

**若者世代の日本コンテンツに対する
意識・消費実態調査(台湾)**

15～34歳男女へのアンケート調査

2014年5月

日本貿易振興機構(ジェトロ)

本報告書に関する問合せ先：
日本貿易振興機構（ジェトロ）
コンテンツ産業課

〒107-6006 東京都港区赤坂1-12-32
TEL: 03-3582-1671
FAX: 03-5572-7044
E-mail: CID@jetro.go.jp

【免責条項】

本レポートで提供している情報は、ご利用される方のご判断・責任においてご使用ください。ジェトロでは、できるだけ正確な情報の提供を心掛けておりますが、本レポートで提供した内容に関連して、ご利用される方が不利益等を被る事態が生じたとしても、ジェトロ及び執筆者は一切の責任を負いかねますので、ご了承ください。

本調査は、台湾における今後のコンテンツ市場の中心を担う若者に対し、日本コンテンツに対する意識調査を行い、生の声を聞くことで、現地の消費者需要の現状を把握することを目的とする。現在の台湾における日本コンテンツの市場性を把握する一材料となり、日本コンテンツ展開の参考になれば幸いである。

調査方法は、インターネットによる質問調査を2013年10月16日から2013年10月25日の期間に、台湾在住の10代後半～30代前半の男女を対象に、各年代80サンプル(男女各40)、合計320人のサンプリングを行った。

目次

1. 総論	1
1-1. 台湾若者世代の日本観	
1-2. 若者世代のコンテンツ消費実態	
2. 調査目的と概要	4
2-1. 調査目的と概要	
2-2. 回答者属性	
3. 調査結果	7
3-1. 日本に関する設問	
3-2. コンテンツ(全般)に関する設問	
3-3. コンテンツ(映画)に関する設問	
3-4. コンテンツ(テレビ番組)に関する設問	
3-5. コンテンツ(音楽)に関する設問	
3-6. コンテンツ(アニメ)に関する設問	
3-7. コンテンツ(漫画)に関する設問	
3-8. コンテンツ(ゲーム)に関する設問	

調査票(別添)

1. 総論

1-1.台湾若者世代の日本観

➤若者世代の大多数が日本に親しみを感じている。

- 約85%が日本に「親しみを感じる（47.8%）」もしくは「どちらかという親しみを感じる（38.1%）」と回答。
- 最も親しみを感じている人が多かったのは男性では20代後半（95%）、女性では30代前半（90%）となった。
- 最も若い10代後半に関しては男性77.5%、女性82.5%と共に若者世代全体の平均を下回った。

➤親しみを感じる理由の1位は「自然 / 風土」、2位は「食文化」、3位は「現代文化 / ポップカルチャー」

- 親しみを感じる理由として最も多かったのは「自然 / 風土」（67.6%）。「食文化」（64.0%）、「現代文化 / ポップカルチャー」（52.0%）、「伝統文化」（45.1%）と続いた。
- 男性に限ってみると「科学技術」や「安全保障」の割合も比較的高い。

➤日本の人気エリアは北海道と南関東

- 日本への渡航経歴の問いに対しては、行ったことがある人が35.3%と約1/3を占め、行ったことはないが行ってみたい人が59.4%となり、合わせると94.7%が日本へ訪れたことがある或いは興味を持っている。
- エリア別では実際に行ったことがある人に関しては南関東（62.8%）が最も多かったが、行ってみたい場所としては北海道（76.2%）と群を抜いていた。雪が珍しい台湾の地理的環境が影響しているように推測される。

1-2.若者世代のコンテンツ消費実態

- **コンテンツ消費の中心は台湾コンテンツ。但しACG（アニメ、コミック、ゲーム）分野においては日本コンテンツが支配的地位を固めている。**
 - コンテンツ全体では台湾のコンテンツが最も影響力が強く、次いで日本、アメリカとなっている。
- **ジャンルを問わずテレビは情報発信ツールとして影響力がある。次いで友達やSNS。**
 - ジャンルを問わず影響力があるメディアは依然としてテレビ。
 - 友達やSNSによる情報も多いが、マスへの普及という意味ではテレビに軍配が挙げられた。
- **視聴プラットフォームとしてもテレビの影響力は大きい。但しテレビ放送が無いようなコンテンツについて動画配信（無料）も使われる傾向がある。**
 - 視聴プラットフォームとしてもテレビの影響力は高い。
 - 外国コンテンツ等リアルタイムでテレビ放送が無いようなコンテンツに関しては動画配信（無料）での視聴も多い傾向があった。
- **全体としてコンテンツ消費にはあまりお金をかけない傾向が強い。**
 - ジャンルを問わず、消費金額が月500円（約1,500円）以下がほとんど。
（注）2013年10月平均レートより算出（1元＝2.981円）

2.調査目的と概要

2-1.調査目的と概要

■ 調査目的：本調査は日本文化の受容性が高いとされる台湾で、今後のコンテンツ市場の中心を担う若者に対し、日本コンテンツに対する意識調査を実施し、アジアにおける日本コンテンツに対するイメージ、並びに消費者需要の現状を把握調査し、今後アジアにより一層日本のコンテンツを普及させる為の手がかりとすることを目的とする。

• 具体的な調査課題の下記の通り。

- ① 若者世代の**日本に対する意識の実態**を把握する。
- ② 若者世代のコンテンツ消費における**日本コンテンツのポジション**を把握する。

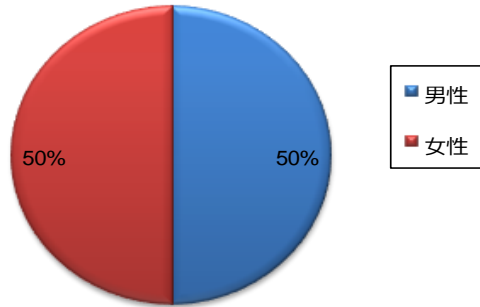
■ 調査概要：

- 調査エリア：台湾
- 調査対象者：上記エリアに在住する15～34歳の台湾人男女
※但し15～17歳については親による代理回答
- 調査手法：インターネット調査
- 調査期間：2013年10月16日から2013年10月25日
- 有効回収数：320サンプル（各調査区分ごとにサンプル数に達した時点で締切）
- 調査区分：各調査区分ごとの回収サンプル数は以下の通り。

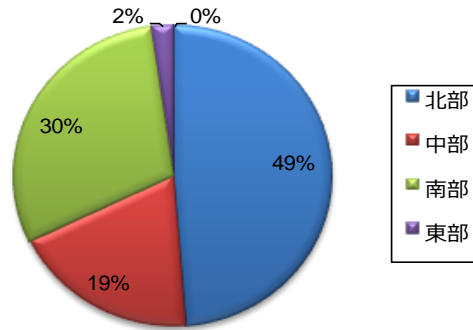
	15～19歳	20～24歳	25～29歳	30～34歳	合計
男性	40	40	40	40	160
女性	40	40	40	40	160
合計	80	80	80	80	320

