

2012年12月11日
アウンコンサルティング株式会社

【日本人渡航先ランキング上位 15 の国及び地域の海外旅行現地調査】
各国の現地人がオススメするディープな旅行
～ タイ人が外国人観光客に食べてほしい料理 1 位は「トムヤムクン」ではなかった？ ～

海外旅行の比較&予約サイト【More(モア)】を運営するアウンコンサルティング(東証マザーズ: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、円高の影響に加え、今回の年末年始の日並びの良さからも、例年より多くの海外旅行ニーズが予測されることから、日本人の海外旅行先に関する現地調査を実施しました。

日本人の海外旅行先に関する現地調査

日本人の海外旅行者数が 1,000 万人を超えてから約 20 年、海外旅行の一般化に伴い、旅行雑誌だけでは知ることのできないディープな海外旅行情報が求められるようになってきました。今までとは違った視点で海外旅行を楽しむためには、旅行先に住んでいる現地の人たちおススメの情報を得ることが重要となります。今回実施した「日本人の海外旅行先に関する現地調査」では、海外旅行者の旅行先トップ 50 から上位 15 の国及び地域をピックアップし、各国在住の 18 歳以上の男女に対して、観光情報を図る指標となる 5 つの設問からなるアンケートを実施しました。その中で、30 名～100 名のアンケートが集まった韓国、中国、台湾、マカオ、タイ、マレーシア、インドネシア、ベトナムの 8 の国および地域を対象にアンケート結果を集計分析しました(調査期間:2012年11月16日～2012年11月23日集計)。今回のアンケート調査の結果、タイでは日本で人気の「トムヤムクン」と答えたタイ人は一人もおらず、「ソムタム」というパパイアのサラダが【タイ人のおすすめ料理 1 位】になるなど、新たな発見がありました。以下、アンケート結果となります。

参照:作成:日本政府観光局(JNTO) / 出典:UNWTO、PATA、各国政府観光局、各国統計局



【写真】タイ人おすすめ料理ランキング 1 位 「ソムタム(パパイアのサラダ)」

(出典:フリー百科事典『ウィキペディア』)

【日本人の海外旅行先に関する現地調査】

現地人が外国人観光客に来てほしい季節/月(1～12月、複数回答可)

- 各国の現地人による回答でおすすめの季節とその理由は次の通り。

韓国：5月(韓国各地で「春の祭り」開催)、10月(韓国では紅葉の見ごろ)

中国：10月(一般的に、秋(9月～11月)に晴天が多く気候的に過ごしやすく、中国を代表する景勝地である桂林観光のベストシーズン)

台湾：9月、10月(気候が程よく様々な旬のフルーツが楽しめる)

マカオ：11月(毎年11月に市街を走る「マカオグランプリ」が開催され盛り上がる)

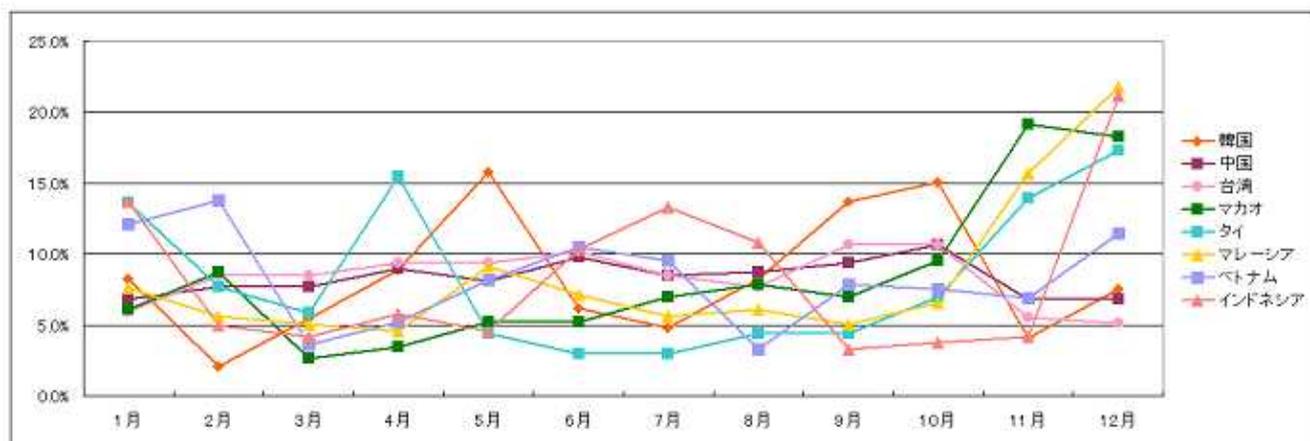
タイ：12月(年間で気温が最も低く過ごしやすく、12月中旬に「アユタヤ世界遺産祭り」が開催される)

