

日本の自動車メーカーの海外におけるGoogle検索数調査を実施 人間の興味・関心・探究心と日本が世界に誇るブランドの関係性 世界中で調べられる日本のブランドワードの可能性は？

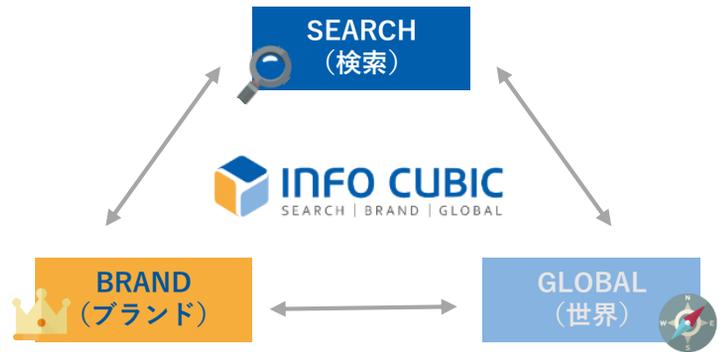
海外デジタルマーケティングの支援を行う株式会社インフォキュービック・ジャパン（本社：東京都新宿区：代表取締役山岸ロハン 以下インフォキュービック）は、日本の自動車メーカーの、海外におけるGoogle検索数に関する調査を実施しましたので、その結果を発表いたします。

<https://www.infocubic.co.jp/news/2018/09/19.html>

【調査背景】

私たちの日常に欠かせなくなったインターネット。今や情報を探すための“検索”は、当たり前の行動となりました。一方、インターネットの普及・発展により、ポータレス化は進み、企業が取り組むべきマーケティングエリアも、国境を越えてグローバルな視点で取り組みが必要不可欠になってきています。自国のみではなく、グローバルな視点でのマーケティングへの取り組みが今後はより必要とされることでしょう。

インフォキュービックでは、自社のロゴにあるSEARCH（検索）、BRAND（ブランド）、GLOBAL（世界）という3つの観点から、日本の自動車メーカー名の検索数をもとに、より有効なデジタルマーケティング施策の可能性を探ります。



【調査概要】

調査機関：2017年4月1日から2018年3月31日

調査方法：Google社のツール「キーワードプランナー」をもとに算出されたデータを使用

※本調査は特定のブランド印象を操作する意図はありません

調査結果サマリー

- ◆ 世界中で調べられている日本のブランドワードを深掘りし「どの地域」で「どのワード」が「どれだけ調べられているか」という数値からブランドワードと検索の関係性を探る。
- ◆ 検索数が少ない地域ほど、デジタルマーケティングに力を入れることが必要であり、より売り上げを伸ばせる可能性を秘めている。
- ◆ 現地語での検索数が少ない地域は、英語でのデジタルマーケティング施策が有効と考えられる。
- ◆ 地域・ブランドによっては、英語よりもその土地の主要言語を用いたデジタル施策のほうがより効果が見込めます。



Press Release

株式会社インフォキュービック・ジャパン広報事務局
03-6427-1627

平成30年9月25日

■ 2017年4月1日から2018年3月31日の間に「英語」で行われた「TOYOTA」、「HONDA」、「NISSAN」、「SUBARU」、「MAZDA」、「SUZUKI」というワードの各地域のGoogle検索回数

北米		1位	2位	3位	4位	5位	6位
	アメリカ	TOYOTA 1,500,000回	HONDA 1,220,000回	SUBARU 1,000,000回	NISSAN 823,000回	MAZDA 450,000回	SUZUKI 110,000回
	カナダ	TOYOTA 201,000回	HONDA 165,000回	NISSAN 110,000回	SUBARU 110,000回	MAZDA 110,000回	SUZUKI 18,100回

