか？」という質問に対し、13 カ国中 8 カ国が【旅館】、次いで 4 カ国が【ホテル】、中国が【民宿】という回答結果になりました。その他、比較的安価で宿泊可能な【インターネットカフェ】の回答者は東南アジア圏に多く、中でもフィリピン人・インドネシア人は【知人宅】の割合も他国と比べて多いことがわかりました。

中国だけが民宿への関心が非常に高く、54%と高数値でした。今回の調査では、約 100 名の中国人へアンケートを実施していますが、その回答者の過半数が【民宿】と回答していることから、中国全体での需要も高いと推測されます。



	ホテル	旅館	民宿	ゲストハウス	知人宅	ネットカフェ
アメリカ	33	39	23	1	4	0
オーストラリア	31	43	18	7	2	0
イギリス	49	34	13	3	0	1
フィリピン	26	29	19	12	12	3
ベトナム	8	45	36	0	4	7
インドネシア	34	20	7	22	11	6
シンガポール	24	48	16	9	2	1
マレーシア	20	44	19	13	2	2
タイ	26	33	26	9	3	2
香港	56	13	26	4	1	0
台湾	13	56	20	8	1	1
中国	32	11	54	0	0	3
韓国	44	7	12	27	7	2

(%)

※50%以上を赤く色づけ

■関心の高い地域・観光地について

「どこの地域・観光地に行きたいですか？」という質問を設け、訪日外国人観光客の関心の高い地域や観光地について、調査しました。また、訪日外国人観光客の傾向を見るために、選択肢は主要観光地・地方観光地を提示しました。選択肢以外にも、行きたい地域・観光地があれば記載できるよう事由解答欄も設けています。以下は類似した傾向を持つ国別にまとめ、見解を述べたものです。

・台湾、香港について

傾向としては、【姫路城】【伏見稲荷大社】【立山黒部アルペンルート】などが共通で高い数値を出し

ており、特に【立山黒部アルペンルート】は台湾人と香港人に人気が高いようです。自国で経験のできない季節の風景(姫路城の桜、立山黒部アルペンルート)などを求めた訪日外国人観光客が多いと予測できます。

また、この 2 カ国はリピーターも多いためか、自由解答欄への記載も多く、「伊根の舟屋」や「大須商店街」、「上高地」など主要観光地以外の記載も多く見られました。

・中国について

台湾・香港と比べて、比較的リピーターが少ない中国人は【姫路城】【伏見稲荷大社】【立山黒部アルペンルート】など、地方の観光地への関心は低いようです。その一方で、【京都】や【大阪】、【奈良】などの関西の観光主要都市や、東京都の【明治神宮】への関心が高いことが分かりました。

また、自由解答欄では今回調査した国の中で唯一テレビ局に関する回答がありました。

・韓国について

韓国人は、自国にディズニーランド®が無いいためか、【東京ディズニーランド®】【東京ディズニーシー®】への関心が高いことが分かりました。2017 年の訪日外国人観光客数は 714 万人(前年対比+205 万人)であり、高い増加率を見せる韓国は今後も高い需要が続くことが予測できます。また、地域では、大阪や京都を抑えて札幌が高い数値となっています。

・フィリピン、ベトナム、マレーシア、インドネシアについて

これらの 4 カ国は【富士山】や、【東京ディズニーランド®】、【東京ディズニーシー®】などのアミューズメントパークへの関心が高い事がわかりました。

・タイについて

観光地では【白川郷】の数値が圧倒的に高く、地域では【北海道】への関心が高いことが分かりました。前述した、タイ人は「きれいな景色や異世界感を味わえる観光地」を好む傾向がここにも現れていると言えます。

また、タイは東南アジアの中ではリピーターの多い国です。同じ東南アジアのフィリピン、ベトナム、マレーシア、インドネシアでは認知されていない地域や観光地への関心が高く、今後これらの 4 カ国はタイと同じ傾向にシフトしていく可能性があると考えられます。

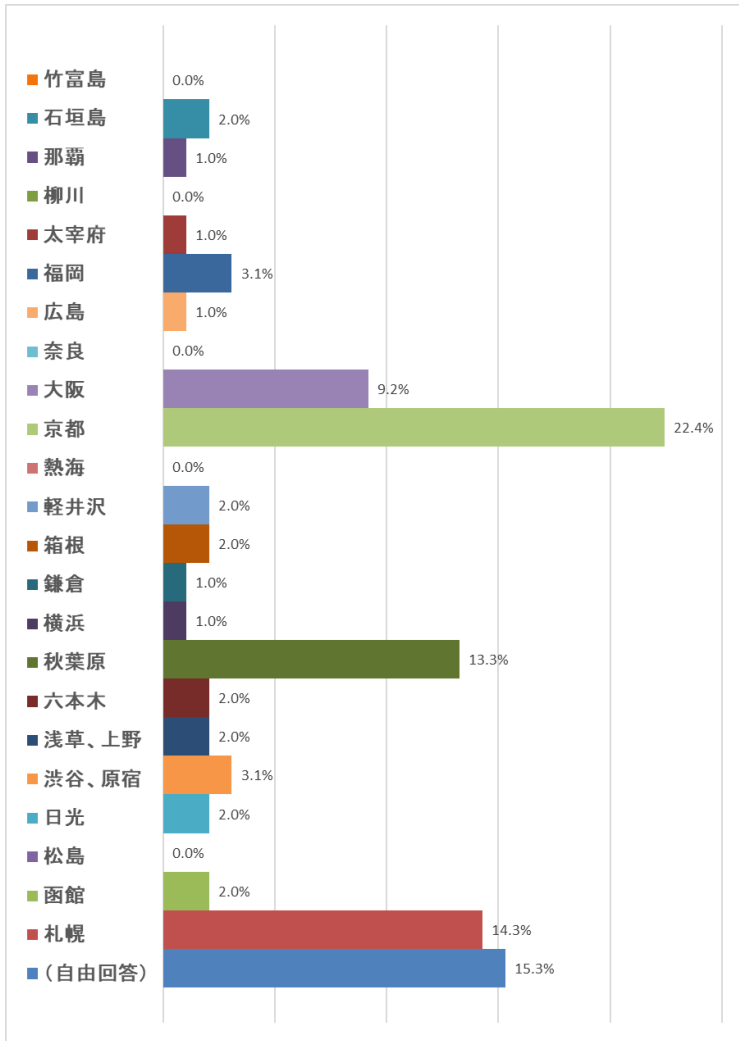
・シンガポールについて

シンガポールは、傾向がタイと似ています。2017 年のリピーター層は 79%と多く、この「行きたい地域・観光」の質問に対しても回答にはばらつきがあり、幅広く地域や観光地が認知されていると言えます。

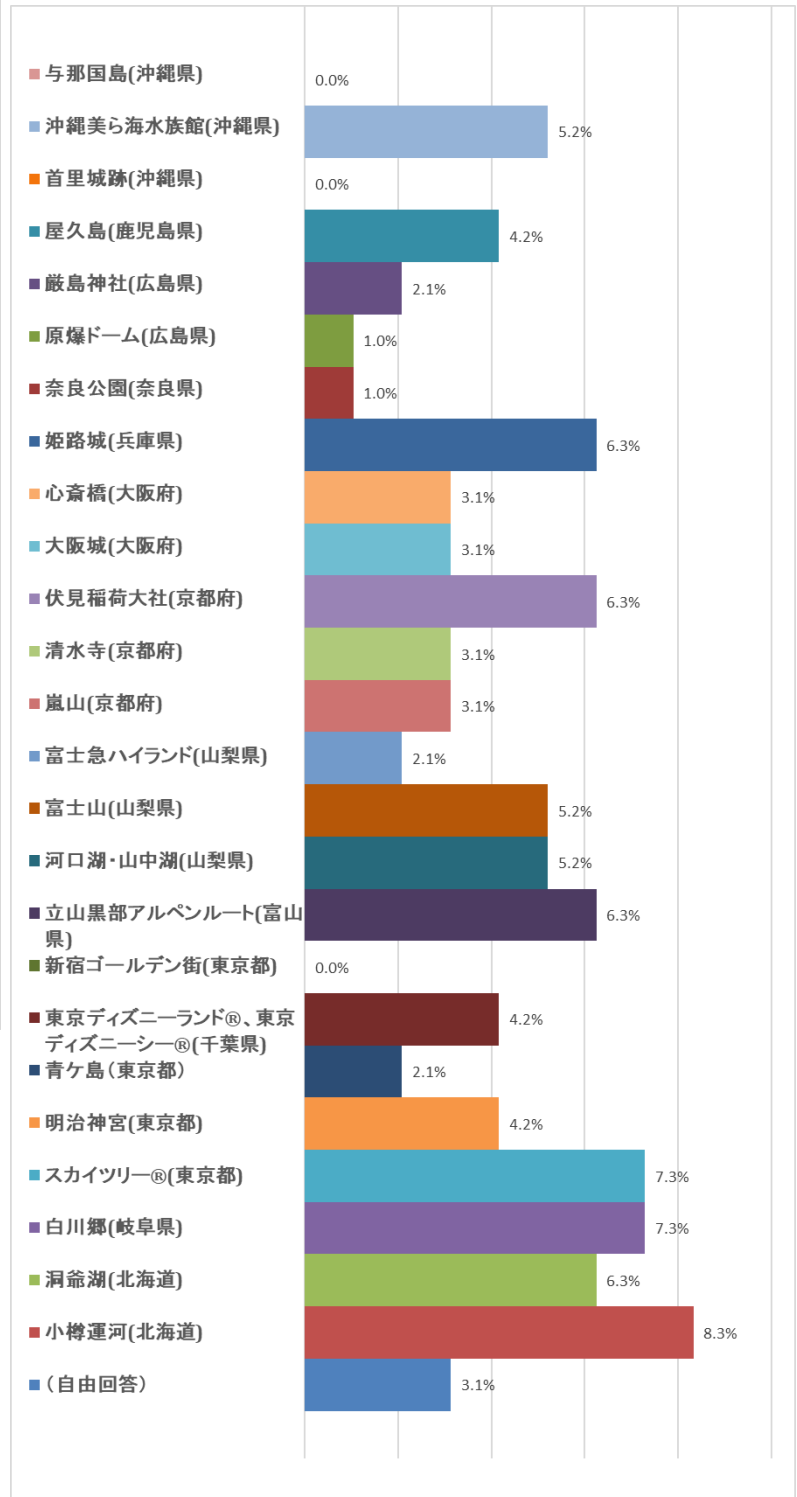
・イギリス、オーストラリア、アメリカについて

これらの 3 カ国は傾向が非常に似ています。また、他国と大きく異なる点は【広島】への関心が高いことです。欧米、オセアニア圏の国々では、日本に対して「被爆国」のイメージが強いのか【原爆ドーム】の数値も高い結果となりました。

