

2017 年 7 月 14 日

アウンコンサルティング株式会社

アジア 10 カ国の親日度調査

～日本への好感度が 10 カ国すべてで 85%以上～

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 8 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、2017 年 6 月 1 日より第 20 期目を迎えました。この度、アジア 10 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。※アジア 10 カ国には国と地域を含みます。

アジア 10 カ国の親日度調査

2016 年の訪日外国人観光客数は 2,403 万人を突破し、前年比 21.8%増と過去最高を記録しました。2017 年も増加傾向は変わらず、1 月から 5 月の 5 ヶ月間で 1,000 万人を超えました。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 万人と策定したことを受けても、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、訪日観光客の中でも割合の多いアジア各国・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、また、昨年行った同調査と比較し、アジア各国・地域の人々の日本に対する意識が、どのように変化したのかを調査いたしました。

■日本という国について

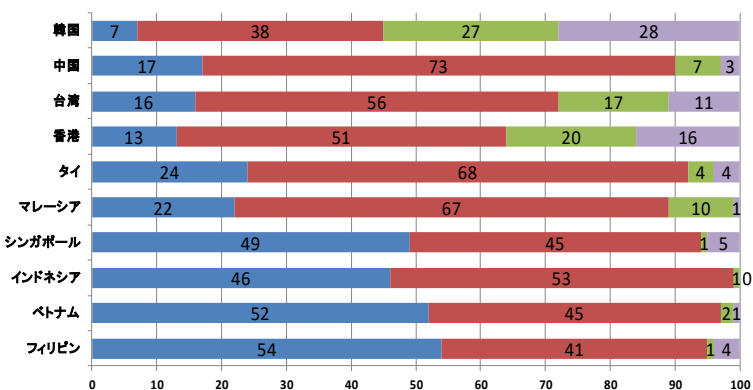
「日本という国が好きですか?」という質問に対し、中国以外の国と地域で「大好き・好き」の回答が昨年より増加しました。特に、台湾・香港・タイ・マレーシアでは「大好き」が30%以上増加しています。

また、昨年は約半数が「嫌い、大嫌い」と答えていた韓国については、「好き」が30%以上増加したことで過半数が日本に対して好意を持っていることが伺えます。訪日客数においても、2017年1～5月で280万人を超え、前年比38%増となっています。3～4月は円安の影響及び格安航空会社の影響もあり、国内旅行と訪日旅行の移動費がほぼ同額であったことで訪日需要が高まったものと想定されます。ただし、今後新しい大統領の政策次第では大きく変化する可能性もあるため、動向を注視する必要があります。

次に、東南アジア、特にタイ・マレーシアについては、近年「大好き」の回答がそれぞれ減少傾向でしたが、今年は前年より30～40%増加するなど、日本に対しての好意が戻ってきています。特にインドネシアは昨年の「嫌い」という回答が10%だったのに対して、今年は「大好き、好き」の回答が全体を占めており、日本に対しての好意が高く、訪日客数においても昨年比40%増加するなど、今後更に訪日客が増加していくことが想定されます。

