

電通が毎年実施する、世界20地域
に対する日本のイメージ調査。
今後、この結果レポートがJ-TLAC
ホームページより閲覧できます！

対象エリアは20地域！



主な調査項目

訪日経験/意向・訪日への障害
日本の地方/世界遺産認知/経験/意向
日本や日本の地方で体験したいこと

日本への高感度・イメージ

日本の優れていると思う物事
日本の興味関心がある物事

Made in Japanのイメージ/優れている・興味関心のあるカテゴリー

特筆すべき点は、訪日意向から行ってみたいエリア、好きなキャラクターまで様々な視点で日本を調査した点！

□日本がどう見られているかを俯瞰で把握

日本並びに各地のヒアリング状況を把握することで、市場ニーズの発掘や課題解決に役立ちます。

勉強会、公示対応のリアルデータに！

勉強会

HP公開用のデータは、各社勉強会でもご利用頂けます

公示対応

調査データをFACTとして利用可能です
※クレジット掲載必須

2) ジャパンブランド調査2017 東アジア編 基礎情報

訪日経験

どの国もビジネスよりもプライベートでの訪日経験が高い。
中国以外の「台湾」「香港」「韓国」は訪日経験が7~8割と高い。
●「中国」のプライベートの訪日経験は全枠と比較すると高いが、他の国と比べて低く、中国エリアの方が低い傾向にある。また、訪日経験が1割だけの割合も他の国に比べて高く、リピーターの少なさが伺える。ただし、ビジネスの訪日経験は他の国よりも高い。
●「香港」「台湾」は訪日経験が8割と高く、しかも「4回以上」の割合も高く、リピーターも多い。

