

Department of Social Systems and Management

Discussion Paper Series

No.1304

**「韓国における外国イメージ調査」第一次報告書**

(A Preliminary Report on “Country Image Survey in South Korea”)

by

石井 健一、小針 進、渡邊 聡

(Kenichi ISHII, Susumu KOHARI, and Satoshi WATANABE)

March 2013

**UNIVERSITY OF TSUKUBA**

Tsukuba, Ibaraki 305-8573

JAPAN

「韓国における外国イメージ調査」 第一次報告書  
A preliminary report on “Country Image Survey in South Korea”

石井健一・小針進<sup>1</sup>・渡邊聡<sup>2</sup>

要旨

韓国において外国イメージと外国製品の評価・イメージに関する質問紙調査を実施した。好意度の平均値で見ると、韓国人はドイツに対して最も好意度が高く、次いで米国、イタリア、インド、ベトナム、中国と続き、日本が最低であった。また、製品の好みや日本への旅行の希望も国の好みと同様に欧米諸国と比べると著しく低かった。ただし、日本製品の特性については、一定の評価を得ていた。テレビ番組や映画、音楽について日本のコンテンツへの接触率は低かったが、日本アニメは接触率が高く日本料理は最も好まれる外国料理であった。本報告は単純集計結果に基づくものであり、今後はこうした韓国人の対外国観の特徴をどのような要因で説明できるかを検討する必要がある。

本研究の背景と目的

最近、「国家ブランディング」の政策への応用が各国で関心を集めている。これは国を一つのブランドとみなしそのイメージを高めることで、製品の評価や訪問旅行者の増加、外交や国際世論などでの有利な効果を目指す政策である。韓国では大統領府に「国家ブランディング」委員会をつくり、韓国のブランド価値を高めるための様々の施策を行っている(<http://www.koreabrand.net/gokr/en>)。日本でも経済産業省や外務省の「クールジャパン」関連政策を始めている。しかし、国のどのようなイメージを高めることでどのような効果が得られるのかについては、実証的な研究は乏しい。生産国の製品評価への効果の研究は「原産地効果」としてマーケティング研究で従来から行なわれているが、国のイメージについての研究は D'Astous & Boujbelu などを除くとあまり多くはない。しかし、国のイメージが与える影響については、Nye(2004)の「ソフトパワー」が政策として適用可能な概念なのかどうかを検討するという意味において重要性をもつと考えられる。

渡邊・石井(2012)では、Aaker(1997)のブランドパーソナリティ理論と Fiske のステレオタイプ<sup>1</sup>の二次元理論(Fiske ほか 2006; Cuddy ほか 2009)を外国イメージ(韓国、中国、アメリカ、イタリア、ベトナム、ドイツ、インド)の測定に応用している。その結果、「信頼性」「カッコよさ」「有能さ」の3因子が見出され、韓流に対する態度や韓国への好意度が韓国

---

<sup>1</sup> 静岡県立大学・国際関係学部

<sup>2</sup> 静岡県立大学・国際関係学部

へのイメージと関係していることがわかった。このうち、「有能さ」は、Fiske ら(2002)のステレオタイプの 2 次元のうち「有能さ」の次元にほぼ対応すると考えられるが「暖かさ」の次元は「信頼性」と「カッコよさ」に分かれた。Fiske のステレオタイプ研究が人を対象としたものに対して本研究では国を対象であることが異なる結果になったと考えられる。

石井・渡辺(2012)では、これらの国へのイメージと当該国製品への評価(旅行地としての評価含む)がどのように関係しているのかを分析した。なお、信頼性が最も高い国は日本とドイツ、カッコよさはアメリカとイタリアがほぼ同水準で最も高く、有能さはアメリカが最も高かった。いずれの因子とも最も低いのは中国であった。また、食品やハイテク製品については信頼性のイメージ、ファッション製品にはカッコよさのイメージが関係しており、旅行地の選択については、イメージよりも国の好みが強くと影響を与えていることが報告されている。

こうした日本での研究結果を踏まえて、韓国でもほぼ同様の調査を行うことにした。韓国を調査対象地として選んだ理由は、もともと予定していた中国が尖閣諸島問題などで政治的な内容の質問を含む調査実施が困難になったことに加え、日韓の間でも竹島問題などで摩擦が高まっており、日中間と同じような問題が生じつつあると考えられたからである。

## 方法

韓国リサーチ(Hankook Research)のパネルデータを利用してオンラインで調査を実施した。対象は、韓国に居住する満 20 才以上 59 才以下の成人男女であり、標本数の合計 960 である。割り当て抽出法を用いて、20-29 歳、30-39 歳、40-49 歳、50-59 歳の各年齢層を同数とし、各年齢層において男女も同数とした。調査期間は、2012 年 11 月 19 日から 11 月 26 日 (8 日間)である。なお、韓国リサーチはパネルの質を確保することを重視しているとのことで、利用したパネルデータは少なくとも性別、年齢、既婚・未婚、学歴などの点では、一般のランダム抽出のサンプルと偏りが少ないことが当社から報告されている。

国のイメージを測定する質問は項目数が 25 と多く回答者の負担が大きいため、回答者一人当たり二カ国だけを答えるようにした。「中国・アメリカ」、「アメリカ・イタリア」、「イタリア・日本」、「日本・ベトナム」、「ベトナム・ドイツ」、「ドイツ・インド」、「インド・韓国」、「韓国・アメリカ」の 8 つの組み合わせをランダムに割り当てた。その結果、各国に対する回答数は 240 人となった。

## 結果

以下では、巻末の集計表の結果についてのみ簡単に結果をみていく。多変量解析などを含む本格的な分析結果の報告については、追って別の論文を書く予定である。

### 諸外国の好意度 (Q1)

中国、アメリカ、日本、イタリア、ベトナム、フランス、インドについて好きな程度を五段階でたずねた。「非常に好きだ」と「どちらかと言うと好きだ」の合計でみると、韓国人の外国の好みは、ドイツ、米国、イタリア、インド、ベトナム、日本、中国という順番になる。ただし、「全く好きでない」を選んだ比率は日本が最も多い。「非常に好きだ」を2点、「どちらかと言うと好きだ」を1点、「普通」を0点、「あまり好きでない」を-1点、「全く好きでない」を-2として算出した平均得点は、ドイツ(0.56)、米国(0.34)、イタリア(0.30)、インド(0.03)、ベトナム(-0.04)、中国(-0.30)と続き、日本が最低(-0.54)である。日本に対して「全く好きでない」を選んだ比率は、男女別でいうと男性、年齢でいうと若者(20-29歳)で高い。