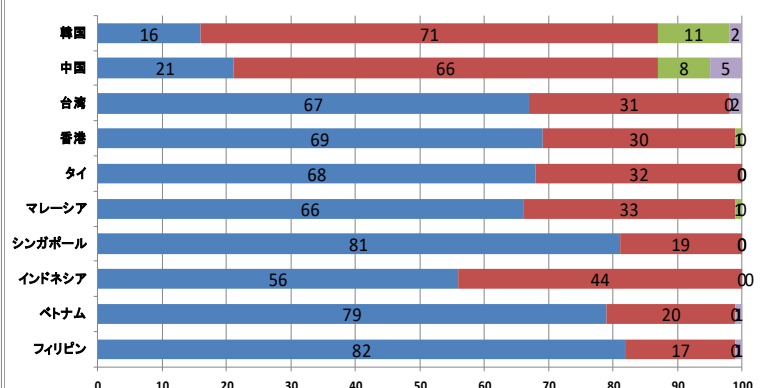
日本という国が好きですか？<2016年>

■ 大好き ■ 好き ■ 嫌い ■ 大嫌い



日本という国が好きですか？<2017年>

■ 大好き ■ 好き ■ 嫌い ■ 大嫌い



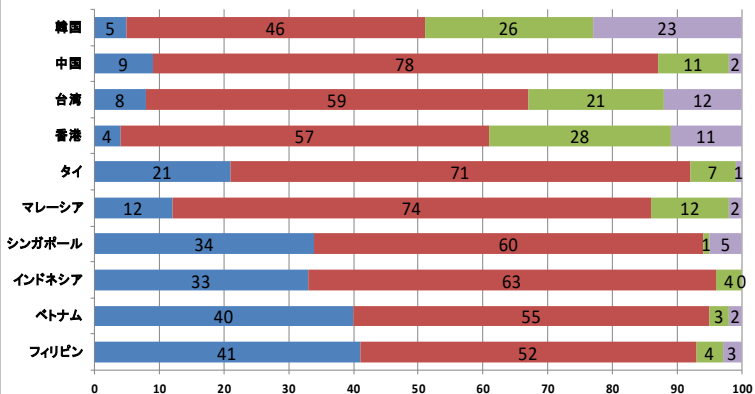
■日本人について

「日本人が好きですか？」という質問に対し、「日本という国が好きですか？」の質問同様、全体的に「大好き、好き」の割合が増加する結果となりました。中国のみ、約7%程度「嫌い・大嫌い」が上昇していますが、昨年と同程度の割合となっています。

韓国、台湾、香港では、「大好き、好き」が30%以上増加しています。東南アジア諸国については基本的に昨年と同じ傾向ですが、タイ、シンガポールでは「大嫌い」が0%となり、国に対して同様、日本人に対しても好感を持つ人が増加している傾向があります。一昨年時点では、国に対しては否定的でも日本人に対して好感を持つなど国と人への結果が異なる傾向でしたが、昨年からは国と人に対しての感覚が同じ傾向となっています。日本全体で訪日客を受け入れる体制を整えているため、日本政府の政策から各個人の対応まで全体的に好感を持つ訪日客が増えていると想定されます。

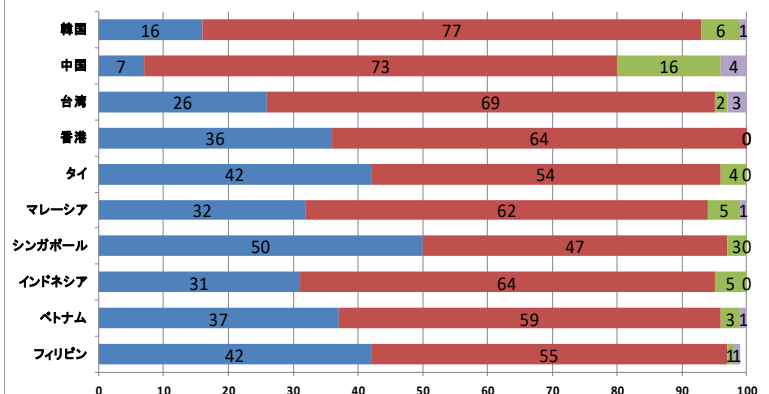
日本人が好きですか？<2016年>

■ 大好き ■ 好き ■ 嫌い ■ 大嫌い



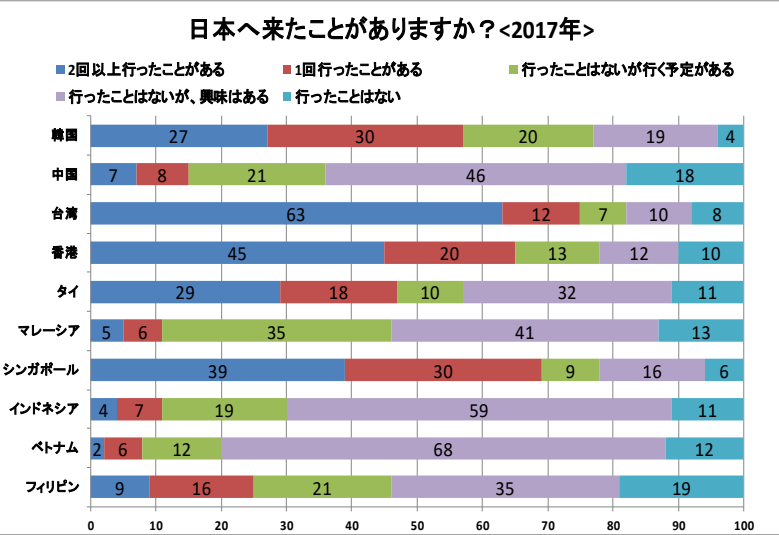
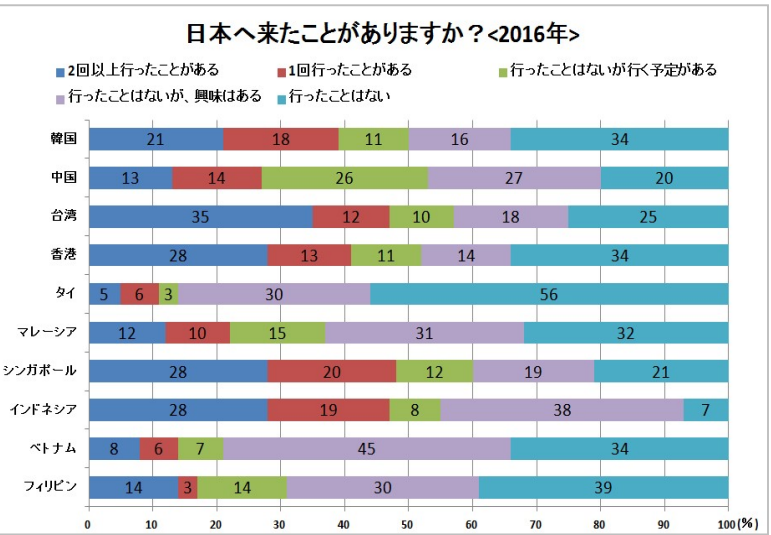
日本人が好きですか？<2017年>

