

2015年6月22日

電通、「ジャパブランド調査 2015」を実施

- “本場の味”を求め、日本食ブームは地方へも拡大
- 日本の地方で体験したいことは「自然」「温泉」「郷土料理」とご当地「ラーメン」
- “優れていると思う日本の物事”の第1位は、「日本のロボット工学」

株式会社電通（本社：東京都港区、社長：石井 直）は、日本の文化や強みを生かした商品やサービスを海外展開する「クールジャパン」関連事業において、顧客企業のマーケティング活動支援を目的に、2015年4月に20カ国・地域※で「ジャパブランド調査 2015」を実施しました。

全社横断プロジェクト「チーム・クールジャパン」と電通総研「ジャパン・スタディーズ・グループ」が連携して実施した本調査は、親日度（日本に対する好意度）の地域別状況、日本および日本製品に対する興味関心やイメージの詳細なデータ・知見の収集を目的としています。顧客企業が海外展開する際にお役立ていただけると同時に、国内においても訪日客対応を進める企業にご活用いただけます。2014年に行った前回調査からさらに対象地域や設問内容を広げ、今後、調査の詳細を顧客企業向けに提供してまいります。

本リリースでは主なファインディングスについてご紹介します。

※20カ国・地域＝中国（北京、上海）、香港、韓国、台湾、インド、シンガポール、タイ、インドネシア、マレーシア、ベトナム、フィリピン、オーストラリア、アメリカ、カナダ、ブラジル、イギリス、フランス、ドイツ、イタリア、ロシア

【主なファインディングス】

◇ 日本に対する好意度が最も高い地域は、「ベトナム」（2年連続）と「台湾」。

ベトナムは「日本人の勤勉さ」が、台湾は「日本食」に好感。

<日本に対する『好意度』>

- ・日本に対する好意度が高い地域のトップは、昨年に引き続き「ベトナム」と、昨年5位から順位を上げた「台湾」が同スコアで1位に。（参考データ①）

<日本の『好きなおところ』>

- ・日本の好きなおところのトップ3（複数回答）は、「伝統文化」「食」「自然」の順。（参考データ②）

また、「最も好きなおところ」を一つ選んでもらうと、「技術力」が「自然」を抜いて3位にランクイン。（参考データ③）

これら以外では、日本人の気質（勤勉さ・親切さ等）やホスピタリティーが上位に。

- ・日本に対する好意度が高い「ベトナム」では「日本人の勤勉さ」が、「台湾」では「日本食」がそれぞれ好きなおところのトップに。

◇ **日本でやりたいことの第1位は「日本食を食べる」。**

日本食関心層の間では、「刺身」や「ラーメン」の人気が高い傾向。

＜日本に行って『やりたいこと』＞

- ・日本でやりたいことについて聞いてみると、全体で最も回答が多かった活動内容は「日本食を食べる」こと。次いで順に「自然・景勝地観光」「史跡・歴史的建造物観光」。
- 東アジア地域では「温泉入浴」、ASEAN地域では「四季の体感」も人気。（参考データ④）
- ・日本で「日本食を食べる」ことに興味がある人限定で「日本食の購入・飲食意向」を見てみると、「寿司」「刺身」「天ぷら」「ラーメン」のスコアが高い。これらのメニューは知っている・食べたことがある日本食でも上位に挙げられており（参考データ⑮）、みんなが知っていたり、食べたことのある日本食を、本場日本のより本格的・多彩な味で楽しみたいと考える人が多いと推察される。（参考データ⑤）

◇ **観光客は地方へ：**

行きたい場所として東京を上回る地方も。

地方の「自然」「温泉」「郷土料理」の他、ご当地「ラーメン」を体験したい人も多い。

＜日本の『地方』について＞

- ・日本の代表的な地名を並べて認知・訪問意向を聞いたところ、認知・訪問意向ともに、全体では「東京」がトップ。特に認知度は高く、約9割（89.5%）の人が「東京」を知っているという結果に。（参考データ⑥）
- ・訪日観光客が多い東アジア地域では、「北海道」や「沖縄」が行きたい場所として東京を上回るケースが目につく。（参考データ⑥）

