

報道関係各位

平成24年 2月29日
株式会社 クロス・マーケティング
(東証マザーズ3629)

～外国人に聞いた！日本人女性観光客はココが変～
「高額紙幣の持ち歩き」「少額決済に高額紙幣を使う」姿が“変”
「騒がしい」「化粧が濃い」姿などが“変”に映る

—「外国人の日本人女性観光客に対する意識調査」—

株式会社クロス・マーケティング(本社:東京都中央区 代表取締役社長:五十嵐 幹)では、海外5地域「ハワイ、パリ、ローマ、ソウル、香港」在住の20～69歳男女、各国200名(計1,000名)を対象に、「外国人の日本人女性観光客に対する意識調査」を実施いたしました。分析は、日本人女性を他アジア人女性と「(大抵)区別できる」と回答した人(620サンプル)で行いました。

■調査背景・目的

毎年1,000万人以上が海外へ渡航する現在、日本人にとって海外旅行は身近なものになっているといえる。以前は、「海外旅行に不慣れ」、「ブランド品の買い漁り」などのイメージを持たれていた日本人であったが、現在ほどの様に現地の人々に思われているのだろうか。

本調査では、日本人女性観光客の「防犯意識」、「格好・服装」、「買い物行動」がどの様に思われているか、理由なども含めて明らかにしました。

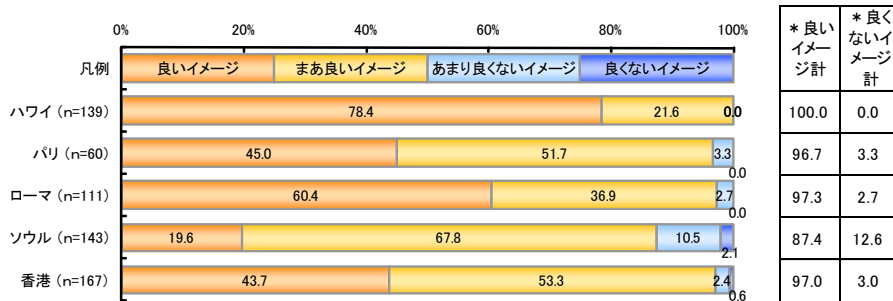
■調査結果トピックス

- ✓日本人女性観光客のイメージは、【ハワイ、パリ、ローマ、ソウル、香港】で総じて「良い」印象を持たれている。〈図1〉
- ✓日本人女性観光客は、共通して「現地語を話さない」、「写真を沢山撮る」、「団体行動をとる」などに加え、【ハワイ】、【パリ】では「現金払い」、【ソウル】、【香港】では「化粧が濃い」などのイメージも強い。〈図2〉
- ✓日本人女性観光客の防犯意識は特に欧米人から低いと思われる。その印象を裏付けるものとして、「現地犯罪知識の低さ」、「貴重品の管理・持ち歩き」、「現金での支払い」などが挙げられる。〈図3〉〈図4〉
- ✓日本人女性観光客を「変」だと思う行動として、【ハワイ】では「高額紙幣の持ち歩き」、【パリ】では「不必要に笑顔」、【ソウル】では「騒がしい」などが上位。〈図5〉
- ✓日本人女性観光客を「変」だと思う買い物行動として、共通して「ブランド品を買い漁る」が上位。【ハワイ】【パリ】では「少額決済で高額紙幣を出す」、【ローマ】では「店員とコミュニケーションをとらない」、【ソウル】では「レジでの支払いに手間取る」、【香港】では「商品を買わないのに店内をうろうろする」姿が「変」だと思われる。〈図6〉
- ✓日本人女性観光客が身につけたほうがよい「行動・マナー」は、各国ほぼ共通して、「現地人とのコミュニケーション」や「嫌な事は嫌と言う、はっきり断る」事である。〈図7〉

◆自主調査レポートの続きはこちらへ⇒ [http://www.cross-m.co.jp/report/report.html\\$/id/26106/](http://www.cross-m.co.jp/report/report.html$/id/26106/)

