

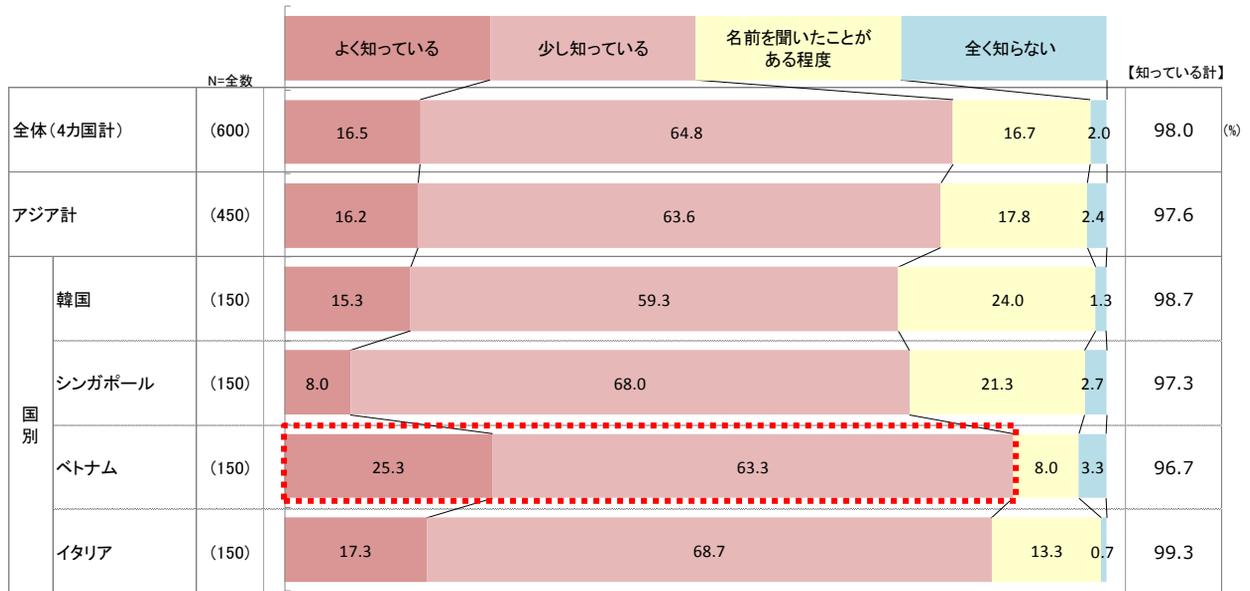
サムライの認知度

■「サムライ」は、もはや世界共通語。

サムライは世界で認知度が高く、「知っている計」（「よく知っている」+「少し知っている」+「名前を聞いたことがある程度」）は98.0%に達しています。すべての国で「知っている計」が95%を超えており、イタリアでは99.3%とハイスコアに。