■ 大好き ■ 好き ■ 嫌い ■ 大嫌い



■日本への旅行・訪問について

「日本に来たことがありますか？」という質問に対し、台湾・香港については2回以上行ったことがある人がそれぞれ63%・45%となっており、昨年より20%以上増加しています。観光庁による訪日外国人消費動向調査でも、2016年1-3月期と2017年1-3月期を比較すると、台湾では3回目と4回目の割合が増加しており、香港では2回目、5回目の割合が増加しています。また、東南アジア地域では訪日予定者及び訪日に対して興味を持つユーザーが増加している傾向があります。



尚、アンケートには自由回答欄で、「実際に行った都道府県もしくは行ってみたい都道府県」についても記載をお願いしました。1回以上の訪日経験のある国は、複数の都市に訪れている傾向があります。

【どの地方へ訪れたか＜自由回答＞ 一部抜粋※】

- ・韓国:「大阪・京都・奈良・福岡・湯布院」
- ・中国:「東京、京都、奈良、金沢、広島」
- ・台湾:「東京、京都、青森、仙台、広島、神戸、北海道、軽井沢」
- ・香港:「東京、大阪、京都、和歌山、鳥取、島根、広島、埼玉[秩父]、新潟、群馬」
- ・タイ:「東京、大阪、京都、名古屋、長野、日光、高山、九州、福岡、熊本、由布院、別府、北海道」
- ・マレーシア:「東京、大阪、関西、金沢、京都、奈良、富士山」
- ・シンガポール:「東京、京都、奈良、高山、白川郷、金沢、箱根」
- ・インドネシア:「東京、大阪、京都」
- ・ベトナム:「東京、京都」
- ・フィリピン:「東京、北海道、仙台、茨城」

自由回答の記載のみで地域をランキングすると以下の通りとなりました。

＜訪日地域ランキング表挿入＞

No.	地域	回答
合計		799
1	東京	206
2	大阪	144
3	京都	96
4	北海道	66
5	奈良	23
6	福岡	19
7	名古屋	18
8	沖縄	18
9	九州	16
10	神戸	15
11	関西	15
12	広島	11
13	青森	7
14	仙台	6
15	長崎	5
16	熊本	5
17	鳥取	5
18	横浜	5
19	東北	4
20	和歌山	4

No.	地域	回答
合計		799
21	高山	4
22	岡山	3
23	富士	3
24	金沢	3
25	千葉	3
26	宮崎	3
27	箱根	3
28	日光	3
29	湯布院	2
30	対馬	2
31	四国	2
32	静岡	2
33	倉敷	2
34	宮城	2
35	鹿児島	2
36	軽井沢	2
37	神奈川	2
38	別府	2
39	秩父	2
40	秋田	2

No.	地域	回答
合計		799
41	長野	2
42	姫路	2
43	秋田	1
44	米子	1
45	兵庫	1
46	山形	1
47	大分	1
48	石垣島	1
49	北陸	1
50	北陸	1
51	岩手	1
52	福島	1
53	鎌倉	1
54	高山	1
55	敦賀	1
56	中国	1
57	秋田	1
58	出雲	1
59	島根	1
60	新潟	1

No.	地域	回答
合計		799
61	群馬	1
62	四国	1
63	岡山	1
64	島根	1
65	境港	1
66	埼玉	1
67	河口湖	1
68	江ノ島	1
69	山口	1
70	石川	1
71	館山	1
72	愛知	1
73	舞鶴	1
74	鴻巣	1
75	茨城	1
76	会津若松	1
77	その他	24

※自由回答数: 799(1 回答につき、複数地域を含む)

