

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の検索価値は〇〇億円！？

インフォキュービックが各都道府県名の検索数ランキング第3弾を発表

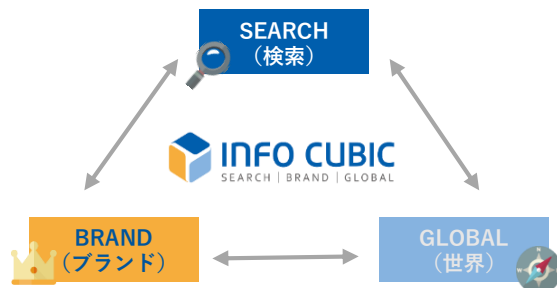
海外デジタルマーケティングの支援を行う株式会社インフォキュービック・ジャパン（本社：東京都新宿区、代表取締役：山岸ロハン、以下：インフォキュービック）は、各都道府県名の、海外におけるGoogle検索数と、実際に訪日外国人が日本で消費する金額に関する調査を実施しましたので、2018年12月27日（木）その結果を発表いたします。<https://www.infocubic.co.jp/news/2018/12/27.html>

### 【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。今や情報を探するための“検索”は、当たり前となり。例えば、旅行に行く際には旅行ガイドブックと同様に欠かせない情報収集ツールとして活用されています。

日本政府は2020年までに訪日外国人数4000万人を目標とし、経済成長戦略として様々な取り組みが行われております。訪日外国人数を多く獲得していくためにもWeb戦略は外せないと言われています。

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、12月7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3弾です。)
- ◆ 海外13の国と地域から都道府県名の英語による1検索がどれくらいの価値になるか？を、訪日外国人の数、消費金額、検索数から算出し、インバウンド集客の指標の一助となるようなデータを探る。  
→訪日外国人に対し、何処の都道府県が積極的なアピールをすれば、より効果的に集客につながるのか？を検証。
- ◆ 調査結果から、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。  
→検索数と消費金額のバランスから、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、海外13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/2018/12/27.html>

## ■2017年4月1日から2018年3月31日の間に行われた13地域における英語による1検索あたりの価値

※13地域：USA(アメリカ)、Canada(カナダ)、Hong Kong(香港)、South Korea(韓国)、India(インド)、Thailand(タイ)、Vietnam(ベトナム)、Singapore(シンガポール)、Malaysia(マレーシア)、Indonesia(インドネシア)、UK(イギリス)、Australia(オーストラリア)、Taiwan(台湾)

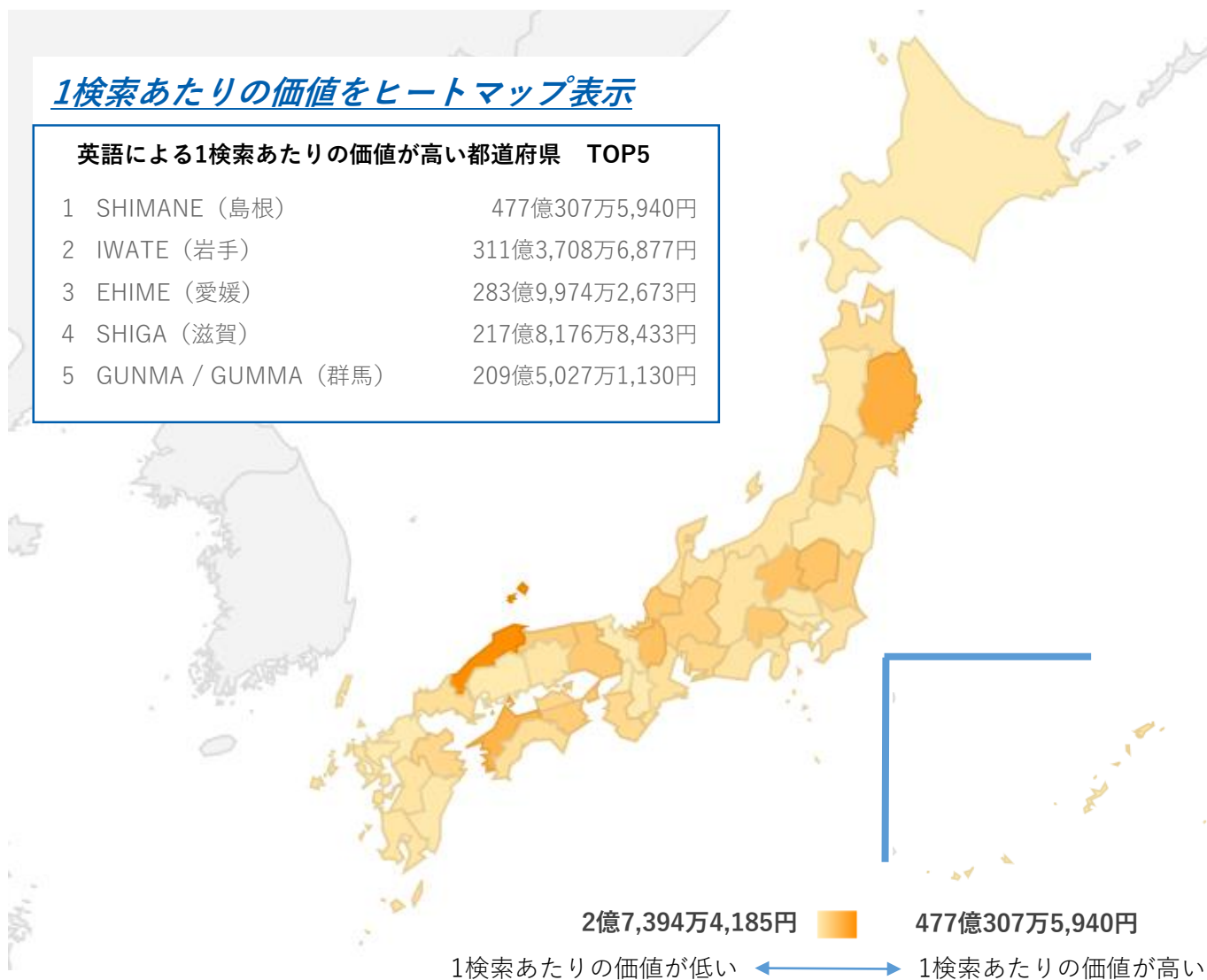
※1検索あたりの価値とは、英語による検索によってどのくらいの経済効果が見込めるかを数値化したものです