アジア		1位	2位	3位	4位	5位	6位
	香港	TOYOTA 14,800回	HONDA 8,100回	NISSAN 4,400回	SUBARU 4,400回	MAZDA 4,400回	SUZUKI 3,600回
	インド	HONDA 246,000回	TOYOTA 135,000回	SUZUKI 110,000回	NISSAN 49,500回	SUBARU 12,100回	MAZDA 12,100回
	インドネシア	HONDA 110,000回	TOYOTA 74,000回	SUZUKI 40,500回	NISSAN 18,100回	MAZDA 18,100回	SUBARU 6,600回
	マレーシア	HONDA 60,500回	TOYOTA 49,500回	NISSAN 22,200回	MAZDA 18,100回	SUBARU 12,100回	SUZUKI 5,400回
	パキスタン	HONDA 27,100回	TOYOTA 22,200回	SUZUKI 22,200回	NISSAN 4,400回	MAZDA 1,900回	SUBARU 1,600回
	シンガポール	TOYOTA 9,900回	HONDA 8,100回	NISSAN 4,400回	MAZDA 4,400回	SUBARU 3,600回	SUZUKI 1,900回
	韓国	TOYOTA 3,600回	HONDA 2,900回	NISSAN 1,600回	SUZUKI 1,600回	SUBARU 1,300回	MAZDA 1,000回
	台湾	TOYOTA 201,000回	HONDA 110,000回	NISSAN 74,000回	MAZDA 60,500回	SUZUKI 60,500回	SUBARU 49,500回
	タイ	TOYOTA 110,000回	HONDA 110,000回	NISSAN 40,500回	SUZUKI 40,500回	MAZDA 33,100回	SUBARU 12,100回
	ベトナム	HONDA 165,000回	TOYOTA 49,500回	SUZUKI 49,500回	MAZDA 27,100回	NISSAN 12,100回	SUBARU 6,600回

オセアニア		1位	2位	3位	4位	5位	6位
	オーストラリア	TOYOTA 165,000回	MAZDA 90,500回	SUBARU 74,000回	HONDA 60,500回	NISSAN 60,500回	SUZUKI 33,100回
	ニュージーランド	TOYOTA 14,800回	NISSAN 8,100回	MAZDA 8,100回	HONDA 6,600回	SUBARU 5,400回	SUZUKI 4,400回

※本調査における「検索回数」は2017年4月1日から2018年3月31日の間にGoogleで検索された「TOYOTA」、「HONDA」、「NISSAN」、「SUZUKI」、「SUBARU」、「MAZDA」というワードの数です。（あくまで検索された回数です。検索目的が自動車、家電、オートバイ、人名などの区別はしていません。また、上述の6つのワードや地域は無作為に抽出したものです。）

※本調査における「各国と地域の人口」は『Google』のデータを参考にしています。*1

ポイント

- ◆ 「TOYOTA」というワードはどの地域でも検索回数が多い傾向にある。
また、オセアニアを除く地域では、次いで検索回数が多いのは「HONDA」というワードである。
- ◆ 地域別に見ると、検索回数はアメリカ、カナダ、インドの順に多く、人口に比例しているわけではない。
- ◆ アジアでの検索回数が最も多い地域はインド。2番目に多い地域は台湾。次いでベトナム、インドネシア、タイと続く。
- ◆ オセアニアは「MAZDA」、「SUBARU」というワードの検索数が多いのが目立つ。



■地域別に見る一人あたりの検索回数（英語） ※一人あたりの検索回数 = 「検索回数」 ÷ 「その地域の人口」

北米		1位	2位	3位	4位	5位	6位
	アメリカ	TOYOTA 0.004605回	HONDA 0.003746回	SUBARU 0.003070回	NISSAN 0.002527回	MAZDA 0.001382回	SUZUKI 0.000338回
	カナダ	TOYOTA 0.005539回	HONDA 0.004547回	NISSAN 0.003031回	SUBARU 0.003031回	MAZDA 0.003031回	SUZUKI 0.000499回