2-2.回答者属性

■性別 (n=320)

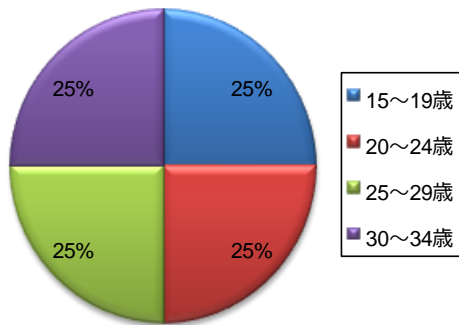


■居住地 (n=320)

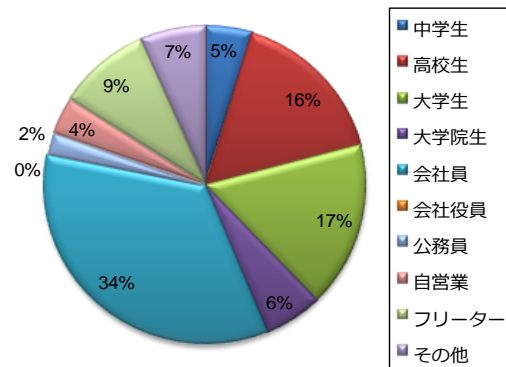


地域	(人)
北部 (台北市・新北市・基隆市・桃園県・新竹市・新竹県・宜蘭県)	156
中部 (苗栗県・台中市・彰化県・南投県・雲林県)	61
南部 (嘉義市・嘉義県・台南市・高雄市・屏東県)	96
東部 (花蓮県・台東県)	7
金馬地区 (金門県・連江県)	0
合計	320

■年代 (n=320)



■職業 (n=320)



中学生	15
高校生	52
大学生	54
大学院生	19
会社員	110
会社役員	0
公務員	7
自営業	12
フリーター	30
その他	21
合計	320

3. 調査結果

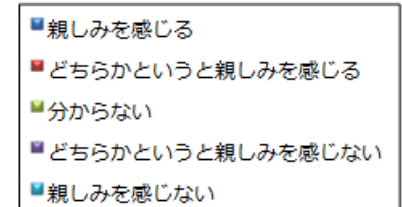
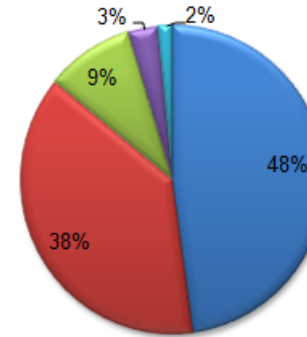
3-1.日本に関する設問

▶傾向

- 若者世代の大多数が日本に親しみを感じている。
- 「親しみを感じる」と「どちらかというとき親しみを感じる」の回答者を合わせると全体の85.9%にのぼる。
- 日本への親しみと日本語学習経験の比率は非常に近いものとなっており、日本への親しみが日本語学習意欲に直接的に繋がっている。

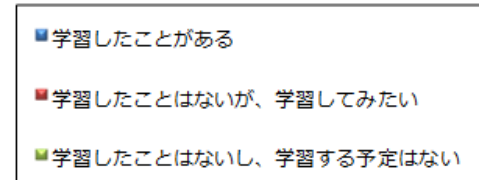
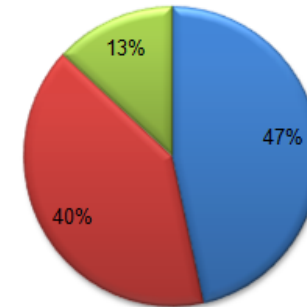
■日本に親しみを感じますか。(n=320)

	男性				女性			
	15-19歳	20-24歳	25-29歳	30-34歳	15-19歳	20-24歳	25-29歳	30-34歳
親しみを感じる	19	22	18	20	20	16	20	18
どちらかというとき親しみを感じる	12	11	20	15	13	18	15	18
分からない	7	3	1	1	6	5	5	2
どちらかというとき親しみを感じない	1	2	1	2	1	1	0	2
親しみを感じない	1	2	0	2	0	0	0	0



■日本語を学習したことがありますか？(n=320)

	男性				女性			
	15-19歳	20-24歳	25-29歳	30-34歳	15-19歳	20-24歳	25-29歳	30-34歳
学習したことがある	13	19	17	20	18	20	19	23
学習したことはないが、学習してみたい	19	13	14	17	18	18	17	13
学習したことはないし、学習する予定はない	8	8	9	3	4	2	4	4



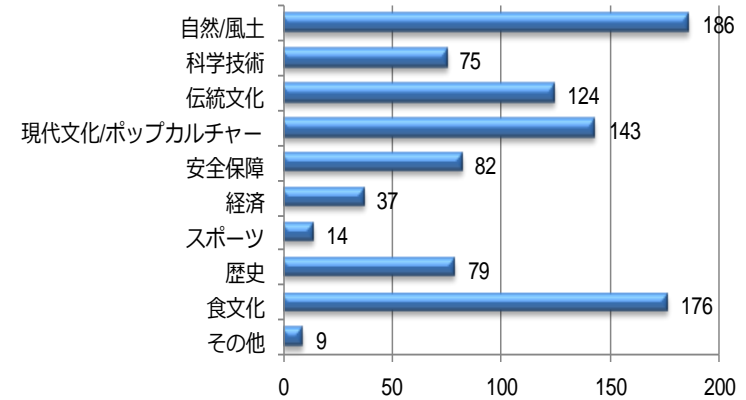
3-1.日本に関する設問

▶傾向

- ・ 親しみを感じる理由のトップは「自然 / 風土」(67.6%)、次いで「食文化」(64.0%)、「現代文化 / ポップカルチャー」(52.0%)であった。
- ・ ポップカルチャーでは「ドラマ」(71.3%)、「漫画」(68.5%)、「アニメ」(67.1%)、「音楽」(62.9%)、「ファッション」(58.0%)の人气が高かった。