マレーシア：12月(クリスマス、年末年始のセールにより1年でもっとも賑わいをみせるシーズン)

ベトナム：1月(年間を通して高温多湿だが、雨が少なく比較的湿気が少なくなる11月～3月頃の乾季がベストシーズン)

インドネシア：12月(インドネシア人の80%はイスラム教徒のためクリスマス色は弱いですが、クリスマスが国民の祝日でもあることからバリ島などの観光地は賑わう)

国名	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
韓国	8.2%	2.1%	5.5%	8.8%	15.8%	6.2%	4.8%	8.2%	13.7%	15.1%	4.1%	7.5%
中国	6.8%	7.7%	7.7%	9.0%	9.1%	9.8%	9.5%	9.7%	9.4%	10.7%	6.8%	6.8%
台湾	6.0%	8.5%	8.5%	9.4%	9.4%	10.2%	8.5%	7.7%	10.6%	10.6%	5.5%	5.1%
マカオ	6.1%	8.7%	2.6%	3.5%	5.2%	5.2%	7.0%	7.8%	7.0%	9.6%	18.1%	18.8%
タイ	13.8%	7.7%	5.8%	15.4%	4.4%	2.8%	2.8%	4.4%	4.4%	7.0%	14.0%	17.8%
マレーシア	7.6%	5.6%	5.1%	4.6%	9.1%	7.1%	5.6%	6.1%	5.1%	6.6%	15.7%	21.8%
ベトナム	12.1%	13.8%	3.6%	5.2%	8.2%	10.5%	9.5%	3.3%	7.9%	7.5%	6.9%	11.5%
インドネシア	18.7%	5.0%	4.1%	5.8%	4.6%	10.4%	18.3%	10.8%	8.8%	9.7%	4.1%	21.2%



現地人が外国人観光客に訪れてほしい観光地(自由回答)

- ・ 韓国、中国、台湾、マカオ、タイ、マレーシア、ベトナム、インドネシアのいずれの国や地域も、国や地域を代表する有名な観光地に訪れてほしいという回答が上位。
- ・ 下位の回答では、タイの三大祭りの一つと言われているロイカトン祭り(ろうそく祭り)が開催される「ウボンラチャタニ」(タイ)、ベトナム第三の都市「ダナン」(ベトナム)などが挙げられおり、少数ではあるが現地人のおすすめ観光地となっている。

韓国 観光地 (N=66)	
1 済州島	13.9%
2 ソウル	11.4%
3 釜山	9.1%
4 景福宮	6.8%
5 清溪川	5.7%
6 仁寺洞	3.4%
7 南山タワー	3.4%
8 慶州	2.3%
9 光化門	2.3%
10 江南駅	2.3%
11 統宮	2.3%
12 民俗村	2.3%
13 明洞	2.3%
14 河回村	1.1%
15 海雲台	1.1%
16 南浦洞	1.1%
17 漢江公園	1.1%
18 漢拿山	1.1%
19 巨濟島	1.1%
20 惠林塔	1.1%
21 慶熙大	1.1%
22 広安里	1.1%
23 工原道	1.1%
24 江陵回タウン	1.1%
25 江陵城	1.1%
26 高麗大	1.1%
27 雪岳山	1.1%
28 曹溪寺	1.1%
29 東寧	1.1%
30 鎮海	1.1%
31 東大門ファッション市場	1.1%
32 東大門市場	1.1%
33 内蔵山	1.1%
34 南大門	1.1%
35 南怡島	1.1%
36 龍守リゾート	1.1%
37 雲梯	1.1%
38 霧氷	1.1%
39 梵皇寺	1.1%
40 仏国寺	1.1%