地域



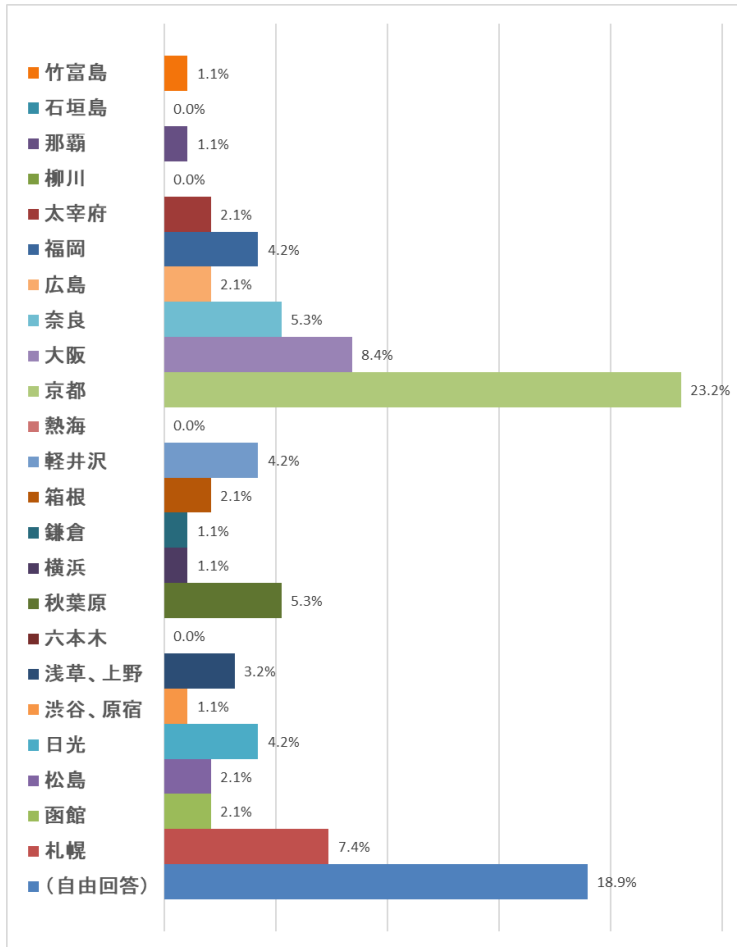
観光地



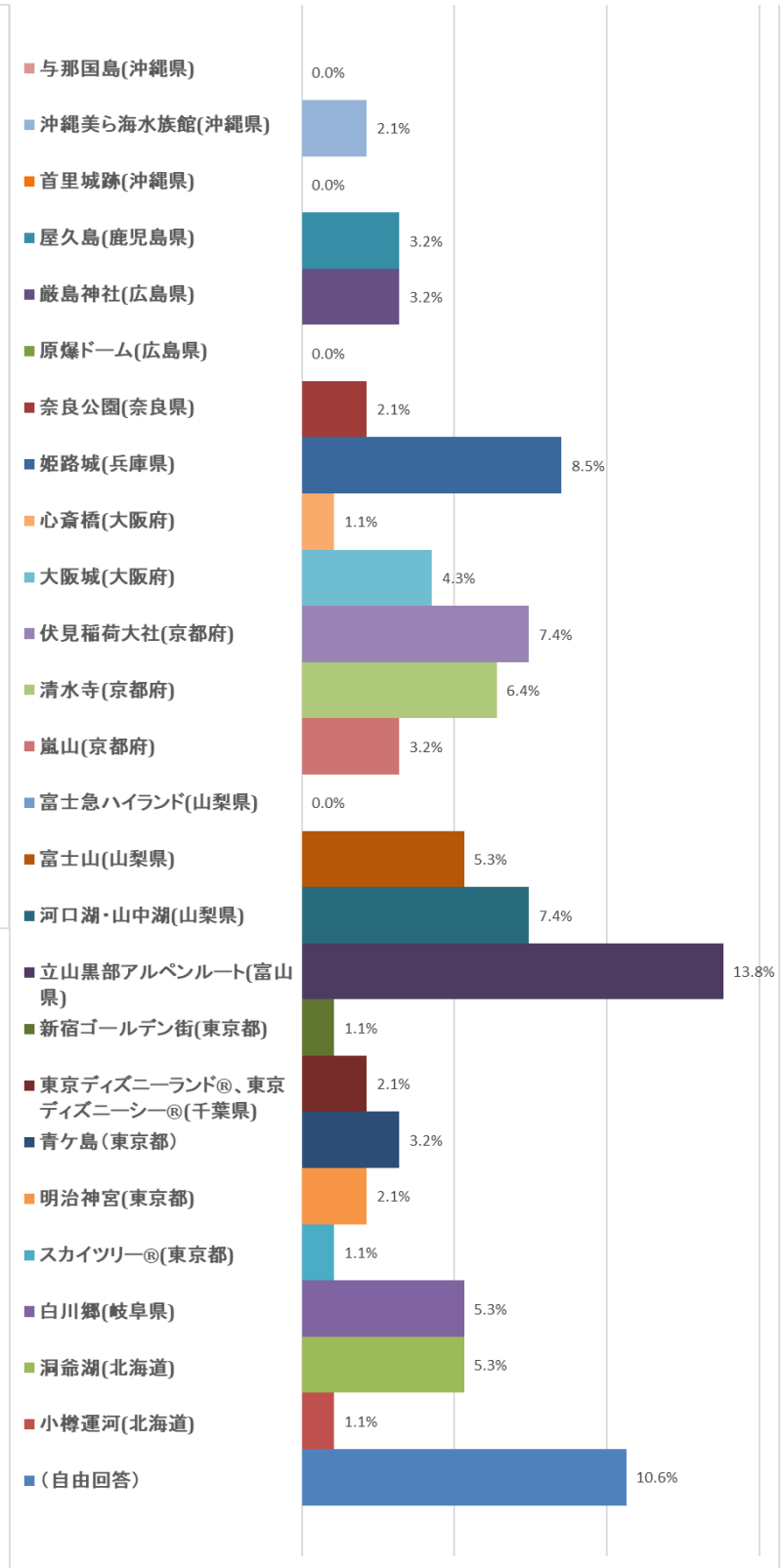
【その他＜自由回答＞ 一部抜粋※】

十和田湖、新潟、稚内、青森、河口湖、別府、福島、仙台、レゴランド(レゴランド®・ジャパン)、長野、上高地

地域



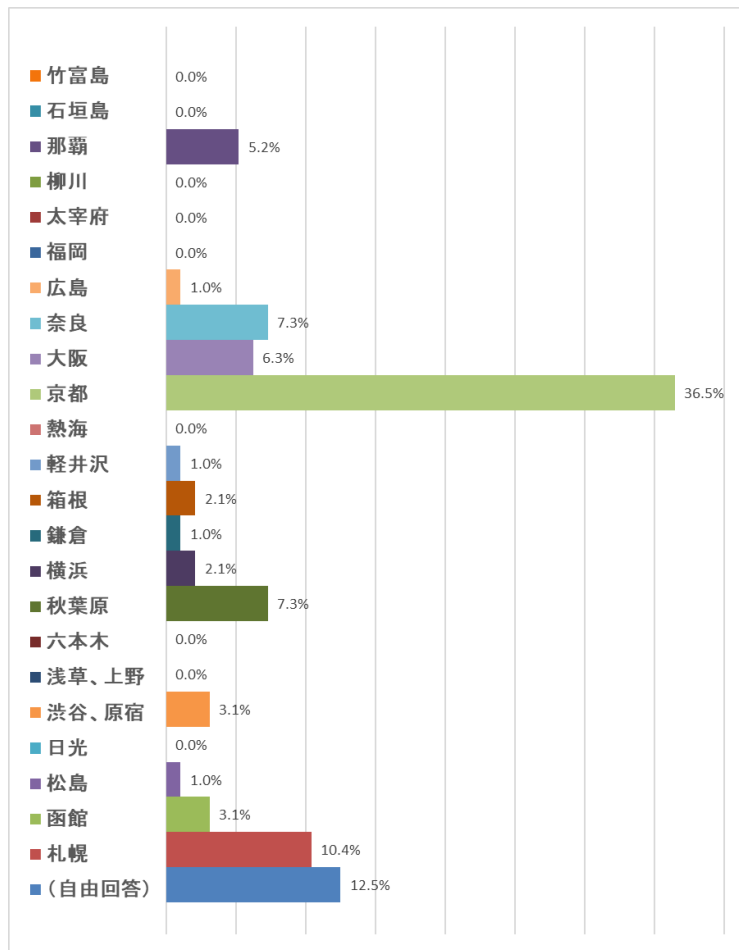
観光地



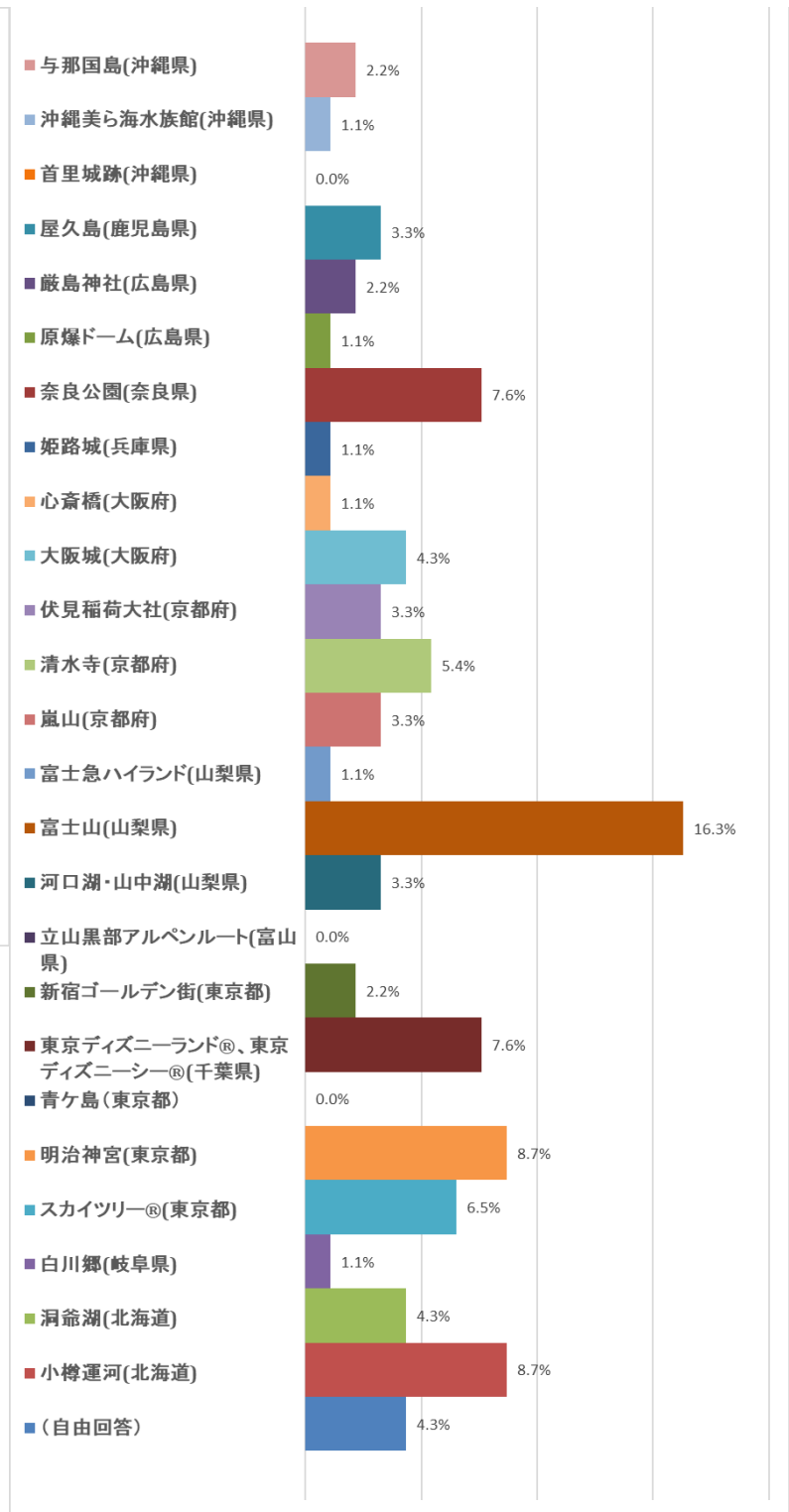
【その他＜自由回答＞ 一部抜粋※】

金澤、江之島、阿蘇、沼津、鹿児島、兵庫、伊豆志摩、伊豆半島、静岡、名古屋、自由之丘、四国、伊勢神宮、伊根の舟屋、丸亀市、直島、久能山東照宮、大須商店街、金閣寺、鎌倉大仏