### 諸外国のイメージ (Q2)

25項目の形容詞(ただし、韓国については「親韓的」を除く)で8カ国のイメージを測定した。日本のイメージについてみると、全体的にイメージが悪いが、特に「励ましてくれる」「憧れる」「勇気がある」「魅力がある」「カッコいい」「頑健な」「アウトドア派」「暖かい」「親韓的な」で最低の評価となっている。一方、中国のイメージも悪く、「堅実な」「正直な」「健全な」「憧れる」「斬新的な」「信頼できる」「知性がある」「誠実な」「親しみのある」「安全な」で最低の評価となっている。

### 外国の商品の評価 (Q3)

やはり日本製品の評価は低いが、中国の評価がさらに低くなっている。「革靴」「コンピュータ」「映画」「シャツ」「自動車」「ミネラルウォーター」のすべてで「絶対には買いたくない」を選んだ人の比率が最大となっている。また、日本製品を拒否するのは女性よりも男性、中高年層よりも若者(20-29歳)で多いという傾向がみられる。

### 外国の製品のイメージ(Q6)

日本製品の個別のイメージについては、それほど悪い結果ではない。「技術がすぐれている」「信頼できる」では、ドイツに次いで二番目に選択した人が多い。「革新的である」については米国が一番で日本は二番目、「デザインがよい」はイタリアが一番でやはり日本を選択した人は二番目に多い。

### 外国の映画、テレビドラマ、音楽、アニメへの接触 (Q7,8,9,10)

日本映画(DVDを含む)に過去6カ月で接触した人は27.2%であり、米国の81.0%よりもかなり低かったがヨーロッパ(25.2%)や中国(25.6%)とはほぼ同レベルであった。テレビドラマについては20.8%で、これも米国(59.9%)について高い値であった。音楽は米国(76.7%)、ヨーロッパ(29.5%)について三番目であった(20.6%)。アニメについては、米

国（40.7%）を上回り接触した人が最も多かった（55.8%）。

#### 外国の料理への好み（Q11）

日本料理（65.3%）が最も人気が高く、次いでイタリア料理（60.0%）、中国料理（52.0%）、米国料理（49.4%）という順であった。

#### 外国人の知り合いと渡航経験（Q12,13）

外国人の知り合い・友だちで最も多いのがアメリカ人（26.0%）、中国人（22.1%）、次いで日本人（21.4%）であった。訪問したことのある国で最も多いのは日本（42.3%）で、次いで中国（36.0%）、米国（グアム・サイパンを除く、18.0%）であった。

#### 観光地としての好み（Q14）

日本に観光に行きたいという回答は少ない。最も行きたいという回答が多かった国は、イタリア（39.7%）、次いで米国（35.1%）、ドイツ（31.7%）であった。

#### ナショナリズム関連意識（Q15,16）

くわしい分析結果は、後の論文で報告するが、日本関係の質問についていうと Q15-7 「日本との関係で政治的、経済的損害を甘受しながらも我が国が独島（ドクト）を守ること」に対して 84.9%が「望ましい」と肯定している。Q16 は全てナショナリズム意識に関係した質問項目であるが、すべての質問で肯定（「非常にそうだ」＋「大体そうだ」）が否定（「そうではない」＋「全くそうではない」）を上回っている。

注 本調査は平成 23 年度科学研究費補助金基盤（B）『日中の相互国家イメージと「国家ブランディング」の可能性—中国と日本での実証研究』（No. 22330051 代表石井健一）による。

#### 謝辞

本研究の企画にあたって電通の丸岡吉人氏より貴重な示唆をいただいた。厚く感謝の意を表したい。

#### 引用文献

Aaker J.L. (1997) Dimensions of Brand Personality. *Journal of Marketing Research* 34: 347–356.

D'Astous A. & Boujbel L. (2007) Positioning countries on personality dimensions: Scale development and implications for country marketing. *Journal of Business*

- Research* 60, 231–239.
- Cuddy, A.J.C., Fiske, S.T., Kwan, V.S.Y., Glick, P., Demoulin, S., Leyens, J-P, Bond, M. H., Croizet, J-C., Ellemers, N., Sleebos, E., Htun, T.T., Kim, H-J., Maio, G., Perry, J., Petkova, K., Todorov, V., Rodríguez-Bailo, R., Morales, E., Moya, M., Palacios M., Smith, V., Perez, R., Vala, J. and Ziegler, R. (2009) Stereotype content model across cultures: Towards universal similarities and some differences. *British Journal of Social Psychology* 48: 1–33.
- Fiske, S.T., Cuddy, A.J.C., and Glick P. (2006) Universal Dimensions of Social Cognition: Warmth and Competence. *Trends in Cognitive Science* 11(2): 78–83.
- Ishii, K. (2012). Nationalism, Materialism, and Preferences for the US and East Asian Countries in Japan. *Electronic Journal Of Contemporary Japanese Studies* 12(1): <http://www.japanesestudies.org.uk/ejcs/vol12/iss1/ishii.html>.
- 石井健一・渡邊聡(2012), 国家イメージと原産地効果～国家ブランディングの効果測定, 日本社会心理学会 2012 年度第 53 回大会発表論文集
- 外務省 (2013) Pop Culture Diplomacy,  
<http://www.mofa.go.jp/policy/culture/exchange/pop/index.html>
- Nye, J. S. (2004) *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. Maryland: The Sagalyn Leterary Agency.
- 渡邊聡・石井健一(2012), 韓流と国家イメージ～ナショナリズム的態度との関係, 国際関係・比較文化研究, 11(1)