中国 観光地 (N=69)	
1 北京	15.2%
2 上海	10.1%
3 万里の長城	9.1%
4 チベット	7.1%
5 西安	7.1%
6 杭州	6.1%
7 桂林	6.1%
8 成都	4.0%
9 仁州	3.0%
10 紫禁城	3.0%
11 麗江	2.0%
12 昆明	2.0%
13 雲南省	2.0%
14 黄果樹滝	2.0%
15 四川	2.0%
16 拉萨	2.0%
17 佛山	1.0%
18 揚州	1.0%
19 長白山山麓	1.0%
20 蘇州庭園	1.0%
21 洛陽	1.0%
22 ハルビン	1.0%
23 重慶	1.0%
24 大足石刻	1.0%
25 泰山大仏	1.0%
26 スレンダー西湖	1.0%
27 黃鶴楼	1.0%
28 世界金融センター	1.0%
29 豫園	1.0%
30 大雁塔	1.0%
31 太魯閣国立公園	1.0%
32 日月潭	1.0%
33 阿里山	1.0%

台湾 観光地 (N=28)	
1 墾丁	16.4%
2 台東	11.7%
3 台北	10.8%
4 淡水	9.4%
5 日月潭	5.5%
6 花蓮県	4.7%
7 ナイトマーケット	4.7%
8 宜蘭	4.7%
9 太魯閣	3.9%
10 阿里山	3.9%
11 澎湖	3.1%
12 台南	3.1%
13 陽明山	3.1%
14 九分	2.3%
15 東岸部	1.6%
16 魯坑	1.6%
17 金門	1.6%
18 馬祖	1.6%
19 埔里	1.6%
20 北投	1.6%
21 新北市	1.6%
22 フィッシャーマンズワーフ	0.8%
23 サルの湖園	0.8%

マカオ 観光地 (N=36)	
1 聖ポール天主堂跡	34.2%
2 ベンジャ教会	13.2%
3 タイパ島住宅博物館通り	10.5%
4 南湾湖	5.3%
5 ベネチア遺跡	5.3%
6 コロアンアンドリュウ(エッグタルト専門店)	5.3%
7 水坑尾街	5.3%
8 カジノ	2.6%
9 大業堂藝文(美術館)	2.6%
10 紅窓門前(門前町)	2.6%
11 マンダリンハウス	2.6%
12 リラク広場	2.6%
13 媽祖廟	2.6%
14 マカオタワー	2.6%
15 ハクサビーチ	2.6%

タイ 観光地 (N=31)	
1 フットブラフォ	18.1%
2 チェンマイ	9.7%
3 ホアヒン	8.5%
4 クラビ	6.5%
5 フイトラン	3.2%
6 チェン	3.2%
7 スークリスタイラー	3.2%
8 ブーケット	3.2%
9 ワンサイトーン洞	3.2%
10 ムクダハン	3.2%
11 フットマリン	3.2%
12 コースト山脈	3.2%
13 コラット	3.2%
14 チャオプラヤ川	3.2%
15 水上マーケット	3.2%
16 アヌタヤ	3.2%
17 スコタイ	3.2%
18 チャムパタヤ	3.2%
19 ウボンラチャタニ	3.2%
20 カオサン通り	3.2%
21 ワナムルアン	3.2%
22 ワムイ島	3.2%
23 ビビ島	3.2%