＜体験したい『地方のもの』＞

- ・体験したい地方のものとしては「自然」「温泉」「郷土料理」のスコアが高いが、東アジアではトップ3の中に「ラーメン」が入る地域が多く、ご当地「ラーメン」への関心の高さがうかがえる。（参考データ⑦）

◇ **「温泉」と「食」への関心高まる：**

“日本について興味関心のある物事”の第1位は、昨年に引き続き「日本食」。

「温泉」と「日本食」の関心が高まる一方で、サブカルチャーやコンテンツへの関心は低下。また、「日本のファッション」はランク外に。

＜興味関心のある『日本の物事』＞

- ・興味関心のある日本の物事で最もスコアが高かったのは「日本食」。次いで「旅行」「温泉」。それ以外では、「日本庭園」「日本の四季」「日本の神社・仏閣」「日本の祭り」「日本のリゾート」など観光に関する項目が数多くトップ10入り。（参考データ⑧）
- ・昨年と比較すると、サブカルチャーやコンテンツに関するスコアが総じて10ポイント前後下がったほか、昨年トップ3入りしていた「日本のファッション」がアジアを中心にスコアを落とし、今年はトップ10に入らないという結果に。（参考データ⑨）

◇ 「日本のロボット工学」への評価が高まる：

“優れていると思う日本の物事”の第1位は、「日本のロボット工学」。

昨年より評価が上向きなのは、「日本の温泉」。

＜優れていると思う『日本の物事』＞

- ・優れていると思う日本の物事では技術関連の項目が多数トップ10入り。最もスコアが高かったのは「日本のロボット工学」。(参考データ⑩)。
- ・「ロボット工学」は興味関心のある物事のトップ10にも入っており(9位)、世界における日本のロボット技術への注目・評価の高まりがうかがえる。(参考データ⑧)
- ・優れていると思う日本の物事について昨年と比較すると、日本のサブカルチャーやコンテンツ系のスコアが減少する中(参考データ⑪)、唯一微増となったのは「日本の温泉」。アジアだけでなく欧州でもスコアを上げた国が多い。(参考データ⑫)

◇ 従来とは異なるカテゴリでの「ジャパブランド」構築の可能性：

興味関心のある日本製品のカテゴリトップは「医薬品」。

＜日本が優れている『製品カテゴリー』＞

- ・製品カテゴリー別に優れた製品をつくっている国を聞いたところ、日本は「自動車、バイクなどの輸送機器」や「TV、オーディオなどのAV機器」、各種の食品系カテゴリーでも高く評価されていることが分かった。(参考データ⑬)

＜日本製品に興味がある『製品カテゴリー』＞

- ・他方で、興味のある日本製品カテゴリーを聞くと、「医薬品」「化粧品」「アパレル・ファッション」がトップ3に入るなど、従来の強みとは異なるカテゴリが上位にきている。ジャパブランドを築く新たなカテゴリとして期待される。(参考データ⑭)

◇ 「ラーメン」が新たな日本食の代名詞に：

今年も認知・経験・意向のナンバー1は「寿司」。

ASEANの一部地域では、「寿司」よりも「ラーメン」の食経験者が多い。

＜日本の『食』＞

- ・日本食の認知・経験・意向の全てにおいて、最も高いスコアを獲得したのは「寿司」。
8割弱の人が認知し、6割強が食べた経験を持つ、世界的な料理になっていることが再確認された。(参考データ⑮)
- ・他に認知・経験で高いのは、日本食の王道である「刺身」と「天ぷら」。次いで「ラーメン」。
(参考データ⑮)
- ・認知・経験・意向については地域差が見られ、特にASEANの一部地域(インドネシアやフィリピン)では「天ぷら」や「ラーメン」の経験者が「寿司」よりも多いことが分かった。
(参考データ⑯)
- ・また、“体験したい地方のもの”でも「ラーメン」のスコアは高く、新たな日本食の代名詞として、アジアを中心に世界的に親しまれ始めていることがうかがえる。(参考データ⑰)