主要な集計結果（以下、N(=回答者数)を除いて記載の数字は回答者の該当する層別における回答%である）

Q1 あなたは以下の国が好きですか。各々、あてはまるものを選んでください。（それぞれひとつだけ）

	全体						男性						女性					
	1	2	3	4	5	N	1	2	3	4	5	N	1	2	3	4	5	N
	1	2	3	4	5	N	1	2	3	4	5	N	1	2	3	4	5	N
	1	2	3	4	5	N	1	2	3	4	5	N	1	2	3	4	5	N
	1	2	3	4	5	N	1	2	3	4	5	N	1	2	3	4	5	N
	1	2	3	4	5	N	1	2	3	4	5	N	1	2	3	4	5	N
Q1_1 中国 - 好きな程度	1.5	12.9	44.8	35.4	5.4	960	1.9	16.3	40.6	36.3	5.0	480	1.0	9.6	49.0	34.6	5.8	480
Q1_2 米国 - 好きな程度	3.6	39.1	46.0	9.9	1.4	960	5.2	41.5	41.3	9.6	2.5	480	2.1	36.7	50.8	10.2	0.2	480
Q1_3 日本 - 好きな程度	0.5	14.1	33.0	35.8	16.6	960	0.6	14.4	32.3	34.8	17.9	480	0.4	13.8	33.8	36.9	15.2	480
Q1_4 イタリア - 好きな程度	3.2	33.2	55.1	7.6	0.8	960	2.5	28.3	58.3	9.6	1.3	480	4.0	38.1	51.9	5.6	0.4	480
Q1_5 ベトナム - 好きな程度	0.6	17.4	60.5	20.0	1.5	960	1.3	23.3	59.2	14.8	1.5	480	0.0	11.5	61.9	25.2	1.5	480
Q1_6 ドイツ - 好きな程度	7.3	46.8	41.0	4.4	0.5	960	9.8	53.3	33.5	2.9	0.4	480	4.8	40.2	48.5	5.8	0.6	480
Q1_7 インド - 好きな程度	1.5	20.2	60.5	15.4	2.4	960	1.9	19.8	62.5	13.8	2.1	480	1.0	20.6	58.5	17.1	2.7	480

	20-29歳						30-39歳						40-49歳						50-59歳					
	1	2	3	4	5	N	1	2	3	4	5	N	1	2	3	4	5	N	1	2	3	4	5	N
	1	2	3	4	5	N	1	2	3	4	5	N	1	2	3	4	5	N	1	2	3	4	5	N
	1	2	3	4	5	N	1	2	3	4	5	N	1	2	3	4	5	N	1	2	3	4	5	N
	1	2	3	4	5	N	1	2	3	4	5	N	1	2	3	4	5	N	1	2	3	4	5	N
Q1_1 中国 - 好きな程度	2.1	12.5	35.0	40.0	10.4	240	0.0	9.2	46.3	39.6	5.0	240	0.8	15.8	46.7	32.1	4.6	240	2.9	14.2	51.3	30.0	1.7	240
Q1_2 米国 - 好きな程度	4.6	42.9	42.1	8.3	2.1	240	2.9	32.1	54.6	8.3	2.1	240	2.1	37.5	46.7	12.5	1.3	240	5.0	43.8	40.8	10.4	0.0	240
Q1_3 日本 - 好きな程度	0.8	22.9	24.2	32.9	19.2	240	0.0	15.4	39.2	30.0	15.4	240	0.4	8.3	34.6	40.0	16.7	240	0.8	9.6	34.2	40.4	15.0	240
Q1_4 イタリア - 好きな程度	6.7	34.2	50.0	7.9	1.3	240	2.5	36.3	53.3	7.5	0.4	240	1.3	30.8	57.9	8.3	1.7	240	2.5	31.7	59.2	6.7	0.0	240
Q1_5 ベトナム - 好きな程度	0.0	13.8	60.0	22.9	3.3	240	0.4	12.9	65.0	20.8	0.8	240	1.3	21.3	59.2	17.9	0.4	240	0.8	21.7	57.9	18.3	1.3	240
Q1_6 ドイツ - 好きな程度	10.8	43.8	40.0	4.6	0.8	240	6.3	43.8	45.4	3.8	0.8	240	5.4	46.7	44.6	2.9	0.4	240	6.7	52.9	34.2	6.3	0.0	240
Q1_7 インド - 好きな程度	1.3	22.9	59.2	13.8	2.9	240	1.7	17.5	61.7	16.3	2.9	240	0.8	21.7	59.2	15.4	2.9	240	2.1	18.8	62.1	16.3	0.8	240

Q2 あなたは中国についてどんなイメージを持っていますか。以下の各項目について、あてはまる程度を選んでください。(それぞれひとつだけ)

