

【日本人渡航先ランキング上位15の国及び地域の海外旅行現地調査】

各国の現地人がオススメするディープな旅行

～タイ人が外国人観光客に食べてほしい料理1位は「トムヤムクン」ではなかった？～

海外旅行の比較＆予約サイト【More(モア)】を運営するawnコンサルティング(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awnコンサルティング)は、円高の影響に加え、今回の年末年始の日並びの良さからも、例年より多くの海外旅行ニーズが予測されることから、日本人の海外旅行先に関する現地調査を実施しました。

参照：作成：日本政府観光局(JNTO) / 出典：UNWTO、PATA、各国政府観光局、各国統計局

日本人の海外旅行先に関する現地調査

日本人の海外旅行者数が1,000万人を超えてから約20年、海外旅行の一般化に伴い、旅行雑誌だけでは知ることのできないディープな海外旅行情報が求められるようになってきました。今までとは違った視点で海外旅行を楽しむためには、旅行先に住んでいる現地の人たちおすすめの情報を得ることが重要となります。今回実施した「日本人の海外旅行先に関する現地調査」では、海外旅行者の旅行先トップ50から上位15の国及び地域をピックアップし、各国在住の18歳以上の男女に対して、観光情報を図る指標となる5つの設問からなるアンケートを実施しました。その中で、30名～100名のアンケートが集まった韓国、中国、台湾、マカオ、タイ、マレーシア、インドネシア、ベトナムの8の国および地域を対象にアンケート結果を集計分析しました(調査期間：2012年11月16日～2012年11月23日集計)。今回のアンケート調査の結果、タイでは日本で人気の「トムヤムクン」と答えたタイ人は一人もおらず、「ソムタム」というパパイヤのサラダが【タイ人のおすすめ料理1位】になるなど、新たな発見がありました。以下、アンケート結果となります。



【写真】タイ人おすすめ料理ランキング1位 「ソムタム(パパイヤのサラダ)」

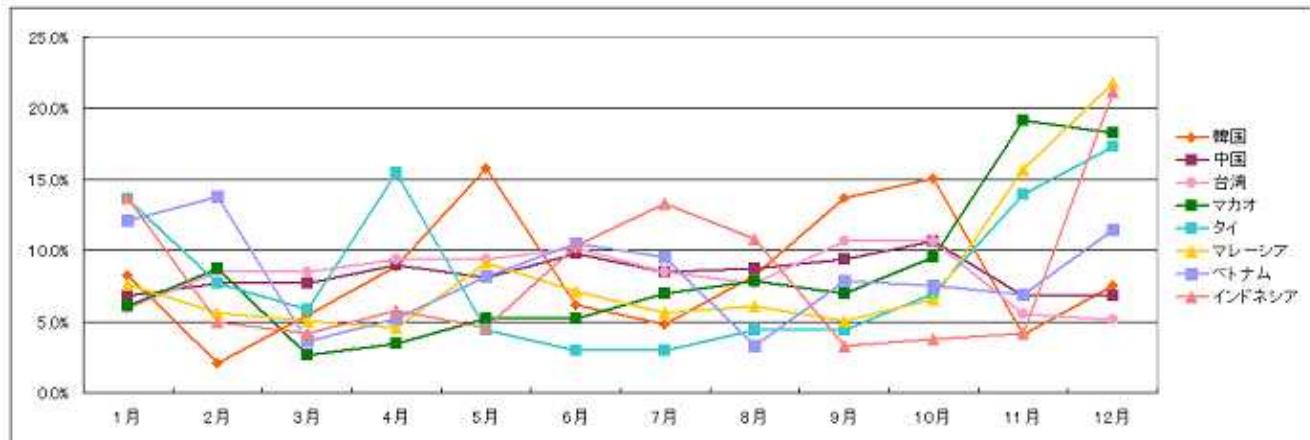
(出典：フリー百科事典『ウィキペディア』)

【日本人の海外旅行先に関する現地調査】

現地人が外国人観光客に来てほしい季節/月(1~12月、複数回答可)