■日本の情報を得る手段

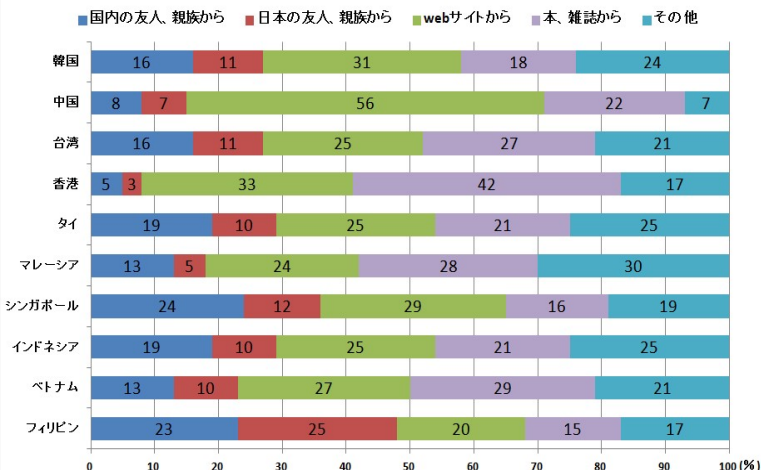
「日本の情報はどこから得ますか？」という質問に対し、10ヶ国全てで増加しているのは「webサイトから」であり、韓国・台湾・香港・タイ・フィリピンでは10%以上増加しています。また、韓国・中国・台湾・香港の近隣諸国や地域ではwebサイトからの情報収集が40%以上となっており、多くのユーザーが何らかのwebサービスを利用していることが考えられます。

「本、雑誌から」の割合は、昨年とほぼ変わらず一定となっており、情報収集の手段としてはwebサイトと本、雑誌からが大半である傾向も変化はありませんでした。

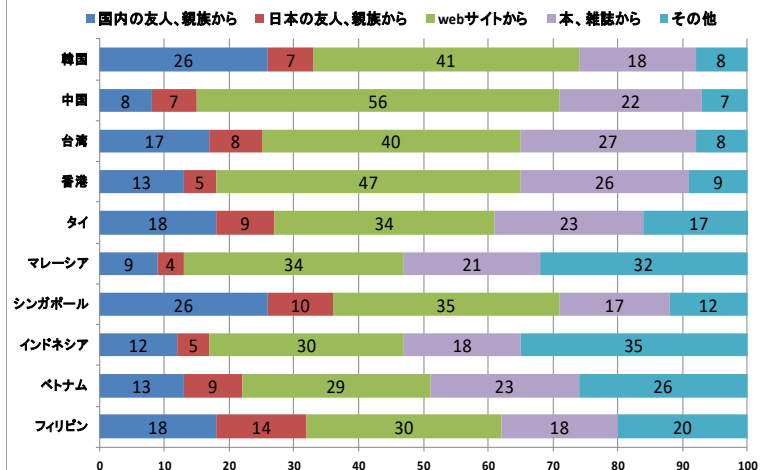
自由回答で多かったのは、YoutubeやFacebookといった動画やSNSサイトですが、その他の回答では漫画やアニメという回答も多く、情報収集元が多様化している傾向もみられます。

「webサイトを見ている場合は、どのようなサイトか」「本・雑誌を見ている場合はどのような本か」という自由回答について、以下にて回答の一部を記載致します。

日本の情報はどこから得ますか？<2016年>



日本の情報はどこから得ますか？<2017年>



【「どんな web サイトや本を見ていますか」「その他」自由回答(※一部抜粋)】

・韓国:「NAVER、Facebook、Google」

「ブログや旅行情報カフェ」(カフェとは、NAVERなどで展開されるオンラインコミュニティ)

・中国:「Twitter、Instagram、贴吧(SNS)、微博(ウェイボー)」

「bilibili(動画サイト)、youtube」

・台湾:「背包客棧(台湾香港最大級旅行ブログサイト)、旅行関連書籍、アニメ」

「絶景日本(サイト名)、小気少年部落客(ブログ名)、日本自助旅遊中毒者(ブログ)」

・香港:「Facebook, twitter」

・タイ:「日本ツアー番組から」

「Pantip や日本旅行サイト」

(tiewyeepoon.com、marumura.com、matcha.com、japanican.com、facebook)

