

2024年6月13日  
アウンコンサルティング株式会社

**インドネシア・フィリピンで日本に対する好感度 100%**  
**好きな理由は「四季の風景」「日本食」**

アウンコンサルティング、世界 14 の国と地域を対象にした 2024 年親日度調査結果を発表

グローバルマーケティング事業（※）を展開しているアウンコンサルティング株式会社（東証スタンダード市場：2459、本社：東京都千代田区、代表取締役 CEO：信太明、以下「アウンコンサルティング」）はこの度、世界 14 の国と地域を対象に親日度や訪日意欲に関する調査を実施しましたので、その結果をお知らせいたします。

（※）海外 SEO（検索エンジン最適化）、および海外広告（サービス概要：<https://www.auncon.co.jp/service/>）

**【調査概要】**

<第 12 回アウンコンサルティング親日度調査>

世界 14 の国と地域における日本への好感度、訪日意欲、訪日計画時の情報源について

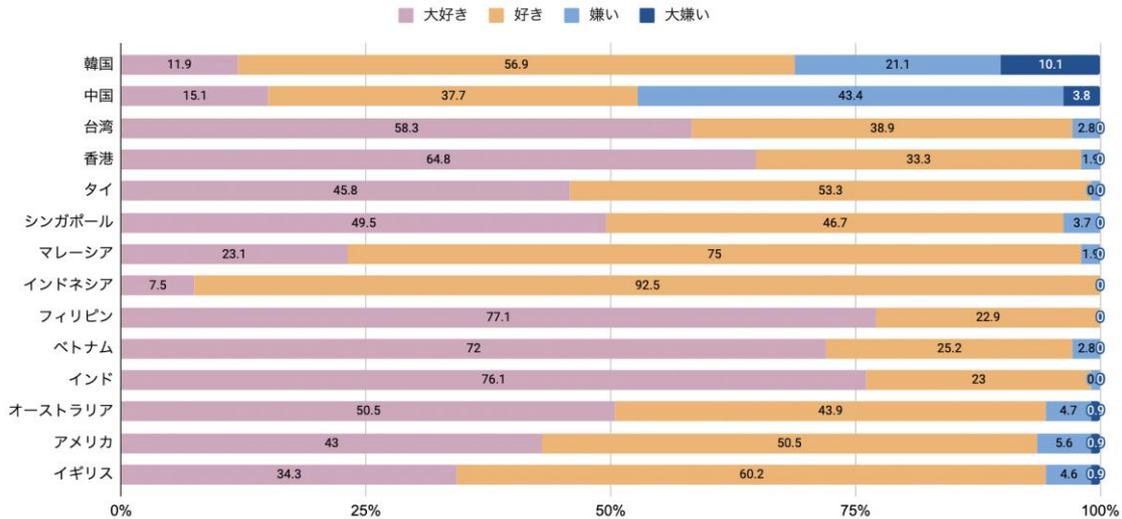
- ・対象の国と地域（N 数）：韓国（109）・中国（106）・台湾（108）・香港（108）・タイ（107）・シンガポール（107）・マレーシア（108）・インドネシア（107）・フィリピン（109）・ベトナム（107）・インド（113）・オーストラリア（107）・アメリカ（107）・イギリス（108）
- ・調査期間：2024 年 5 月 27 日～2024 年 5 月 31 日
- ・対象：対象の国・地域の 20 歳以上の男女

**【調査サマリー】**

1. 日本への好感度が最も高いのは同率 1 位でインドネシア・フィリピン、中国では「嫌い」「大嫌い」の合計回答が昨年比約 2 倍に

日本について「大好き」「好き」の合計値が最も高いのは同率 1 位でインドネシア・フィリピンで、中でもフィリピンは「大好き」の回答率が 77.1%と調査国の中で最も高い結果となりました。フィリピンの好感度が高い理由として、これまで日本がフィリピンのインフラ（高速道路、空港、鉄道、港、道路など）支援を行ってきたこと、フィリピンの最大貿易国の一つであること（2022 年の輸出相手国はアメリカに次ぎ 2 位、輸入相手国は中国・インドネシアに次ぎ 3 位\*1）等があげられます。

日本は好きですか？



一方で、「嫌い」「大嫌い」の合計値が最も高いのは中国（合計 47.2%）、「大嫌い」の回答率が最も高いのは韓国（10.1%）となりました。中国は前回 2023 年の調査から「嫌い」「大嫌い」の合計値が約 2 倍に増加しており、東京電力福島第一原子力発電所の処理水放出の影響により、日本への好感度が低下したと考えられます。