<ジャパンブランド調査 2015 の概要>

- ・ 目的：食や観光、日本産製品など「ジャパンブランド」全般に関する海外消費者の意識と実態を把握する。
- ・ 対象エリア：20 カ国・地域
中国（北京、上海）、香港、韓国、台湾、インド、シンガポール、タイ、インドネシア、マレーシア、ベトナム、フィリピン、オーストラリア、アメリカ、カナダ、ブラジル、イギリス、フランス、ドイツ、イタリア、ロシア
- ・ 調査手法：インターネット調査
- ・ 対象者条件：20 歳～59 歳男女 *中間所得層以上
* 「中間所得者層」の定義（収入条件）：OECD 統計などによる各国平均所得額、および社会階層区分（SEC）をもとに各国ごとに条件を設定
- ・ サンプル数：地域ごとに 200ss、計 4,000ss
- ・ 調査期間：2015 年 4 月 17 日（金）～27 日（月）

<参考：ジャパンブランド調査 2012、2013、2014 の対象地域>

◇ジャパンブランド調査 2014（2014 年 4 月実施）

- ・ 18 カ国・地域：中国（北京、上海）、香港、韓国、台湾、インド、シンガポール、タイ、インドネシア、マレーシア、ベトナム、フィリピン、アメリカ、ブラジル、イギリス、フランス、ドイツ、イタリア、ロシア

◇ジャパンブランド調査 2013（2013 年 3 月実施）

- ・ 16 カ国・地域：中国（北京、上海）、韓国、台湾、インド、シンガポール、タイ、インドネシア、マレーシア、ベトナム、フィリピン、アメリカ、イギリス、フランス、ドイツ、ロシア、オーストラリア

◇ジャパンブランド調査 2012（2012 年 3 月実施）

- ・ 15 カ国・地域：中国（北京、上海）、香港、韓国、台湾、インド、シンガポール、タイ、マレーシア、アメリカ、イギリス、フランス、ドイツ、ロシア、オーストラリア、カナダ

【本件に関する問い合わせ先】

株式会社電通 コーポレート・コミュニケーション局 広報部
長澤、湊 TEL：03-6216-8041

【本調査に関する問い合わせ先】

株式会社電通 全社横断プロジェクト「チーム・クールジャパン」 野上、加々見
電通総研「ジャパン・スタディーズ・グループ」 池田
Email：info-tcj@dentsu.co.jp

【参考データ】

① 日本に対する好意度 ランキング * () 内は2014年のランキング順位

「あなたは日本のことが好きですか?」という設問に対し、5段階で回答してもらった結果

順位	
1	ベトナム (1)
1	台湾 (5)
3	タイ (2)
4	インド (4)
4	フィリピン (7)
4	ブラジル (9)
7	香港 (7)
8	シンガポール (5)
8	マレーシア (2)
10	イタリア (10)

② 日本の好きなところ 各地域トップ3

	1位	2位	3位
全体	伝統文化 (67.6%)	食 (63.3%)	自然 (59.1%)
中国(北京・上海)	日本人(の気質) : 勤勉	自然	アニメ・漫画
香港	食	ホスピタリティー	日本人(の気質) : 親切
韓国	アニメ・漫画	食	日本人(の気質) : 親切
台湾	食	自然	歴史的建造物
インド	技術力	伝統文化	ホスピタリティー
シンガポール	食	伝統文化	自然
タイ	食	自然	技術力
インドネシア	技術力	伝統文化	日本人(の気質) : 勤勉
マレーシア	自然	伝統文化	食
ベトナム	日本人(の気質) : 勤勉	技術力	伝統文化
フィリピン	食	伝統文化 / 技術力 / 自然	
オーストラリア	伝統文化	食	日本人(の気質) : 親切 自然
アメリカ	伝統文化	食	日本人(の気質) : 親切
カナダ	伝統文化	食	日本人(の気質) : 親切
ブラジル	技術力	伝統文化	日本人(の気質) : 親切
イギリス	伝統文化	食	歴史的建造物
フランス	伝統文化	食	自然
ドイツ	伝統文化	食	自然
イタリア	自然	伝統文化	技術力
ロシア	伝統文化 / 技術力		自然