	中国																	
	全体						男性						女性					
	1	2	3	4	5	N	1	2	3	4	5	N	1	2	3	4	5	N
	非常にそう	だいた いそう	普通 である	あまり そうで はな い	全くそ うでは ない		非常にそう	だいた いそう	普通 である	あまり そうで はな い	全くそ うでは ない		非常にそう	だいた いそう	普通 である	あまり そうで はな い	全くそ うでは ない	
Q2A_1 堅実な	0.4	13.3	38.3	43.3	4.6	240	0.8	18.3	35.8	40.0	5.0	120	0.0	8.3	40.8	46.7	4.2	120
Q2A_2 正直な	0.4	2.1	21.3	56.3	20.0	240	0.8	3.3	19.2	58.3	18.3	120	0.0	0.8	23.3	54.2	21.7	120
Q2A_3 健全な	0.4	3.3	28.3	55.0	12.9	240	0.8	4.2	25.8	56.7	12.5	120	0.0	2.5	30.8	53.3	13.3	120
Q2A_4 励ましてくれる	1.3	17.1	32.5	41.7	7.5	240	1.7	18.3	30.8	44.2	5.0	120	0.8	15.8	34.2	39.2	10.0	120
Q2A_5 憧れる	0.8	5.0	20.0	45.8	28.3	240	0.8	6.7	16.7	46.7	29.2	120	0.8	3.3	23.3	45.0	27.5	120
Q2A_6 勇気がある	3.8	15.8	38.3	34.6	7.5	240	5.0	16.7	38.3	31.7	8.3	120	2.5	15.0	38.3	37.5	6.7	120
Q2A_7 想像力がある	3.3	17.9	40.8	29.2	8.8	240	2.5	23.3	35.8	31.7	6.7	120	4.2	12.5	45.8	26.7	10.8	120
Q2A_8 斬新的な	1.7	6.7	30.0	45.0	16.7	240	1.7	8.3	21.7	50.8	17.5	120	1.7	5.0	38.3	39.2	15.8	120
Q2A_9 信頼できる	0.4	0.8	18.8	48.8	31.3	240	0.8	1.7	14.2	55.0	28.3	120	0.0	0.0	23.3	42.5	34.2	120
Q2A_10 知性がある	0.4	7.9	35.4	40.8	15.4	240	0.8	11.7	31.7	39.2	16.7	120	0.0	4.2	39.2	42.5	14.2	120
Q2A_11 成功した	8.3	30.4	40.4	18.3	2.5	240	9.2	28.3	39.2	20.8	2.5	120	7.5	32.5	41.7	15.8	2.5	120
Q2A_12 上流の	2.9	10.4	40.4	39.2	7.1	240	3.3	10.0	30.8	47.5	8.3	120	2.5	10.8	50.0	30.8	5.8	120
Q2A_13 魅力がある	3.3	21.3	30.4	40.0	5.0	240	5.0	25.0	26.7	36.7	6.7	120	1.7	17.5	34.2	43.3	3.3	120
Q2A_14 カッコいい	0.8	7.9	32.1	48.3	10.8	240	0.8	10.8	30.8	45.8	11.7	120	0.8	5.0	33.3	50.8	10.0	120
Q2A_15 頑健な	4.2	27.5	37.5	25.0	5.8	240	3.3	26.7	34.2	28.3	7.5	120	5.0	28.3	40.8	21.7	4.2	120
Q2A_16 アウトドア派	2.1	34.2	41.7	19.2	2.9	240	1.7	31.7	40.0	23.3	3.3	120	2.5	36.7	43.3	15.0	2.5	120
Q2A_17 暖かい	0.0	6.3	27.9	55.4	10.4	240	0.0	8.3	21.7	55.8	14.2	120	0.0	4.2	34.2	55.0	6.7	120
Q2A_18 誠実な	0.0	9.6	33.8	42.9	13.8	240	0.0	10.8	25.8	45.8	17.5	120	0.0	8.3	41.7	40.0	10.0	120
Q2A_19 親しみのある	0.4	12.9	32.5	42.1	12.1	240	0.8	11.7	28.3	45.0	14.2	120	0.0	14.2	36.7	39.2	10.0	120
Q2A_20 有能な	1.3	13.3	43.8	33.8	7.9	240	0.8	15.8	40.8	33.3	9.2	120	1.7	10.8	46.7	34.2	6.7	120
Q2A_21 自信がある	5.8	25.0	37.5	25.8	5.8	240	5.8	25.8	32.5	28.3	7.5	120	5.8	24.2	42.5	23.3	4.2	120
Q2A_22 先進的な	0.4	9.2	33.3	45.8	11.3	240	0.0	9.2	25.8	49.2	15.8	120	0.8	9.2	40.8	42.5	6.7	120
Q2A_23 安全な	0.0	2.1	21.3	46.7	30.0	240	0.0	2.5	18.3	48.3	30.8	120	0.0	1.7	24.2	45.0	29.2	120
Q2A_24 親韓的な	0.0	10.8	45.4	37.1	6.7	240	0.0	10.0	38.3	42.5	9.2	120	0.0	11.7	52.5	31.7	4.2	120
Q2A_25 伝統的な	7.1	40.4	32.9	17.9	1.7	240	6.7	48.3	27.5	16.7	0.8	120	7.5	32.5	38.3	19.2	2.5	120



Q2 あなたは米国についてどんなイメージを持っていますか。以下の各項目について、あてはまる程度を選んでください。(それぞれひとつだけ)