- ・ 各国の現地人による回答でおすすめの季節とその理由は次の通り。
- 韓国：5月(韓国各地で「春の祭り」開催)、10月(韓国では紅葉の見ごろ)
- 中国：10月(一般的に、秋(9月~11月)に晴天が多く気候的に過ごしやすく、中国を代表する景勝地である桂林観光のベストシーズン)
- 台湾：9月、10月(気候が程よく様々な旬のフルーツが楽しめる)
- マカオ：11月(毎年11月に市街を走る「マカオグランプリ」が開催され盛り上がる)
- タイ：12月(年間で気温が最も低く過ごしやすく、12月中旬に「アユタヤ世界遺産祭り」が開催される)
- マレーシア：12月(クリスマス、年末年始のセールにより1年でもっとも賑わいをみせるシーズン)
- ベトナム：1月(年間を通して高温多湿だが、雨が少なく比較的湿気が少なくなる11月~3月頃の乾季がベストシーズン)
- インドネシア：12月(インドネシア人の80%はイスラム教徒のためクリスマス色は弱いが、クリスマスが国民の祝日でもあることからバリ島などの観光地は賑わう)

国名	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
韓国	8.2%	2.1%	5.5%	8.8%	15.8%	6.2%	4.8%	8.2%	13.7%	15.1%	4.1%	7.5%
中国	6.8%	7.7%	7.7%	9.0%	9.1%	9.8%	8.5%	8.7%	9.4%	10.7%	6.8%	6.8%
台湾	6.0%	8.5%	8.5%	9.4%	9.4%	10.2%	8.5%	7.7%	10.6%	10.6%	5.5%	5.1%
マカオ	6.1%	8.7%	2.6%	3.5%	5.2%	5.2%	7.0%	7.8%	7.0%	9.6%	19.1%	18.3%
タイ	13.6%	7.7%	5.8%	15.4%	4.4%	2.9%	2.9%	4.4%	4.4%	7.0%	14.0%	17.3%
マレーシア	7.6%	5.6%	5.1%	4.6%	9.1%	7.1%	5.6%	6.1%	5.1%	6.6%	15.7%	21.8%
ベトナム	12.1%	13.8%	3.6%	5.2%	8.2%	10.5%	9.5%	3.3%	7.9%	7.5%	6.9%	11.5%
インドネシア	13.7%	5.0%	4.1%	5.8%	4.6%	10.4%	13.3%	10.8%	3.5%	3.7%	4.1%	21.2%



現地人が外国人観光客に訪れてほしい観光地(自由回答)

- 韓国、中国、台湾、マカオ、タイ、マレーシア、ベトナム、インドネシアのいずれの国や地域も、国や地域を代表する有名な観光地に訪れてほしいという回答が上位。
- 下位の回答では、タイの三大祭りの一つと言われているロイカトン祭り(ろうそく祭り)が開催される「ウボンラチャタニ」(タイ)、ベトナム第三の都市「ダナン」(ベトナム)などが挙げられおり、少数ではあるが現地人のおすすめ観光地となっている。

韓国	
	観光地 (N=86)
1	济州島 15.9%
2	ソウル 11.4%
3	釜山 9.1%
4	景福宮 6.8%
5	清渓川 5.7%
6	仁寺洞 3.4%
7	南山ダワー 3.4%
8	慶州 2.3%
9	光化門 2.3%
10	江南駅 2.3%
11	統營 2.3%
12	民俗村 2.3%
13	明洞 2.3%
14	河回村 1.1%
15	海雲台 1.1%
16	南浦洞 1.1%
17	漢江公園 1.1%
18	漢拏山 1.1%
19	巨濟島 1.1%
20	惠興抄 1.1%
21	慶熙大 1.1%
22	伝安里 1.1%
23	工原道 1.1%
24	工喰回タウン 1.1%
25	工喰端 1.1%
26	高麗大 1.1%
27	雪岳山 1.1%
28	普渡寺 1.1%
29	東洋 1.1%
30	鎮海 1.1%
31	東大门ファッション市場 1.1%
32	東大门市場 1.1%
33	内藏山 1.1%
34	南大门 1.1%
35	南怡島 1.1%
36	童子リゾート 1.1%
37	愛德 1.1%
38	靈水 1.1%
39	梵魚寺 1.1%
40	仙回寺 1.1%

