

信頼の日本、期待のベトナム、落差の中国

今回はベトナムの人々から見た、商品/サービスの各国別の意識を調査してみました。自国の商品に対して諸外国の商品へ対する「存在感」「信頼感」「期待感」はどうか、そんな視点の企画です。

特徴の1つ目は自国ベトナムの評価。存在感と信頼感はその国ですが、期待度は56.3%とトップで、国への熱い期待と希望が感じられます。評価が驚くほど別れたのが中国。73.0%と圧倒的な存在感はあるものの、信頼感1.2%と無に等しい。期待度も3.0%という

低さです。その圧倒的な存在感を男女別に見てみると男性平均67%、女性平均79%と男女差で12%の開きが出ました。女性に関わりの深い洋服やアクセサリ商品の影響があるのかもしれませんが。

3つ目は日本の信頼感で、ダントツの78.0%。こちらは男女別でも男性76.3%、女性79.7%とほぼ差がなく、世代間差もほぼなく、万人から支持を集める結果が出ました。