米国																		
	全体						男性						女性					
	1	2	3	4	5	N	1	2	3	4	5	N	1	2	3	4	5	N
	非常にそう	だいた	いそう	普通	である		非常にそう	だいた	いそう	普通	である		非常にそう	だいた	いそう	普通	である	
				あまり	そう	全くそ				あまり	そう	全くそ				あまり	そう	全くそ
				はな	うでは	ない				はな	うでは	ない				はな	うでは	ない
Q2B_1 堅実な	7.5	51.3	28.8	11.3	1.3	240	14.2	52.5	20.8	11.7	0.8	120	0.8	50.0	36.7	10.8	1.7	120
Q2B_2 正直な	1.7	29.2	47.9	18.3	2.9	240	3.3	30.8	46.7	16.7	2.5	120	0.0	27.5	49.2	20.0	3.3	120
Q2B_3 健全な	0.4	21.7	43.8	29.2	5.0	240	0.8	26.7	45.0	23.3	4.2	120	0.0	16.7	42.5	35.0	5.8	120
Q2B_4 励ましてくれる	6.3	40.0	40.4	11.7	1.7	240	9.2	39.2	35.8	14.2	1.7	120	3.3	40.8	45.0	9.2	1.7	120
Q2B_5 憧れる	5.8	33.8	41.3	15.0	4.2	240	7.5	33.3	35.8	18.3	5.0	120	4.2	34.2	46.7	11.7	3.3	120
Q2B_6 勇気がある	9.2	43.8	38.3	7.5	1.3	240	12.5	44.2	32.5	10.0	0.8	120	5.8	43.3	44.2	5.0	1.7	120
Q2B_7 想像力がある	14.2	52.1	29.2	4.2	0.4	240	17.5	46.7	30.8	5.0	0.0	120	10.8	57.5	27.5	3.3	0.8	120
Q2B_8 斬新的な	6.3	35.8	42.9	14.2	0.8	240	5.8	31.7	43.3	18.3	0.8	120	6.7	40.0	42.5	10.0	0.8	120
Q2B_9 信頼できる	4.6	35.8	41.3	15.8	2.5	240	7.5	37.5	35.0	17.5	2.5	120	1.7	34.2	47.5	14.2	2.5	120
Q2B_10 知性がある	4.6	44.6	42.1	7.5	1.3	240	8.3	44.2	37.5	9.2	0.8	120	0.8	45.0	46.7	5.8	1.7	120
Q2B_11 成功した	23.3	53.8	17.5	5.0	0.4	240	31.7	46.7	15.8	5.8	0.0	120	15.0	60.8	19.2	4.2	0.8	120
Q2B_12 上流の	18.8	51.7	23.3	5.4	0.8	240	25.0	44.2	23.3	6.7	0.8	120	12.5	59.2	23.3	4.2	0.8	120
Q2B_13 魅力がある	8.3	54.6	30.0	6.3	0.8	240	11.7	48.3	30.8	8.3	0.8	120	5.0	60.8	29.2	4.2	0.8	120
Q2B_14 カッコいい	5.8	49.6	36.7	6.3	1.7	240	7.5	46.7	35.8	7.5	2.5	120	4.2	52.5	37.5	5.0	0.8	120
Q2B_15 頑健な	7.9	42.1	41.3	7.9	0.8	240	13.3	41.7	35.0	9.2	0.8	120	2.5	42.5	47.5	6.7	0.8	120
Q2B_16 アウトドア派	13.3	65.0	20.0	1.7	0.0	240	14.2	61.7	21.7	2.5	0.0	120	12.5	68.3	18.3	0.8	0.0	120
Q2B_17 暖かい	2.1	16.3	53.3	23.8	4.6	240	4.2	13.3	52.5	27.5	2.5	120	0.0	19.2	54.2	20.0	6.7	120
Q2B_18 誠実な	1.3	35.4	49.6	12.5	1.3	240	1.7	35.8	45.8	15.8	0.8	120	0.8	35.0	53.3	9.2	1.7	120
Q2B_19 親しみのある	2.1	31.3	48.8	15.8	2.1	240	1.7	31.7	47.5	16.7	2.5	120	2.5	30.8	50.0	15.0	1.7	120
Q2B_20 有能な	7.9	50.8	35.8	5.0	0.4	240	11.7	45.8	33.3	8.3	0.8	120	4.2	55.8	38.3	1.7	0.0	120
Q2B_21 自信がある	16.7	57.9	22.9	2.1	0.4	240	20.8	53.3	24.2	0.8	0.8	120	12.5	62.5	21.7	3.3	0.0	120
Q2B_22 先進的な	23.3	52.1	20.8	3.3	0.4	240	28.3	48.3	18.3	4.2	0.8	120	18.3	55.8	23.3	2.5	0.0	120
Q2B_23 安全な	3.3	25.8	42.1	24.6	4.2	240	5.8	28.3	40.0	21.7	4.2	120	0.8	23.3	44.2	27.5	4.2	120
Q2B_24 親韓的な	7.5	38.3	42.9	9.6	1.7	240	11.7	44.2	32.5	10.0	1.7	120	3.3	32.5	53.3	9.2	1.7	120
Q2B_25 伝統的な	1.3	9.2	39.6	42.1	7.9	240	2.5	11.7	37.5	40.0	8.3	120	0.0	6.7	41.7	44.2	7.5	120

Q2 あなたは日本についてどんなイメージを持っていますか。以下の各項目について、あてはまる程度を選んでください。(それぞれひとつだけ)

日本																					
	全体						男性						女性								
	1	2	3	4	5	N	1	2	3	4	5	N	1	2	3	4	5	N			
	非常にそう	だいた	いそう	普通	である		非常にそう	だいた	いそう	普通	である		非常にそう	だいた	いそう	普通	である				
				あまり	そう	で	全く				あまり	そう	で	全く			あまり	そう	で	全く	
				はな	い	う	では				はな	い	う	では			はな	い	う	では	
Q2C_1 堅実な	5.4	46.3	27.9	17.1	3.3	240	5.0	51.7	25.8	14.2	3.3	120	5.8	40.8	30.0	20.0	3.3	120			
Q2C_2 正直な	2.5	25.0	21.7	34.2	16.7	240	4.2	27.5	17.5	31.7	19.2	120	0.8	22.5	25.8	36.7	14.2	120			
Q2C_3 健全な	0.8	12.5	21.3	41.7	23.8	240	0.8	14.2	18.3	41.7	25.0	120	0.8	10.8	24.2	41.7	22.5	120			
Q2C_4 励ましてくれる	0.0	5.8	30.4	47.9	15.8	240	0.0	5.0	28.3	48.3	18.3	120	0.0	6.7	32.5	47.5	13.3	120			
Q2C_5 憧れる	0.4	6.3	22.5	38.8	32.1	240	0.8	8.3	20.0	40.0	30.8	120	0.0	4.2	25.0	37.5	33.3	120			
Q2C_6 勇気がある	0.4	14.2	28.3	35.0	22.1	240	0.8	14.2	21.7	35.0	28.3	120	0.0	14.2	35.0	35.0	15.8	120			
Q2C_7 想像力がある	5.8	32.1	36.3	16.7	9.2	240	7.5	28.3	31.7	20.0	12.5	120	4.2	35.8	40.8	13.3	5.8	120			
Q2C_8 斬新的な	2.9	24.6	33.3	28.3	10.8	240	1.7	23.3	30.0	30.8	14.2	120	4.2	25.8	36.7	25.8	7.5	120			
Q2C_9 信頼できる	0.4	17.5	29.2	26.3	26.7	240	0.0	14.2	30.8	25.0	30.0	120	0.8	20.8	27.5	27.5	23.3	120			
Q2C_10 知性がある	0.4	23.3	38.8	24.6	12.9	240	0.8	23.3	37.5	23.3	15.0	120	0.0	23.3	40.0	25.8	10.8	120			
Q2C_11 成功した	5.0	37.5	36.3	15.0	6.3	240	5.8	36.7	35.8	15.8	5.8	120	4.2	38.3	36.7	14.2	6.7	120			
Q2C_12 上流の	2.1	30.0	42.1	16.7	9.2	240	3.3	27.5	42.5	16.7	10.0	120	0.8	32.5	41.7	16.7	8.3	120			
Q2C_13 魅力がある	2.9	23.8	30.8	29.2	13.3	240	2.5	23.3	27.5	29.2	17.5	120	3.3	24.2	34.2	29.2	9.2	120			
Q2C_14 カッコいい	0.8	11.3	32.1	37.1	18.8	240	0.8	12.5	28.3	35.0	23.3	120	0.8	10.0	35.8	39.2	14.2	120			
Q2C_15 頑健な	2.5	19.2	32.9	27.9	17.5	240	1.7	17.5	25.8	31.7	23.3	120	3.3	20.8	40.0	24.2	11.7	120			
Q2C_16 アウトドア派	1.3	17.9	36.7	31.7	12.5	240	0.8	15.0	30.0	35.8	18.3	120	1.7	20.8	43.3	27.5	6.7	120			
Q2C_17 暖かい	0.4	8.8	26.3	40.8	23.8	240	0.0	10.8	20.8	37.5	30.8	120	0.8	6.7	31.7	44.2	16.7	120			
Q2C_18 誠実な	7.5	47.5	25.8	10.8	8.3	240	9.2	45.8	24.2	10.8	10.0	120	5.8	49.2	27.5	10.8	6.7	120			
Q2C_19 親しみのある	1.3	14.2	37.1	27.5	20.0	240	1.7	10.8	32.5	30.8	24.2	120	0.8	17.5	41.7	24.2	15.8	120			
Q2C_20 有能な	2.5	35.8	40.0	13.8	7.9	240	3.3	34.2	35.8	16.7	10.0	120	1.7	37.5	44.2	10.8	5.8	120			
Q2C_21 自信がある	2.1	27.1	39.6	21.3	10.0	240	3.3	21.7	35.8	25.8	13.3	120	0.8	32.5	43.3	16.7	6.7	120			
Q2C_22 先進的な	5.0	37.9	32.9	15.4	8.8	240	8.3	33.3	29.2	17.5	11.7	120	1.7	42.5	36.7	13.3	5.8	120			
Q2C_23 安全な	5.0	21.7	28.8	28.8	15.8	240	7.5	25.8	28.3	21.7	16.7	120	2.5	17.5	29.2	35.8	15.0	120			
Q2C_24 親韓的な	0.4	8.8	28.3	34.2	28.3	240	0.0	8.3	28.3	33.3	30.0	120	0.8	9.2	28.3	35.0	26.7	120			
Q2C_25 伝統的な	6.7	36.7	27.1	20.4	9.2	240	5.8	37.5	27.5	18.3	10.8	120	7.5	35.8	26.7	22.5	7.5	120			