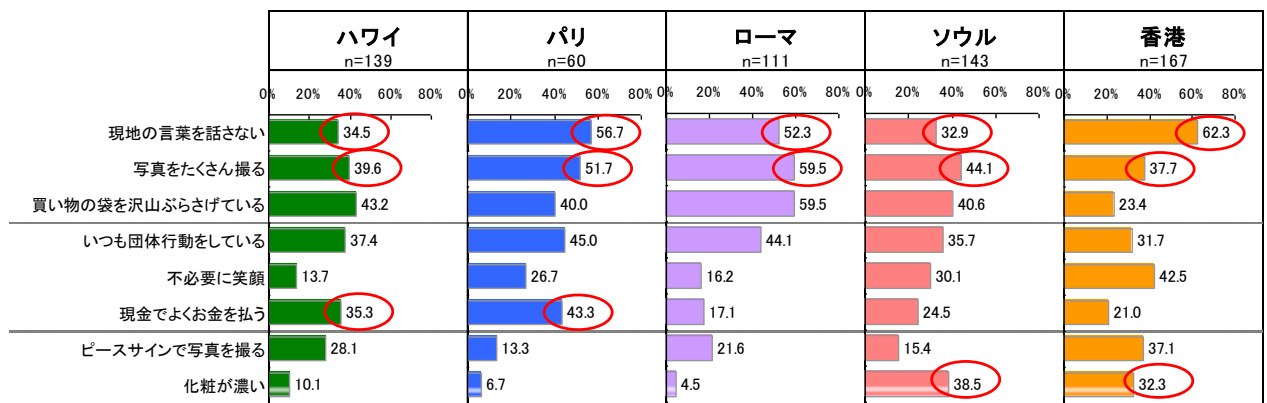
＜図1＞ 日本人女性観光客へのイメージ（単一回答）

＞日本人女性観光客のイメージは、【ハワイ、パリ、ローマ、ソウル、香港】で総じて「良い」印象を持たれている。



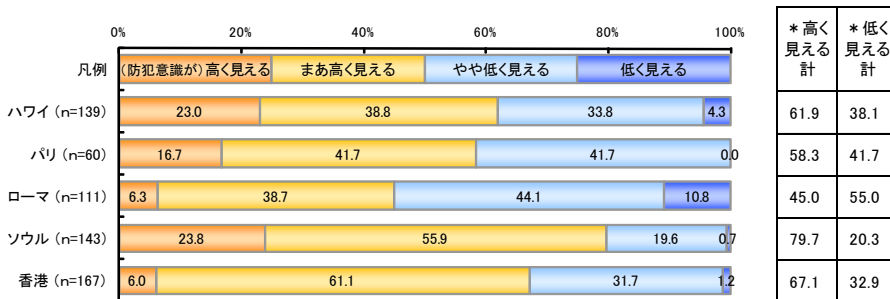
＜図2＞ 日本人女性観光客へのイメージ(上位抜粋)（複数回答）

＞日本人女性観光客は、共通して「現地語を話さない」、「写真を沢山撮る」、「団体行動をとる」などに加え、【ハワイ】、【パリ】では「現金払い」、【ソウル】、【香港】では「化粧が濃い」などのイメージも強い。



