

## 海外における都道府県名のGoogle検索数調査を実施 あなたの都道府県名検索が多いのは英語？現地の主要言語？ 各都道府県名の検索数ランキング第2弾発表

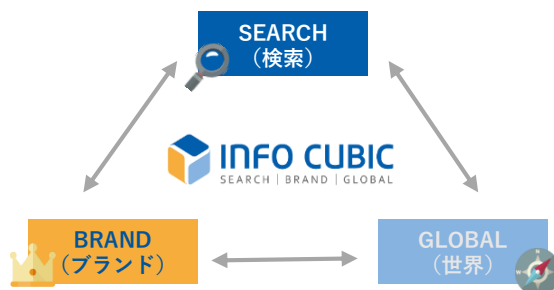
海外デジタルマーケティングの支援を行う株式会社インフォキュービック・ジャパン（本社：東京都新宿区、代表取締役：山岸ロハン、以下：インフォキュービック）は、各都道府県名の、海外におけるGoogle検索数に関する調査（現地主要言語Ver.）を実施しましたので、2018年12月7日（金）その結果を発表いたします。<https://www.infocubic.co.jp/news/2018/12/07>

### 【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。当然、旅行に行く際もガイドブックと並ぶ重要な情報収集のツールの一つとして当たり前にご利用するようになりました。

日本政府の目標として2020年に4000万人の訪日観光客数を設定し、成長戦略の柱の一つとして様々な取り組みを行っています。訪日観光客数を多く獲得するためにもWeb戦略は外せないツールの一つです。

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、今回は英語と現地の主要言語で行われた各都道府県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】

調査期間：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

※本調査は特定の都道府県の印象を操作する意図はございません。

## 調査サマリー

- ◆ 世界中で調べられている日本の都道府県名を深掘りし「どの地域」で「どの都道府県名」が「どれだけ調べられているか」という数値から都道府県名のブランドと検索の関係性を探る。  
(11月6日に発表した「各都道府県名の検索数ランキング」に続く第2弾です。)
- ◆ 「英語と現地の主要言語のどちらの検索数が多いか？」というデータから、どの言語でデジタルマーケティングに力を入れ、観光施策に注力する必要があるのか、また、どの言語での施策が集客を伸ばせる可能性を秘めているかを探る。
- ◆ 検索数の結果から観光資源のブランディングの見直し、何を前面に出すべきなのかを考察する。  
→ネーミングの段階から海外を意識したブランディングを構築する必要がある。
- ◆ 47都道府県、最大5地域 ※2P目参照 で調査を実施し、本リリースではその一部を紹介。  
調査データ完全版は以下HPを参照：<https://www.infocubic.co.jp/news/2018/12/07>

## ■2017年4月1日から2018年3月31日の間に行われた5地域における検索数ギャップ

※5地域：Hong Kong(香港)・Taiwan(台湾)・South Korea(韓国)・India(インド)・Thailand(タイ)