※1検索あたりの価値 = (消費金額 × 実際の訪日観光客) ÷ 英語による検索数

### 1検索あたりの価値をヒートマップ表示

#### 英語による1検索あたりの価値が高い都道府県 TOP5

1 SHIMANE (島根)	477億307万5,940円
2 IWATE (岩手)	311億3,708万6,877円
3 EHIME (愛媛)	283億9,974万2,673円
4 SHIGA (滋賀)	217億8,176万8,433円
5 GUNMA / GUMMA (群馬)	209億5,027万1,130円



#### ポイント

##### ◆ 検索数は無作為に抽出された13の国と地域のデータに基づく。

※具体的な国と地域はアメリカ、カナダ、香港、韓国、インド、タイ、ベトナム、シンガポール、マレーシア、インドネシア、イギリス、オーストラリア、台湾

##### ◆ 上記ヒートマップの濃い都道府県は英語による1検索あたりの価値が高い。

※1検索あたりの価値 = (消費金額 × 実際の訪日外国人) ÷ 英語による検索数

上記のデータは、あくまでも各地域の検索価値のボリューム合計であり、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/2018/12/27.html>

## ■2017年4月1日から2018年3月31日の間に行われた13地域における英語による1検索あたりの価値 (地域別)

### 訪日数の多い地域からの英語による1検索あたりの価値が高い県 地域別TOP5



韓国(South Korea)



台湾(Taiwan)



香港(Hong Kong)

1位	SHIMANE (島根) ¥28,230,336,115	SHIMANE (島根) ¥6,342,965,044	GUNMA / GUMMA (群馬) ¥4,835,776,009
2位	IWATE (岩手) ¥18,820,224,076	GUNMA / GUMMA (群馬) EHIME (愛媛) ¥5,189,698,672	SHIMANE (島根) ¥3,077,312,006
3位	SHIGA (滋賀) EHIME (愛媛) ¥14,115,168,057	IWATE (岩手) NAGANO (長野) ¥4,077,620,386	IWATE (岩手) EHIME (愛媛) ¥2,417,888,005
4位	TOCHIGI (栃木) TOYAMA (富山) HYOGO (兵庫) ¥11,292,134,446	TOCHIGI (栃木) TOTTORI (鳥取) TOKUSHIMA (徳島) ¥3,358,040,317	TOCHIGI (栃木) NAGANO (長野) ¥1,991,201,886
5位	YAMAGATA (山形) IBARAKI (茨城) NAGANO (長野) GIFU (岐阜) TOTTORI (鳥取) TOKUSHIMA (徳島) ¥8,065,810,318	TOYAMA (富山) GIFU (岐阜) SHIGA (滋賀) KAGAWA (香川) ¥2,718,413,590	MIYAGI (宮城) IBARAKI (茨城) TOYAMA (富山) AICHI (愛知) ¥1,301,939,695

※1検索あたりの価値 = (消費金額 × 実際の訪日外国人) ÷ 英語による検索数

※6位以降、並びに他の地域の結果につきましては、下記HPにてご確認ください。

<https://www.infocubic.co.jp/news/2018/12/27.html>

#### ポイント

- ◆ ピックアップした3地域で、3つすべてにランクインしたのは、島根、岩手、愛媛、栃木、長野の5つである。
- ◆ 上記に登場する都道府県は、1検索あたりの価値を算出したデータのため、そもそもの検索数が少ない都道府県が上位にランクインしてしまう傾向にある。
- ◆ 海外に向けたインバウンド施策を行い、効果的に集客を行えば、それぞれの地域で訪日外国人が消費活動を行うことで、結果的に地方経済が潤うことになる。

# 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12月27日

## ■参照

### 【\*1】 訪日外国人数データ（単位：人）

訪日外客数 （2017年4月～2018年3月）

USA	1,407,174	Canada	310,983	Hong Kong	2,275,644
South Korea	7,557,986	India	138,578	Thailand	1,016,257
Vietnam	320,987	Singapore	415,037	Malaysia	448,707
Indonesia	359,280	UK	319,457	Australia	515,854
Taiwan	4,669,171				

出典：「日本政府観光局（J N T O）」

### 【\*2】 検索に使用した各都道府県名

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～

### 【\*3】 訪日観光客の使用金額データ（単位：円）

1人あたりの旅行支出 （2017年4月～2018年3月）

USA	¥183,994	Canada	¥180,968	Hong Kong	¥148,751
South Korea	¥74,703	India	¥164,812	Thailand	¥124,576
Vietnam	¥176,769	Singapore	¥158,766	Malaysia	¥133,869
Indonesia	¥128,861	UK	¥208,063	Australia	¥219,089
Taiwan	¥122,263				

出典：「日本政府観光局（J N T O）」

## 【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](mailto:info@kartz.co.jp)