Q2 あなたはイタリアについてどんなイメージを持っていますか。以下の各項目について、あてはまる程度を選んでください。(それぞれひとつだけ)

イタリア																		
	全体						男性						女性					
	1	2	3	4	5	N	1	2	3	4	5	N	1	2	3	4	5	N
	非常にそう	だいた いそう	普通 である	あまり そうで はな い	全くそ うでは ない		非常にそう	だいた いそう	普通 である	あまり そうで はな い	全くそ うでは ない		非常にそう	だいた いそう	普通 である	あまり そうで はな い	全くそ うでは ない	
Q2D_1 堅実な	1.3	21.7	52.9	23.3	0.8	240	0.8	25.8	50.0	22.5	0.8	120	1.7	17.5	55.8	24.2	0.8	120
Q2D_2 正直な	0.0	16.3	47.9	32.1	3.8	240	0.0	17.5	45.8	31.7	5.0	120	0.0	15.0	50.0	32.5	2.5	120
Q2D_3 健全な	0.0	19.2	46.7	31.3	2.9	240	0.0	19.2	42.5	35.0	3.3	120	0.0	19.2	50.8	27.5	2.5	120
Q2D_4 励ましてくれる	3.3	32.1	45.8	18.3	0.4	240	3.3	33.3	45.0	17.5	0.8	120	3.3	30.8	46.7	19.2	0.0	120
Q2D_5 憧れる	2.9	23.8	42.1	25.8	5.4	240	3.3	18.3	43.3	30.8	4.2	120	2.5	29.2	40.8	20.8	6.7	120
Q2D_6 勇気がある	2.5	30.8	50.8	13.3	2.5	240	3.3	24.2	56.7	13.3	2.5	120	1.7	37.5	45.0	13.3	2.5	120
Q2D_7 想像力がある	5.0	49.2	38.8	6.7	0.4	240	3.3	47.5	42.5	5.8	0.8	120	6.7	50.8	35.0	7.5	0.0	120
Q2D_8 斬新的な	2.5	34.6	47.5	14.6	0.8	240	0.8	35.0	50.8	12.5	0.8	120	4.2	34.2	44.2	16.7	0.8	120
Q2D_9 信頼できる	0.8	20.0	55.8	21.3	2.1	240	0.8	22.5	51.7	23.3	1.7	120	0.8	17.5	60.0	19.2	2.5	120
Q2D_10 知性がある	1.7	37.9	51.3	8.8	0.4	240	1.7	37.5	50.0	10.8	0.0	120	1.7	38.3	52.5	6.7	0.8	120
Q2D_11 成功した	1.7	30.8	53.8	12.9	0.8	240	1.7	29.2	55.0	14.2	0.0	120	1.7	32.5	52.5	11.7	1.7	120
Q2D_12 上流の	3.3	33.8	50.0	11.3	1.7	240	2.5	32.5	50.0	13.3	1.7	120	4.2	35.0	50.0	9.2	1.7	120
Q2D_13 魅力がある	11.3	61.7	25.4	1.7	0.0	240	9.2	59.2	30.0	1.7	0.0	120	13.3	64.2	20.8	1.7	0.0	120
Q2D_14 カッコいい	10.4	58.8	29.2	1.7	0.0	240	9.2	57.5	30.8	2.5	0.0	120	11.7	60.0	27.5	0.8	0.0	120
Q2D_15 頑健な	1.7	22.9	64.6	10.4	0.4	240	2.5	20.0	67.5	9.2	0.8	120	0.8	25.8	61.7	11.7	0.0	120
Q2D_16 アウトドア派	9.6	56.7	30.4	3.3	0.0	240	12.5	49.2	35.8	2.5	0.0	120	6.7	64.2	25.0	4.2	0.0	120
Q2D_17 暖かい	0.8	31.3	54.6	12.5	0.8	240	0.0	25.8	59.2	14.2	0.8	120	1.7	36.7	50.0	10.8	0.8	120
Q2D_18 誠実な	0.0	16.7	58.8	22.5	2.1	240	0.0	13.3	61.7	24.2	0.8	120	0.0	20.0	55.8	20.8	3.3	120
Q2D_19 親しみのある	2.1	32.9	52.1	11.7	1.3	240	0.0	29.2	57.5	12.5	0.8	120	4.2	36.7	46.7	10.8	1.7	120
Q2D_20 有能な	1.7	26.7	56.7	14.6	0.4	240	1.7	26.7	59.2	12.5	0.0	120	1.7	26.7	54.2	16.7	0.8	120
Q2D_21 自信がある	3.8	42.9	47.9	5.0	0.4	240	2.5	35.8	55.8	5.0	0.8	120	5.0	50.0	40.0	5.0	0.0	120
Q2D_22 先進的な	4.2	36.3	49.2	9.2	1.3	240	2.5	33.3	58.3	5.0	0.8	120	5.8	39.2	40.0	13.3	1.7	120
Q2D_23 安全な	0.0	18.3	48.3	29.6	3.8	240	0.0	18.3	46.7	32.5	2.5	120	0.0	18.3	50.0	26.7	5.0	120
Q2D_24 親韓的な	0.0	17.5	58.3	22.9	1.3	240	0.0	14.2	68.3	16.7	0.8	120	0.0	20.8	48.3	29.2	1.7	120
Q2D_25 伝統的な	8.3	39.6	40.0	11.3	0.8	240	9.2	40.0	40.8	10.0	0.0	120	7.5	39.2	39.2	12.5	1.7	120