また、ベトナムでは「よく知っている」が25.3%と、4人に1人がサムライを「よく知っている」と回答。

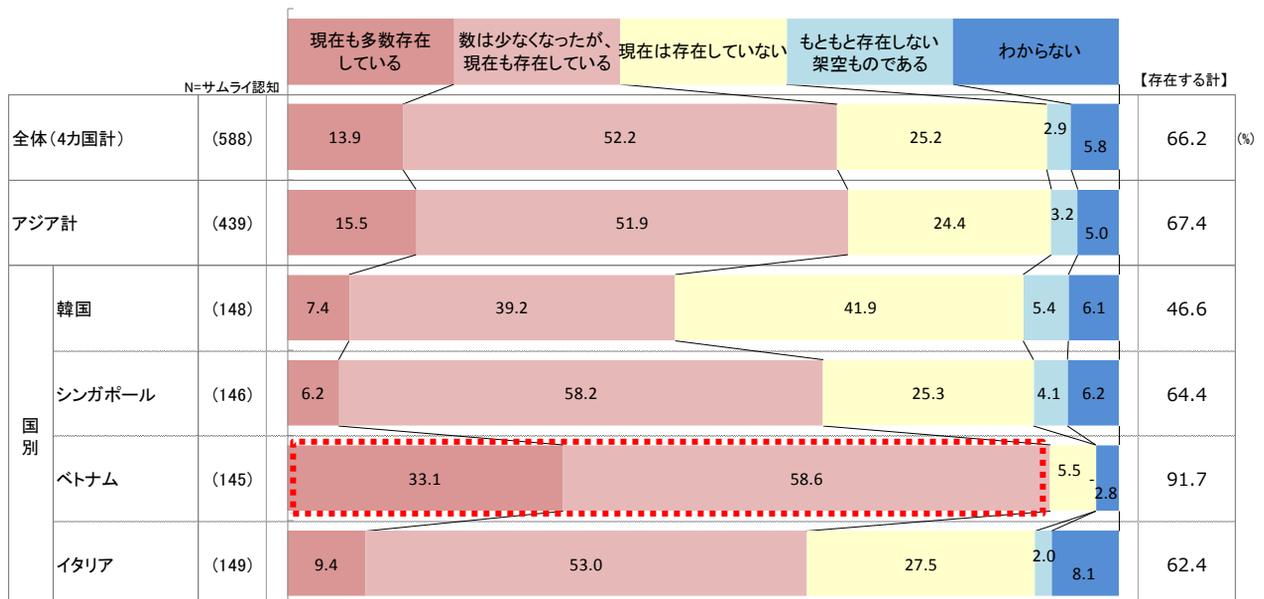
【グラフ1-1】サムライを知っていますか。



■全体の7割近くが「現在もサムライは存在している」と回答。

サムライ認知者全体では、「現在も多数存在している」と「数は少なくなったが、現在も存在している」の「存在する計」が66.2%と、7割近くが現在もサムライは存在していると考えていることが判明。国別では、ベトナムの「存在する計」が91.7%と最も高く、さらに「現在も多数存在している」と回答した人が33.1%と、4カ国の中で突出して高くなっています。

【グラフ1-2】サムライは現在も存在していると思いますか。



※構成比(%)は、小数点以下第2位を四捨五入しているため、合計しても必ずしも100にならない場合もあります。

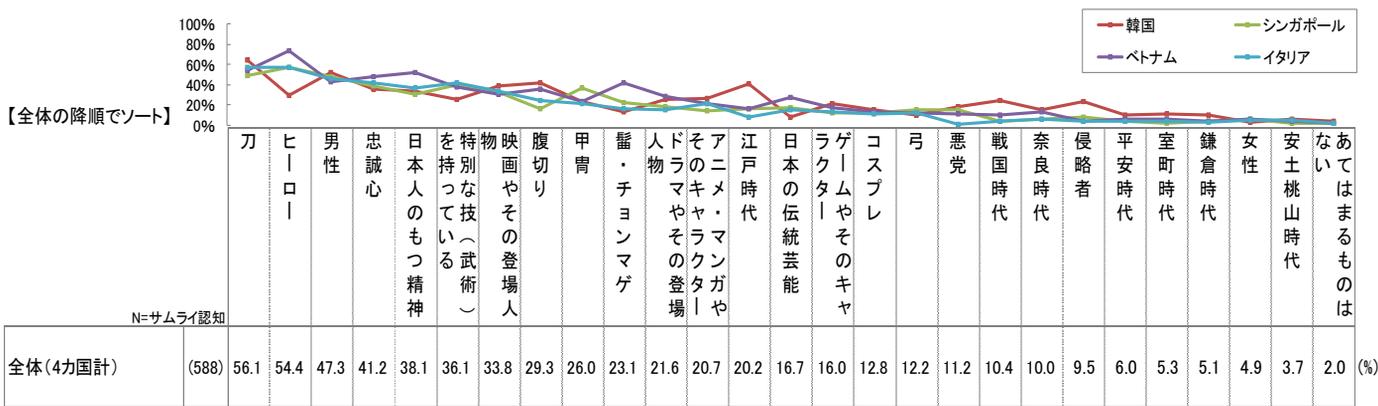
サムライのイメージ

■サムライのイメージのトップは「刀」

サムライ認知者の「サムライ」のイメージとして最もスコアが高いのは「刀(56.1%)」で、次いで「ヒーロー(54.4%)」という結果に。上位2項目は50%を超えており、2人に1人は「刀」や「ヒーロー」のイメージをもつことが明らかになりました。