中国	
	観光地 (N=89)
1	北京 15.2%
2	上海 10.1%
3	万里の長城 9.1%
4	チベット 7.1%
5	西安 7.1%
6	杭州 6.1%
7	桂林 6.1%
8	成都 4.0%
9	广州 3.0%
10	紫禁城 3.0%
11	騰江 2.0%
12	昆明 2.0%
13	雲南省 2.0%
14	黄果樹 2.0%
15	四川 2.0%
16	拉萨 2.0%
17	萬山 1.0%
18	福州 1.0%
19	長白山駿 1.0%
20	蘇州庭園 1.0%
21	洛陽 1.0%
22	ハルビン 1.0%
23	重慶 1.0%
24	大足石刻 1.0%
25	崇山大仏 1.0%
26	スレンダー西湖 1.0%
27	黃鶴楼 1.0%
28	世界金融センター 1.0%
29	豫園 1.0%
30	大雁塔 1.0%
31	太魯閣國立公園 1.0%
32	日月潭 1.0%
33	阿里山 1.0%

台湾	
	観光地 (N=128)
1	墾丁 16.4%
2	台東 11.7%
3	台北 10.8%
4	淡水 9.4%
5	日月潭 5.5%
6	花蓮県 4.7%
7	ライマークット 4.7%
8	宜蘭 4.7%
9	大魯閣 3.9%
10	阿里山 3.9%
11	澎湖 3.1%
12	台南 3.1%
13	陽明山 3.1%
14	九分 2.3%
15	東海岸 1.6%
16	魯抗 1.6%
17	金門 1.6%
18	馬祖 1.6%
19	埔里 1.6%
20	北投 1.6%
21	新北市 1.6%
22	フィッシュマンズワーフ 0.8%
23	サンの洞窟 0.8%

マカオ	
	観光地 (N=38)
1	聖ポール天主堂跡 34.2%
2	ベンニヤ教会 13.2%
3	タイバ島住宅博物館通り 10.5%
4	南湾湖 5.3%
5	ベネチア道路 5.3%
6	コロアンアンドリュー(エッグタルト専門店) 5.3%
7	水坑尾街 5.3%
8	カジノ 2.6%
9	大蒙堂藝術(美術館) 2.6%
10	紅酒門前(門前町) 2.6%
11	マンダリンハウス 2.6%
12	リラ庄場 2.6%
13	媽祖廟 2.6%
14	マカオグリー 2.6%
15	ハクサビーチ 2.6%

タイ	
	観光地 (N=91)
1	フットマサオ 16.1%
2	チムマイ 9.7%
3	ホアヒン 6.5%
4	クラビ 6.5%
5	ドイトゥン 3.2%
6	チャーン 3.2%
7	スークリスティラー 3.2%
8	ブーケット 3.2%
9	ワニサイートーン渓 3.2%
10	ムクタバン 3.2%
11	ワットアルン 3.2%
12	コースト山脈 3.2%
13	コラト 3.2%
14	チャオプラヤ川 3.2%
15	水上マーケット 3.2%
16	アユタヤ 3.2%
17	スコータイ 3.2%
18	チャムバタヤ 3.2%
19	ウボンラチャタニ 3.2%
20	カオサン通り 3.2%
21	ワムルアン 3.2%
22	ワムイ島 3.2%
23	ビビ島 3.2%

マレーシア	
	観光地 (N=57)
1	メンタガブ 10.5%
2	KLCC 10.5%
3	クアラルンプール 7.0%
4	ランカウイ島 7.0%
5	セバ州 7.0%
6	サワラク 7.0%
7	ナキナバル山 7.0%
8	バハム州 5.3%
9	マラッカ 5.3%
10	ジョホール州 5.3%
11	ティオマン島 5.3%
12	レゴランド 5.3%
13	ゴトラジャヤ 5.3%
14	セラゴール州 5.3%
15	ケランタン州 5.3%
16	パンコール・カウト・リゾート 5.3%
17	ウォーターパーク 1.8%
18	アブヤン農園 1.8%
19	ペナン島 1.8%
20	ムル国立公園 1.8%