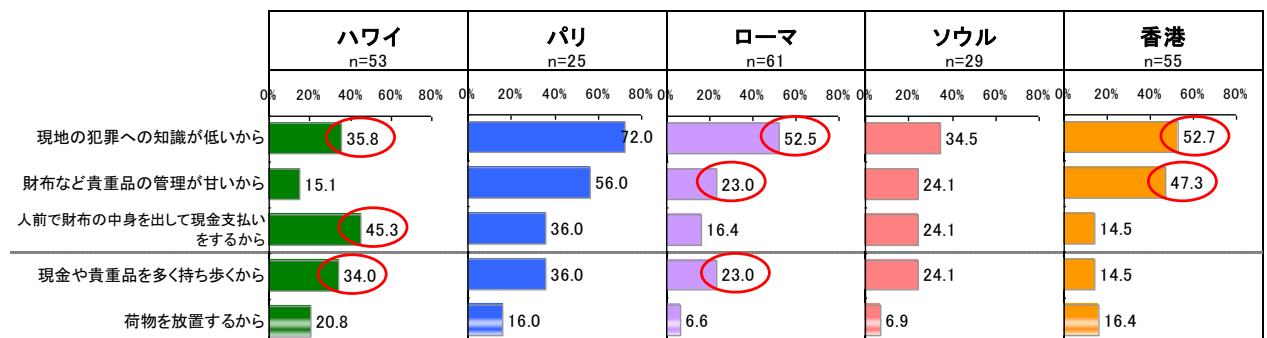
＜図3＞ 日本人女性観光客の防犯への意識（単一回答）

＞日本人女性観光客の防犯意識は、特に欧米人からは低いと思われる。



＜図4＞ 日本人女性観光客の防犯意識が低く見える理由（上位抜粋）（複数回答）

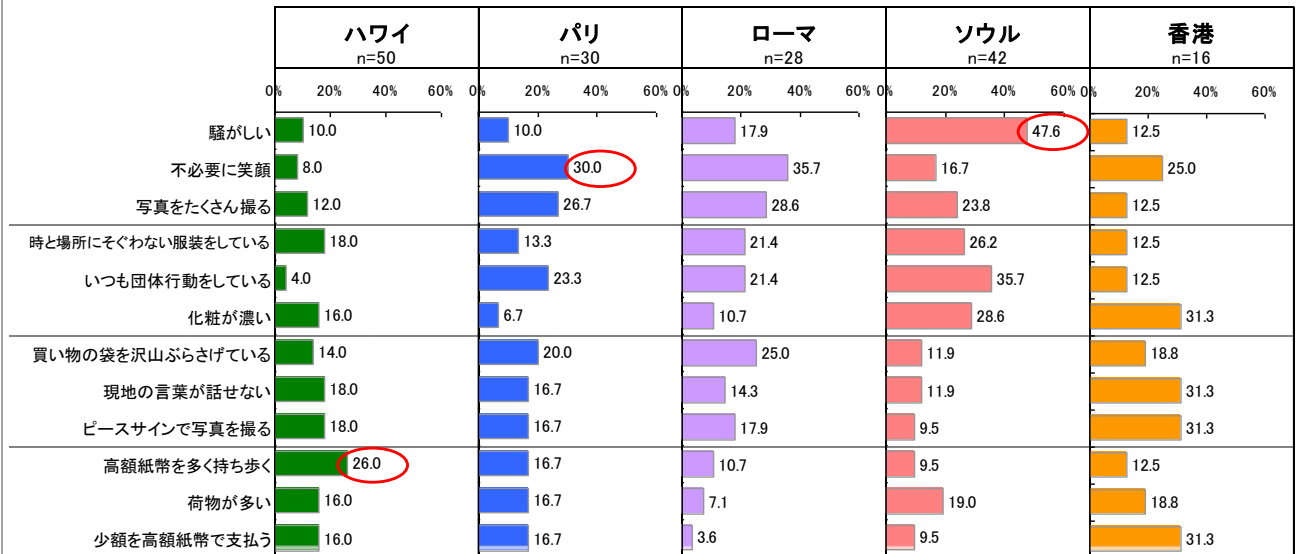
＞日本人女性観光客の防犯意識が低い印象を裏付けるものとして、「現地犯罪知識の低さ」、「貴重品の管理・持ち歩き」、「現金での支払い」などが挙げられる。



*【パリ・ソウル】はサンプル数が少ないため、分析から除く

〈図5〉日本人女性観光客を「変」だと思行動(上位抜粋)(複数回答)

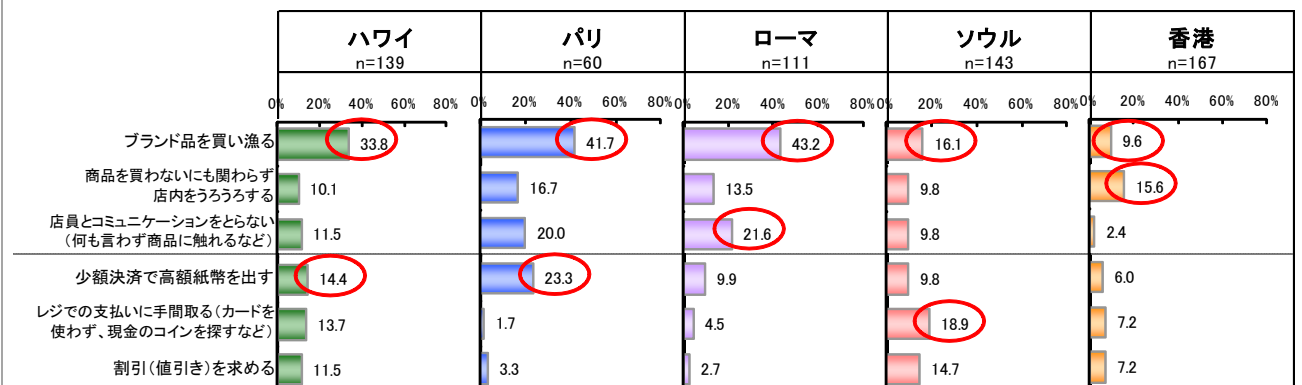
▶日本人女性観光客を「変」だと思行動として、【ハワイ】では「高額紙幣の持ち歩き」、【パリ】では「不必要に笑顔」、【ソウル】では「騒がしい」などが上位。