地域



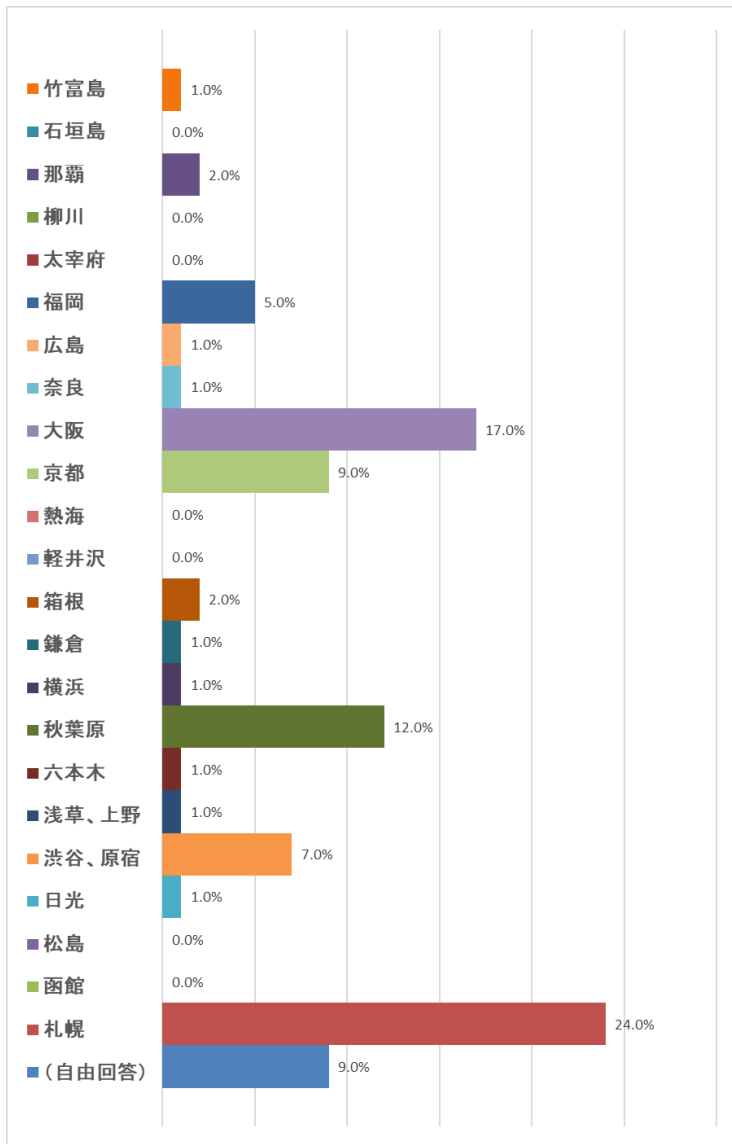
観光地



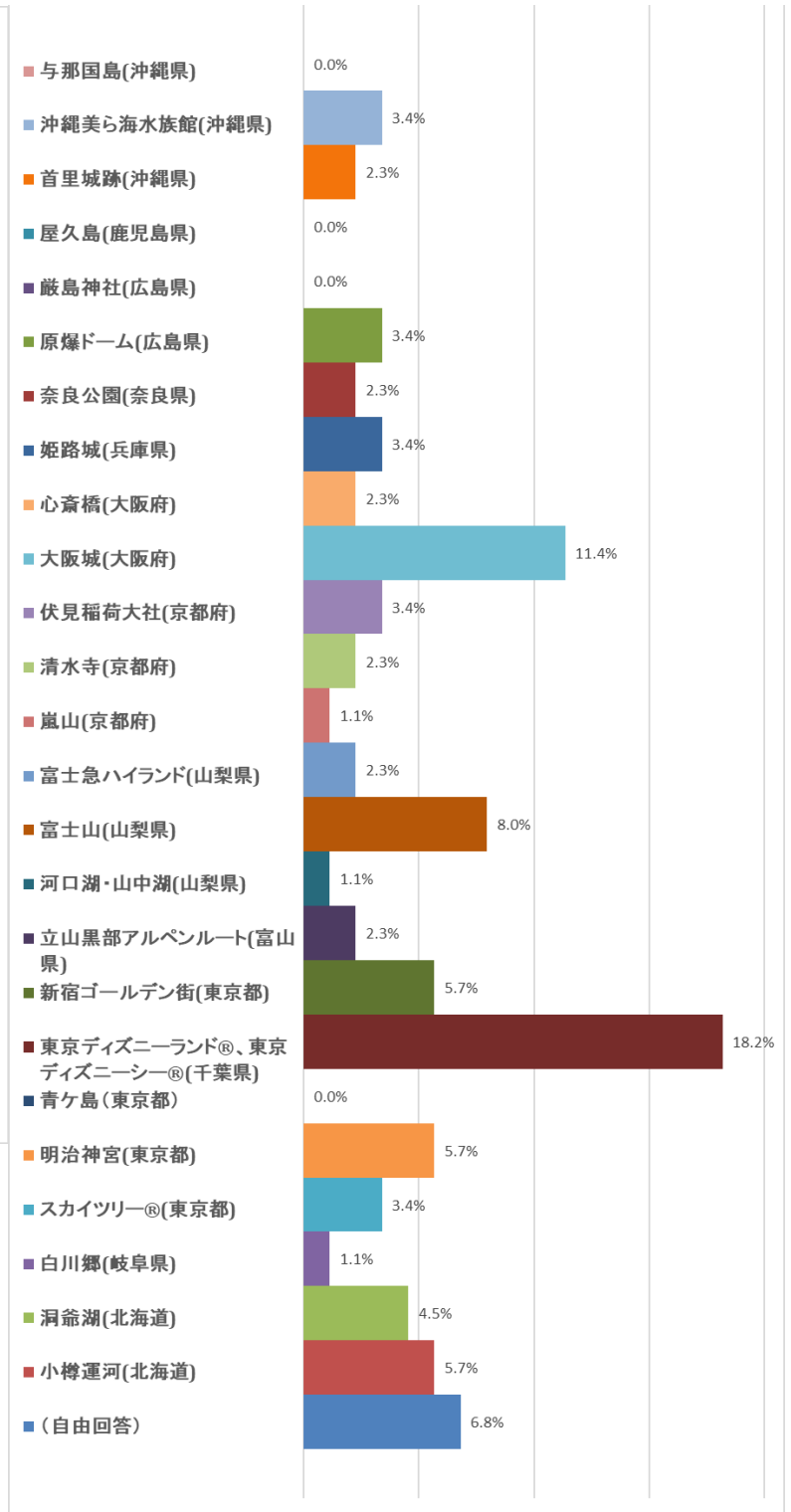
【その他＜自由回答＞ 一部抜粋※】

小豆島、霧島、青森、金沢、ラジオテレビ局

地域



観光地

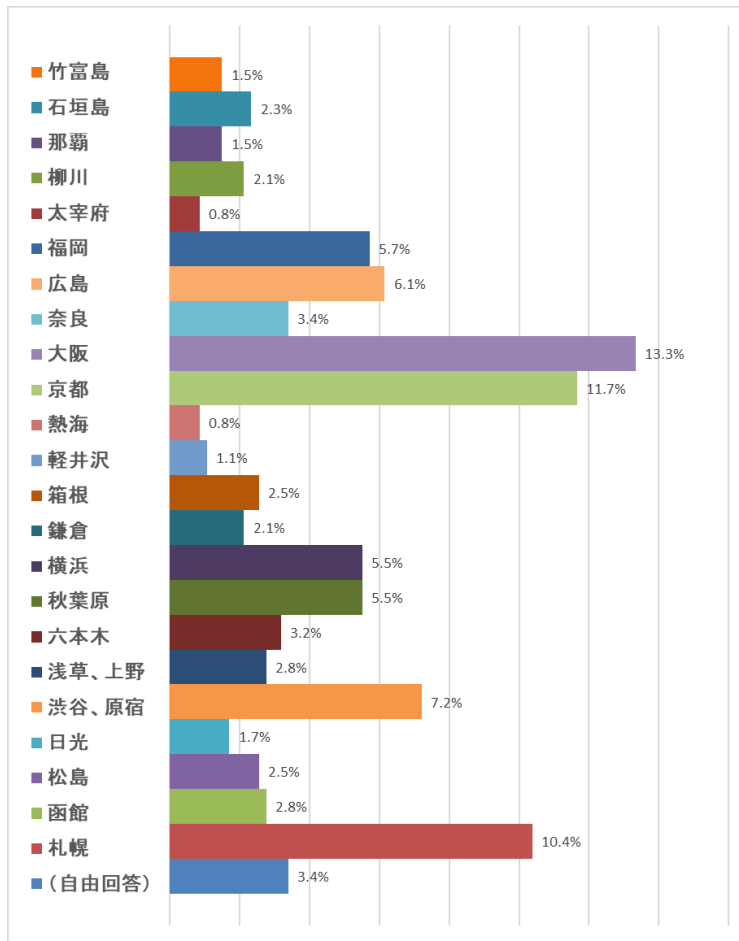


【その他＜自由回答＞ 一部抜粋※】

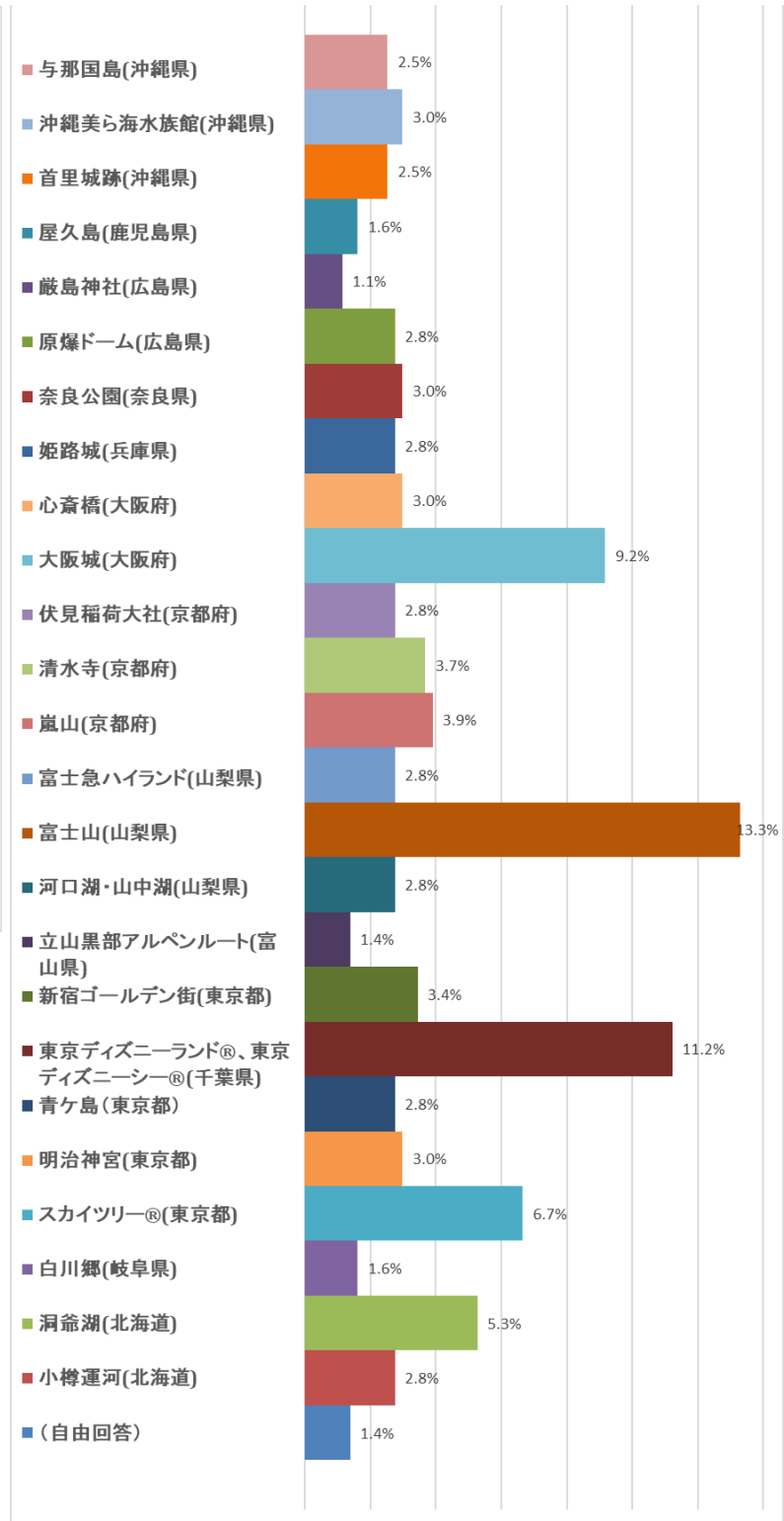