マレーシア 観光地 (N=57)	
1 ボンタカブ	10.5%
2 KLCC	10.5%
3 クアラリンプール	7.0%
4 ランカウイ島	7.0%
5 サバ州	7.0%
6 サワラク	7.0%
7 キナバル山	7.0%
8 パハン州	5.3%
9 マラッカ	5.3%
10 ジョホール州	5.3%
11 チョロマン島	3.5%
12 レゴランド	3.5%
13 プトラジャヤ	3.5%
14 セランゴール州	3.5%
15 クランタン州	3.5%
16 バンコール・サウト・リゾート	3.5%
17 ヨーターパーク	1.8%
18 アブラヤン農園	1.8%
19 ペナン島	1.8%
20 ムル国立公園	1.8%

インドネシア 観光地 (N=72)	
1 バリ島	19.4%
2 ラジャアンパット	15.3%
3 コモド島	9.7%
4 ロンボク島	8.3%
5 東ジャワ	8.3%
6 ボロブドゥール遺跡	6.9%
7 スマトラ島	6.9%
8 トバ湖	5.6%
9 プランバナン寺院群	4.2%
10 プナケン島	2.8%
11 パティック博物館	1.4%
12 ボンダルランパン	1.4%
13 ニアス島	1.4%
14 プカンバルー	1.4%
15 クタ	1.4%
16 パツラデン	1.4%
17 マドゥラ島	1.4%
18 マンションロンド	1.4%
19 キリタランガン	1.4%

ベトナム 観光地 (N=80)	
1 ハロン湾	22.2%
2 サバ	10.0%
3 ハノイ	10.0%
4 ニャチャン	8.8%
5 ダラット	8.8%
6 ホーチミン	7.8%
7 ダナン	7.8%
8 ホイアン	6.7%
9 フェ	5.9%
10 ブンタウ	3.3%
11 タイニン法王庁	1.1%
12 ニントカマン	1.1%
13 ティエンガン	1.1%
14 ホアンキエム湖	1.1%
15 フォンニャン洞窟	1.1%
16 ミーソン	1.1%
17 ラムドン	1.1%
18 チャム島	1.1%

現地人が外国人観光客に食べてほしい地元ならではの郷土料理(自由回答)

- 韓国は焼肉、中国は北京ダック、グオチャオミーシェンなどの麺類、台湾は臭豆腐、マカオはココナツ味のお菓子、タイはソムタム(パパイアのサラダ)、カオマンガイ(蒸し鶏のチャーハン)、ベトナムはフォー(米粉で作られた麺料理)、インドネシアはサテ(串焼き焼料理)、といずれも国や地域を代表する伝統的な料理がおすすめ上位となっているが、日本人には馴染みのない中国の砂糖漬けのフルーツという回答もあった。

韓国	
料理 (N=76)	
1 焼肉	17.1%
2 キムチ	11.8%
3 ビビンバ	10.5%
4 スンデ	6.6%
5 トッポッキ	5.3%
6 チヂミ	3.9%
7 三枚肉	3.9%
8 マッコリ	2.6%
9 カンジャンクジャン	2.6%
10 ブルコギ	2.6%
11 豚カルビ	2.6%
12 チェブチェ	2.6%
13 サムギョブサル	2.6%
14 鶏カルビ	2.6%
15 トッカルビ	1.3%
16 コムタン	1.3%
17 タケノコ料理	1.3%
18 味噌チゲ	1.3%
19 韓国式バーベキュー	1.3%
20 卵パン	1.3%
21 大肉	1.3%
22 牛カルビ	1.3%
23 サンナクチ	1.3%
24 安東ダルチム	1.3%
25 サムバブ	1.3%
26 ラーメン	1.3%
27 プヂチゲ	1.3%
28 もつ鍋	1.3%
29 ソンジグク	1.3%
30 グジョルパン	1.3%
31 ジョムボク料理	1.3%

中国	
料理 (N=46)	
1 北京ダック	21.7%
2 餃子	21.7%
3 フォオグゥオ	19.6%
4 広東料理	8.7%
5 四川料理	8.7%
6 グオチャオミーシェン	4.3%
7 豆腐	4.3%
8 糖醋魚	2.2%
9 牛肉ラーメン	2.2%
10 砂糖漬けのフルーツ	2.2%
11 羊肉粉	2.2%
12 寿司	2.2%