また、「忠誠心(41.2%)」や「日本人のもつ精神(38.1%)」など、精神的な意味合いのイメージも上位にランクインしました。

【グラフ2-1】サムライのイメージに当てはまるものはどれですか。



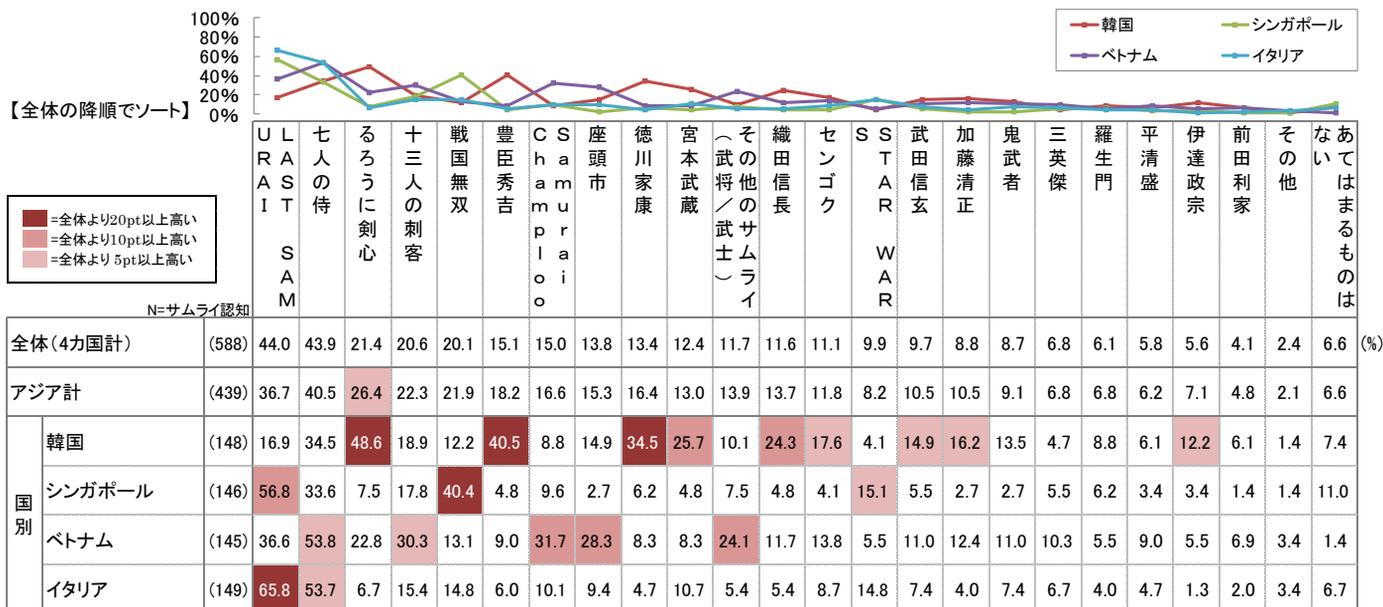
サムライで連想する人物、映画、アニメ、番組

■トップは映画「LAST SAMURAI」

サムライ認知者が「サムライ」で連想するのは、「LAST SAMURAI」が全体で44.0%で1位。国別では、イタリア(65.8%)、シンガポール(56.8%)が高スコアとなりました。

しかし韓国では「LAST SAMURAI」は16.9%と他国に比べて顕著に低く、一方で「るろうに剣心(48.6%)」「豊臣秀吉(40.5%)」「徳川家康(34.5%)」が突出して高い結果となりました。ベトナムでは映画「七人の侍(53.8%)」と「LAST SAMURAI(36.6%)」、アニメ「Samurai Champloo(31.7%)」など他国と比べて高いスコアを記録する作品が多数。また、イタリアでは「LAST SAMURAI(65.8%)」と「七人の侍(53.7%)」が他国より比較的高い半面、その他のスコアは低い結果に。

【グラフ3-1】サムライから連想する人物、映画、アニメ、番組



外国人が興味をもつサムライ観光

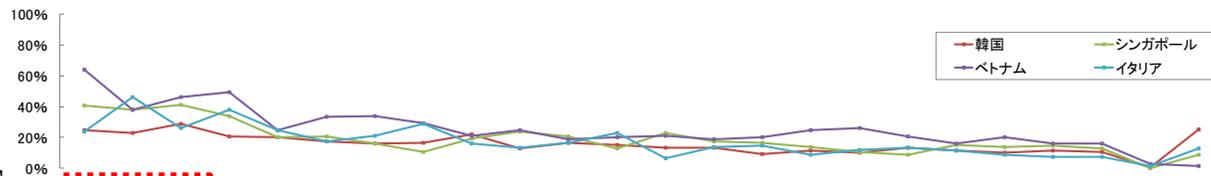
■関心が高い観光は、体験型コンテンツ。

関心の高い観光コンテンツを聞いたところ、全体では「武術を体験できる(38.3%)」「城の中を見学できる(36.2%)」「刀などの武具を体験できる(35.5%)」など、体験型コンテンツが上位にランクイン。また、4位には「本物のサムライに会える(35.5%)」が入り、サムライの存在を信じている人が多いことを裏付ける結果にもなりました。

4カ国の中では、ベトナムが全体的にスコアが高く、「武術を体験できる(64.0%)」は4カ国の中で突出して高い結果に。また、「本物のサムライに会える(49.3%)」「刀などの武具を体験できる(46.0%)」「甲冑合戦など、サムライショーを観覧できる(34.0%)」など、その他の多くの項目でも他国と比較して高いスコアとなり、興味と関心の高さがうかがえます。

また、イタリアでは「城の中を見学できる(46.0%)」や「茶の湯文化を体験できる(28.7%)」「武具や武術など、サムライに関する学術的な資料や展示を見られる(22.7%)」など、文化的・学術的な興味が高い傾向が明らかになりました。