・マレーシア:「Melancongkejepun(web サイト)、バックパッカーズ、日本アニメ」

「アニメ」

・シンガポール:「Kotaku、J-vloggers(日本情報を発信するユーチューバーやブロガーのこと)」

「Traveltalk、日本観光局からのパンフレットなど」

・インドネシア:「アニメ」

「www.jurnalotaku.com」

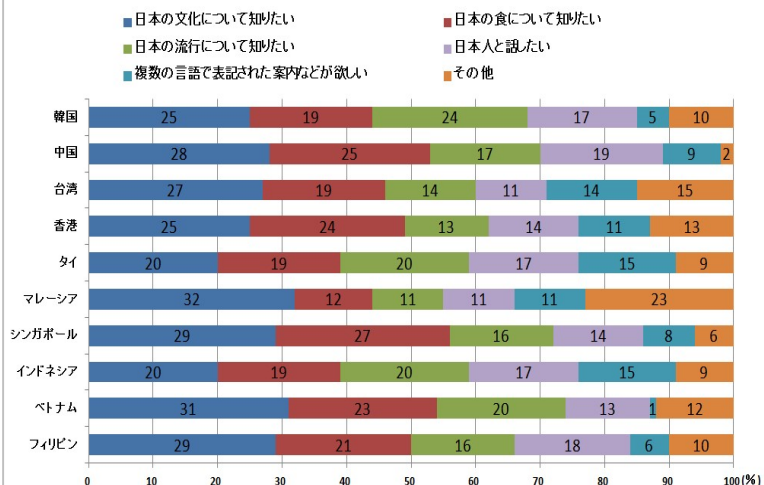
・ベトナム:「Facebook、アニメ」

・フィリピン:「Facebook、Google 検索、ブロガー」

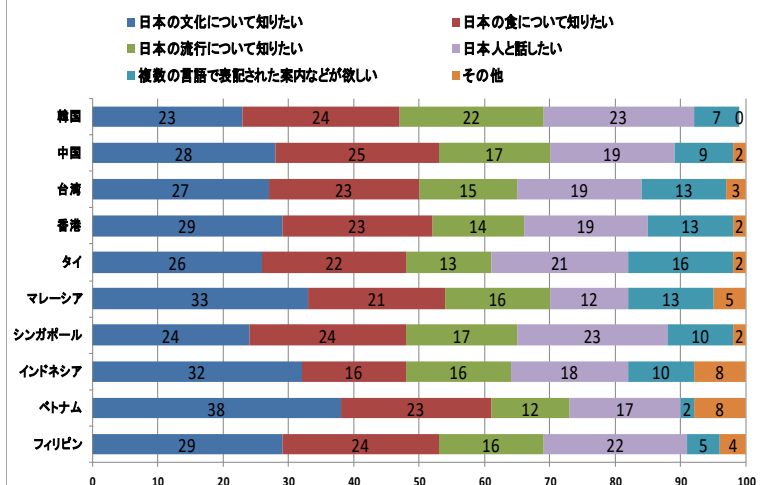
■日本についてもっと知りたいこと、日本への要望

「日本についてもっと知りたいことや要望はありますか?」という質問に対し、全体的には昨年と大きな変化はなく、同じ傾向となりました。ただし、全体的に「その他」の回答が減少し、若干「日本の食について知りたい」の回答が増加している傾向があります。その他自由回答欄でも、「ラーメン」「刺し身」「焼きそば」など、食事についての回答が複数みられました。タイでは、「ラーメンが好きだが英語メニューのないお店で注文が出来ない」等の要望もありました。今後、訪日客に知名度の高い有名店以外のラーメン店へも訪れる訪日客が増加することが想定されるため、英語メニューなどの設置が必要になると考えられます。また、昨年同様多くの国では「マンガやアニメについて知りたい」という回答が多くあり、クールジャパンの軸でもある近代文化についての要望は引き続き色濃くみられました。