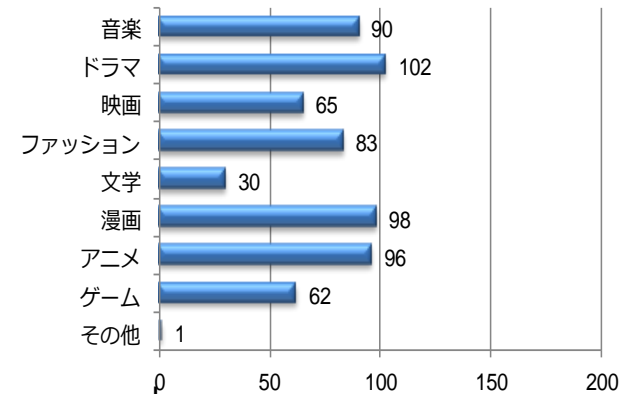
■前問で「親しみを感じる」「どちらかとうと親しみを感じる」とお答えした方にお聞きします。
以下の項目から日本へ親しみを感じる点をお選びください。(複数回答可) (n=275)

	男性				女性			
	15-19歳	20-24歳	25-29歳	30-34歳	15-19歳	20-24歳	25-29歳	30-34歳
自然/風土	15	21	27	27	21	21	27	27
科学技術	14	13	7	15	10	4	6	6
伝統文化	8	16	18	17	15	18	20	12
現代文化/ポップカルチャー	10	23	15	18	17	24	17	19
安全保障	12	7	12	13	11	9	10	8
経済	6	2	2	6	7	4	7	3
スポーツ	2	2	5	3	2	0	0	0
歴史	4	14	12	8	6	11	12	12
食文化	19	18	22	17	19	27	28	26
その他	1	2	0	1	1	1	3	0



■前問で「現代文化・ポップカルチャー」と答えた方にお聞きします。どのような日本のポップカルチャーが好きですか。(複数回答可) (n=143)

	男性				女性			
	15-19歳	20-24歳	25-29歳	30-34歳	15-19歳	20-24歳	25-29歳	30-34歳
音楽	6	14	11	9	14	13	13	10
ドラマ	6	13	13	11	12	16	17	14
映画	6	8	4	5	11	12	9	10
ファッション	8	12	6	6	12	16	10	13
文学	1	3	2	2	3	9	6	4
漫画	9	13	13	10	14	15	13	11
アニメ	10	16	9	13	14	14	12	8
ゲーム	8	13	6	8	7	6	9	5
その他	0	0	0	1	0	0	0	0



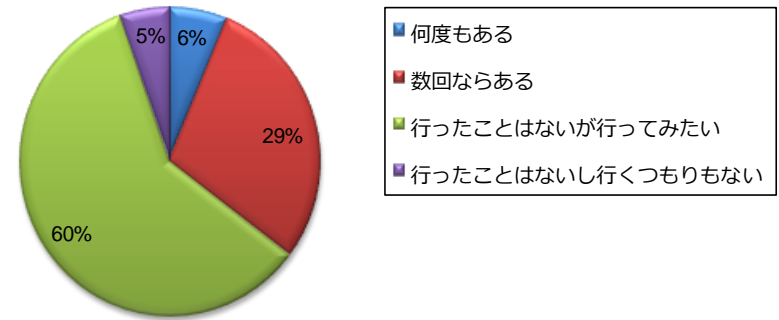
3-1.日本に関する設問

傾向

- 若者世代の35.3%が日本への渡航経験がある。行ってみたい人も合わせると94.7%が日本への渡航に興味を持っている。
- エリア別の渡航実績で最も多かったのは南関東、次いで北海道、近畿であった。

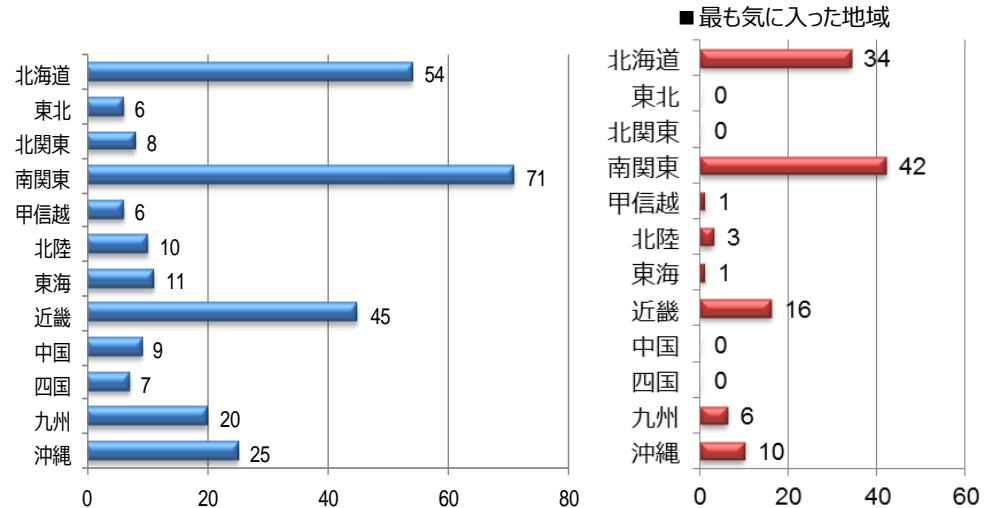
■ 日本へ行ったことがありますか。(n=320)

	男性				女性			
	15-19歳	20-24歳	25-29歳	30-34歳	15-19歳	20-24歳	25-29歳	30-34歳
何度もある	4	1	1	5	5	0	2	2
数回ならある	11	6	12	14	8	7	15	20
行ったことはないが行ってみたい	22	29	24	20	26	31	21	17
行ったことはないし行くつもりもない	3	4	3	1	1	2	2	1



■ 前問で「ある」と答えた方にお聞きします。具体的にどこに行ったことがありますか。(n=113)

	男性				女性			
	15-19歳	20-24歳	25-29歳	30-34歳	15-19歳	20-24歳	25-29歳	30-34歳
北海道	5	4	6	11	8	4	5	11
東北 (青森、岩手、秋田、宮城、山形、福島)	0	2	0	2	2	0	0	0
北関東 (茨城、栃木、群馬)	1	1	1	2	2	0	0	1
南関東 (東京、神奈川、埼玉、千葉)	8	5	7	10	12	6	13	10
甲信越 (新潟、長野、山梨)	2	0	0	1	2	0	0	1
北陸 (石川、富山、福井)	3	0	1	3	2	0	1	0
東海 (静岡、愛知、岐阜、三重)	2	0	0	3	4	0	1	1
近畿 (京都、大阪、兵庫、滋賀、奈良、和歌山)	6	3	6	10	6	2	4	8
中国 (広島、岡山、山口、鳥取、島根)	2	2	0	1	2	0	2	0
四国 (徳島、香川、愛媛、高知)	1	0	2	2	1	0	0	1
九州 (福岡、佐賀、長崎、熊本、大分、宮崎、鹿児島)	2	4	2	2	4	1	2	3
沖縄	4	1	4	4	3	2	2	5