台湾	
料理 (N=50)	
1 臭豆腐	48.0%
2 タピオカデザート	14.0%
3 鶏排(フライドチキン)	10.0%
4 滷肉飯(ルーローファン)	8.0%
5 牡蠣オムレツ	4.0%
6 プリザーブドエッグ	4.0%
7 小籠包	4.0%
8 台湾ビール	2.0%
9 鉄板焼き	2.0%
10 トロピカルフルーツ	2.0%
11 揚げパン	2.0%

マカオ	
料理 (N=51)	
1 ポルトガル料理	39.2%
2 エッグタルト	13.7%
3 茶店の軽食	9.8%
4 牛肉麵	7.8%
5 ポークチョップ	7.8%
6 飲茶料理	7.8%
7 ココナツ味のお菓子	3.9%
8 アーモンドケーキ	3.9%
9 ビーフジャーキー	2.0%
10 バカリャウ	2.0%
11 牛肉カレー	2.0%

タイ	
料理 (N=27)	
1 ソムタム	37.0%
2 カオマンガイ	18.5%
3 イエローカレー	11.1%
4 パッタイ	7.4%
5 マンゴスチン	7.4%
6 カニサラダ	3.7%
7 グリルチキンサラダ	3.7%
8 マンゴー	3.7%
9 ジャックフルーツ	3.7%
10 魚のフライ	3.7%

マレーシア	
料理 (N=58)	
1 ナシ・レマツ	22.4%
2 シーフード	5.2%
3 ナシビリヤニ	1.7%
4 ナシカンダール	3.4%
5 サテー	12.1%
6 ルンタン	12.1%
7 ラクザ	17.2%
8 ロティーチャナイ	8.6%
9 ココナツ料理	1.7%
10 海南鶏飯	5.2%
11 レマン	10.3%

インドネシア	
料理 (N=37)	
1 サテ	24.3%
2 ベンベ	21.6%
3 バクソ	18.9%
4 ナシゴレン	8.1%
5 ローストチキン	5.4%
6 インドネシア料理	5.4%
7 プスルレレ	5.4%
8 ソトブカロンガン	2.7%
9 ソト・パン	2.7%
10 パパイアの巻	2.7%
11 地元のお菓子	2.7%

ベトナム	
料理 (N=77)	
1 フォー	33.8%
2 バインセオ	20.8%
3 生春巻	10.4%
4 新鮮な魚介類	5.2%
5 ネムチュア	5.2%
6 犬の肉	3.9%
7 ダートケーキ	3.9%
8 ブン・ティット・ドン	2.6%
9 ウナギのスープ	2.6%
10 コムヘン	2.6%
11 バインタイ	2.6%
12 ココナツキャンディー	1.3%
13 マイルクアン	1.3%
14 豚肉の生春巻	1.3%
15 バイン・クオン	1.3%
16 ティットチュア	1.3%

現地人が外国人観光客に買ってほしいお土産(自由回答)

- ・ 各国とも買ってほしいお土産に食べ物や工芸品が多く入っている。また、韓国の韓服やベトナムのアオザイなど民族衣装が文化として強く残っている国はお土産品として民族衣装上位に入ってきている。

韓国		中国		台湾		マカオ		
お土産 (N=34)		お土産 (N=26)		お土産 (N=67)		お土産 (N=22)		
1	韓国伝統工芸品	20.4%	1	茶	19.2%	1	アーモンドケーキ	50.0%
2	韓服	20.6%	2	刺繍	15.4%	2	パイナップルケーキ	27.3%
3	飯面	11.8%	3	漢民族服	11.5%	3	牛タンパイ	9.1%
4	コチュジャン	5.9%	4	マスク	7.7%	4	乾燥牛肉	4.5%
5	高麗人参	5.9%	5	中国絵画	7.7%	5	ソーセージ	4.5%
6	風景写真	2.9%	6	磁器	7.7%	6	乾燥豚肉	4.5%
7	韓国歌手のアルバム	2.9%	7	中国の伝統的な風	3.8%	7	月餅	4.5%
8	韓国おがき	2.9%	8	サンダル	3.8%			
9	濱州ハルパン	2.9%	9	農村工芸品	3.8%			
10	太極旗	2.9%	10	ポストカード	3.8%			
11	電動マッサージ機	2.9%	11	毛沢東記念バッジ	3.8%			
12	シアブギ	2.9%	12	書道	3.8%			
13	ブラウニー	2.9%	13	西双版納	3.8%			
14	クッキー	2.9%	14	プーアル茶	3.8%			