■日本が好きな理由は、「四季の風景」「日本食」

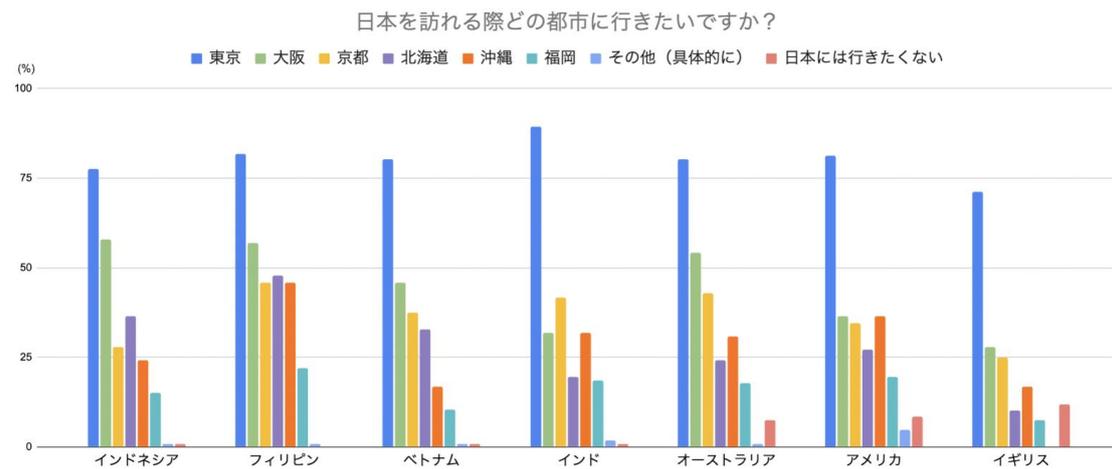
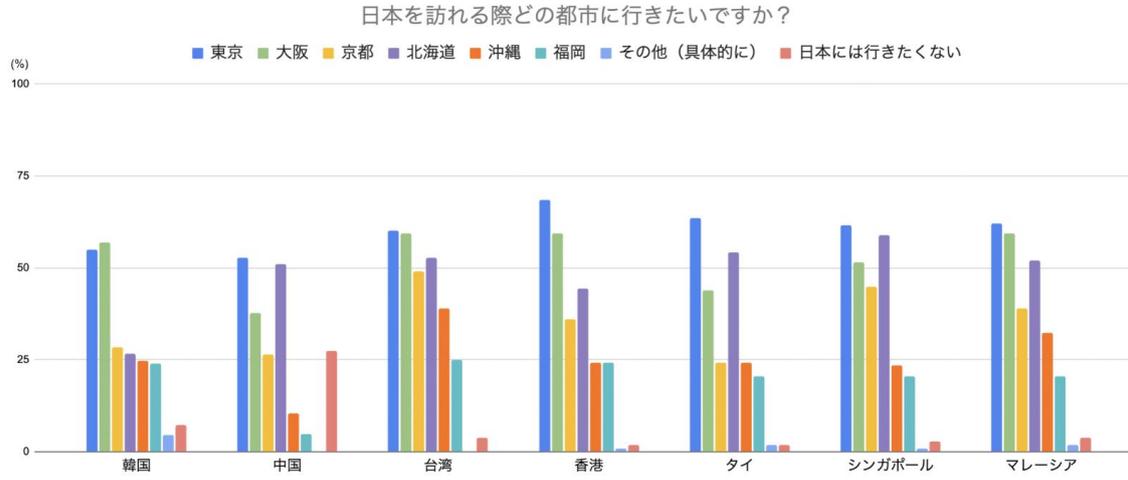
日本について「大好き」「好き」と回答した方の理由は以下のとおりです（複数回答）。

※5%以上を緑、15%以上を黄色、20%以上を赤く色づけ

	インドネシア	フィリピン	ベトナム	インド	オーストラリア	アメリカ	イギリス
四季の風景/自然	23.96%	17.48%	24.92%	14.94%	15.63%	14.29%	17.72%
日本食	16.95%	17.48%	17.43%	15.63%	24.05%	21.73%	17.72%
治安が良い	12.29%	12.08%	9.33%	16.35%	9.38%	9.52%	10.54%
商品の質が高い	18.42%	19.95%	19.31%	19.19%	17.20%	16.07%	15.61%
歴史/文化	14.61%	15.76%	12.48%	16.11%	19.38%	19.94%	24.47%
漫画/アニメ	11.70%	13.29%	15.59%	9.95%	5.62%	7.74%	6.32%
物価が安い	1.47%	3.95%	0.94%	7.59%	8.74%	8.33%	6.75%
その他	0.59%	0.00%	0.00%	0.24%	0.00%	2.38%	0.86%

全体的に「四季の風景」「日本食」の数値が高く、アメリカ・イギリス・オーストラリアでは「歴史/文化」の評価も高いことが分かりました。昨今では、買い物よりも体験を重視する傾向が強まっており、日本の古き良き文化を感じられる体験型へのコト消費へ繋がられるようなアプローチが重要となっています。