インドネシア	
	観光地 (N=72)
1	バリ島 19.4%
2	ラジャアンパット 15.3%
3	コモド島 9.7%
4	ロンボク島 8.3%
5	東ジャワ 8.3%
6	ボロブドゥール遺跡 6.9%
7	スマトラ島 6.8%
8	トバ湖 5.6%
9	ブランバナン寺院群 4.2%
10	ブタケン島 2.8%
11	パティック博物館 1.4%
12	パンダルランブン 1.4%
13	ニアス島 1.4%
14	ブルンパルー 1.4%
15	クタ 1.4%
16	バツラデン 1.4%
17	マトゥラ島 1.4%
18	マンシランゴンド 1.4%
19	チリットワンガン 1.4%

ベトナム	
	観光地 (N=80)
1	ハロン湾 22.2%
2	サバ 10.0%
3	ハノイ 10.0%
4	ニャチャン 8.8%
5	グラット 8.8%
6	ホーチミン 7.8%
7	ダナン 7.8%
8	ホイアン 6.7%
9	フェ 5.8%
10	ブンタウ 3.3%
11	タイニン法王庁 1.1%
12	ニントクアン 1.1%
13	ティエンガラ 1.1%
14	ホアンキエム湖 1.1%
15	フォンヤン洞窟 1.1%
16	ミーソン 1.1%
17	ラムドン 1.1%
18	チャム島 1.1%

現地人が外国人観光客に食べてほしい地元ならではの郷土料理(自由回答)

- 韓国は焼肉、中国は北京ダック、グオチャオミーションなどの麺類、台湾は臭豆腐、マカオはココナツ味のお菓子、タイはソムタム(パパイヤのサラダ)、カオマンガイ(蒸し鶏のチャーハン)、ベトナムはフォー(米粉で作られた麺料理)、インドネシアはサテ(串焼き焼料理)、といずれも国や地域を代表する伝統的な料理がおすすめ上位となっているが、日本人には馴染みのない中国の砂糖漬けのフルーツという回答もあった。

韓国	
	料理 (N=76)
1 焼肉	17.1%
2 キムチ	11.8%
3 ピビンバ	10.5%
4 スンデ	6.8%
5 トッポッキ	5.3%
6 チヂミ	3.9%
7 三枚肉	3.9%
8 マッコリ	2.8%
9 カンジャンケジャン	2.8%
10 ブルゴギ	2.8%
11 肚カルビ	2.8%
12 チャプチェ	2.8%
13 サムギョブサル	2.8%
14 鶏カルビ	2.8%
15 トッカルビ	1.3%
16 コムタン	1.3%
17 タケノコ料理	1.3%
18 味噌チゲ	1.3%
19 韓国式バーベキュー	1.3%
20 牛ハン	1.3%
21 大肉	1.3%
22 牛カルビ	1.3%
23 サンナクチ	1.3%
24 安東タルチム	1.3%
25 サムバブ	1.3%
26 ラーメン	1.3%
27 プチチゲ	1.3%
28 もつ鍋	1.3%
29 ソンジグク	1.3%
30 グジョルパン	1.3%
31 ジョムボク料理	1.3%

中国	
	料理 (N=46)
1 北京ダック	21.7%
2 紹子	21.7%
3 フゥオグゥオ	19.8%
4 広東料理	8.7%
5 四川料理	8.7%
6 グオチャオミーション	4.3%
7 豆腐	4.3%
8 糖醋魚	2.2%
9 牛肉ラーメン	2.2%
10 砂糖漬けのフルーツ	2.2%
11 羊肉粉	2.2%
12 寿司	2.2%