日本について、もっと知りたいことや要望はありますか? <2016年>



日本について、もっと知りたいことや要望はありますか? <2017年>



【その他(自由回答)への回答(※一部抜粋)】

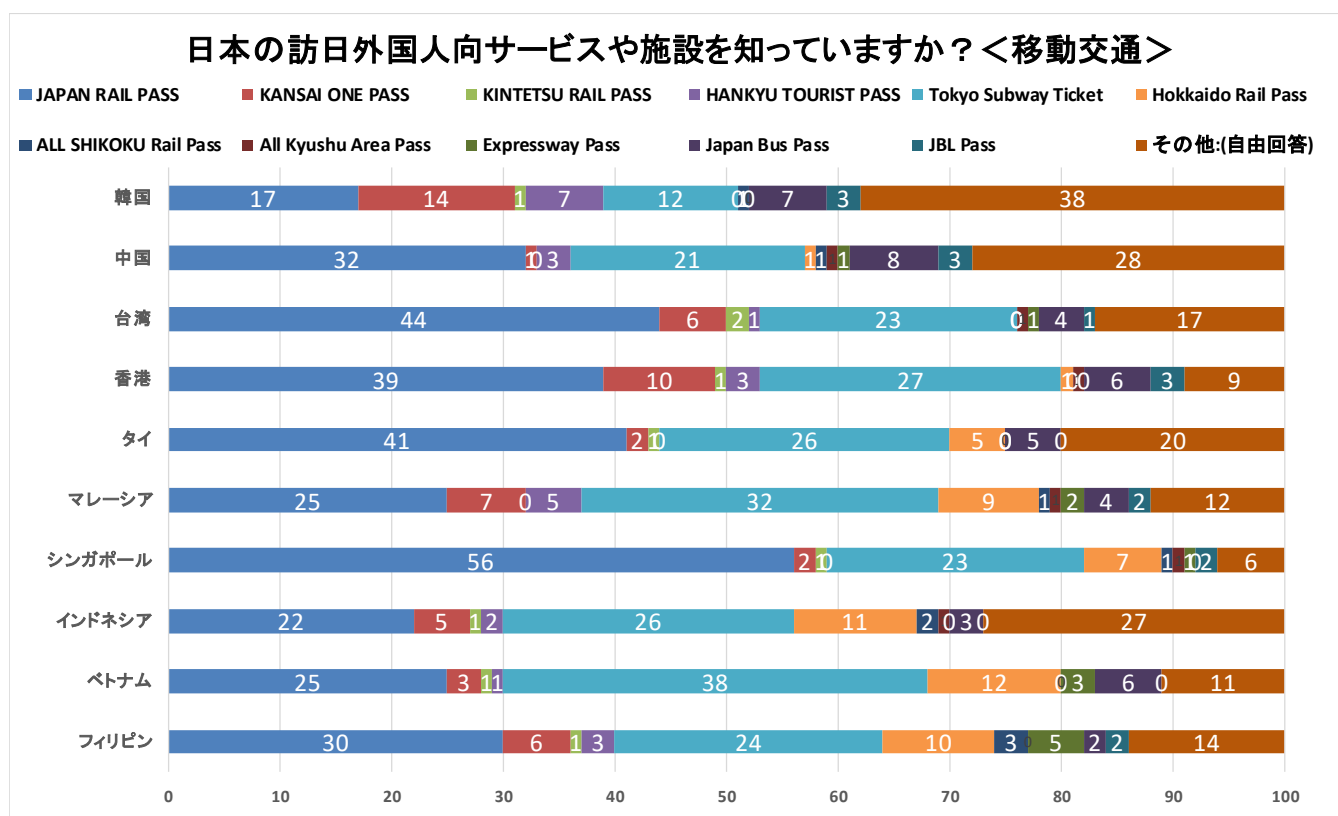
- ・韓国:「日本留学について知りたい。」
- ・中国:「したくない/知りたくない」、「自動車の事を知りたい」
- ・台湾:「文化>神道教 飲食>秘蔵名店」、「ご当地文化情報またはご当地グルメ」
- ・香港:「日本の便化>アニメ 日本の飲食>天ぷら」
- ・タイ:「タイに興味のある人と話したい」
- ・マレーシア:「秋葉原と日本の文化を訪問したいです」
- ・シンガポール:「日本の暮らし。日本で英語を教えるには。」
- ・インドネシア:「日本の毎年恒例の祭りについて」
- ・ベトナム:「美しい着物について」
- ・フィリピン:「外国人の就労環境の詳細を知りたい」、「アニメーションを制作する会社がどれくらいあるのか、日本の No.1 のアニメ会社はどこか知りたい」

■日本における訪日客向サービスの認知度

昨今、日本国内では訪日客向けサービスが多数リリースされ、また、「訪日客に人気」といわれる施設やレストランも多数あります。そこで、両者ともに訪日客に対してどれくらい認知されているのかを知るため、いくつかの業界・サービスを抜き出し、認知度の調査を致しました。

<移動・交通サービス>

移動交通サービスとしては、JRグループが販売している「JAPAN RAIL PASS」が有名ですが、その他、地下鉄やバス等のサービスについてもアンケートを行いました。全体の比率としては、やはり「JAPAN RAIL PASS」の認知が高い傾向ですが、東京メトロ（東京地下鉄株式会社）の「Tokyo subway ticket」についても認知は高く、その他の地域毎のPASSについては、あまり認知されていないという結果になりました。その他の回答としては、「全てのサービスを知らない」という回答も多く、中国では「何！サービスがあったなんて知らなかった……。」という“知らないことがもったいなかった”と受け取れる回答もみられました。訪日客向けのサービスは、国内のサービスを日頃利用している私たちからみてもかなりお得な内容となっているため、認知度を上げることで利用者の増加が見込まれると想定されます。

