

「いつも異文化体験を探している」で、 日本は最下位

～日常生活に刺激を与える経験も積極的には求めない傾向が。
22カ国調査～

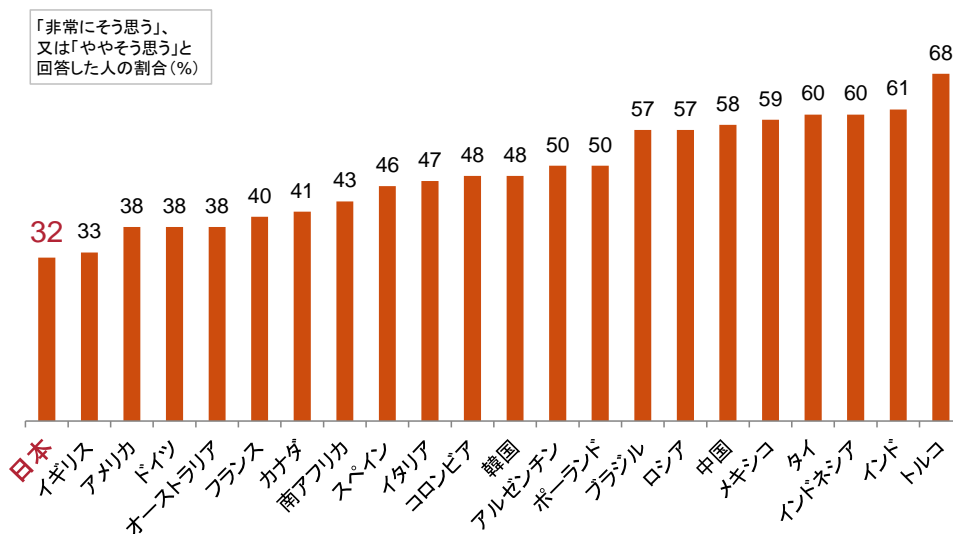
市場調査会社の株式会社カンター・ジャパン(本社:東京都渋谷区、取締役社長:大竹秀彦)は、日本を含む22カ国の市場トレンドと将来予測情報(名称:「グローバル・モニター」調査)を企業に提供しています。

今年の2月から4月にかけて行った調査で、各国の消費者が新しい経験や異文化体験にどの程度関心を持って行動しているかについて問いました。その結果、日本人は、諸外国の人々よりも新しい経験や異文化体験を求めていない姿が見えてきました。

■ 日本は22カ国中最下位

まず、「私は、視野を広げるためにいつも異なる文化的体験や影響を探している」という質問に、「非常にそう思う」、「ややそう思う」、「どちらとも言えない」、「ややそう思わない」、「決してそうは思わない」の5つから該当する回答を各国の消費者に選択してもらいました。その結果、「非常にそう思う」又は「ややそう思う」と肯定的な回答をした人の割合を見ると、日本が32%で22カ国中最も低くなりました。