## 2. 日本を訪れる際に最も行きたいのは「東京」、アジア圏では「大阪」「北海道」も高い人気 訪日都市に関する調査では以下の結果となりました(複数回答)。



韓国を除き、13 カ国・地域で「東京」が最も多い結果となりました。背景には、日本国内における新型コロナウイルス関連規制の緩和に加え、東京は日本の文化や食べ物、買い物が楽しめるだけでなく、衛生的で交通の便や治安が良いこと、さらに新宿御苑など都会の中心にありながら伝統的な日本庭園で四季折々の自然を楽しむことなどが考えられます。また、オタクの聖地として海外からも絶大な支持を受けている秋葉原や、日本の「カワイイ」を満喫できる原宿など、日本が世界に誇る様々なカルチャーを体験できるため、外国人観光客にとって一層魅力的な旅行先となっていることも考えられます。

また特にアジア圏では、「東京」に次いで「大阪」「北海道」が高い人気となっており、中でも中国、台湾、タイ、シンガポール、マレーシアの5カ国では回答者の50%以上が「北海道」を選択しています。1年中温暖な気候で冬らしい冬を感じられないアジア圏の方にとって、北海道の雪景色や自然豊かな大地でとれる食材は魅力的に感じる要因であると考えられます。先述の日本の高い好感度に対する理由として、「四季の風景」「日本食」の選択率が高かったことから、「北海道」の人気の理由が窺い知れます。

### 3. 日本旅行で不安なことは、「店員との会話が通じない」「地震等の災害」

訪日時の不安なことについては以下のとおりです（複数回答）。

※5%以上を緑、10%以上を黄色、15%以上を赤く色づけ

	韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア
店員との会話が通じない	12.55%	14.18%	18.22%	20.51%	18.24%	15.17%	10.83%
道路標識がわからない	5.55%	8.50%	9.61%	10.45%	9.45%	11.74%	13.82%
wifiなどの通信環境	6.27%	7.49%	6.20%	5.40%	7.50%	5.87%	6.24%
地震等の災害	25.81%	13.15%	5.49%	17.99%	16.29%	18.97%	12.47%
公共交通の経路情報の入手	5.15%	6.70%	5.49%	6.49%	7.50%	6.20%	7.58%
公共交通の乗り方	5.91%	8.25%	10.65%	8.28%	8.79%	10.71%	9.49%
交通費が高い	14.03%	5.93%	7.90%	7.19%	6.52%	8.27%	5.97%
飲食情報の入手	4.06%	6.18%	4.82%	3.22%	2.93%	6.57%	8.14%
飲食店の予約	6.27%	6.70%	5.49%	7.19%	5.86%	3.43%	4.33%
電子マネー決済	1.49%	8.25%	5.83%	7.19%	6.84%	4.84%	5.42%
トイレの利用	3.70%	4.37%	4.12%	1.44%	3.24%	1.03%	3.25%
医療機関について	4.42%	3.61%	7.57%	2.53%	4.22%	2.40%	3.51%
宗教に合った食事が無い	0.36%	2.32%	2.08%	0.35%	0.98%	1.37%	6.76%
その他（具体的に）	1.85%	0.25%	0.33%	0.00%	0.00%	0.33%	0.26%
特になし	2.57%	4.13%	6.20%	1.79%	1.64%	3.10%	1.90%

	インドネシア	フィリピン	ベトナム	インド	オーストラリア	アメリカ	イギリス
店員との会話が通じない	21.40%	14.07%	4.80%	9.22%	15.35%	13.20%	16.40%
道路標識がわからない	5.37%	15.01%	13.33%	4.33%	9.49%	11.43%	9.71%
wifiなどの通信環境	3.01%	5.12%	10.39%	9.22%	3.63%	4.56%	5.97%
地震等の災害	7.37%	12.47%	19.28%	9.22%	17.15%	8.12%	11.93%
公共交通の経路情報の入手	9.02%	11.18%	8.89%	8.63%	6.95%	8.63%	6.33%
公共交通の乗り方	11.02%	11.80%	8.89%	8.93%	8.75%	10.15%	11.57%
交通費が高い	7.37%	5.12%	10.00%	6.06%	6.21%	6.35%	4.11%
飲食情報の入手	8.70%	4.14%	4.80%	8.63%	3.28%	5.32%	5.24%
飲食店の予約	4.33%	5.12%	5.20%	8.37%	4.38%	5.84%	3.35%
電子マネー決済	5.69%	7.35%	8.17%	8.08%	5.86%	7.36%	4.11%
トイレの利用	5.69%	2.89%	2.98%	5.47%	4.38%	5.59%	4.84%
医療機関について	3.01%	2.54%	1.47%	6.64%	5.47%	5.32%	3.75%
宗教に合った食事が無い	6.69%	0.00%	0.36%	4.04%	1.09%	3.56%	2.98%
その他（具体的に）	0.32%	0.00%	0.00%	0.00%	0.35%	0.76%	0.77%
特になし	1.00%	3.20%	1.47%	3.16%	7.66%	3.80%	8.95%