アジア		1位	2位	3位	4位	5位	6位
	香港	TOYOTA 0.002014回	HONDA 0.001102回	NISSAN 0.000599回	SUBARU 0.000599回	MAZDA 0.000599回	SUZUKI 0.000490回
	インド	HONDA 0.000186回	TOYOTA 0.000102回	SUZUKI 0.000083回	NISSAN 0.000037回	SUBARU 0.000009回	MAZDA 0.000009回
	インドネシア	HONDA 0.000421回	TOYOTA 0.000283回	SUZUKI 0.000155回	NISSAN 0.000069回	MAZDA 0.000069回	SUBARU 0.000025回
	マレーシア	HONDA 0.001940回	TOYOTA 0.001587回	NISSAN 0.000712回	MAZDA 0.000580回	SUBARU 0.000388回	SUZUKI 0.000173回
	パキスタン	HONDA 0.000140回	TOYOTA 0.000115回	SUZUKI 0.000115回	NISSAN 0.000023回	MAZDA 0.000010回	SUBARU 0.000008回
	シンガポール	TOYOTA 0.001766回	HONDA 0.001445回	NISSAN 0.000785回	MAZDA 0.000785回	SUBARU 0.000642回	SUZUKI 0.000339回
	韓国	TOYOTA 0.000070回	HONDA 0.000057回	NISSAN 0.000031回	SUZUKI 0.000031回	SUBARU 0.000025回	MAZDA 0.000020回
	台湾	TOYOTA 0.008528回	HONDA 0.004667回	NISSAN 0.003140回	MAZDA 0.002567回	SUZUKI 0.002567回	SUBARU 0.002100回
	タイ	TOYOTA 0.001597回	HONDA 0.001597回	NISSAN 0.000588回	SUZUKI 0.000588回	MAZDA 0.000481回	SUBARU 0.000176回
	ベトナム	HONDA 0.001780回	TOYOTA 0.000534回	SUZUKI 0.000534回	MAZDA 0.000292回	NISSAN 0.000131回	SUBARU 0.000071回

オセアニア		1位	2位	3位	4位	5位	6位
	オーストラリア	TOYOTA 0.006838回	MAZDA 0.003751回	SUBARU 0.003067回	HONDA 0.002507回	NISSAN 0.002507回	SUZUKI 0.001372回
	ニュージーランド	TOYOTA 0.003154回	NISSAN 0.001726回	MAZDA 0.001726回	HONDA 0.001406回	SUBARU 0.001151回	SUZUKI 0.000938回

ポイント

- ◆ 地域別に見ると、一人あたりの検索回数は、台湾、オーストラリア、カナダの順に多い。
- ◆ 反対に、一人あたりの検索回数が少ない地域は、韓国、パキスタン、インドである。
- ◆ オセアニアでは、他地域と比べMAZDA、SUBARUが検索回数の上位を占めている。

スマートフォンなどの普及により、インターネットでの検索は私たちにとって身近なものになりました。インターネットでの検索「=消費者の興味・関心」は、その先の売り上げに直結している可能性が高いと考えられます。つまり、一人あたりの検索回数が少ない地域ほど、デジタルマーケティングに力を入れることで、より売り上げを伸ばせる可能性があると言えます。メーカー別に見てみると、全体的に台湾での検索回数が多く、次いでオーストラリア、カナダ、アメリカといった英語を公用語とする地域が続く結果になりました。



■2017年4月1日から2018年3月31日の間にその地域の「主要言語*2」で行われたGoogle検索回数

アジア		1位	2位	3位	4位	5位	6位
	香港 (繁体字)	HONDA 2,400回	NISSAN 1,000回	SUZUKI 1,000回	TOYOTA 480回	MAZDA 260回	SUBARU 70回
	インド (タミル語)	TOYOTA 1,300回	HONDA 880回	SUZUKI 720回	NISSAN 320回	SUBARU 10回	MAZDA 0回
	パキスタン (バンジャープ語)	SUZUKI 50回	NISSAN 20回	SUBARU 10回	MAZDA 10回	TOYOTA 0回	HONDA 0回
	韓国 (ハングル)	HONDA 5,400回	TOYOTA 3,600回	SUZUKI 3,600回	NISSAN 2,900回	SUBARU 2,400回	MAZDA 170回
	台湾 (繁体字)	MAZDA 33,100回	TOYOTA 18,100回	HONDA 18,100回	SUZUKI 6,600回	NISSAN 3,600回	SUBARU 390回
	タイ (タイ語)	TOYOTA 90,500回	HONDA 60,500回	NISSAN 33,100回	MAZDA 22,200回	SUBARU 5,400回	SUZUKI 0回