タイ		マレーシア		インドネシア		ベトナム		
お土産 (N=19)		お土産 (N=36)		お土産 (N=34)		お土産 (N=53)		
1	シルク	52.6%	1	マレーシャツ	36.1%	1	帽子	35.8%
2	タイ工芸品	10.5%	2	工芸品	27.6%	2	アオザイ	18.9%
3	フルーツ	10.5%	3	パティック布	22.2%	3	織物	7.5%
4	ドリアンチップス	10.5%	4	キーチェーン	8.3%	4	バナナチップス	2.9%
5	ヴァージンオレンジ	5.3%	5	KLOOのレプリカ	2.8%	5	パイヤの砂糖漬け	2.9%
6	象の刺繍入りバッグ	5.3%	6	ナツメグ	2.8%	6	着物	2.9%
7	カレー	5.3%				7	塩漬け卵	2.9%
						8	シルク	2.9%

ベトナム		
お土産 (N=53)		
1	帽子	35.8%
2	アオザイ	18.9%
3	織物	7.5%
4	バナナチップス	2.9%
5	パイヤの砂糖漬け	2.9%
6	着物	2.9%
7	塩漬け卵	2.9%
8	シルク	2.9%
9	塩唐辛子	1.9%
10	陶磁器	1.9%
11	セサミライスクラッカー	1.9%
12	ポストカード	1.9%
13	シルク	1.9%
14	ドン・ホーの絵画	1.9%

現地人が観光客として来てほしい外国人/国(自由回答)

- ・ いずれの国も上位に GDP 上位国がランクインをしている傾向であり、特に日本に関しては全ての国で上位3位以内に入っている。要因としては、各国との地理的な距離の近さとGDPが高く、1回の旅行で多くのお金を使用してくる点が考えられる。

現地人が観光客として来て欲しい外国人(国) (自由回答)

韓国 国 (N=71)	
1 日本	19.7%
2 米国	16.9%
3 中国	9.9%
4 フランス	8.5%
5 ドイツ	7.0%
6 カナダ	5.6%
7 ロシア	4.2%
8 イタリア	4.2%
9 インド	4.2%
10 オーストラリア	2.8%
11 モンゴル	2.8%
12 タイ	2.8%
13 スペイン	2.8%
14 ニュージーランド	1.4%
15 マダガスカル	1.4%
16 北朝鮮	1.4%
17 シンガポール	1.4%
18 ウズベキスタン	1.4%
19 ブラジル	1.4%

中国 国 (N=25)	
1 アメリカ	12.0%
2 日本	10.4%
3 ドイツ	8.0%
4 フランス	5.6%
5 韓国	4.8%
6 スイス	4.8%
7 タイ	4.8%
8 ブラジル	4.8%
9 インド	4.8%
10 イギリス	4.0%
11 オーストラリア	3.2%
12 ベトナム	3.2%
13 スウェーデン	2.4%
14 ノルウェー	2.4%
15 パキスタン	1.6%
16 トルコ	1.6%
17 ロシア	1.6%
18 シンガポール	1.6%
19 アイスランド	1.6%
20 デンマーク	1.6%
21 ニュージーランド	0.8%
22 サウジアラビア	0.8%
23 オーストリア	0.8%
24 ベルギー	0.8%
25 スペイン	0.8%
26 ポーランド	0.8%
27 チェコ	0.8%
28 ラオス	0.8%
29 ネパール	0.8%
30 モンゴル	0.8%
31 カナダ	0.8%
32 フィンランド	0.8%
33 ウクライナ	0.8%
34 エジプト	0.8%
35 南アフリカ	0.8%
36 ハンガリー	0.8%
37 フィリピン	0.8%
38 イスラエル	0.8%
39 パチカン市国	0.8%