【グラフ4-1】興味があるサムライ観光コンテンツ



【全体の降順でソート】

		武術を体験できる	城の中を見学できる	刀などの武具を体験できる	本物のサムライに会える	日本刀鍛錬実演を観覧できる	サムライのコスプレができる	甲冑合戦など、サムライショーを観覧できる	茶の湯文化を体験できる	歴史的な施設で、サムライに関する観光要素に触れられる	地方観光の中で、サムライに関する観光施設を訪れる	美しい自然の中で、サムライに関する観光要素に触れられる	武具や武術など、サムライに関する学術的な資料や展示を見られる	サムライにまつわるアニメや映画などを楽しめる	サムライに関する観光施設について、わかりやすい多言語解説が整備される	サムライに関する施設が、東京の近くにある	サムライのコスプレをして周辺観光ができる	本格的な武術のトレーニングを受けて認定証をもらえる	サムライゆかりの土地を複数回るツアーがある	日本食を楽しみながら、サムライに関する観光要素に触れられる	サムライグッズを購入できる	サムライをテーマにしたレストランや居酒屋で、サムライに触れられる	サムライに関する観光施設において、ストレスフリーな通信環境になる	その他	あてはまるものはない	
全体(4カ国計)	(600)	38.3	36.2	35.5	35.5	22.3	22.2	21.8	21.3	19.7	18.7	18.2	17.7	16.0	15.8	15.2	14.7	14.7	14.0	13.5	13.2	12.3	11.7	1.2	12.0	
アジア計	(450)	43.1	32.9	38.7	34.7	21.6	23.8	22.0	18.9	20.9	20.4	18.7	16.0	19.1	16.4	15.3	16.7	15.6	14.2	14.2	14.7	14.0	13.1	1.1	11.8	
国別	韓国	(150)	24.7	22.7	28.7	20.7	20.0	17.3	16.0	16.7	22.0	12.7	16.7	15.3	13.3	13.3	9.3	11.3	10.0	13.3	11.3	10.0	11.3	10.7	0.7	25.3
	シンガポール	(150)	40.7	38.0	41.3	34.0	20.0	20.7	16.0	10.7	19.3	24.0	20.7	12.7	22.7	17.3	16.7	14.0	10.7	8.7	15.3	14.0	14.7	12.7	-	8.7
	ベトナム	(150)	64.0	38.0	46.0	49.3	24.7	33.3	34.0	29.3	21.3	24.7	18.7	20.0	21.3	18.7	20.0	24.7	26.0	20.7	16.0	20.0	16.0	16.0	2.7	1.3
	イタリア	(150)	24.0	46.0	26.0	38.0	24.7	17.3	21.3	28.7	16.0	13.3	16.7	22.7	6.7	14.0	14.7	8.7	12.0	13.3	11.3	8.7	7.3	7.3	1.3	12.7