Q2 あなたはベトナムについてどんなイメージを持っていますか。以下の各項目について、あてはまる程度を選んでください。(それぞれひとつだけ)

ベトナム																				
	全体						男性						女性							
	1	2	3	4	5	N	1	2	3	4	5	N	1	2	3	4	5	N		
	非常にそう	だいた	いそう	普通	である		非常にそう	だいた	いそう	普通	である		非常にそう	だいた	いそう	普通	である			
				あまり	そう	で					あまり	そう	で					あまり	そう	で
				はな	う	では					はな	う	では					はな	う	では
				い	ない						い	ない						い	ない	
Q2E_1 堅実な	0.0	19.2	41.3	35.0	4.6	240	0.0	24.2	36.7	35.0	4.2	120	0.0	14.2	45.8	35.0	5.0	120		
Q2E_2 正直な	0.8	20.0	45.4	30.8	2.9	240	1.7	22.5	45.8	26.7	3.3	120	0.0	17.5	45.0	35.0	2.5	120		
Q2E_3 健全な	0.0	20.0	51.3	25.0	3.8	240	0.0	24.2	50.0	21.7	4.2	120	0.0	15.8	52.5	28.3	3.3	120		
Q2E_4 励ましてくれる	0.8	12.5	45.4	36.3	5.0	240	1.7	15.8	46.7	30.8	5.0	120	0.0	9.2	44.2	41.7	5.0	120		
Q2E_5 憧れる	0.8	3.3	20.8	53.8	21.3	240	0.8	5.8	25.8	45.8	21.7	120	0.8	0.8	15.8	61.7	20.8	120		
Q2E_6 勇気がある	2.9	16.7	43.3	33.3	3.8	240	4.2	23.3	40.0	30.0	2.5	120	1.7	10.0	46.7	36.7	5.0	120		
Q2E_7 想像力がある	0.4	9.2	41.7	44.2	4.6	240	0.8	13.3	43.3	38.3	4.2	120	0.0	5.0	40.0	50.0	5.0	120		
Q2E_8 斬新的な	0.8	7.1	38.8	47.9	5.4	240	0.8	11.7	40.0	44.2	3.3	120	0.8	2.5	37.5	51.7	7.5	120		
Q2E_9 信頼できる	0.0	9.6	42.5	40.0	7.9	240	0.0	15.8	38.3	39.2	6.7	120	0.0	3.3	46.7	40.8	9.2	120		
Q2E_10 知性がある	0.0	3.3	39.2	50.8	6.7	240	0.0	5.8	43.3	46.7	4.2	120	0.0	0.8	35.0	55.0	9.2	120		
Q2E_11 成功した	0.4	5.0	34.6	50.4	9.6	240	0.8	6.7	36.7	46.7	9.2	120	0.0	3.3	32.5	54.2	10.0	120		
Q2E_12 上流の	0.0	0.8	20.4	56.7	22.1	240	0.0	1.7	26.7	50.8	20.8	120	0.0	0.0	14.2	62.5	23.3	120		
Q2E_13 魅力がある	2.9	26.7	40.0	25.8	4.6	240	5.0	29.2	37.5	24.2	4.2	120	0.8	24.2	42.5	27.5	5.0	120		
Q2E_14 カッコいい	1.3	9.2	42.9	40.8	5.8	240	1.7	13.3	40.0	41.7	3.3	120	0.8	5.0	45.8	40.0	8.3	120		
Q2E_15 頑健な	4.2	28.3	39.6	24.6	3.3	240	5.0	32.5	35.0	24.2	3.3	120	3.3	24.2	44.2	25.0	3.3	120		
Q2E_16 アウトドア派	2.5	23.8	47.1	24.2	2.5	240	3.3	24.2	44.2	25.0	3.3	120	1.7	23.3	50.0	23.3	1.7	120		
Q2E_17 暖かい	5.0	25.4	48.3	19.2	2.1	240	8.3	21.7	50.0	17.5	2.5	120	1.7	29.2	46.7	20.8	1.7	120		
Q2E_18 誠実な	1.3	22.9	50.8	22.9	2.1	240	1.7	25.0	46.7	24.2	2.5	120	0.8	20.8	55.0	21.7	1.7	120		
Q2E_19 親しみのある	2.1	32.5	39.6	22.5	3.3	240	4.2	32.5	38.3	21.7	3.3	120	0.0	32.5	40.8	23.3	3.3	120		
Q2E_20 有能な	0.4	5.0	42.9	45.4	6.3	240	0.8	8.3	45.0	40.8	5.0	120	0.0	1.7	40.8	50.0	7.5	120		
Q2E_21 自信がある	0.8	10.8	48.3	36.3	3.8	240	1.7	14.2	50.0	30.8	3.3	120	0.0	7.5	46.7	41.7	4.2	120		
Q2E_22 先進的な	0.0	2.5	27.1	51.7	18.8	240	0.0	4.2	29.2	50.8	15.8	120	0.0	0.8	25.0	52.5	21.7	120		
Q2E_23 安全な	0.4	6.3	32.9	46.3	14.2	240	0.8	10.0	30.8	45.0	13.3	120	0.0	2.5	35.0	47.5	15.0	120		
Q2E_24 親韓的な	5.4	30.8	48.8	12.5	2.5	240	7.5	29.2	48.3	12.5	2.5	120	3.3	32.5	49.2	12.5	2.5	120		
Q2E_25 伝統的な	7.5	45.4	35.0	10.0	2.1	240	10.0	39.2	39.2	10.0	1.7	120	5.0	51.7	30.8	10.0	2.5	120		