台湾 国 (N=66)	
1 日本	40.6%
2 米国	12.1%
3 フランス	9.1%
4 中国	6.1%
5 マレーシア	6.1%
6 シンガポール	4.5%
7 タイ	4.5%
9 カナダ	3.0%
10 ドイツ	3.0%
11 ベトナム	3.0%
12 オーストラリア	1.5%
13 ロシア	1.5%
14 イギリス	1.5%
15 インド	1.5%
16 フィリピン	1.5%

マカオ 国 (N=64)	
1 日本	26.8%
2 アフリカ	14.1%
3 中国本土	12.5%
4 台湾	9.4%
5 韓国	9.4%
6 東南アジア	3.1%
7 欧州	3.1%
8 オーストラリア	3.1%
9 ポルトガル	3.1%
10 イギリス	3.1%
11 フランス	3.1%
12 カナダ	3.1%
13 アラブ首長国連邦	1.6%
14 香港	1.6%
15 ブラジル	1.6%
16 スペイン	1.6%

タイ 国 (N=105)	
1 日本	15.2%
2 米国	12.4%
3 イギリス	10.5%
4 フランス	7.6%
5 ドイツ	6.7%
6 韓国	6.7%
7 スウェーデン	3.8%
8 イタリア	3.8%
9 オランダ	2.9%
10 ブラジル	2.9%
11 ニュージーランド	1.9%
12 アラブ首長国連邦	1.9%
13 スイス	1.9%
14 ガーナ	1.9%
15 カナダ	1.9%
16 オーストラリア	1.9%
17 シンガポール	1.9%
18 香港	1.0%
19 スコットランド	1.0%
20 台湾	1.0%
21 エジプト	1.0%
22 南アフリカ	1.0%
23 アルゼンチン	1.0%
24 ベネズエラ	1.0%
25 バーレーン	1.0%
26 カタール	1.0%
27 ベルギー	1.0%
28 メキシコ	1.0%
29 チェコ	1.0%
30 キューバ	1.0%
31 ベトナム	1.0%
32 マレーシア	1.0%

マレーシア 国 (N=48)	
1 韓国	16.2%
2 アイルランド	16.2%
3 日本	10.1%
4 アメリカ	9.5%
5 イギリス	6.8%
6 フランス	6.1%
7 オーストラリア	4.1%
8 カナダ	4.1%
9 欧州	3.4%
10 オランダ	3.4%
11 スイス	2.7%
12 イタリア	2.7%
13 中国	2.7%
14 アラブ首長国連邦	2.0%
15 バングラデッシュ	2.0%
16 スウェーデン	2.0%
17 ロシア	1.4%
18 スコットランド	1.4%
19 ベルギー	1.4%
20 オーストリア	1.4%
21 香港	0.7%

インドネシア 国 (N=237)	
1 アメリカ	13.6%
2 日本	13.1%
3 オーストラリア	8.1%
4 韓国	7.2%
5 オランダ	5.8%
6 フランス	5.8%
7 イギリス	5.1%
8 インド	3.4%
9 ドイツ	3.0%
10 ロシア	2.1%
11 マレーシア	2.1%
12 中国	2.1%
13 シンガポール	1.7%
14 イタリア	1.7%
15 トルコ	1.7%
16 スペイン	1.7%
17 タイ	1.7%
18 アフリカ	1.7%
19 香港	1.3%
20 エジプト	1.3%
21 イラン	1.3%
22 アラビア	1.3%
23 ベトナム	0.8%
24 アラブ	0.8%
25 ラオス	0.8%
26 アルジェリア	0.4%
27 カメルーン	0.4%
28 パレスチナ	0.4%
29 イラク	0.4%
30 ポーランド	0.4%
31 ウクライナ	0.4%
32 ブルガリア	0.4%
33 ブラジル	0.4%
34 アルゼンチン	0.4%
35 メキシコ	0.4%
36 台湾	0.4%
37 ドバイ	0.4%
38 リビア	0.4%
39 カンボジア	0.4%
40 ブルネイ	0.4%
41 スイス	0.4%
42 デンマーク	0.4%
43 スウェーデン	0.4%
44 ソマリア	0.4%
45 コンゴ	0.4%
46 バングラデッシュ	0.4%
47 キューバ	0.4%
48 パプアニューギニア	0.4%
49 フィリピン	0.4%
50 キリシュ	0.4%