※検索ギャップとは、英語での検索と5地域の主要言語での検索数に対してその差を数値化したものです

※検索数ギャップ値 = (英語での検索数 - 5地域の主要言語での検索数) / 総検索数

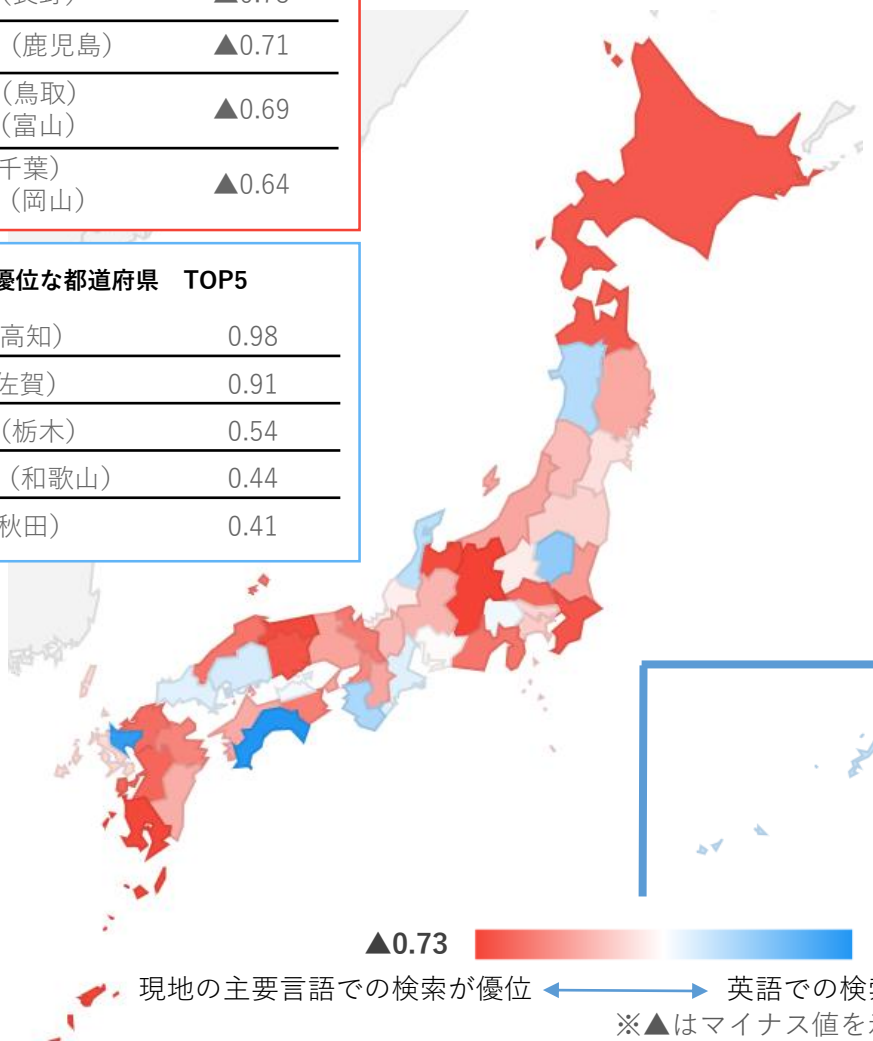
### 検索数ギャップ値をヒートマップ表示

#### 現地の主要言語での検索が優位な都道府県 TOP5

1	NAGANO (長野)	▲0.73
2	KAGOSHIMA (鹿児島)	▲0.71
3	TOTTORI (鳥取) TOYAMA (富山)	▲0.69
5	CHIBA (千葉) OKAYAMA (岡山)	▲0.64

#### 英語での検索が優位な都道府県 TOP5

1	KOCHI (高知)	0.98
2	SAGA (佐賀)	0.91
3	TOCHIGI (栃木)	0.54
4	WAKAYAMA (和歌山)	0.44
5	AKITA (秋田)	0.41



#### ポイント

- ◆ 検索数は無作為に抽出された5の国と地域のデータに基づく。  
(※具体的な国と地域は香港、台湾、韓国、インド、タイ)
- ◆ 上記ヒートマップの青色が濃い都道府県は英語検索が多く、赤色の濃い都道府県は現地の主要言語での検索が多い。
- ◆ 上記のデータは、あくまでも各地域の検索数のボリュームであり、その都道府県の人気を指し示すものではない。
- ◆ 上記以外の各都道府県及び国と地域の調査データ完全版は弊社HPにて公開しております。

<https://www.infocubic.co.jp/news/2018/12/07>

## ■2017年4月1日から2018年3月31日の間に行われた3地域における検索数ギャップ値（地域別）

### 現地の主要言語での検索が優位な県 地域別TOP5



#### Hong Kong

1位	NAGANO (長野) ▲0.81
2位	TOTTORI (鳥取) ▲0.80
3位	TOYAMA (富山) ▲0.72
4位	KAGOSHIMA (鹿児島) ▲0.67
5位	GUNMA / GUMMA (群馬) ▲0.64



#### Taiwan

NAGANO (長野) ▲0.91
TOYAMA (富山) TOTTORI (鳥取) AOMORI (青森) CHIBA (千葉) HOKKAIDO (北海道) KAGOSHIMA (鹿児島) ▲0.89



#### South Korea

TOYAMA (富山) ▲0.89
SHIZUOKA (静岡) ▲0.80
FUKUOKA (福岡) ▲0.77
KAGOSHIMA (鹿児島島) ▲0.76
AOMORI (青森) NAGANO (長野) ▲0.75