■地域別に見る一人あたりの検索回数 (主要言語)

※一人あたりの検索回数 = 「検索回数」 ÷ 「その地域の人口」

アジア		1位	2位	3位	4位	5位	6位
	香港 (繁体字)	HONDA 0.000327回	NISSAN 0.000136回	SUZUKI 0.000136回	TOYOTA 0.000065回	MAZDA 0.000035回	SUBARU 0.000010回
	インド (タミル語)	TOYOTA 0.000001回	SUZUKI 0.000001回	HONDA 0.000001回	NISSAN 0.000000回	SUBARU 0.000000回	MAZDA 0.000000回
	パキスタン (バンジャープ語)	SUZUKI 0.0000003回	NISSAN 0.0000001回	SUBARU 0.0000001回	MAZDA 0.0000001回	TOYOTA 0.0000000回	HONDA 0.0000000回
	韓国 (ハングル)	HONDA 0.000105回	TOYOTA 0.000070回	SUZUKI 0.0000070回	NISSAN 0.000057回	SUBARU 0.000047回	MAZDA 0.000003回
	台湾 (繁体字)	MAZDA 0.001404回	TOYOTA 0.000768回	HONDA 0.000768回	SUZUKI 0.000280回	NISSAN 0.000153回	SUBARU 0.000017回
	タイ (タイ語)	TOYOTA 0.001314回	HONDA 0.000879回	NISSAN 0.000481回	MAZDA 0.000322回	SUBARU 0.000078回	SUZUKI 0.000000回

ポイント

- ◆ 「主要言語」での検索回数は、タイ、台湾、韓国の順に多い。
- ◆ 「主要言語」での人口一人あたりの検索回数は、台湾、タイ、香港の順に多い。
- ◆ 韓国には独立した自動車メーカーがあり、検索に関しては自国メーカーの人気の高い傾向にあると考えられる。

独立した自動車メーカーを持っている韓国は、自国メーカーの人気の高く、検索に関しては人口一人あたりの検索数が相対的に少ない傾向にあります。一方、日本車のシェア率が約9割と言われている台湾では、自国メーカーがないこともありアジアの中でも特に一人あたりの検索回数が多い結果となりました。

■地域別に見る「英語」と「主要言語」での一人あたりの検索回数比較

※一人あたりの検索回数 = 「検索回数」 ÷ 「その地域の人口」

		TOYOTA		HONDA		NISSAN	
		主要言語	英語	主要言語	英語	主要言語	英語
	香港	0.000065回	0.002014回	0.000327回	0.001102回	0.000136回	0.000599回
	インド	0.000001回	0.000102回	0.000001回	0.000186回	0.000000回	0.000037回
	パキスタン	0.000000回	0.000115回	0.000000回	0.00014回	0.000000回	0.000023回
	韓国	0.000070回	0.000070回	0.000105回	0.000057回	0.000057回	0.000031回
	台湾	0.000768回	0.008528回	0.000768回	0.004667回	0.000153回	0.00314回
	タイ	0.001314回	0.001597回	0.000879回	0.001597回	0.000481回	0.000588回