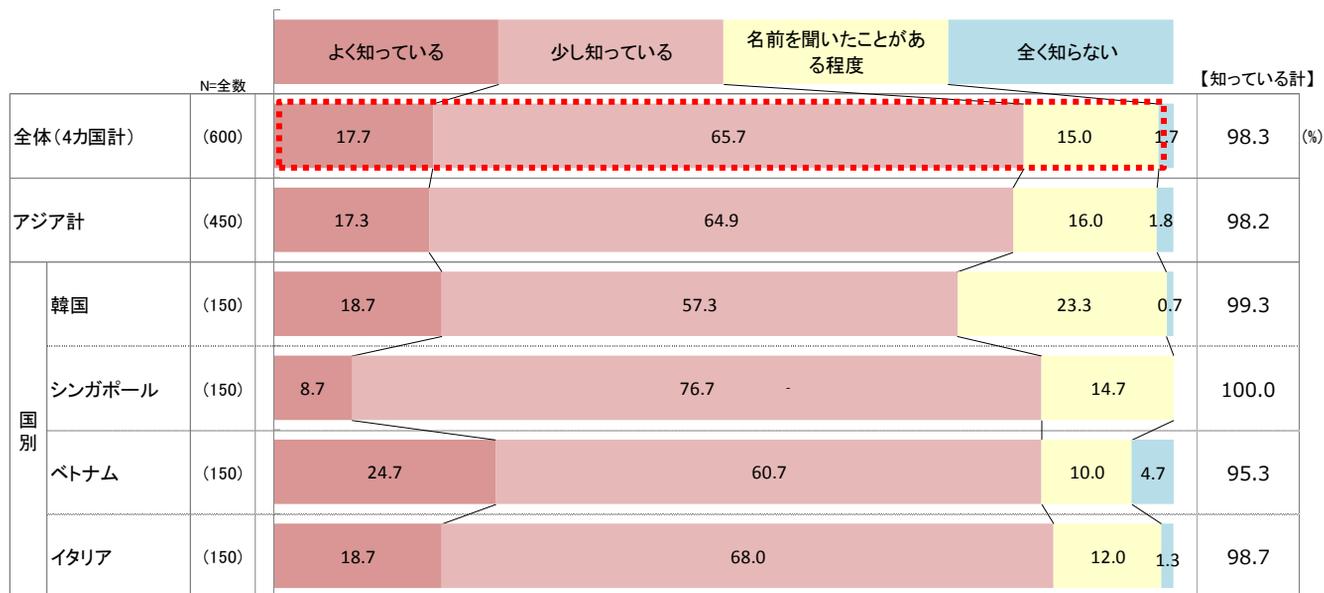
忍者の認知度

■すべての国で、95%以上が忍者を認知。

海外での忍者の認知度は驚くほど高く、「知っている計」(「よく知っている」+「少し知っている」+「名前を聞いたことがある程度」)は全体で98.3%。調査したすべての国で95%以上という結果になりました。

また、「よく知っている」と「少し知っている」の合計も全体で83.4%に達し、知っているだけでなく理解度も深いことが明らかになりました。

【グラフ5-1】「忍者」を知っていますか

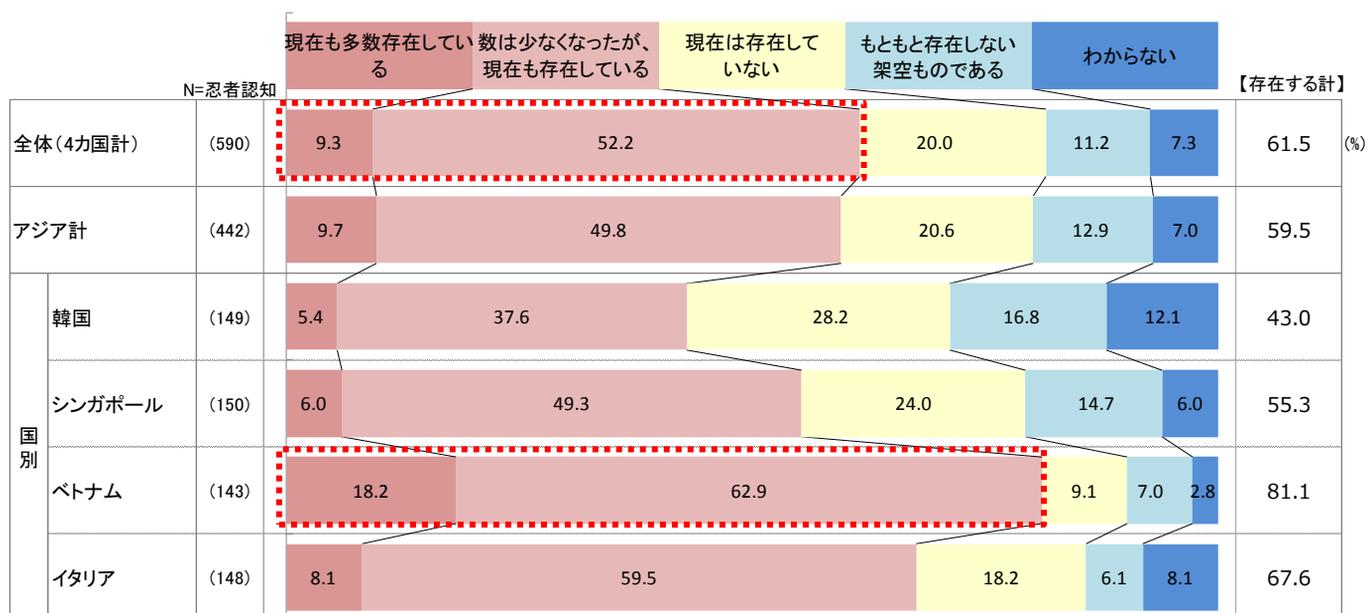


※構成比(%)は、小数点以下第2位を四捨五入しているため、合計しても必ずしも100にならない場合もあります。

■忍者は現存すると全体の約6割が回答。ベトナムでは約5人に1人が「多数存在する」と回答。

忍者認知者の中で、現在も忍者が存在していると考える「存在する計」(「現在も多数存在している」+「数は少なくなったが現在も存在している」計)が61.5%。特にベトナムでは、「存在する計」が81.1%と高く、そのうち「現在も多数存在している」と考える人が18.2%と、約5人に1人が忍者の存在を強く信じている結果に。