山口、千葉、名古屋、対馬、食べる旅、北海道全体

— フィリピン —

地域



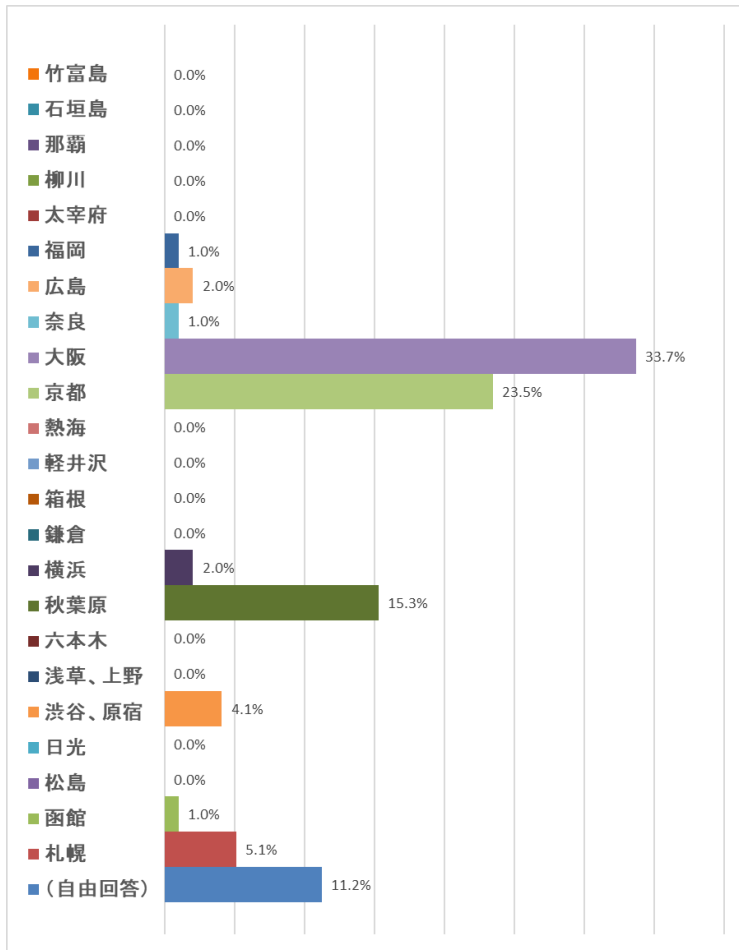
観光地



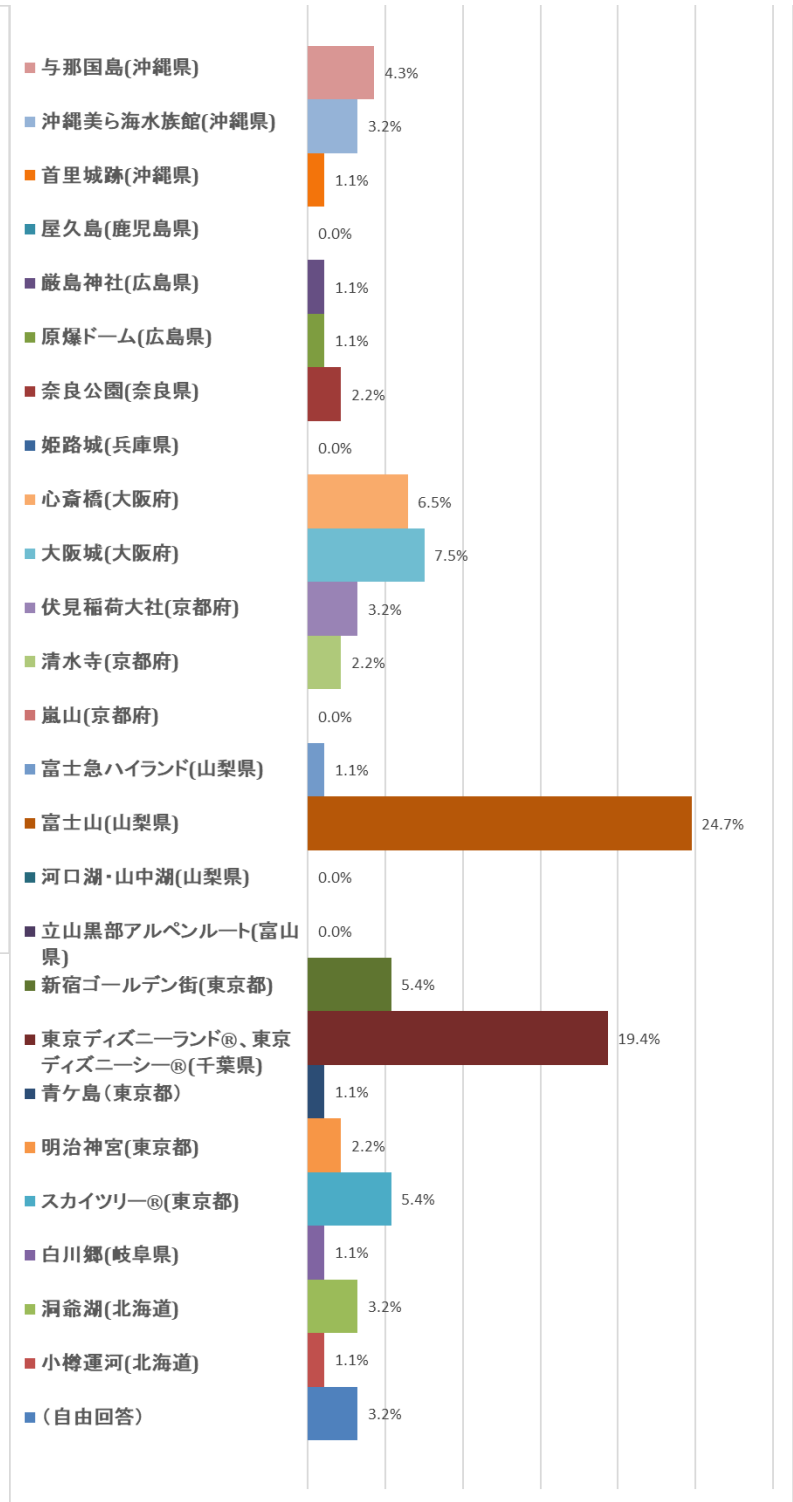
【その他＜自由回答＞ 一部抜粋※】

千葉、青森、愛知、名古屋、お台場、沖縄、白浜

地域



観光地

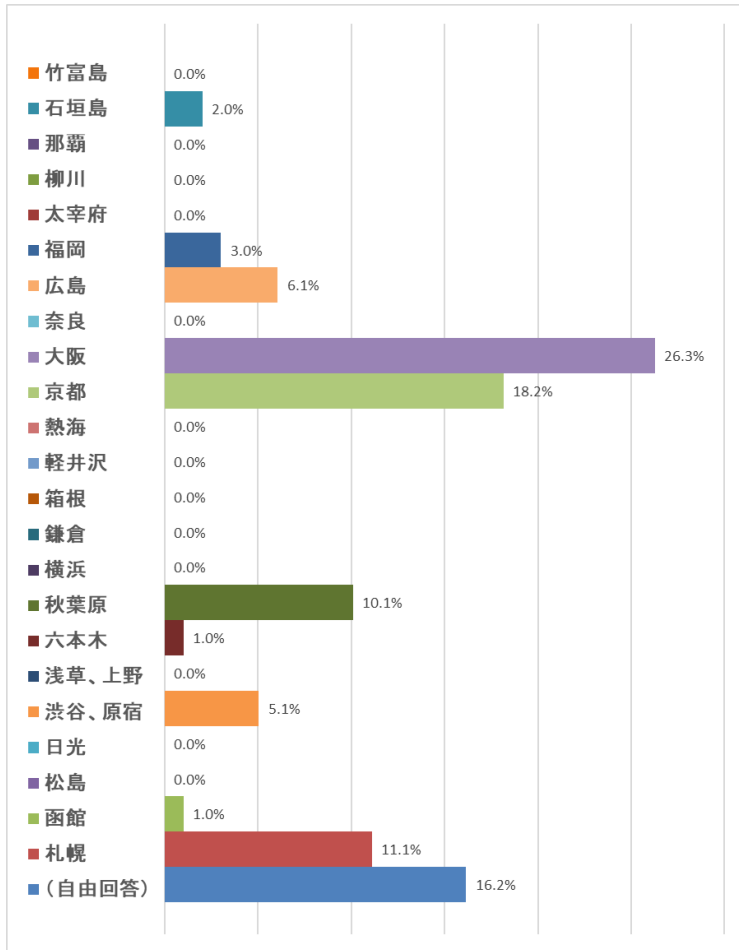


【その他＜自由回答＞ 一部抜粋※】