視野を広げるためにいつも異なる文化的体験や影響を探している

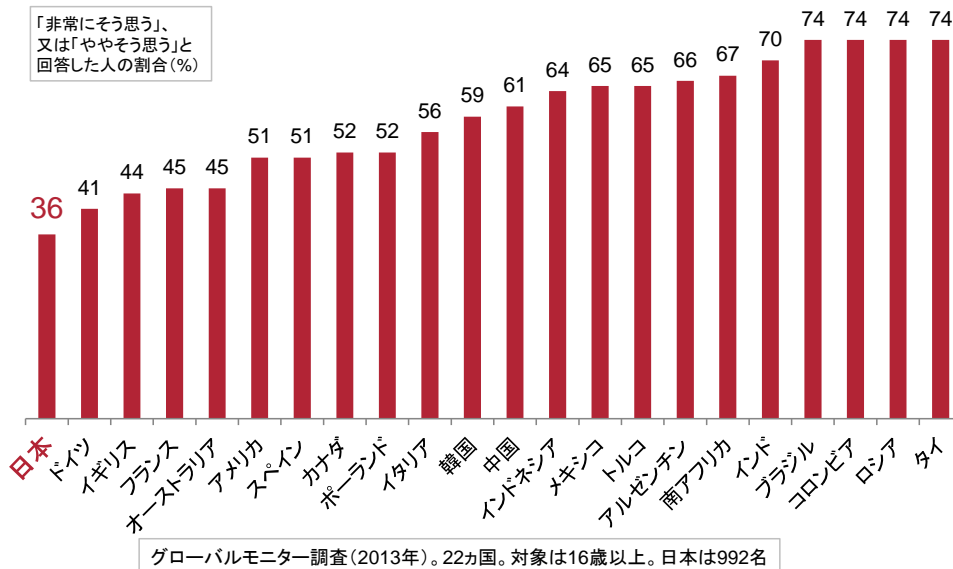


グローバルモニター調査(2013年)。22カ国。対象は16歳以上。日本は992名

一方、中国、タイ、インドネシア、インドなどのアジア諸国では、60%前後と高くなりました。

次に、「私は、日常生活に刺激を与えてくれるような新たな経験や興奮を常に求めている」という質問についても、同様に5つの選択肢から自分に該当するものを回答してもらいました。すると、「非常にそう思う」又は「ややそう思う」と回答した人の割合で、日本が36%と22カ国中最も低くなりました。

日常生活に刺激を与えてくれるような新たな経験や興奮を常に求めている



異文化体験や新しい経験に対する日本人の姿勢は、どちらかといえば消極的なようです。

■ まとめ

2013年は、国や地域、それを支える関係者の積極的な活動により、東京へのオリンピック招致、富士山の世界遺産登録、和食の無形文化遺産登録などが実現しました。また、今年は訪日外国人数が過去最高になると言われていますが、これらの要素は今後日本を訪問する人の増加に少なからず貢献すると考えられます。

これからも海外からの訪問者が増えれば、日本人が国内で異文化を体験する機会は増えるでしょう。2020年には多くの外国人が日本を訪れることが予想されますが、その頃には異文化体験に積極的な日本人が増えている状況を期待し、2013年を締めくくりたいと思います。

■ 調査概要

カンター・ジャパンは、22カ国の市場トレンドの把握と将来予測を行い、その情報・分析レポートを企業に提供しています。調査を実施しているのは、同じカンター・グループに属するザ・フューチャーズ・カンパニー社です。

- 調査名称:「グローバル・モニター」
- 調査頻度:年1回
- 調査時期:2013年2月から4月

the
futures
company

- 調査方法：主にインターネット調査（日本含む）。国により対面調査
- 調査対象：16歳以上の男女
- 対象者数：22カ国でn=22,000（調整を実施）。日本は992名
- 調査国：日本、中国、韓国、タイ、インドネシア、インド、アメリカ、カナダ、イギリス、ドイツ、フランス、イタリア、スペイン、ロシア、オーストラリア、ポーランド、トルコ、南アフリカ、メキシコ、コロンビア、ブラジル、アルゼンチン

本文を引用される場合は、出典が「カンター・ジャパン」であることを明記してください。

■ カンター・ジャパン会社概要

カンター・ジャパンは、前身企業から数えると日本で50年超の歴史を持つ市場調査会社です。13の企業（グループ）で構成されるカンター・グループに属し、日本だけでなく海外の消費者調査まで幅広く手掛けています。親会社は、世界有数の広告会社であるイギリスのWPP（ダブリュー・ピー・ピー）です。

- 社名：株式会社カンター・ジャパン
- 本社：東京都渋谷区代々木 2-1-1 新宿マインズタワー6F、7F
- 取締役社長：大竹秀彦
- 事業内容：市場調査、およびそれに付随するアドバイザリー業務
- ウェブサイト：<http://www.kantar.jp>

本件に関するお問い合わせ先

株式会社カンター・ジャパン 広報 東園 E-mail: Marketing@kantar.co.jp Tel: 03-6859-3229