ベトナム 国 (N=100)	
1 日本	21.0%
2 フランス	14.0%
3 韓国	12.0%
4 アメリカ	9.0%
5 カナダ	6.0%
6 ロシア	5.0%
7 イギリス	5.0%
8 オーストラリア	5.0%
9 イタリア	4.0%
10 インド	4.0%
11 中国	4.0%
12 シンガポール	3.0%
13 ブラジル	3.0%
14 スイス	2.0%
15 ドイツ	2.0%
16 オランダ	1.0%

調査概要

【調査主旨】

日本人海外旅行先の現地調査

【調査要綱】

- ・ 対象国：韓国、中国、台湾、マカオ、タイ、マレーシア、インドネシア、ベトナム
- ・ 調査方法：日本人海外旅行者の旅行先トップ 50 から上位 15 の国及び地域をピックアップし、各国在住の 18 歳以上の男女を対象に調査を実施。30 名～100 名のアンケートが集まった韓国、中国、台湾、マカオ、タイ、マレーシア、インドネシア、ベトナムの 8 の国および地域を対象にアンケート結果を集計分析。
- ・ 調査機関：アウンコンサルティング調べ
当社の海外市場調査サービス「グローバル・ネットリサーチ」を利用
<http://www.globalmarketingchannel.com/press/press2012110601.html>
- ・ 有効回答数：8 の国および地域を対象に 458 件
- ・ 調査期間：2012 年 11 月 16 日～2012 年 11 月 23 日集計
- ・ プレスリリース本文中に出てくる各種サービス名称は、各社の登録商標または商標です。

なお、本リリースに掲載しておりますデータを記事にて引用される場合は、「アウンコンサルティング調べ」と出典を明記していただきますようお願いいたします。



海外旅行の比較&予約サイト【More(モア)】

<http://www.my-more.com/>

アウンコンサルティングが運営している「海外旅行の比較&予約サイト」。当社海外現地スタッフが業界ごとに店舗に直接訪問し、旅行者にとって関心の高い 25 項目を 4 段階評価・ランキング化した比較予約サイトです。海外拠点の現地コネクションを生かして、他社では実現できないお得な情報、穴場情報を数多く提供しています。



アウンコンサルティング株式会社

【事業内容】

アジア圏を中心に、東京、沖縄、韓国、台湾、香港、タイ、シンガポールの 7 拠点で、SEO、PPC(リスティング広告)、ソーシャルメディア、リサーチ、翻訳などのグローバルマーケティング支援

【設立年月日】 1998 年 6 月 8 日

【本社所在地】 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】 339,576 千円

【会社 URL】 <http://www.auncon.co.jp>

【プレスリリースに関するお問合せ】

広報担当 武蔵(むさし) / TEL: 03-5803-2776 MAIL: sp@ auncon.co.jp

【企業年表概略】

- ・1998 年 6 月 8 日に設立、1999 年に業界初 SEO サービスの事業化に成功して以来、14 年間 SEO のトップ企業として 2,000 以上の企業様にサービスを提供。
- ・2002 年には、日本初の SEO(検索エンジン対策)に的を絞ったポータルサイト「SEO-ch」を開設。
- ・2005 年 11 月東証マザーズ上場。
- ・2007 年からはグローバルマーケティングサービスを開始。海外進出企業や国外のクライアント様に対して SEM(検索エンジンマーケティング)サービスを提供。また、アジア圏を中心に、東京、沖縄、韓国、台湾、香港、タイ、シンガポールの 7 拠点で、SEO、PPC(リスティング広告)、ソーシャルメディア、リサーチ、翻訳などのグローバルマーケティング支援。