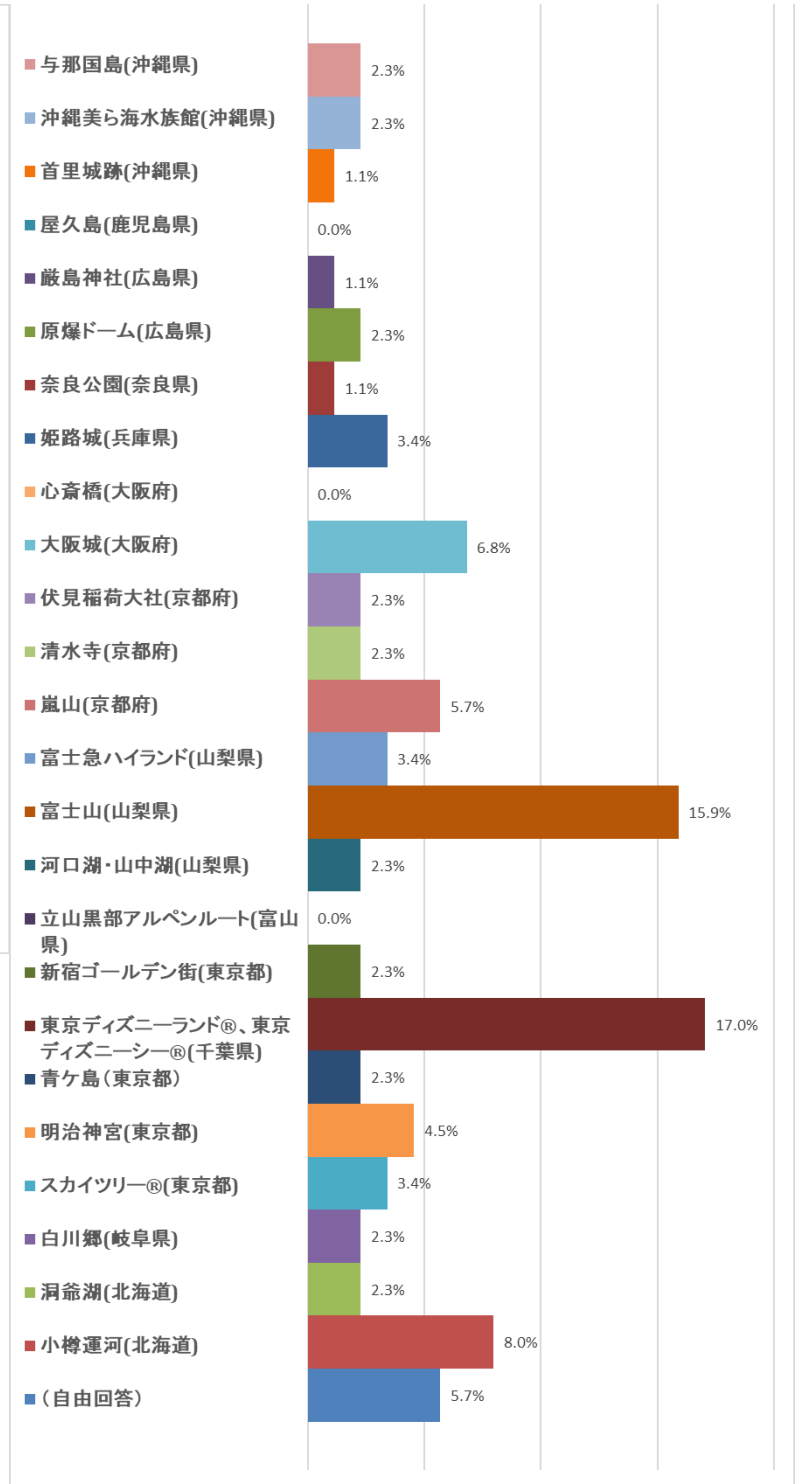
秋田

— マレーシア —

地域



観光地

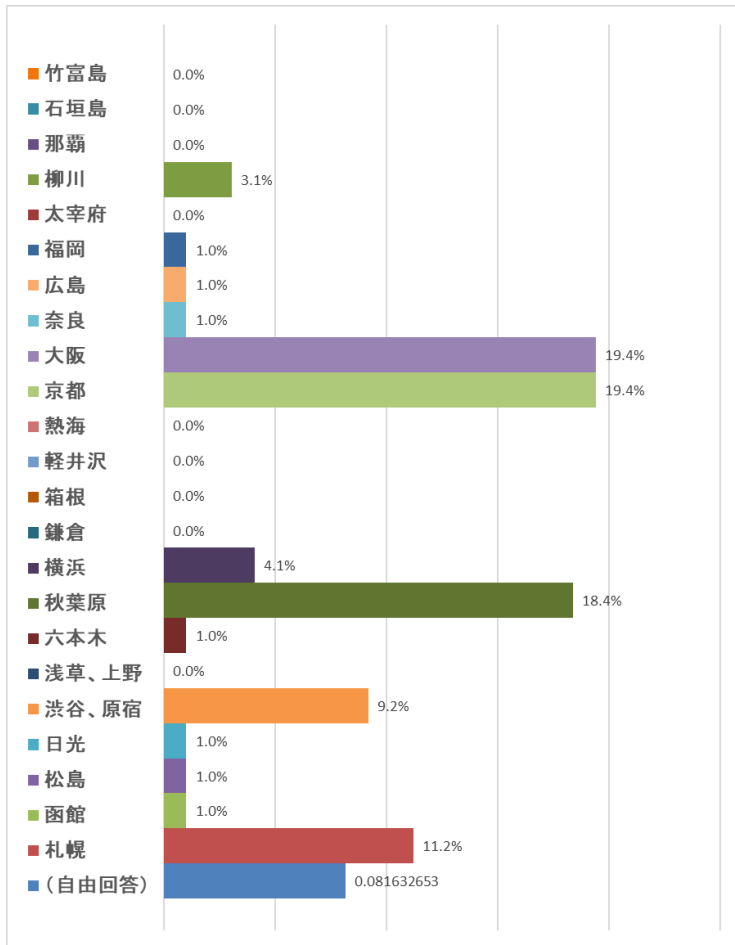


【その他＜自由回答＞ 一部抜粋※】

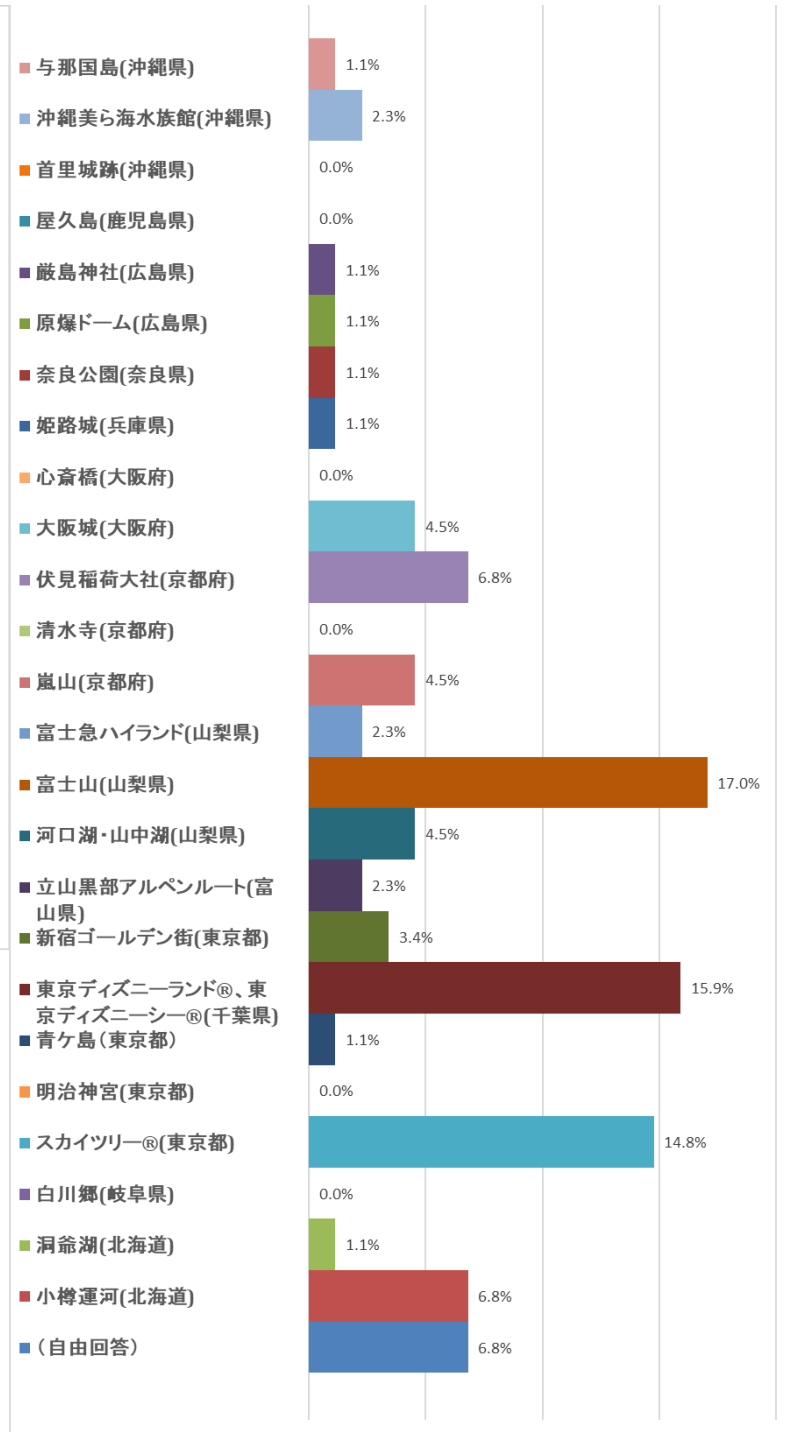
北海道、熊本、沖縄、新潟、秋田

— インドネシア —

地域



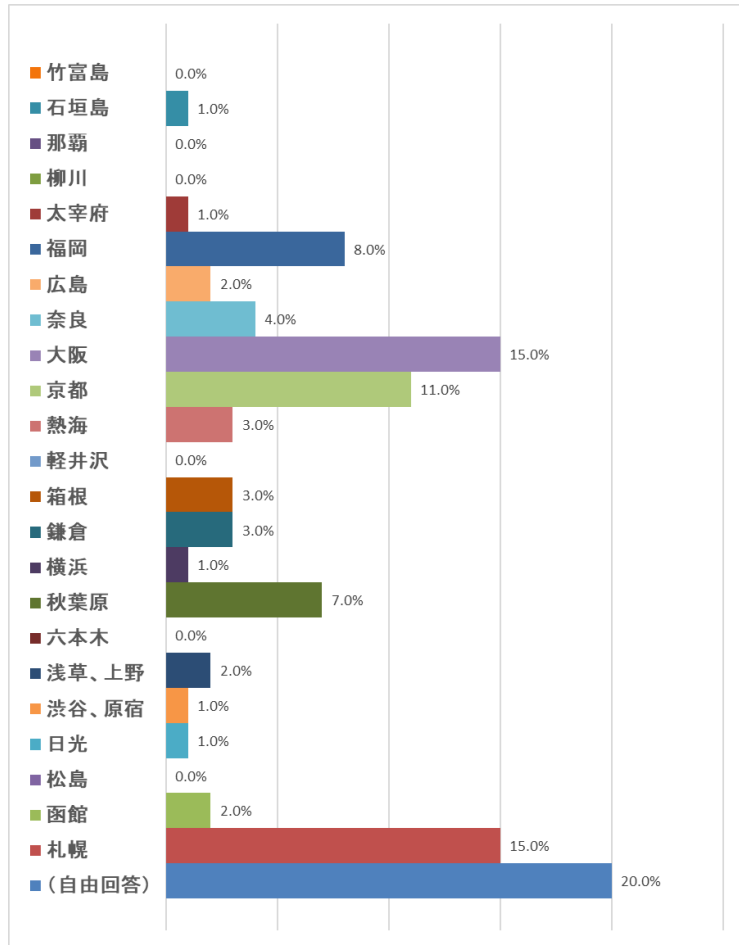
観光地