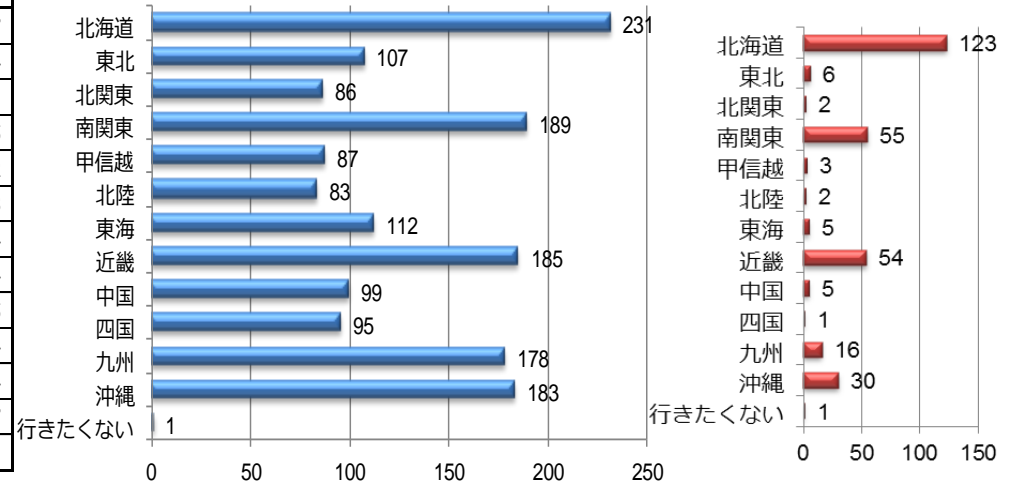
3-1.日本に関する設問

▶傾向

- 日本の中で行ってみたいエリアとしては頭ひとつ抜けて北海道、次いで南関東、近畿、沖縄、九州が同数程度であった。
- 最も行ってみたいと答えた人の割合も北海道がダントツで、次いで南関東と近畿が同じ程度となった。

■ 日本へ行ったことのない方に質問です。日本で行ってみたい場所はどこですか。(n=303)

	男性				女性			
	15-19歳	20-24歳	25-29歳	30-34歳	15-19歳	20-24歳	25-29歳	30-34歳
北海道	28	24	34	24	27	33	34	27
東北 (青森、岩手、秋田、宮城、山形、福島)	9	10	14	15	15	15	15	14
北関東 (茨城、栃木、群馬)	9	6	11	14	9	12	14	11
南関東 (東京、神奈川、埼玉、千葉)	21	21	23	22	26	29	22	25
甲信越 (新潟、長野、山梨)	7	9	13	12	10	11	13	12
北陸 (石川、富山、福井)	7	7	11	11	12	10	12	13
東海 (静岡、愛知、岐阜、三重)	12	11	13	14	13	18	17	14
近畿 (京都、大阪、兵庫、滋賀、奈良、和歌山)	17	22	24	21	21	28	28	24
中国 (広島、岡山、山口、鳥取、島根)	8	10	13	11	12	15	15	15
四国 (徳島、香川、愛媛、高知)	7	8	14	15	11	10	16	14
九州 (福岡、佐賀、長崎、熊本、大分、宮崎、鹿児島)	18	17	23	24	21	26	25	24
沖縄	13	14	27	21	24	31	26	27
行きたくない	0	0	0	0	0	0	0	1



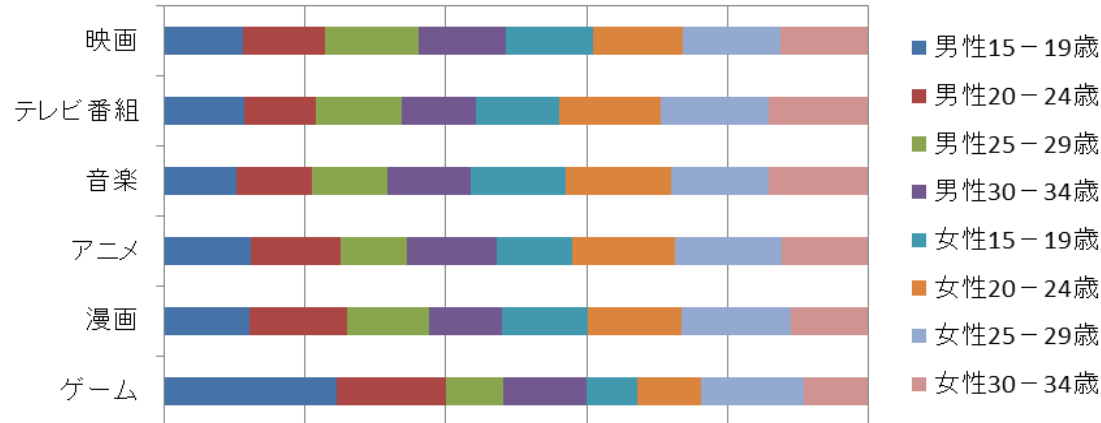
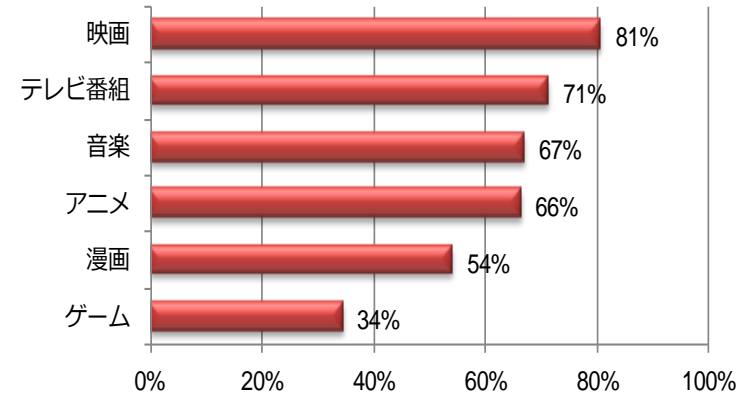
3-2.コンテンツ(全般)に関する設問

▶傾向

- 若者世代が最も好む娯楽は映画（81%）、続いてテレビ番組（71%）。
- 最も割合の低いゲームでも、34%が利用していると回答。
- コンテンツに対しては、女性が全体的に高い関心を寄せている。

■ 下記のうち、あなたが視聴するものをお選びください（n=320）

	男性				女性			
	15-19歳	20-24歳	25-29歳	30-34歳	15-19歳	20-24歳	25-29歳	30-34歳
映画	29	30	34	32	32	33	36	32
テレビ番組	26	23	28	24	27	33	35	32
音楽	22	23	23	25	29	32	30	30
アニメ	26	27	20	27	23	31	32	26
漫画	21	24	20	18	21	23	27	19
ゲーム	27	17	9	13	8	10	16	10