台湾	
	料理 (N=50)
1 臭豆腐	48.0%
2 タピオカティー	14.0%
3 鴨排(フライドチキン)	10.0%
4 牛肉飯(ルーローファン)	8.0%
5 杜鵑オムレツ	4.0%
6 ブリザードエッグ	4.0%
7 小籠包	4.0%
8 台湾ビール	2.0%
9 鐵板燒	2.0%
10 トロピカルフルーツ	2.0%
11 握りパン	2.0%

マカオ	
	料理 (N=51)
1 ポルトガル料理	39.2%
2 エッグタルト	13.7%
3 料理店の軽食	9.8%
4 牛肉麺	7.8%
5 ポークチップ	7.8%
6 飲茶料理	7.8%
7 ココナツ味のお菓子	3.9%
8 アーモンドケーキ	3.9%
9 ピーフジャーキー	2.0%
10 バカリヤワ	2.0%
11 牛肉ソテー	2.0%

タイ	
	料理 (N=27)
1 ソムタム	37.0%
2 カオマンガイ	18.5%
3 イエローカレー	11.1%
4 パッタイ	7.4%
5 マンゴースチン	7.4%
6 カニサラダ	3.7%
7 グリルチキンサラダ	3.7%
8 マンゴー	3.7%
9 ジャックフルーツ	3.7%
10 魚のフライ	3.7%

マレーシア	
	料理 (N=58)
1 ナシ・レマッ	22.4%
2 シーフード	5.2%
3 ナシビリヤニ	1.7%
4 ナシカンダール	3.4%
5 サテー	12.1%
6 ルンタン	12.1%
7 ラクワ	17.2%
8 ロティーチャナイ	8.6%
9 ココナツ料理	1.7%
10 海南鶏飯	5.2%
11 レマン	10.3%

インドネシア	
	料理 (N=37)
1 ワテ	24.3%
2 ベンベ	21.6%
3 バクン	18.9%
4 ナシゴレン	8.1%
5 ローストチキン	5.4%
6 インドネシア料理	5.4%
7 ブスルレレ	5.4%
8 ブト・ブカラーン	2.7%
9 ソト・パン	2.7%
10 ババイヤの春巻	2.7%
11 レマン	2.7%

ベトナム	
	料理 (N=77)
1 フォー	33.8%
2 バインセオ	20.8%
3 生春巻	10.4%
4 新鮮な魚介類	5.2%
5 ネムチュア	5.2%
6 大の肉	3.9%
7 ダートケーキ	3.9%
8 ブン・ティット・ヌン	2.6%
9 ウナギのスープ	2.6%
10 コムヘン	2.6%
11 バインタイ	2.6%
12 ココナツキャンディー	1.3%
13 マイルクアン	1.3%
14 鮭肉の生春巻	1.3%
15 バインクォン	1.3%
16 ディットチュア	1.3%

現地人が外国人観光客に買ってほしいお土産(自由回答)

- ・ 各国とも買ってほしいお土産に食べ物や工芸品が多く入っている。また、韓国の韓服やベトナムのアオザイなど民族衣装が文化として強く残っている国はお土産品として民族衣装上位に入ってきている。

韓国	
お土産 (N=34)	
1 韓国伝統工芸品	29.4%
2 韓服	20.6%
3 仮面	11.8%
4 コチュジャン	5.9%
5 高麗人参	5.9%
6 風景写真	2.9%
7 韓国歌手のアルバム	2.9%
8 韓国はがき	2.9%
9 演劇ハルバン	2.9%
10 太極旗	2.9%
11 電動マッサージ機	2.9%
12 ジアブギ	2.9%
13 ブラウニー	2.9%
14 クッキー	2.9%

中国	
お土産 (N=26)	
1 茶	19.2%
2 刺繡	15.4%
3 漢民族服	11.5%
4 マスク	7.7%
5 中国絵画	7.7%
6 磁器	7.7%
7 中国の伝統的な風	3.8%
8 サンダル	3.8%
9 奥村工芸品	3.8%
10 ポストカード	3.8%
11 毛沢東記念バッジ	3.8%
12 書道	3.8%
13 西双版納	3.8%
14 ブーグル茶	3.8%