### 英語での検索が優位な県 地域別TOP5



#### Hong Kong

1位	OKINAWA (沖縄) 0.95
2位	WAKAYAMA (和歌山) 0.81
3位	SAGA (佐賀) 0.72
4位	ISHIKAWA (石川) 0.67
5位	TOCHIGI (栃木) 0.55



#### Taiwan

OKINAWA (沖縄) 0.78
SAGA (佐賀) 0.67
TOCHIGI (栃木) 0.31
SAITAMA (埼玉) ▲0.13
ISHIKAWA (石川) ▲0.19



#### South Korea

NARA (奈良) 0.62
SAGA (佐賀) 0.35
FUKUI (福井) MIYAGI (宮城) MIE (三重) 0.11

※「India」、「Thailand」の地域別TOP5データにつきましては、同率1位が多く表内に記載できないため、下記ページにてご確認ください。<https://www.infocubic.co.jp/news/2018/12/07>

※検索数ギャップ値は数字が小さい（マイナス）ほど現地の主要言語での検索が優位、反対に数字が大きい（プラス）ほど英語での検索が優位であることを示します。

※▲はマイナス値を示します。

### ポイント

- ◆ 検索された地名のランキングにおいて、現地の主要言語と英語の結果に重複がないという結果は非常に興味深い、理由は不明である。これは検索された意図までは図れないためである。
- ◆ 香港、台湾において現地の主要言語での検索は長野県、富山県、鳥取県が上位を占めており、よりメジャーな観光地からリピーターの多いディープな観光地へシフトしている可能性がある。その情報源は、口コミをはじめとする微信（ウィーチャット）、騰訊QQ（テンセントQQ）など、SNSが起因しているのではないかと考えられる。

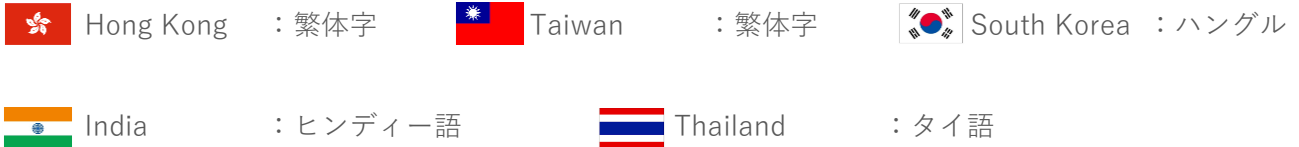
## ■参照

### 【\*1】 検索に使用した各都道府県名 (英語)



HOKKAIDO(北海道)/AOMORI (青森) /IWATE (岩手) /MIYAGI (宮城) /AKITA (秋田)  
/YAMAGATA (山形) /FUKUSHIMA (福島) /IBARAKI (茨城) /TOCHIGI (栃木)  
/GUNMA(GUMMA) (群馬) /SAITAMA (埼玉) /CHIBA (千葉) /TOKYO (東京)  
/KANAGAWA (神奈川) /NIIGATA (新潟) /YAMANASHI (山梨) /NAGANO (長野)  
/TOYAMA (富山) /ISHIKAWA (石川) /FUKUI (福井) /GIFU (岐阜) /SHIZUOKA (静岡)  
/AICHI (愛知) /MIE (三重) /SHIGA (滋賀) /KYOTO (京都) /OSAKA (大阪) /HYOGO  
(兵庫) /NARA (奈良) /WAKAYAMA (和歌山) /TOTTORI (鳥取) /SHIMANE (島根)  
/OKAYAMA (岡山) /HIROSHIMA (広島) /YAMAGUCHI (山口) /TOKUSHIMA (徳島)  
/KAGAWA (香川) /EHIME (愛媛) /KOCHI (高知) /FUKUOKA (福岡) /SAGA (佐賀)  
/NAGASAKI (長崎) /KUMAMOTO (熊本) /OITA (大分) /MIYAZAKI (宮崎)  
/KAGOSHIMA (鹿児島) /OKINAWA (沖縄) ~全47都道府県 順不同~

### 【\*2】 検索に使用した現地の主要言語



## 【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