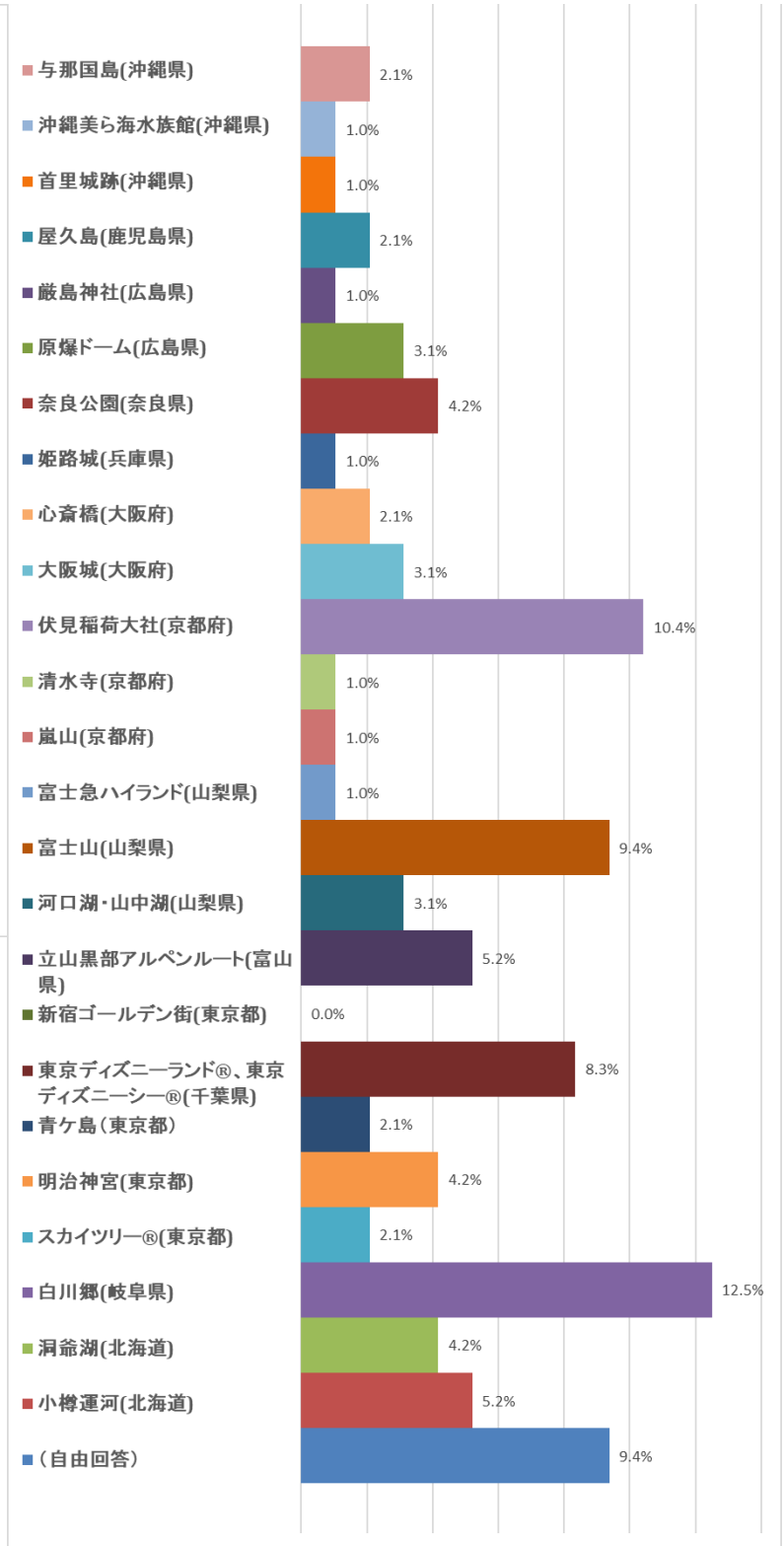
【その他＜自由回答＞ 一部抜粋※】

山梨、沖縄、長野、高山、白川、宮城、硫黄島、アニメミュージアム

地域



観光地

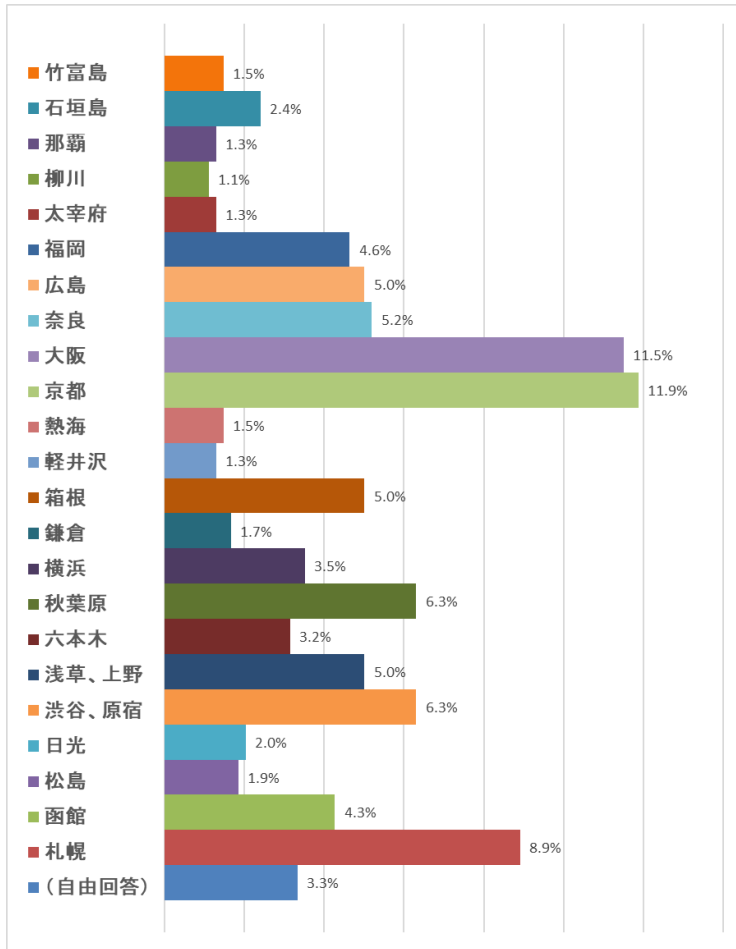


【その他＜自由回答＞ 一部抜粋※】

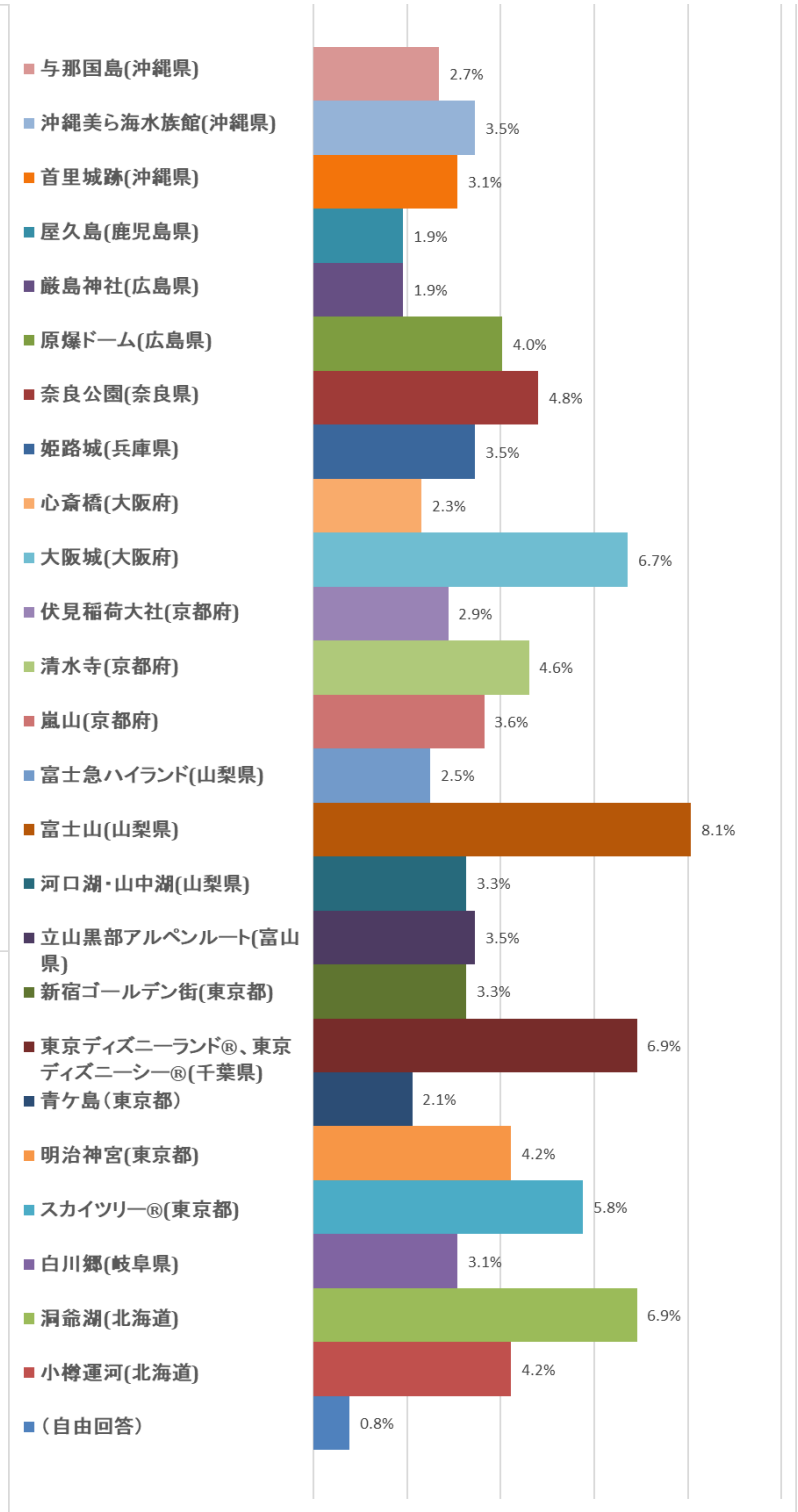
三重、香川、滋賀、長崎、埼玉、和歌山、長野、新潟、沖縄、宮古島、海遊館、青森、志摩市、姫路市、りんご農園、田舎