3-3.コンテンツ(映画)に関する設問

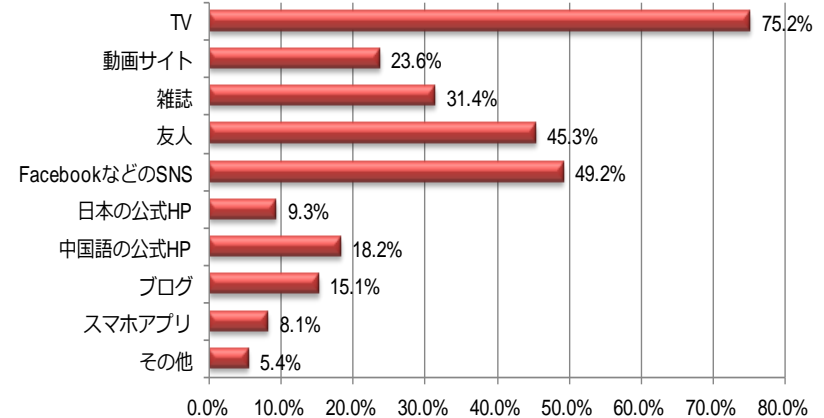
▶傾向 回答者320名のうち、81% (258名) が映画を視聴すると回答。

- 台湾を除くと米国、日本、香港の映画に人気がある。
- 主にテレビ、SNS、友人から映画の情報を得ている。
- プラットフォームとしては各国各ジャンル共、テレビで視聴することが多いが、日本の映画に関しては動画配信（無料）でもよく見られている。
- 全体として国・ジャンルを問わず、月間消費金額は500元（約1,500円）以下がほとんど。

■好きなジャンル（国別） (n=258)

	台湾	日本	中国	香港	韓国	米国	欧州	その他の国
アクション	24.4%	18.6%	19.0%	43.0%	10.9%	74.4%	29.1%	6.4%
ドラマ	52.7%	51.9%	32.9%	32.6%	30.2%	50.4%	36.8%	4.3%
サスペンス/ホラー	10.1%	43.4%	5.0%	17.1%	15.5%	49.2%	15.9%	31.9%
コメディ	46.9%	32.6%	17.8%	38.4%	24.0%	44.6%	20.2%	6.4%
アニメ	8.9%	81.4%	1.9%	3.5%	5.0%	29.1%	10.1%	2.1%
ドキュメンタリー	38.4%	15.9%	14.7%	5.4%	4.3%	31.0%	20.2%	10.6%

■情報取得方法（n=258）



■視聴プラットフォーム（国別） (n=258)

	台湾	日本	中国	香港	韓国	米国	欧州	その他の国
劇場	57.8%	39.5%	17.8%	24.4%	15.5%	60.9%	35.7%	22.7%
テレビ	69.4%	66.7%	51.6%	61.6%	49.6%	62.8%	46.5%	36.4%
DVD	26.7%	29.1%	13.6%	15.5%	13.2%	26.7%	15.1%	18.2%
動画配信（有料）	3.1%	5.0%	2.3%	3.1%	1.9%	3.1%	1.6%	4.5%
動画配信（無料）	33.3%	55.0%	30.6%	26.7%	25.6%	32.6%	23.6%	54.5%

■1ヶ月の消費金額（国別）

	台湾 (n) (241)	日本 (240)	中国 (191)	香港 (208)	韓国 (164)	米国 (231)	欧州 (178)	その他の国 (20)
～500元	90.0%	91.3%	95.3%	93.8%	95.1%	86.6%	93.8%	95.0%
～1,000元	6.6%	6.3%	3.1%	3.8%	1.8%	8.2%	5.1%	0.0%
～1,500元	1.2%	1.7%	1.6%	1.4%	2.4%	3.5%	1.1%	0.0%
～2,000元	1.7%	0.4%	0.0%	1.0%	0.0%	0.9%	0.0%	5.0%
2,000元以上	0.4%	0.4%	0.0%	0.0%	0.6%	0.9%	0.0%	0.0%

3-4.コンテンツ(テレビ番組)に関する設問

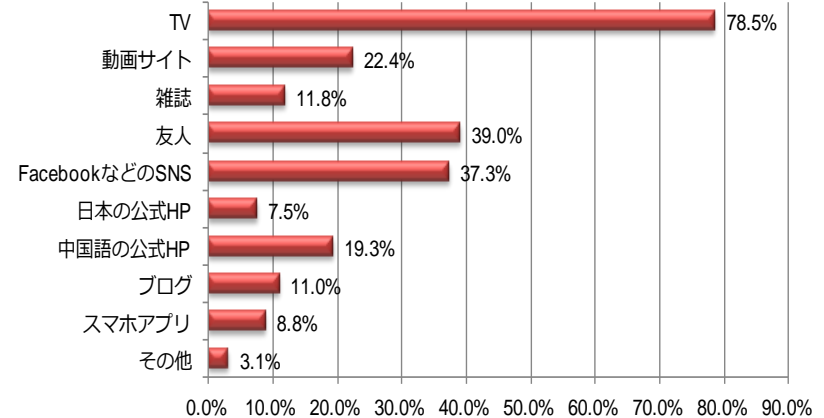
▶傾向 回答者320名のうち、71% (228名) がテレビ番組を視聴すると回答。

- 台湾を除くと米国、日本、韓国のテレビ番組に人気がある。
- 主にテレビ、SNS、友人からテレビ番組の情報を得ている。
- プラットフォームとしては各国各ジャンル共、テレビで視聴することが多いが、日本のテレビ番組に関しては動画配信（無料）でもよく見られている。
- 全体として国・ジャンルを問わず、月間消費金額は500円（約1,500円）以下がほとんど。

■好きなジャンル（国別） (n=228)

	台湾	日本	中国	香港	韓国	米国	欧州	その他の国
アクション	17.5%	18.9%	13.6%	32.5%	9.2%	64.5%	27.6%	0.0%
ドラマ	53.1%	50.0%	11.8%	11.0%	42.5%	11.0%	5.3%	4.9%
サスペンス/ホラー	7.9%	50.9%	5.3%	15.4%	9.2%	37.3%	18.4%	4.9%
コメディ	57.0%	46.1%	16.2%	11.0%	22.4%	14.0%	4.8%	0.0%
アニメ	10.1%	74.1%	2.6%	1.8%	3.9%	19.7%	6.1%	0.0%
ドキュメンタリー	31.6%	11.0%	14.9%	4.8%	3.1%	24.1%	18.9%	0.0%