台湾	
お土産 (N=67)	
1 茶	64.2%
2 バイナップルケーキ	25.4%
3 牛タンパイ	4.5%
4 乾燥牛肉	1.5%
5 リーセージ	1.5%
6 乾燥豚肉	1.5%
7 月餅	1.5%

マカオ	
お土産 (N=22)	
1 アーモンドケーキ	50.0%
2 ピーフジャーキー	27.3%
3 タリト	9.1%
4 手工芸品	4.5%
5 アーモンドクッキー	4.5%
6 エッグロール	4.5%

タイ	
お土産 (N=19)	
1 シルク	52.6%
2 タイ工芸品	10.5%
3 フルーツ	10.5%
4 ドリアンチップス	10.5%
5 ヴァーツンオレンジ	5.3%
6 衣の刺繡入りバッグ	5.3%
7 カレー	5.3%

マレーシア	
お土産 (N=36)	
1 マレーシャツ	36.1%
2 工芸品	27.8%
3 パティック布	22.2%
4 キーチェーン	8.3%
5 KLOOのレプリカ	2.8%
6 ナツメグ	2.8%

インドネシア	
お土産 (N=34)	
1 パティック	58.8%
2 工芸品	23.5%
3 影絵	2.9%
4 バナナチップス	2.9%
5 ババイヤの砂糖漬け	2.9%
6 着物	2.9%
7 塩漬け卵	2.9%
8 シルク	2.9%

ベトナム	
お土産 (N=53)	
1 噴子	35.8%
2 アオザイ	18.9%
3 雑物	7.5%
4 パインダウサイン	7.5%
5 金糞	5.7%
6 ココナッツキャンディー	5.7%
7 ピアケーキ	3.8%
8 コーヒー	3.8%
9 塩唐辛子	1.9%
10 陶磁器	1.9%
11 セザミライスクランcker	1.9%
12 ポストカード	1.9%
13 シルク	1.9%
14 ドン・ホーの絵画	1.9%

現地人が観光客として来てほしい外国人/国(自由回答)

- ・ いずれの国も上位に GDP 上位国がランクインをしている傾向であり、特に日本に関しては全ての国で上位3位以内に入っている。要因としては、各国との地理的な距離の近さと GDP が高く、1回の旅行で多くのお金を使用してくる点が考えられる。

現地人が観光客として来て欲しい外国人(国)(自由回答)

韓国	
	国 (N=71)
1 日本	19.7%
2 米国	16.9%
3 中国	9.9%
4 フランス	8.5%
5 ドイツ	7.0%
6 カナダ	5.6%
7 ロシア	4.2%
8 イタリア	4.2%
9 インド	4.2%
10 オーストラリア	2.8%
11 モンゴル	2.8%
12 タイ	2.8%
13 スペイン	2.8%
14 ニュージーランド	1.4%
15 マダガスカル	1.4%
16 北朝鮮	1.4%
17 シンガポール	1.4%
18 ウズベキスタン	1.4%
19 ブラジル	1.4%

中国	
	国 (N=125)
1 アメリカ	12.0%
2 日本	10.4%
3 ドイツ	8.0%
4 フランス	5.6%
5 韓国	4.8%
6 スイス	4.8%
7 タイ	4.8%
8 ブラジル	4.8%
9 インド	4.8%
10 イギリス	4.0%
11 オーストラリア	3.2%
12 ベトナム	3.2%
13 スウェーデン	2.4%
14 ノルウェー	2.4%
15 パキスタン	1.6%
16 トルコ	1.6%
17 ロシア	1.6%
18 シンガポール	1.6%
19 アイスランド	1.6%
20 デンマーク	1.6%
21 ニュージーランド	0.8%
22 ワクシアラビア	0.8%
23 オーストリア	0.8%
24 ベルギー	0.8%
25 スペイン	0.8%
26 ポーランド	0.8%
27 チェコ	0.8%
28 ラオス	0.8%
29 ネパール	0.8%
30 モンゴル	0.8%
31 カナダ	0.8%
32 フィンランド	0.8%
33 ウクライナ	0.8%
34 エジプト	0.8%
35 南アフリカ	0.8%
36 ハンガリー	0.8%
37 フィリピン	0.8%
38 イスラエル	0.8%
39 パチカン市国	0.8%