③ 日本の最も好きなところ トップ5

1	伝統文化
2	食
3	技術力
4	自然
5	日本人(の気質) : 勤勉

④ 日本でやりたいこと

	1位	2位	3位
全体	日本食を食べる (76.3%)	自然・景勝地観光 (74.3%)	史跡・歴史的建造物観光 (60.8%)
中国（北京・上海）	自然・景勝地観光	日本食を食べる	温泉入浴
香港	日本食を食べる	ショッピング	自然・景勝地観光
韓国	日本食を食べる	温泉入浴	自然・景勝地観光
台湾	自然・景勝地観光	日本食を食べる	温泉入浴
インド	自然・景勝地観光	ショッピング	史跡・歴史的建造物観光
シンガポール	日本食を食べる	自然・景勝地観光	四季の体感（花見・紅葉・雪など）
タイ	日本食を食べる	自然・景勝地観光	温泉入浴
インドネシア	自然・景勝地観光	四季の体感（花見・紅葉・雪など）	日本食を食べる
マレーシア	自然・景勝地観光	四季の体感（花見・紅葉・雪など）	繁華街の街歩き
ベトナム	日本食を食べる	自然・景勝地観光	温泉入浴
フィリピン	日本食を食べる	自然・景勝地観光	四季の体感（花見・紅葉・雪など）
オーストラリア	日本食を食べる	自然・景勝地観光	史跡・歴史的建造物観光
アメリカ	日本食を食べる	ショッピング／史跡・歴史的建造物観光	
カナダ	日本食を食べる	自然・景勝地観光	繁華街の街歩き
ブラジル	自然・景勝地観光	史跡・歴史的建造物観光	日本食を食べる
イギリス	日本食を食べる	自然・景勝地観光	史跡・歴史的建造物観光
フランス	日本食を食べる	日本の伝統文化体験（お茶、お花など）	繁華街の街歩き／農村・漁村体験
ドイツ	日本食を食べる	繁華街の街歩き	自然・景勝地観光
イタリア	自然・景勝地観光	四季の体感（花見・紅葉・雪など）／ 史跡・歴史的建造物観光	
ロシア	自然・景勝地観光	史跡・歴史的建造物観光	日本食を食べる

⑤ 日本でやりたいことで「日本食を食べる」と回答した人の「食べたい日本食」トップ5

※全体平均との差をポイント表示

		（全体平均との差）
1	寿司	+8.8
2	刺身	+12.0
3	天ぷら	+7.9
4	ラーメン	+9.3
5	魚介類	+7.4

⑥ 日本の地方 認知・訪問意向 トップ5

	認知	訪問意向				
	全体	全体	中国	香港	韓国	台湾
1位	東京★	東京☆	北海道☆	北海道☆	沖縄	北海道★
2位	大阪★	大阪	東京	沖縄☆	北海道	京都☆
3位	広島★	京都	名古屋	東京	東京	東京☆
4位	京都☆	北海道	大阪	鹿児島	大阪	大阪☆
5位	福島☆	沖縄	京都	名古屋／ 京都／大阪	京都	沖縄

※★=70%以上、☆=50%以上、東京の認知（全体）は89.5%

⑦ 体験したい地方のもの トップ5

	全体	中国	香港	韓国	台湾
1位	自然	温泉	温泉	温泉	自然
2位	温泉	自然	ラーメン	自然	温泉
3位	郷土料理	和菓子	自然	ラーメン	ラーメン
4位	神社仏閣	酒・焼酎、	和牛	郷土料理	水産物
5位	祭り	ラーメン	和菓子	祭り	和菓子

⑧ 興味関心のある日本の物事 トップ10

1	日本食
2	日本への旅行
3	日本の温泉
4	日本庭園
5	日本の四季
6	日本の神社・仏閣
7	日本の祭り
8	日本のリゾート
9	日本産の食材
9	日本のロボット工学