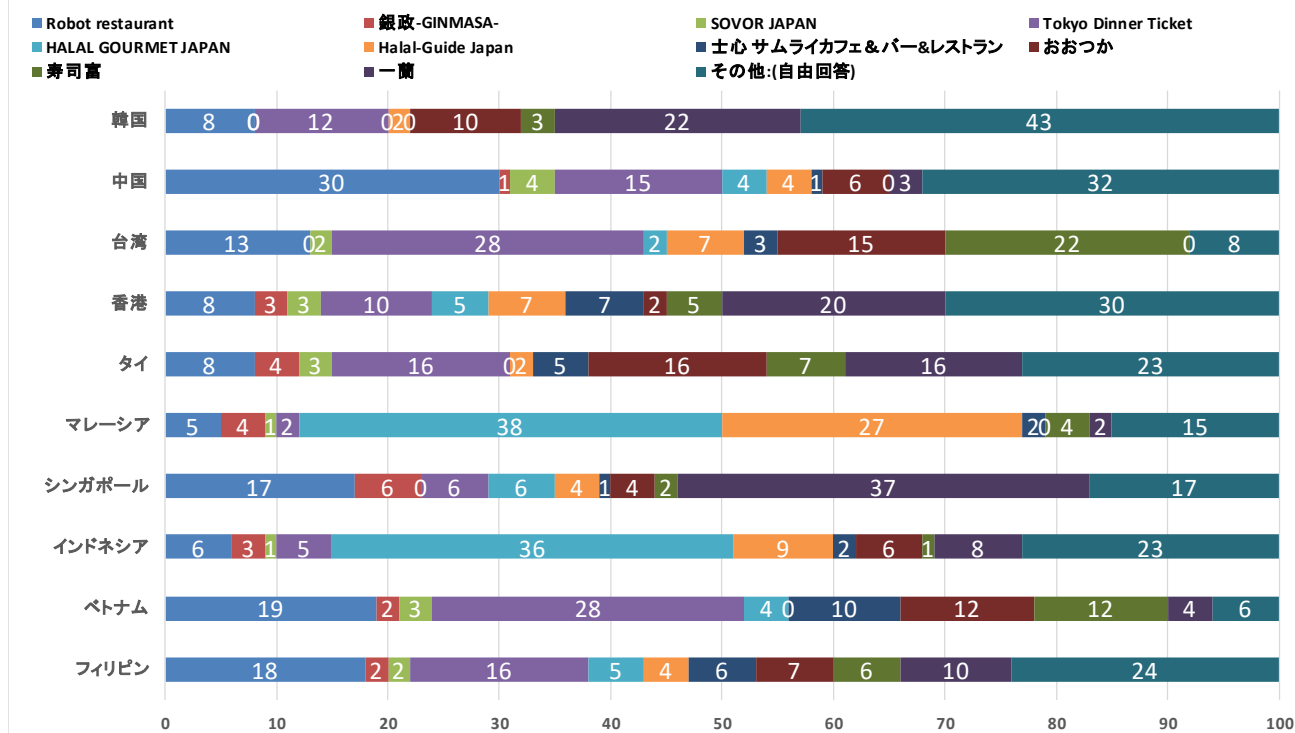


【その他(自由回答)への回答(※一部抜粋)】

- ・韓国:「関西スルーパス、大阪周遊パス」
- ・中国:「何！サービスがあったなんて知らなかった……。」
- ・台湾:「京都バスチケット、HARUKA 自由席チケット」