■情報取得方法（n=228）



■視聴プラットフォーム（国別） (n=228)

	台湾	日本	中国	香港	韓国	米国	欧州	その他の国 (n=4)
テレビ	90.8%	77.2%	52.6%	55.7%	53.9%	70.6%	50.4%	50.0%
携帯	14.0%	12.7%	7.0%	3.5%	7.9%	5.3%	3.1%	0.0%
DVD	13.2%	13.6%	7.0%	5.7%	6.1%	13.2%	8.3%	0.0%
動画配信（有料）	3.1%	4.8%	1.3%	1.8%	1.3%	3.1%	0.4%	0.0%
動画配信（無料）	18.0%	41.2%	16.7%	10.1%	18.0%	23.2%	14.5%	25.0%

■1ヶ月の消費金額（国別）

	台湾 (n) (216)	日本 (217)	中国 (157)	香港 (145)	韓国 (148)	米国 (190)	欧州 (139)	その他の国 (3)
～500円	90.7%	91.7%	93.0%	93.1%	92.6%	94.2%	93.5%	66.7%
～1,000円	6.9%	6.0%	4.5%	4.1%	5.4%	3.7%	5.0%	0.0%
～1,500円	0.5%	1.4%	1.9%	2.1%	0.7%	1.6%	0.7%	0.0%
～2,000円	1.4%	0.9%	0.6%	0.7%	0.0%	0.5%	0.7%	33.3%
2,000円以上	0.5%	0.0%	0.0%	0.0%	1.4%	0.0%	0.0%	0.0%

3-5.コンテンツ(音楽)に関する設問

▶傾向 回答者320名のうち、67% (214名) が音楽を視聴すると回答。

- 台湾を除くと米国、日本の音楽に人気があり、韓国がそれを追う形となっている。
- プラットフォームとしては各国各ジャンルともに、PCで鑑賞することが多い。
- 全体として国・ジャンルを問わず、月間消費金額は500円(約1,500円)以下がほとんど。

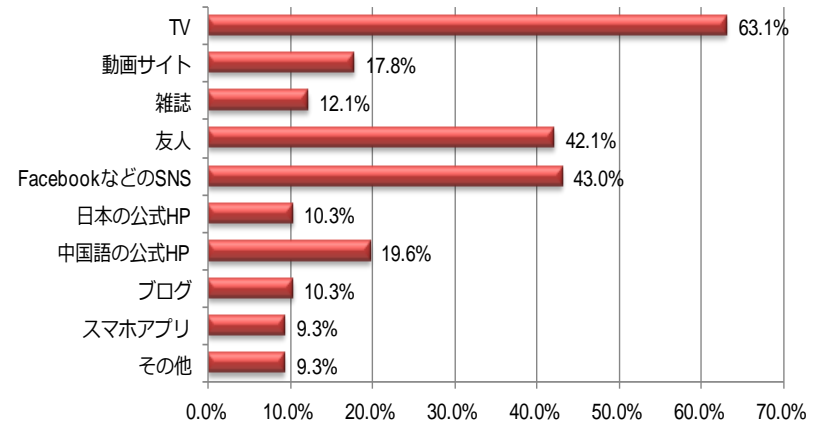
■好きなジャンル (国別) (n=214)

	台湾	日本	中国	香港	韓国	米国	欧州	その他の国
ポップ	72.4%	50.5%	16.8%	26.6%	31.3%	50.9%	25.7%	2.5%
ロック	22.4%	22.4%	3.7%	7.0%	10.7%	38.3%	15.4%	5.0%
アイドル	41.1%	32.7%	15.0%	15.0%	29.4%	18.2%	8.9%	2.5%
アニメ	5.1%	55.1%	1.9%	3.3%	3.3%	6.5%	3.3%	2.5%
ゲーム	10.7%	34.1%	2.3%	2.3%	8.4%	10.7%	3.3%	0.0%
ボーカロイド	4.7%	17.8%	2.8%	2.8%	2.3%	4.2%	0.5%	0.0%
ジャズ	5.6%	6.1%	2.3%	2.8%	4.2%	31.3%	18.2%	0.0%
クラシック	6.5%	7.0%	7.0%	0.5%	1.4%	17.3%	28.5%	0.0%

■鑑賞プラットフォーム (国別) (n=214)

	台湾	日本	中国	香港	韓国	米国	欧州	その他の国 (n=5)
PC (CD)	48.1%	33.6%	15.9%	16.4%	15.4%	28.5%	20.6%	40.0%
PC (MP3)	58.9%	53.3%	20.6%	23.4%	28.0%	44.4%	25.7%	20.0%
Audio System	31.3%	17.8%	8.4%	8.9%	10.3%	16.8%	9.3%	20.0%
コンボ	14.5%	9.8%	6.5%	5.1%	4.7%	7.5%	7.5%	20.0%
携帯Player	16.8%	14.5%	3.7%	5.1%	10.3%	10.3%	7.5%	0.0%
スマホ	39.7%	30.8%	9.8%	12.1%	18.2%	28.0%	17.3%	0.0%
携帯電話	12.6%	11.2%	4.7%	3.7%	5.6%	10.7%	8.9%	0.0%
CarStereo	24.8%	11.2%	5.1%	5.6%	6.5%	15.0%	8.4%	0.0%

■情報取得方法 (n=214)



■1ヶ月の消費金額 (国別)

	台湾 (n) (195)	日本 (168)	中国 (94)	香港 (96)	韓国 (110)	米国 (154)	欧州 (114)	その他の国 (5)
~500円	94.4%	88.7%	90.4%	90.6%	90.0%	90.9%	93.9%	80.0%
~1,000円	3.6%	7.1%	4.3%	5.2%	4.5%	7.1%	4.4%	0.0%
~1,500円	1.0%	2.4%	2.1%	1.0%	0.9%	0.6%	1.8%	20.0%
~2,000円	0.5%	1.2%	3.2%	3.1%	1.8%	1.3%	0.0%	0.0%
2,000円以上	0.5%	0.6%	0.0%	0.0%	2.7%	0.0%	0.0%	0.0%