【グラフ5-2】「忍者」は現在も存在していると思いますか。



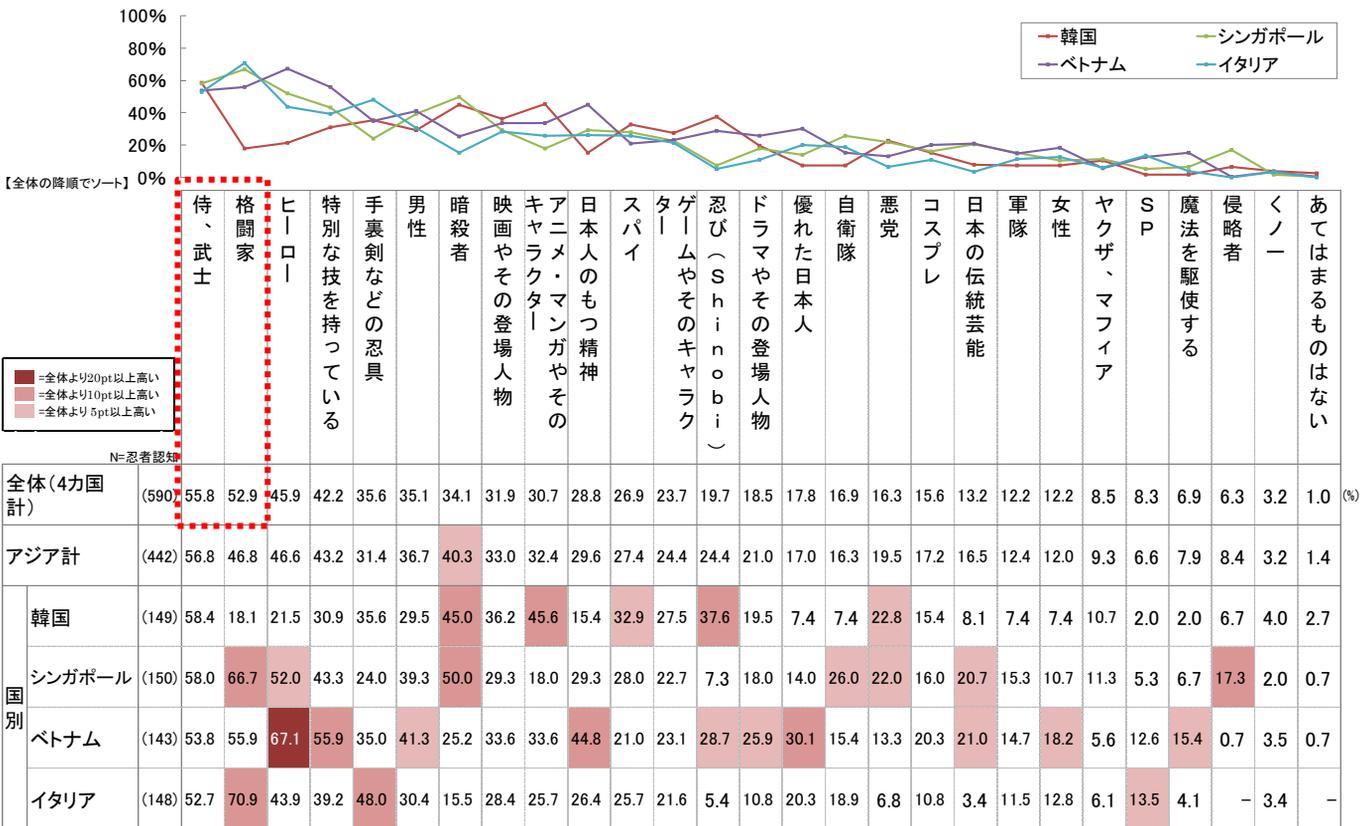
忍者のイメージ(1)

■忍者のイメージで多いのは「侍、武士」

忍者認知者の中で「忍者のイメージ」として最も多いのは「侍、武士」(55.8%)で、4カ国とも5割以上の回答がありました。外国人の間では、「サムライ」と「忍者」があまり区別されずに認知されている様子もうかがえる結果となりました。

次いで多い印象は「格闘家」で、特にイタリア(70.9%)、シンガポール(66.7%)において高い傾向に。第3位の「ヒーロー」というイメージを強く持つのは、ベトナム(67.1%)とシンガポール(52.0%)。一方「暗殺者」はシンガポール(50.0%)と韓国(45.0%)でした。また韓国は他国に比べて「アニメ・マンガやそのキャラクター」(45.6%)というイメージが高いようです。