- ## ＜飲食サービス＞

日本の訪日外国人向サービスや施設を知っていますか？＜飲食＞



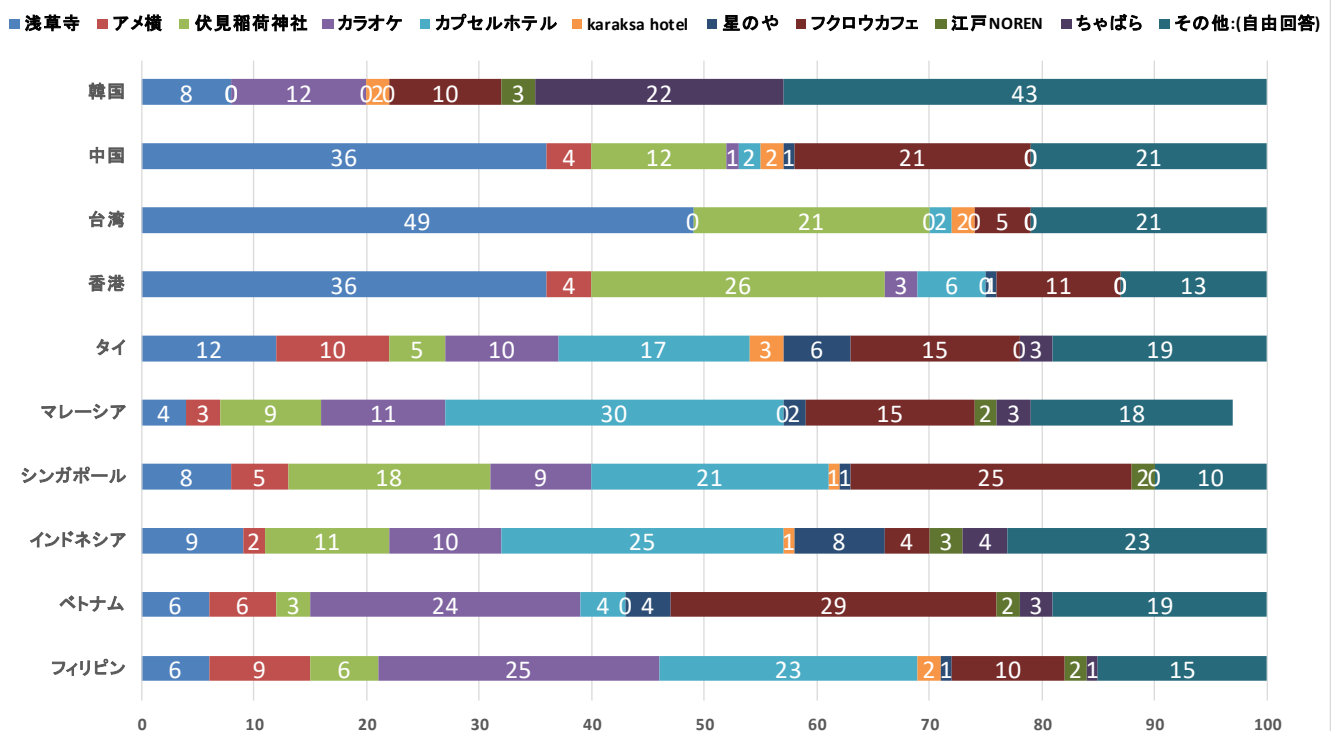
【その他(自由回答)への回答(※一部抜粋)】

- ・韓国:「知らない」
- ・中国:「一つも知らない」
- ・台湾:「いつも旅館/ホテル付近のファミリーマートやレストランを利用している」
- ・香港:「ほとんど利用した事がある」
- ・タイ:「ツアー会社に任せる」
- ・マレーシア:「築地市場、セブンイレブン、フードマート、高麗スーパーマーケット、難波駅、渋谷エリア」
- ・シンガポール:「ただ歩いていて、面白そうな食べ物があるレストランに入ったり、前に食べたことがある日本食レストランを帰国する前にオリジナルを味わいたいから。」
- ・インドネシア:「メイドカフェ」
- ・ベトナム:「寿司」
- ・フィリピン:「山頭火ラーメン(北海道)」

<レジャー・その他サービス>

レジャーやその他の施設については、トリップアドバイザーで上位の観光名所及び、訪日客に人気の施設、また訪日客向けとして打ち出している施設を対象としました。浅草寺は、中国・台湾・香港での認知度は高いものの、その他の国では10%前後の認知となりました。カプセルホテルについては、タイ・マレーシア・シンガポール・インドネシア・フィリピンにおいて認知度が20%前後と比較的高い傾向があり、東南アジア地域で人気であることがわかります。安価に宿泊することにニーズがあると想定されます。また、各メディアでも多く取り上げられていたフクロウカフェについては、シンガポールやカンボジアでは25%以上の認知度となりましたが、その他の地域での認知度は低い結果となりました。

日本の訪日外国人向サービスや施設を知っていますか？<レジャー、施設>



【その他(自由回答)への回答(※一部抜粋)】

- ・韓国:「浅草寺/上野」
- ・中国:「一つも知らない」
- ・台湾:「日本の各大寺と観光名所」
- ・香港:「オリックスレンタカー」
- ・タイ:「ツアー会社に任せる」
- ・マレーシア:「アニメフェスティバル」
- ・シンガポール:「ゲームセンターアーケード」
- ・インドネシア:「東京都、浅草、東京スカイツリー、ヒタチシートサイドパーク、上野公園、嵐山、秋葉原、長野、福島、猪苗代」
- ・ベトナム:「メイドカフェ」
- ・フィリピン:「東京ディズニーランド/東京タワー/スカイツリー/秋葉原」

【 過去の親日度調査 】

《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》

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

調査概要

【調査主旨】

アジア 10 カ国の親日度調査

【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
- ・ 調査期間: 2017 年 6 月 14 日～2017 年 6 月 30 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
- ・ 外国人に人気のレストランランキング 2016 (Trip Advisor 発表)
- ・ http://tg.tripadvisor.jp/news/ranking/inboundrestaurant_2016/



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、シンガポール、韓国のアジア 8 拠点で、マーケティング（SEO、PPC（リスティング広告）など）、アセットなどのグローバルコンサルティング事業を展開

[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（2017 年 5 月末現在）

[URL] <http://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変更

[プレスリリースに関するお問合せ]

広報担当 七原 TEL:03-5803-2776 /MAIL:pr@ auncon.co.jp(ただし、@は半角)