3-6.コンテンツ(アニメ)に関する設問

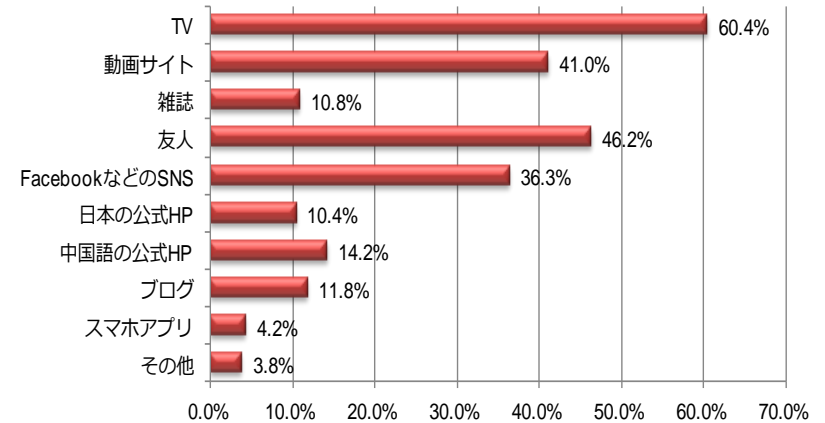
▶ **傾向** 回答者320名のうち、66% (212名) がアニメを視聴すると回答。

- 全てのジャンルで日本のアニメが群を抜いている。
- アニメの情報は主にテレビ、動画サイト、友人、SNSなどから得ている。
- プラットフォームとしてはテレビと並んで動画配信(無料)での視聴が多い。
- 全体として国・ジャンルを問わず、月間消費金額は500円(約1,500円)以下がほとんど。

■好きなジャンル(国別) (n=212)

	台湾	日本	中国	香港	韓国	米国	欧州	その他の国
少年漫画原作	9.4%	59.0%	2.4%	3.3%	4.2%	7.5%	4.2%	0.0%
少女漫画原作	9.4%	48.6%	3.8%	3.3%	4.2%	1.9%	0.9%	0.0%
青年漫画原作	6.6%	48.6%	2.4%	4.7%	3.3%	8.0%	1.4%	0.0%
女性漫画原作	3.3%	34.0%	1.4%	2.4%	4.7%	2.8%	1.9%	0.0%
ライトノベル原作	13.7%	34.0%	5.2%	4.2%	4.7%	4.2%	4.2%	2.3%
ゲーム原作	7.5%	42.0%	4.2%	4.2%	5.2%	11.8%	5.2%	0.0%
萌え系	5.2%	29.2%	1.4%	2.4%	2.4%	2.4%	1.4%	0.0%
BL系	2.4%	23.6%	0.9%	1.9%	0.5%	1.9%	1.9%	0.0%

■情報取得方法(n=212)



■視聴プラットフォーム(国別) (n=212)

	台湾	日本	中国	香港	韓国	米国	欧州	その他の国 (n=1)
劇場	15.1%	28.8%	2.4%	2.8%	1.9%	14.6%	3.8%	0.0%
テレビ	34.4%	62.7%	14.6%	11.8%	13.7%	28.8%	13.2%	0.0%
DVD	6.1%	24.1%	3.8%	2.4%	2.8%	7.1%	2.8%	0.0%
動画配信(有料)	1.4%	6.1%	1.9%	3.3%	1.9%	3.3%	1.9%	100.0%
動画配信(無料)	18.9%	55.7%	10.4%	7.5%	10.4%	16.0%	7.5%	0.0%

■1ヶ月の消費金額(国別)

	台湾 (n) (109)	日本 (191)	中国 (59)	香港 (47)	韓国 (51)	米国 (96)	欧州 (49)	その他の国 (1)
~500円	93.6%	91.6%	94.9%	91.5%	92.2%	94.8%	87.8%	0.0%
~1,000円	2.8%	5.2%	1.7%	2.1%	3.9%	4.2%	8.2%	0.0%
~1,500円	0.9%	2.1%	1.7%	6.4%	2.0%	1.0%	2.0%	0.0%
~2,000円	2.8%	1.0%	1.7%	0.0%	2.0%	0.0%	2.0%	100.0%
2,000円以上	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

3-7.コンテンツ(漫画)に関する設問

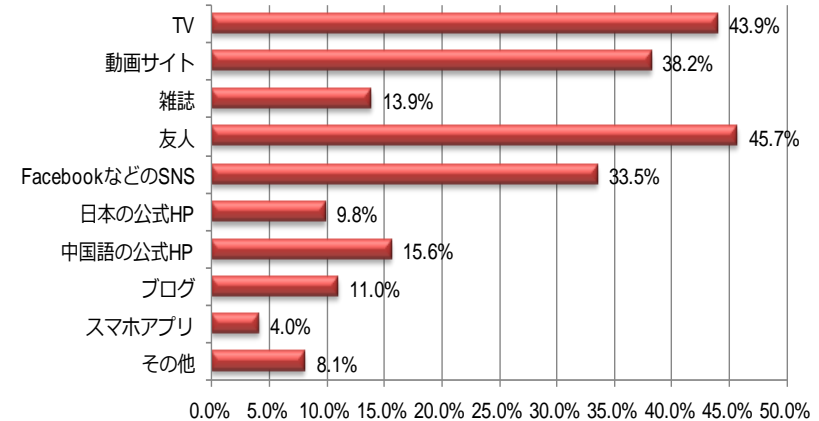
▶傾向 回答者320名のうち、54%（173名）が漫画を閲読すると回答。

- 全てのジャンルで日本の漫画が群を抜いている。
- 漫画の情報は主に友人、テレビ、動画サイト、SNSなどから得ている。
- プラットフォームとしては単行本、漫画雑誌での閲読が多い。
- 全体として国・ジャンルを問わず、月間消費金額は500円（約1,500円）以下がほとんど。

■好きなジャンル（国別）（n=173）

	台湾	日本	中国	香港	韓国	米国	欧州	その他の国
少年漫画	17.9%	66.5%	2.9%	8.1%	5.2%	5.8%	4.0%	2.3%
少女漫画	11.0%	52.0%	4.6%	3.5%	4.0%	2.9%	1.7%	0.0%
青年漫画	9.8%	50.3%	2.9%	4.6%	4.6%	4.6%	2.9%	0.0%
女性漫画	4.0%	31.8%	0.6%	0.6%	0.6%	2.3%	1.7%	2.3%
ライトノベル原作	11.0%	37.6%	1.2%	1.2%	3.5%	4.6%	2.3%	0.0%
ゲーム原作	6.9%	38.7%	1.7%	3.5%	2.9%	9.2%	4.0%	4.5%
萌え系	3.5%	32.9%	1.7%	1.2%	0.0%	1.2%	0.6%	0.0%
BL系	4.0%	23.7%	1.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.6%	0.0%