【グラフ6-1】忍者のイメージに当てはまるものはどれですか。



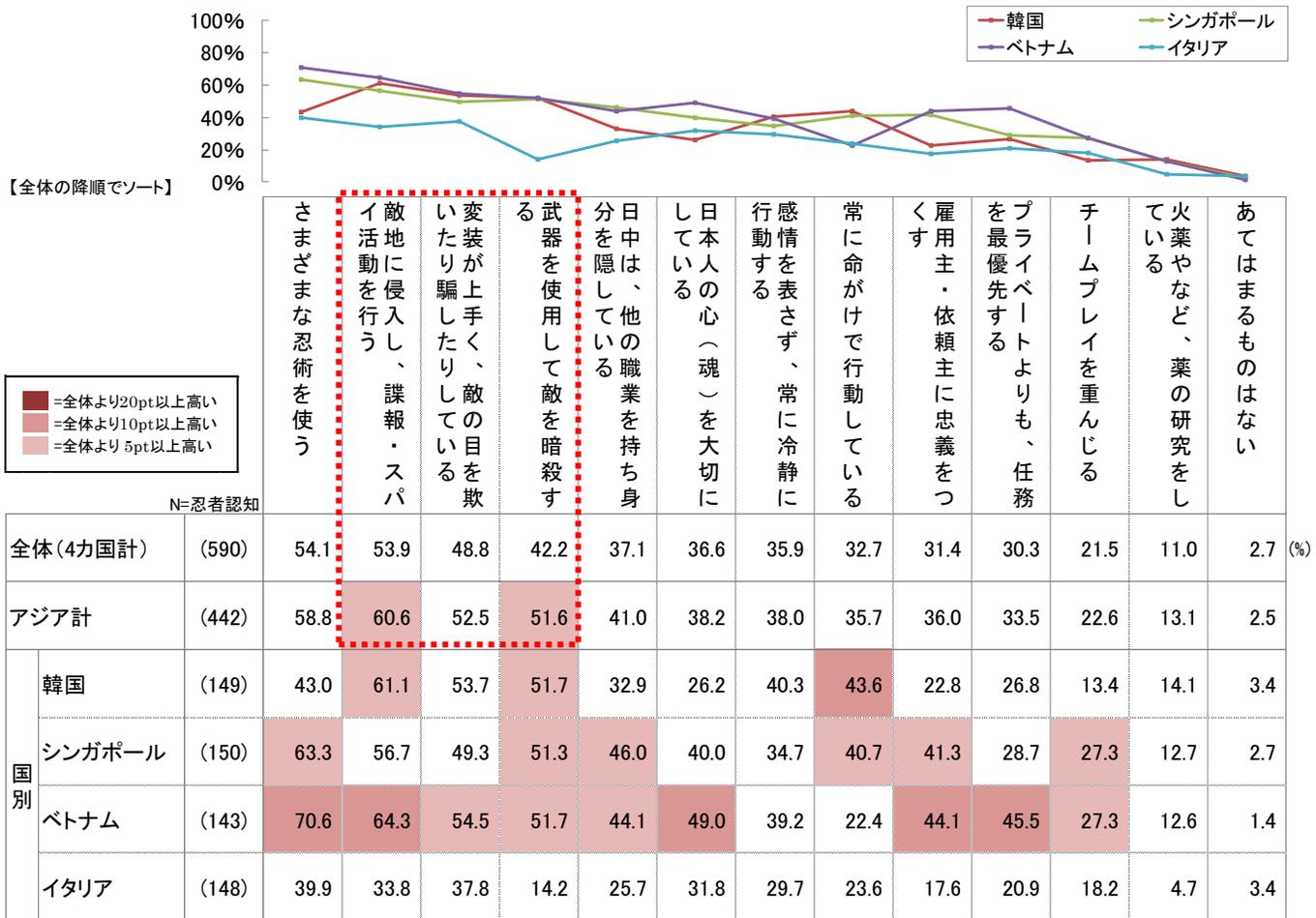
忍者のイメージ (2)

■アジアに対してイタリアは具体的な活動のイメージが希薄

忍者認知者がもつ「忍者の活動のイメージ」で最も多いのは、全体では「さまざまな忍術を使う」(54.1%)ですが、アジア計では「敵地に侵入し、諜報・スパイ活動を行う」(60.6%)や「変装が上手く、敵の目を欺いたり騙したりする」(52.5%)、「武器を使用して敵を暗殺する」(51.6%)などの項目のポイントが高くなっています。