— シンガポール —

地域



観光地

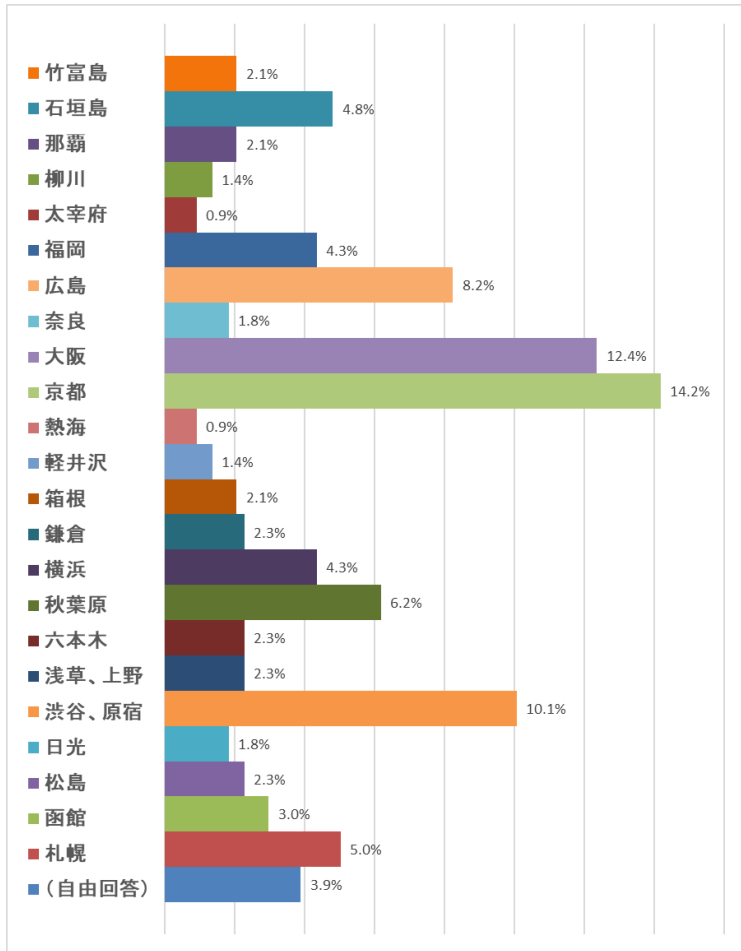


【その他＜自由回答＞ 一部抜粋※】

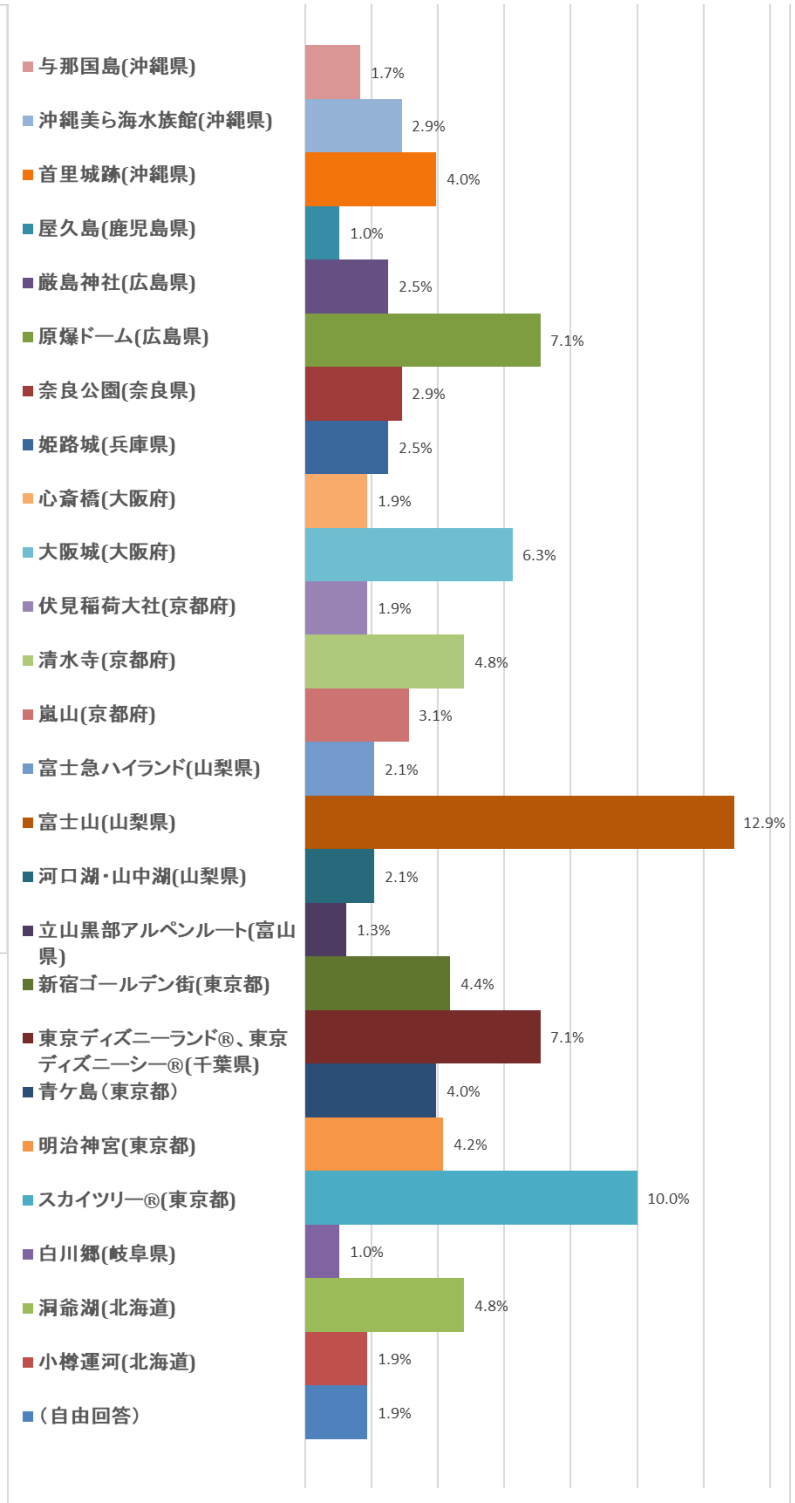
北海道、沖縄、九州、静岡、秋田、伊勢、山形、神奈川、諏訪湖、本栖湖

— イギリス —

地域



観光地

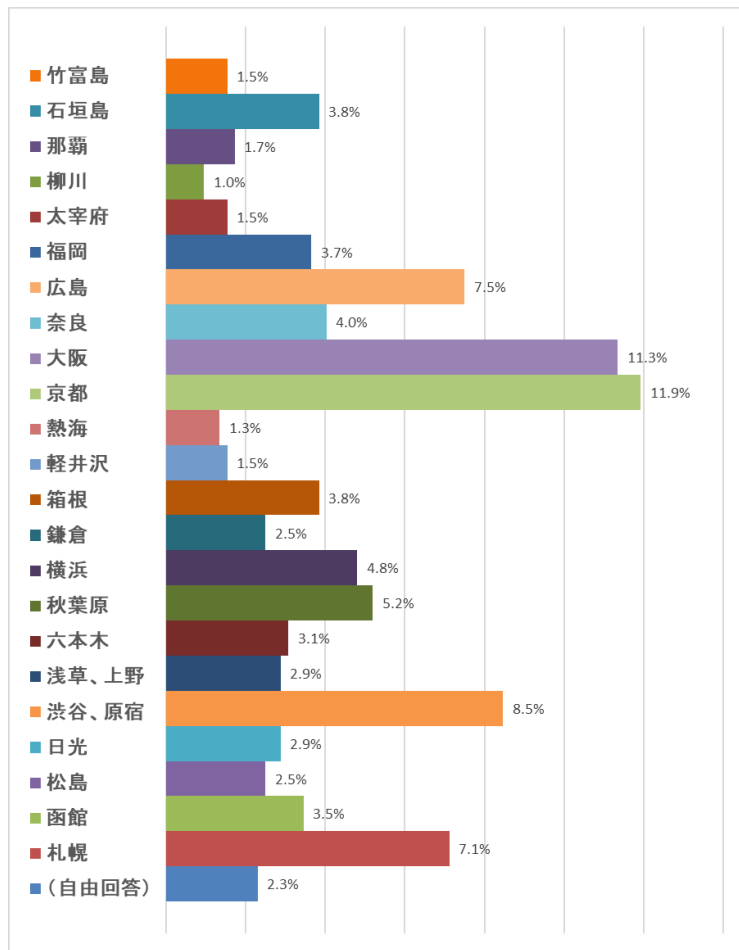


【その他＜自由回答＞ 一部抜粋※】

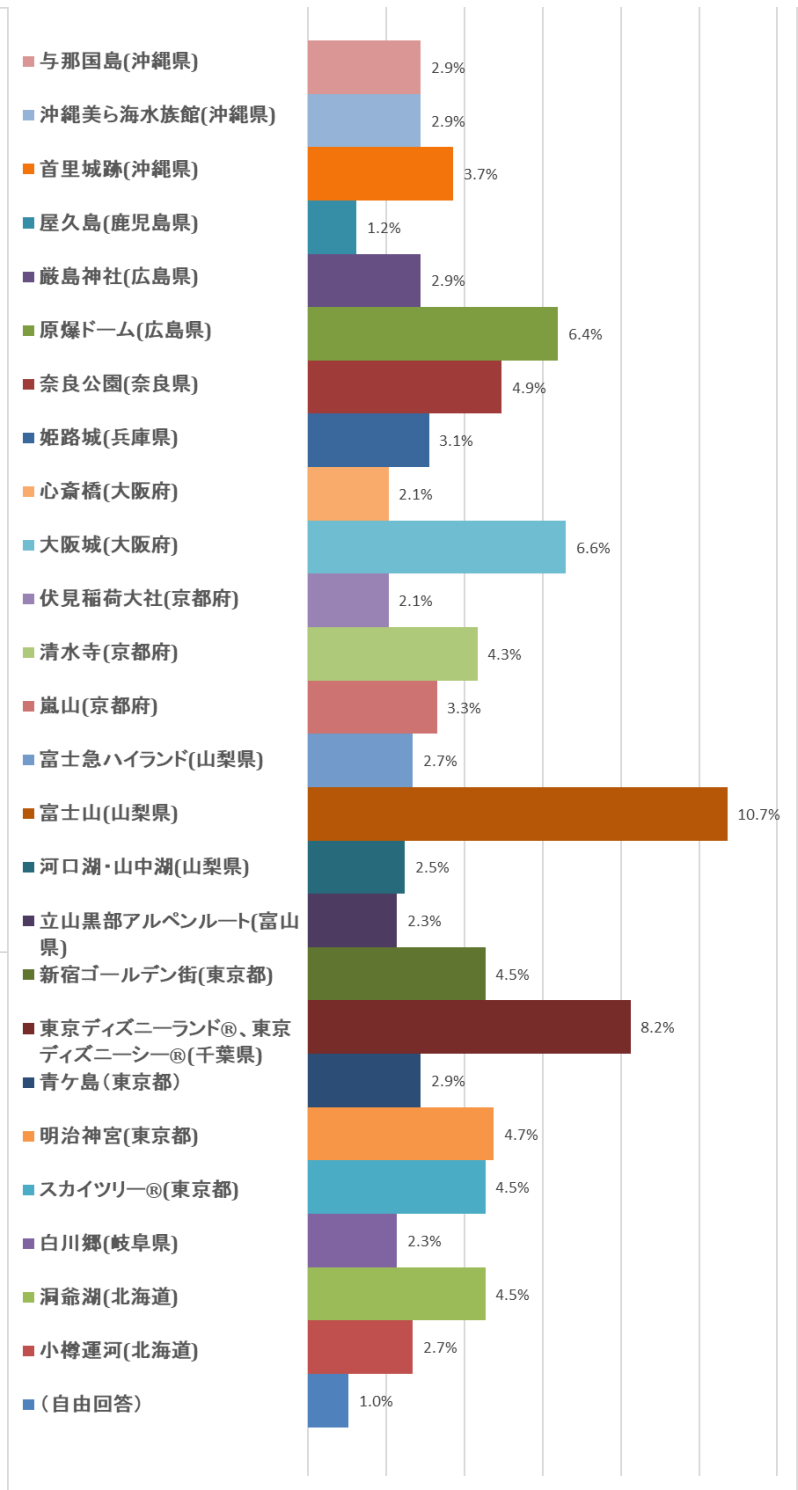
野田、千葉、沖縄、温泉、東京タワー、京都タワー、京都祇園、原宿商店街

— オーストラリア —

地域



観光地

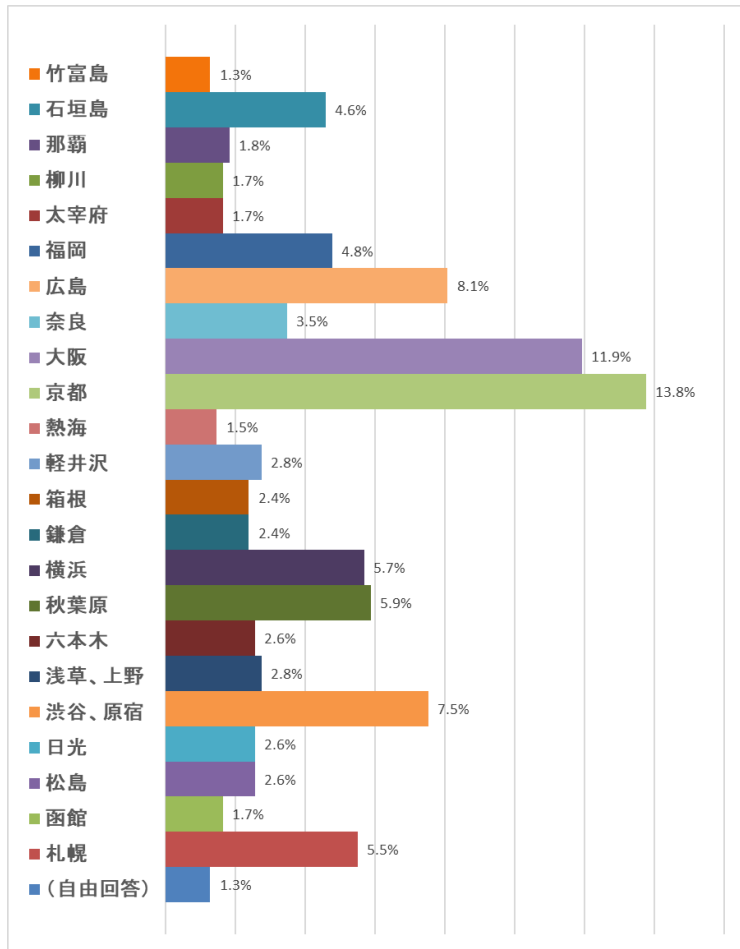


【その他＜自由回答＞ 一部抜粋※】

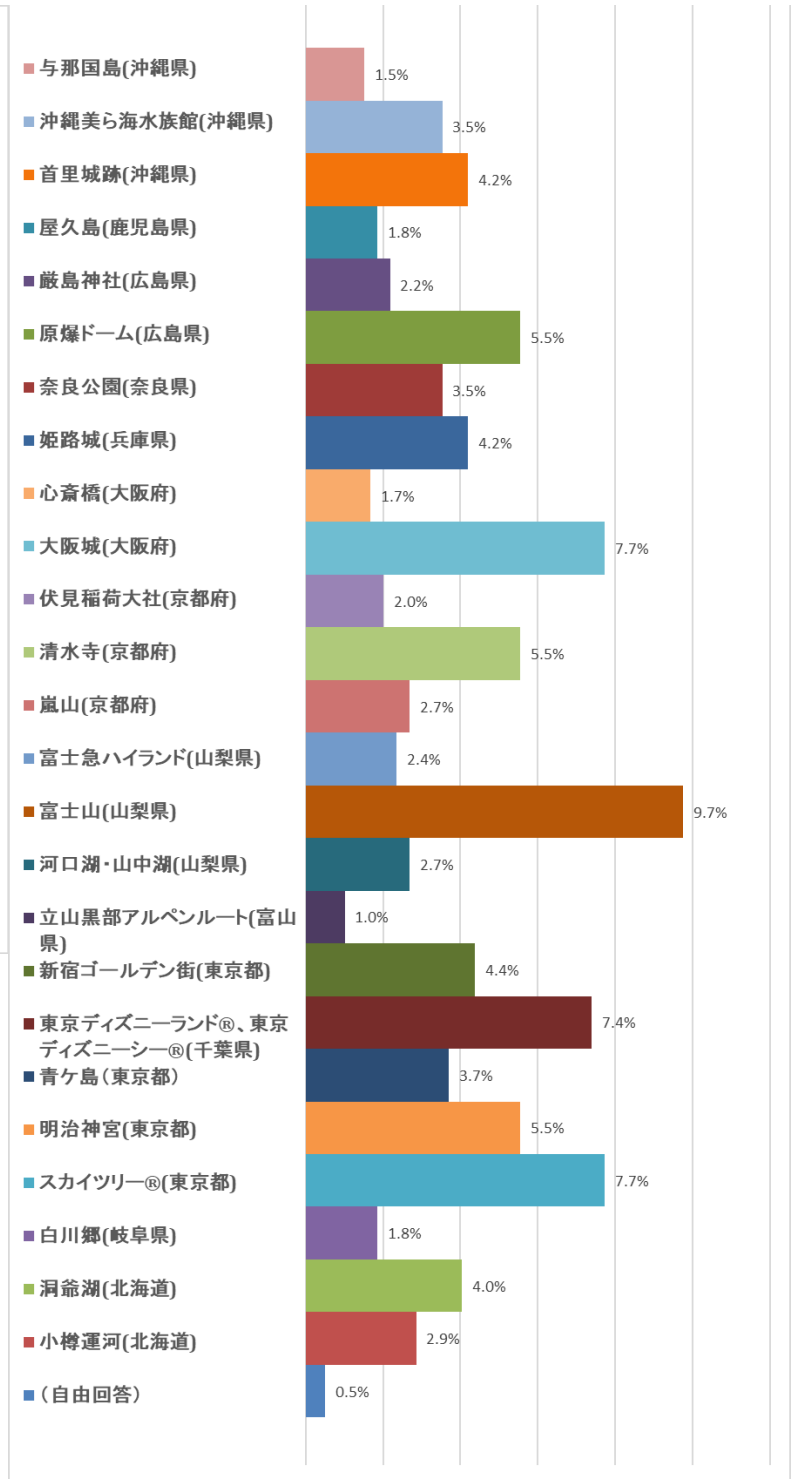
沖縄、青森、九州、愛媛、銀山温泉、名古屋、北海道の青い湖

— アメリカ —

地域



観光地



【その他＜自由回答＞ 一部抜粋※】

道頓堀、北海道

【過去の親日度調査】

《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】

アジア・欧米圏の親日度調査

【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、アメリカ、オーストラリア、イギリス
- ・ 調査期間: 2018年3月1日～2018年4月28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
- ・ 日本政府観光局(JNTO) 訪日外国人旅行者統計
総務省 人口データ
外務省 各国基礎データ
観光庁 日本人海外旅行者数



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>

[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
2016 年 10 月	東京証券取引所二部市場上場
2017 年 9 月	ベトナムに現地法人設立

[プレスリリースに関するお問合せ]

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