全体的に「店員との会話が通じない」「地震等の災害」の回答率が高い結果となりました。特に、「地震等の災害」を選択する割合は、昨年の調査結果と比べて若干ながらも増加している国が多く、令和6年能登半島地震の発生が海外でも報じられたことが要因の一つとも考えられます。

#### 4. 日本の観光地を探す際の情報源は、「Google Map」「検索エンジン」

観光地を探す際の情報収集方法は以下のとおりです（複数回答）。

※5%以上を緑、10%以上を黄色、15%以上を赤く色づけ

	韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア
Google Map	22.61%	20.50%	22.96%	26.13%	21.92%	22.79%	20.79%
SNS（友人の投稿）	8.88%	7.29%	5.94%	5.42%	3.08%	3.06%	5.14%
インフルエンサーの発信情報（SNS/動画/ブログ記事等）	16.31%	9.39%	6.80%	8.11%	8.58%	6.81%	10.24%
SNS広告	5.17%	1.73%	2.54%	2.69%	11.29%	9.54%	5.14%
検索エンジン	17.76%	15.97%	20.11%	18.03%	16.79%	21.08%	14.24%
トリップアドバイザーなどの旅行情報プラットフォーム	9.25%	11.45%	12.18%	14.40%	13.01%	12.60%	17.10%
観光協会や観光局の公式サイト	3.71%	15.97%	10.50%	9.60%	13.34%	11.58%	15.66%
家族・友人・知人に聞く	14.09%	12.15%	17.85%	15.01%	10.96%	11.21%	11.10%
その他（具体的に）	0.36%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.33%	0.00%
探さない	1.86%	5.56%	1.13%	0.62%	1.03%	1.02%	0.58%

	インドネシア	フィリピン	ベトナム	インド	オーストラリア	アメリカ	イギリス
Google Map	20.93%	21.76%	27.79%	22.16%	22.41%	18.59%	24.61%
SNS（友人の投稿）	7.32%	5.14%	7.65%	3.78%	3.33%	4.49%	2.83%
インフルエンサーの発信情報（SNS/動画/ブログ記事等）	11.94%	9.35%	10.40%	10.58%	8.38%	9.29%	6.45%
SNS広告	1.67%	9.68%	6.24%	13.34%	9.02%	9.29%	8.89%
検索エンジン	17.27%	14.49%	9.03%	15.87%	17.72%	17.94%	20.95%
トリップアドバイザーなどの旅行情報プラットフォーム	13.61%	15.71%	9.03%	14.11%	13.03%	13.13%	11.72%
観光協会や観光局の公式サイト	16.95%	10.27%	15.27%	12.09%	11.39%	13.48%	12.50%
家族・友人・知人に聞く	10.31%	13.60%	14.60%	7.80%	10.71%	9.29%	6.84%
その他（具体的に）	0.00%	0.00%	0.00%	0.26%	0.68%	0.65%	0.00%
探さない	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	3.33%	3.84%	5.23%

全ての国・地域において、「Google Map」の回答率が最も高く、次いで「検索エンジン」が多くの国で選択される結果となりました。近年では若い世代を中心に、検索エンジンよりもSNS上で検索して情報収集をする人が増えているものの、「Google Map」は旅行系アプリの中でもっともダウンロードされており\*2、世界中のユーザーが慣れ親しんだ観光には欠かせないアプリとなっています。

調査結果全体は、アウンコンサルティングの [Web サイト](https://www.auncon.co.jp/press/release/2023-06-13/) をご覧ください。

#### 【参考資料】

《2023年6月13日発表の第11回アウンコンサルティング親日度調査》

<https://www.auncon.co.jp/press/release/2023-06-13/>

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。



## Press Release

### 【出典】

\*1. JETRO, 「フィリピンの貿易と投資（世界貿易投資動向シリーズ）」2023年11月24日,

<https://www.jetro.go.jp/world/asia/ph/gtir.html> (2024年6月10日)

\*2. Statista, 「Number of aggregated downloads of selected leading travel apps worldwide in 2023」May 13, 2024,

<https://www.statista.com/statistics/1229187/most-downloaded-travel-apps-globally/>

(2024年6月10日)



### アウンコンサルティング株式会社

[事業内容] グローバルマーケティング事業（海外SEO、海外広告）

[設立] 1998年6月8日

[本社] 東京都千代田区丸の内二丁目2番1号 岸本ビルディング 6F

[代表者] 代表取締役 CEO 信太 明

[社員数] 62名（正社員のみ52名）2024年2月末現在

[資本金] 1億円

[URL] <https://www.auncon.co.jp/>