台湾	
	国 (N=66)
1 日本	40.9%
2 米国	12.1%
3 フランス	9.1%
4 中国	6.1%
5 マレーシア	6.1%
6 シンガポール	4.5%
7 タイ	4.5%
8 カナダ	3.0%
10 ドイツ	3.0%
11 ベトナム	3.0%
12 オーストラリア	1.5%
13 ロシア	1.5%
14 イギリス	1.5%
15 インド	1.5%
16 フィリピン	1.5%

マカオ	
	国 (N=64)
1 日本	26.8%
2 アメリカ	14.1%
3 中国本土	12.5%
4 台湾	9.4%
5 韓国	9.4%
6 東南アジア	3.1%
7 欧州	3.1%
8 オーストラリア	3.1%
9 ボルトガル	3.1%
10 イギリス	3.1%
11 フランス	3.1%
12 カナダ	3.1%
13 ブラジル長崎国連邦	1.6%
14 香港	1.6%
15 ブラジル	1.6%
16 スペイン	1.6%

タイ	
	国 (N=105)
1 日本	15.2%
2 米国	12.4%
3 イギリス	10.5%
4 フランス	7.8%
5 ドイツ	6.7%
6 韓国	6.7%
7 スウェーデン	3.8%
8 イタリア	3.8%
9 オランダ	2.9%
10 ブラジル	2.9%
11 ニュージーランド	1.9%
12 アラブ首長国連邦	1.9%
13 スイス	1.9%
14 ガーナ	1.9%
15 カナダ	1.9%
16 オーストラリア	1.9%
17 シンガポール	1.9%
18 香港	1.0%
19 スコットランド	1.0%
20 台湾	1.0%
21 エジプト	1.0%
22 南アフリカ	1.0%
23 アルゼンチン	1.0%
24 ベネズエラ	1.0%
25 バーレーン	1.0%
26 カタール	1.0%
27 ベルギー	1.0%
28 メキシコ	1.0%
29 チェコ	1.0%
30 キューバ	1.0%
31 ベトナム	1.0%
32 マレーシア	1.0%

マレーシア	
	国 (N=49)
1 韓国	16.2%
2 アイルランド	16.2%
3 日本	10.1%
4 アメリカ	9.5%
5 イギリス	6.8%
6 フランス	6.1%
7 オーストラリア	4.1%
8 カナダ	4.1%
9 欧州	3.4%
10 オランダ	3.4%
11 スイス	2.7%
12 イタリア	2.7%
13 中国	2.7%
14 アラブ首長国連邦	2.0%
15 パングラデッシュ	2.0%
16 スウェーデン	2.0%
17 ロシア	1.4%
18 スコットランド	1.4%
19 ベルギー	1.4%
20 オーストリア	1.4%
21 香港	0.7%

インドネシア	
	国 (N=297)
1 アメリカ	13.6%
2 日本	13.1%
3 オーストラリア	8.1%
4 韓国	7.2%
5 オランダ	5.8%
6 フランス	5.8%
7 イギリス	5.1%
8 インド	3.4%
9 ドイツ	3.0%
10 ロシア	2.1%
11 マレーシア	2.1%
12 中国	2.1%
13 シンガポール	1.7%
14 イタリア	1.7%
15 トルコ	1.7%
16 スペイン	1.7%
17 タイ	1.7%
18 アフリカ	1.7%
19 香港	1.3%
20 エジプト	1.3%
21 イラン	1.3%
22 アラビア	1.3%
23 ベトナム	0.8%
24 アラブ	0.8%
25 ラオス	0.8%
26 アルジェリア	0.4%
27 カメルーン	0.4%
28 パレスチナ	0.4%
29 イラク	0.4%
30 ポーランド	0.4%
31 ウクライナ	0.4%
32 ブルガリア	0.4%
33 ブラジル	0.4%
34 アルゼンチン	0.4%
35 メキシコ	0.4%
36 台湾	0.4%
37 ドバイ	0.4%
38 リビア	0.4%
39 カンボジア	0.4%
40 ブルネイ	0.4%
41 スイス	0.4%
42 デンマーク	0.4%
43 スウェーデン	0.4%
44 ソマリア	0.4%
45 コンゴ	0.4%
46 パングラデシュ	0.4%
47 キューバ	0.4%
48 パプアニューギニア	0.4%
49 フィリピン	0.4%
50 チリシャ	0.4%