*【ローマ・香港】はサンプル数が少ないため、分析から除く

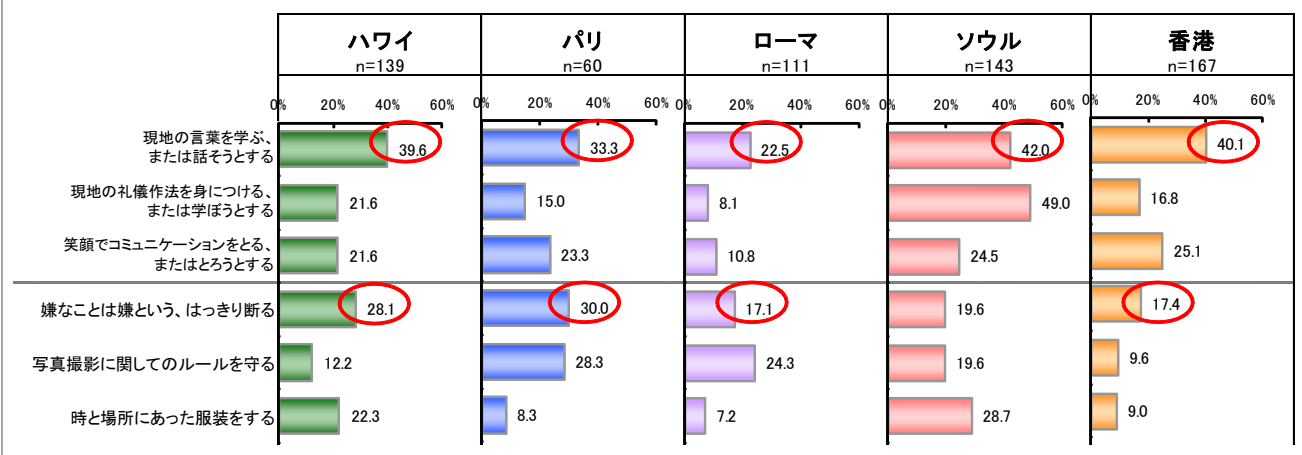
〈図6〉日本人女性観光客の「変」な「買い物行動」(上位抜粋)(複数回答)

▶日本人女性観光客を「変」だと思買い物行動として、共通して「ブランド品を買い漁る」が上位。【ハワイ】【パリ】では「少額決済で高額紙幣を出す」、【ローマ】では「店員とコミュニケーションをとらない」、【ソウル】では「レジでの支払いに手間取る」、【香港】では「商品を買わないのに店内をうろろする」。



〈図7〉日本人女性観光客が身につけたほうがよい「行動やマナー」(上位抜粋)(複数回答)

▶日本人女性観光客が身につけたほうがよい「行動・マナー」は、各国ほぼ共通して、「現地人とのコミュニケーション」や「嫌な事は嫌と言う、はっきり断る」が必要である。



■ 調査概要

調査手法 : インターネットリサーチ (アンケートモニター使用)
調査対象 : ハワイ、パリ、ローマ、ソウル、香港 在住の20～69歳の男女
調査期間 : 2012年1月5日(木)～2012年1月20日(金)
有効回答数 : 1,000サンプル (分析は620サンプルで実施)

【会社概要】

会社名 : 株式会社クロス・マーケティング <http://www.cross-m.co.jp/>
所在地 : 東京都中央区銀座8-15-2 銀座COMビル6F
設立 : 2003年4月1日
公開市場 : 東証マザーズ(証券コード:3629)
代表者 : 代表取締役社長 五十嵐 幹
事業内容 : マーケティング・リサーチ事業

◆本件に関する報道関係からのお問い合わせ先◆

広報担当: 大島、天井澤(あまいざわ) TEL: 03-3549-0603 FAX: 03-3549-0232
E-mail pr-cm@cross-m.co.jp

◀引用・転載時のクレジット表記のお願い▶

本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。

<例>「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると・・・」