これに対してイタリアでは、ほとんどの項目のポイントが低く、アジア人と比べて活動についての具体的なイメージが希薄なようです。

【グラフ6-2】忍者の活動としてイメージできる項目をチェックしてください。



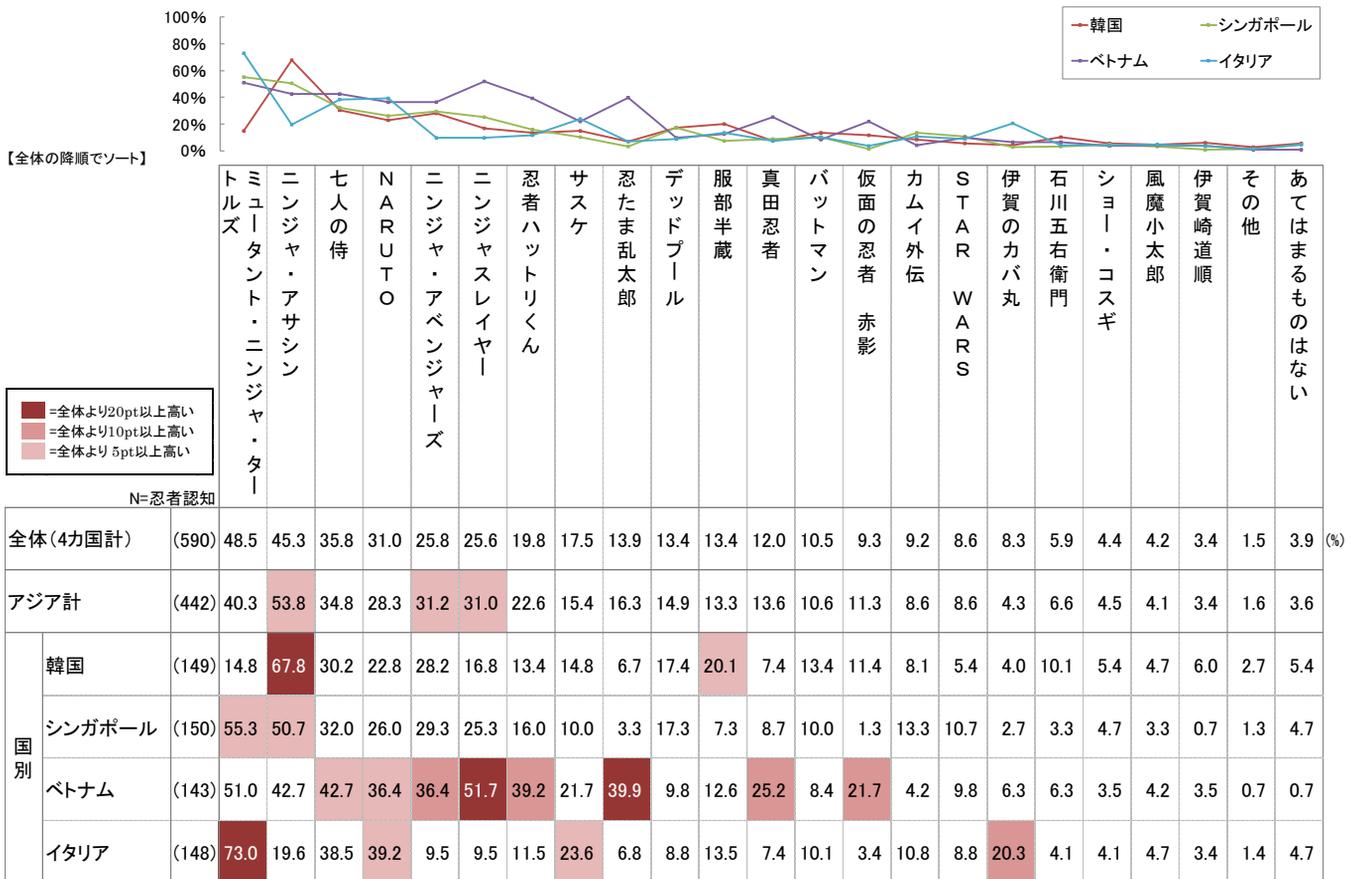
「忍者」で連想する人物、映画、アニメ、番組

■忍者で真っ先に連想するのは、映画とアニメコンテンツ

忍者認知者に「忍者で連想する人物、映画、アニメ、番組」を聞いたところ、最も多かったのは映画「ミュータント・ニンジャ・タートルズ」で、全体で48.5%が回答する結果に。しかし韓国では、韓国人歌手Rain(ピ)が主演を務める「ニンジャ・アサシン(67.8%)」が圧倒的な人気を占め、韓国内でも他を大きく離して第1位。また、「ニンジャ・アサシン」はアジアの国で人気があり、シンガポール(50.7%)とベトナム(42.7%)でも高い結果となりました。

一方、イタリアでは「ミュータント・ニンジャ・タートルズ(73.0%)」が4カ国の中でも突出して高く、またベトナムでは「忍たま乱太郎(39.9%)」「忍者ハットリくん(39.2%)」「NARUTO(36.4%)」など日本のアニメコンテンツが上位にランクインする結果となりました。

【グラフ7-1】忍者で連想する人物、映画、アニメ、番組



外国人が興味を持つ忍者観光

■関心が高い観光は、体験型コンテンツ

外国人が興味をもつ「忍者観光コンテンツ」は、「忍者ハウス(からくり屋敷)を体験できる(36.0%)」「忍法を体験できる(35.0%)」「手裏剣などの忍具を体験できる(34.7%)」など、忍者の技術や忍法を体験できるものへの興味が高くなっています。

またベトナムは全体的にスコアが高めで、「忍者のコスプレができる(50.7%)」については4カ国の中でも突出しています。

【グラフ8-1】興味がある忍者観光コンテンツ