■情報取得方法（n=173）



■閲読プラットフォーム（国別）（n=173）

	台湾	日本	中国	香港	韓国	米国	欧州	その他の国 (n=3)
漫画雑誌	27.7%	45.7%	6.9%	9.2%	6.4%	6.9%	5.2%	33.3%
単行本	21.4%	54.9%	3.5%	5.2%	4.6%	3.5%	4.0%	0.0%
電子書籍	11.6%	23.1%	4.0%	4.6%	4.0%	5.8%	3.5%	100.0%
違法サイト	6.4%	20.8%	4.0%	4.0%	3.5%	3.5%	2.9%	33.3%

■1ヶ月の消費金額（国別）

	台湾 (n) (79)	日本 (148)	中国 (25)	香港 (29)	韓国 (24)	米国 (26)	欧州 (21)	その他の国 (3)
～500円	92.4%	88.5%	88.0%	89.7%	83.3%	88.5%	81.0%	66.7%
～1,000円	2.5%	7.4%	4.0%	3.4%	4.2%	0.0%	14.3%	0.0%
～1,500円	2.5%	2.0%	4.0%	3.4%	8.3%	7.7%	0.0%	0.0%
～2,000円	1.3%	1.4%	4.0%	3.4%	4.2%	3.8%	0.0%	33.3%
2,000円以上	1.3%	0.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	4.8%	0.0%

3-8.コンテンツ(ゲーム)に関する設問

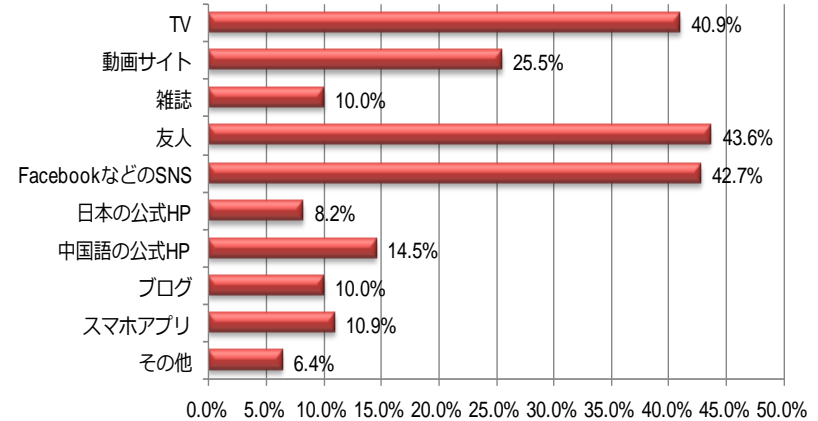
▶傾向 回答者320名のうち、34%（110名）がゲームをプレイすると回答。

- 全ジャンルにおいて日本のゲーム人気が高いが、地元台湾のゲームやアメリカのゲームもプレイされている。
- ゲームの情報は主に友人、SNS、テレビなどから情報を得ている。
- プラットフォームとしては家庭用ゲーム機に関しては日本のゲームが多いが、オンラインや携帯アプリだと地元台湾のゲームも多い。
- 全体として国・ジャンルを問わず、月間消費金額は500元（約1,500円）以下がほとんど。

■好きなジャンル（国別）（n=110）

	台湾	日本	中国	香港	韓国	米国	欧州	その他の国
ACTアクション	21.8%	36.4%	5.5%	7.3%	9.1%	20.0%	7.3%	0.0%
RPG	27.3%	55.5%	7.3%	1.8%	11.8%	15.5%	6.4%	0.0%
PZLパズル	8.2%	13.6%	2.7%	3.6%	1.8%	6.4%	4.5%	0.0%
ADVアドベンチャー	13.6%	36.4%	3.6%	3.6%	6.4%	15.5%	6.4%	0.0%
SLGシミュレーション	9.1%	28.2%	3.6%	1.8%	5.5%	14.5%	4.5%	0.0%
STGシューティング	12.7%	24.5%	4.5%	4.5%	10.0%	23.6%	9.1%	5.0%
SPGスポーツ	8.2%	15.5%	2.7%	1.8%	3.6%	12.7%	4.5%	0.0%

■情報取得方法（n=110）



■プレイするプラットフォーム（国別）（n=110）

	台湾	日本	中国	香港	韓国	米国	欧州	その他の国 (n=1)
家庭用ゲーム機	18.2%	40.9%	7.3%	8.2%	8.2%	17.3%	11.8%	0.0%
携帯ゲーム機	7.3%	22.7%	3.6%	2.7%	1.8%	4.5%	2.7%	0.0%
PC(Offline)	20.0%	26.4%	1.8%	1.8%	2.7%	12.7%	7.3%	0.0%
PC(Online)	28.2%	21.8%	10.9%	6.4%	14.5%	18.2%	10.0%	100.0%
携帯アプリ	25.5%	23.6%	5.5%	4.5%	6.4%	10.0%	4.5%	0.0%
タブレットアプリ	7.3%	11.8%	2.7%	2.7%	4.5%	6.4%	1.8%	0.0%

■1ヶ月の消費金額（国別）

	台湾 (n)	日本 (74)	中国 (85)	香港 (24)	韓国 (18)	米国 (29)	欧州 (48)	その他の国 (28)	その他の国 (1)
～500元	90.5%	87.1%	87.5%	83.3%	86.2%	91.7%	89.3%	100.0%	
～1,000元	6.8%	9.4%	8.3%	5.6%	6.9%	6.3%	3.6%	0.0%	
～1,500元	2.7%	3.5%	4.2%	11.1%	3.4%	2.1%	3.6%	0.0%	
～2,000元	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	3.4%	0.0%	0.0%	0.0%	
2,000元以上	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	3.6%	0.0%	

調査タイトル: 若者世代の日本コンテンツに対する意識・消費実態調査(台湾)

ジェトロが実施した標記調査報告書をお読みになった感想について、是非アンケートにご協力をお願い致します。今後の調査テーマ選定などの参考にさせていただきます。

■質問1: 今回、本報告書での内容について、どのように思われましたでしょうか? (○を一つ)

4:役に立った 3:まあ役に立った 2:あまり役に立たなかった 1:役に立たなかった

■質問2: ①使用用途、②上記のように判断された理由、③その他、本報告書に関するご感想をご記入下さい。

■質問3: 今後のジェトロの調査テーマについてご希望等がございましたら、ご記入願います。

■お客様の会社名等をご記入ください。(任意記入)

ご所属	<input type="checkbox"/> 企業・団体	会社・団体名
	<input type="checkbox"/> 個人	部署名

※ご提供頂いたお客様の情報については、ジェトロ個人情報保護方針(<http://www.jetro.go.jp/privacy/>)に基づき、適正に管理運用させていただきます。また、上記のアンケートにご記載いただいた内容については、ジェトロの事業活動の評価及び業務改善、事業フォローアップのために利用いたします。