(参考) 2014年の「興味関心のある日本の物事 トップ10」

※調査の対象エリアが2015年と異なるため、参考値として掲載

1	日本食
2	日本への旅行
3	日本のファッション
4	日本庭園
5	日本の温泉
6	日本の神社・仏閣
7	日本のリゾート
8	日本産の食材
9	日本のお菓子
10	日本のデザイン

⑨ 興味関心のある日本の物事において、昨年より大きくスコアが下がった項目

*2014年調査の対象エリアで比較

※数値は2014年の調査結果から減少したポイント数

日本のファッション	-20.4
日本の映画	-19.9
日本の音楽	-17.8
日本のキャラクター	-14.6
日本のコスプレ (Cosplay)	-14.6

⑩ 優れていると思う日本の物事 トップ10

1	日本のロボット工学 (40.4%)
2	日本の自動車・バイク (35.8%)
3	日本の精密技術 (34.1%)
4	日本のアニメ・漫画
5	日本食
6	日本の AV 家電
7	日本の 3D 技術
8	日本の温泉
9	日本の交通インフラ
10	日本の環境技術

(参考) 2014 年の「優れていると思う日本の物事 トップ10」

※調査の対象エリアが2015年と異なるため、参考値として掲載

1	日本の AV 家電
2	日本のアニメ・漫画
3	日本のロボット工学
4	日本の自動車・バイク
5	日本の精密技術
6	日本の 3D 技術
7	日本食
8	日本の環境技術
9	日本の交通インフラ
10	日本のゲーム

⑪ 優れていると思う日本の物事において、昨年より大きくスコアが下がった項目

*2014 年調査の対象エリアで比較

※数値は2014年の調査結果から減少したポイント数

日本のコスプレ (Cosplay)	-10.8
日本のゲーム	-10.6
日本の AV 家電	-9.9
日本産の食材	-9.8
日本のアニメ・漫画	-9.7

⑫ 優れていると思う日本の物事：「日本の温泉」 昨年よりスコアが上がった地域

※数値は2014年の調査結果から上昇したポイント数

マレーシア	+11.5
ロシア	+10.0
ドイツ	+7.5
シンガポール	+7.5
イギリス	+5.0

⑬ 優れた製品をつくっている国 カテゴリー別トップ3

	1位	2位	3位
自動車、バイクなどの輸送機器	日本 (79.1%)	ドイツ (58.7%)	アメリカ (37.7%)
TV、オーディオなどのAV機器	日本 (75.7%)	韓国 (45.0%)	アメリカ (28.8%)
医薬品	アメリカ	ドイツ	日本
化粧品	フランス	日本	アメリカ
洗濯用洗剤、シャンプーなどのトイレタリー商品	アメリカ	日本	フランス
生理用品、紙おむつなどのサニタリー製品	日本	アメリカ	韓国 ドイツ
ラーメンなどのインスタント食品	日本 (62.4%)	韓国 (35.6%)	中国 (26.2%)
健康食品・飲料	日本	アメリカ	韓国
菓子	日本	フランス	イタリア
調味料	日本	中国	韓国
文具	日本	アメリカ	ドイツ
アパレル・ファッション	フランス	イタリア	アメリカ

⑭ 興味のある日本製品カテゴリー トップ5

1	医薬品
2	化粧品
3	アパレル・ファッション
4	自動車、バイクなどの輸送機器
5	生理用品、紙おむつなどのサニタリー製品

⑮ 日本食／日本産食材 認知・経験・意向 トップ5

	認知	経験	意向
1	寿司	寿司	寿司
2	天ぷら	天ぷら	天ぷら
3	刺身	ラーメン	刺身
4	ラーメン	刺身	ラーメン
5	緑茶・抹茶	緑茶・抹茶	果物

⑯ インドネシア、フィリピン 日本食／日本産食材 経験トップ5

	インドネシア	フィリピン
1	天ぷら	天ぷら
2	ラーメン	ラーメン
3	寿司	寿司
4	緑茶・抹茶、お弁当	刺身
5		しゃぶしゃぶ