		SUBARU		MAZDA		SUZUKI	
		主要言語	英語	主要言語	英語	主要言語	英語
	香港	0.000010回	0.000599回	0.000035回	0.000599回	0.000136回	0.000490回
	インド	0.000000回	0.000009回	0.000000回	0.000009回	0.000001回	0.000083回
	パキスタン	0.0000001回	0.000008回	0.0000001回	0.000010回	0.0000003回	0.000115回
	韓国	0.000047回	0.000025回	0.000003回	0.000020回	0.000070回	0.000031回
	台湾	0.000017回	0.002100回	0.001404回	0.002567回	0.000280回	0.002567回
	タイ	0.000078回	0.000176回	0.000322回	0.000481回	0.000000回	0.000588回

ポイント

- ◆ 一人あたりの検索回数について、香港、インド、パキスタン、台湾、タイでは「主要言語」より「英語」のほうが多い傾向にある。
- ◆ インド、パキスタンは、「主要言語」での一人あたりの検索回数が著しく少ない。
(国内で使われている言語の種類が多いことが原因と考えられる)

Google検索において、現地の主要言語での検索回数と英語での検索回数には差が見られました。インド、パキスタンなど、英語と比較して現地語での検索回数が少ない地域は、現地の主要言語でのデジタルマーケティング施策が有効と考えられます。

Press Release

株式会社インフォキュービック・ジャパン広報事務局
03-6427-1627



平成30年9月25日

■参照

[*1] 人口データ（単位：人）



アメリカ	325,700,000	マレーシア	31,190,000	タイ	68,860,000
カナダ	36,290,000	パキスタン	193,200,000	ベトナム	92,700,000
香港	7,347,000	シンガポール	5,607,000	オーストラリア	24,130,000
インド	1,324,000,000	韓国	51,250,000	ニュージーランド	4,693,000
インドネシア	261,100,000	台湾	23,570,000		

[*2] 各地域の検索キーワード（主要言語）



	TOYOTA	HONDA	NISSAN	SUBARU	MAZDA	SUZUKI	MITSUBISHI
香港・台湾(繁体字)	豐田汽車	本田	日產	斯巴魯	馬自達	鈴木	三菱
インド(タミル語)	தொயா	ஹோண்டா	ନିସାନ	ସୁବାରୁ	ମାଜଦା	ସୁଜୁକୀ	ମିତ୍ସୁବିଶୀ
パキスタン (パンジャブ語)	ٹیوٹا	ہونڈا	نسان	سبارو	مزدا	سوزوکی	متسوبیشی
韓国(ハングル)	도요타	혼다	닛산	스바루	마쓰다	스즈키	미쓰비시
タイ(タイ語)	โตโยต้า	ฮอนด้า	นิสสัน	ซูบารุ	มาสด้า	อี๊กแห่งหนึ่ง โดย	มิตซูบิชิ

【株式会社インフォキュービック・ジャパンについて】

株式会社インフォキュービック・ジャパンは、お客様の海外デジタル戦略を中長期的にご支援するための最適な海外デジタルマーケティング戦略・施策をご提案。インハウスで10言語以上の言語対応が可能であるほか、各国により異なる「多言語デジタル広告」、世界的に影響力が高まる「多言語SNSマーケティング」、海外ターゲットユーザーの視点を起点にユーザー体験を最適化したサイト・動画といった「デジタルコンテンツ制作」という3つのソリューションを柱に、これまで500社以上の世界進出をご支援してきた多言語に特化したデジタルマーケティング会社です。

株式会社インフォキュービック・ジャパン

会社名：株式会社インフォキュービック・ジャパン(<https://www.infocubic.co.jp/>)

所在地：〒169-0072 東京都新宿区大久保1-1-7 高木ビル3F

設立：2007年1月

資本金：1000万円

代表者：代表取締役 山岸 ロハン

事業内容：

海外デジタルマーケティング総合支援

海外向けデジタル広告運用、多言語ソーシャルメディアマーケティング、多言語ウェブサイト・動画制作



本件に関する報道関係者からの
お問い合わせ先

株式会社インフォキュービック・ジャパン広報事務局 担当：戸田、伊藤、村上
TEL: 03-6427-1627 FAX: 03-6730-9713 E-Mail: info@kartz.co.jp