ベトナム	
	国 (N=100)
1 日本	21.0%
2 フランス	14.0%
3 韓国	12.0%
4 アメリカ	9.0%
5 カナダ	6.0%
6 ロシア	5.0%
7 イギリス	5.0%
8 オーストラリア	5.0%
9 イタリア	4.0%
10 インド	4.0%
11 中国	4.0%
12 シンガポール	3.0%
13 ブラジル	3.0%
14 スイス	2.0%
15 ドイツ	2.0%
16 オランダ	1.0%

調査概要

【調査主旨】

日本人海外旅行先の現地調査

【調査要綱】

- ・ 対 象 国：韓国、中国、台湾、マカオ、タイ、マレーシア、インドネシア、ベトナム
- ・ 調 査 方 法：日本人海外旅行者の旅行先トップ 50 から上位 15 の国及び地域をピックアップし、各国在住の 18 歳以上の男女を対象に調査を実施。30 名～100 名のアンケートが集まった韓国、中国、台湾、マカオ、タイ、マレーシア、インドネシア、ベトナムの 8 の国および地域を対象にアンケート結果を集計分析。
- ・ 調 査 機 関：アウンコンサルティング調べ
当社の海外市場調査サービス「グローバル・ネットリサーチ」を利用
<http://www.globalmarketingchannel.com/press/press2012110601.html>
- ・ 有効回答数：8 の国および地域を対象に 458 件
- ・ 調 査 期 間：2012 年 11 月 16 日～2012 年 11 月 23 日集計
- ・ プレスリリース本文中に出てくる各種サービス名称は、各社の登録商標または商標です。

なお、本リリースに掲載しておりますデータを記事にて引用される場合は、「アウンコンサルティング調べ」と出典を明記していただきますようお願いいたします。



海外旅行の比較＆予約サイト【More(モア)】

<http://www.my-more.com/>

アウンコンサルティングが運営している「海外旅行の比較＆予約サイト」。当社海外現地スタッフが業界ごとに店舗に直接訪問し、旅行者にとって関心の高い 25 項目を 4 段階評価・ランキング化した比較予約サイトです。海外拠点の現地コネクションを生かして、他社では実現できないお得な情報、穴場情報を数多く提供しています。



アウンコンサルティング株式会社

[事業内容]

アジア圏を中心に、東京、沖縄、韓国、台湾、香港、タイ、シンガポールの 7 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、翻訳などのグローバルマーケティング支援

[設立年月日] 1998 年 6 月 8 日

[本社所在地] 東京都文京区後楽 1-1-7 グラシティ後楽 2F

[代表者] 代表取締役 信太明

[資本金] 339,576 千円

[会社 URL] <http://www.auncon.co.jp>

[プレスリリースに関するお問合せ]

広報担当 武蔵(むさし) / TEL:03-5803-2776 MAIL: sp@auncon.co.jp

【企業年表概略】

- ・1998 年 6 月 8 日に設立、1999 年に業界初 SEO サービスの事業化に成功して以来、14 年間 SEO のトップ企業として 2,000 以上の企業様にサービスを提供。
- ・2002 年には、日本初の SEO(検索エンジン対策)に的を絞ったポータルサイト「SEO-ch」を開設。
- ・2005 年 11 月東証マザーズ上場。
- ・2007 年からはグローバルマーケティングサービスを開始。海外進出企業や国外のクライアント様に対して SEM(検索エンジンマーケティング)サービスを提供。また、アジア圏を中心に、東京、沖縄、韓国、台湾、香港、タイ、シンガポールの 7 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、翻訳などのグローバルマーケティング支援。