Q2 あなたはドイツについてどんなイメージを持っていますか。以下の各項目について、あてはまる程度を選んでください。(それぞれひとつだけ)

ドイツ																					
	全体							男性							女性						
	1	2	3	4	5		N	1	2	3	4	5		N	1	2	3	4	5		N
	非常に だ	だいた いそう だ	普通 である	あまり そうで はない	全くそ うでは ない		N	非常に だ	だいた いそう だ	普通 である	あまり そうで はない	全くそ うでは ない		N	非常に だ	だいた いそう だ	普通 である	あまり そうで はない	全くそ うでは ない		N
Q2F_1 堅実な	22.1	59.6	16.3	2.1	0.0	240	27.5	55.8	15.0	1.7	0.0	120	16.7	63.3	17.5	2.5	0.0	120			
Q2F_2 正直な	14.6	55.8	26.7	2.9	0.0	240	19.2	55.8	21.7	3.3	0.0	120	10.0	55.8	31.7	2.5	0.0	120			
Q2F_3 健全な	10.4	49.6	33.3	6.7	0.0	240	14.2	44.2	33.3	8.3	0.0	120	6.7	55.0	33.3	5.0	0.0	120			
Q2F_4 励ましてくれる	10.0	48.3	36.7	5.0	0.0	240	14.2	46.7	34.2	5.0	0.0	120	5.8	50.0	39.2	5.0	0.0	120			
Q2F_5 憧れる	7.9	28.3	46.3	16.3	1.3	240	11.7	30.0	40.0	15.8	2.5	120	4.2	26.7	52.5	16.7	0.0	120			
Q2F_6 勇気がある	9.6	55.0	31.3	4.2	0.0	240	12.5	57.5	25.8	4.2	0.0	120	6.7	52.5	36.7	4.2	0.0	120			
Q2F_7 想像力がある	5.8	31.7	50.0	12.1	0.4	240	8.3	38.3	43.3	9.2	0.8	120	3.3	25.0	56.7	15.0	0.0	120			
Q2F_8 斬新的な	4.6	26.3	53.8	15.0	0.4	240	8.3	27.5	49.2	14.2	0.8	120	0.8	25.0	58.3	15.8	0.0	120			
Q2F_9 信頼できる	14.2	62.5	20.0	2.9	0.4	240	20.8	56.7	19.2	2.5	0.8	120	7.5	68.3	20.8	3.3	0.0	120			
Q2F_10 知性がある	11.7	60.0	25.8	2.5	0.0	240	16.7	53.3	27.5	2.5	0.0	120	6.7	66.7	24.2	2.5	0.0	120			
Q2F_11 成功した	16.3	61.7	20.8	1.3	0.0	240	21.7	60.8	15.0	2.5	0.0	120	10.8	62.5	26.7	0.0	0.0	120			
Q2F_12 上流の	14.6	54.2	27.9	2.9	0.4	240	18.3	54.2	24.2	2.5	0.8	120	10.8	54.2	31.7	3.3	0.0	120			
Q2F_13 魅力がある	10.4	58.8	27.5	3.3	0.0	240	15.0	55.8	26.7	2.5	0.0	120	5.8	61.7	28.3	4.2	0.0	120			
Q2F_14 カッコいい	9.2	47.5	40.4	2.9	0.0	240	12.5	45.0	39.2	3.3	0.0	120	5.8	50.0	41.7	2.5	0.0	120			
Q2F_15 頑健な	19.2	61.7	18.3	0.8	0.0	240	23.3	65.0	11.7	0.0	0.0	120	15.0	58.3	25.0	1.7	0.0	120			
Q2F_16 アウトドア派	9.6	52.5	33.3	4.2	0.4	240	15.0	50.8	30.8	3.3	0.0	120	4.2	54.2	35.8	5.0	0.8	120			
Q2F_17 暖かい	3.8	18.8	52.5	24.2	0.8	240	5.8	22.5	50.0	20.8	0.8	120	1.7	15.0	55.0	27.5	0.8	120			
Q2F_18 誠実な	15.4	52.9	30.4	1.3	0.0	240	18.3	55.8	24.2	1.7	0.0	120	12.5	50.0	36.7	0.8	0.0	120			
Q2F_19 親しみのある	4.2	25.4	54.6	15.0	0.8	240	6.7	36.7	42.5	13.3	0.8	120	1.7	14.2	66.7	16.7	0.8	120			
Q2F_20 有能な	12.5	60.0	26.3	1.3	0.0	240	18.3	58.3	20.8	2.5	0.0	120	6.7	61.7	31.7	0.0	0.0	120			
Q2F_21 自信がある	13.3	59.6	25.0	1.7	0.4	240	16.7	58.3	22.5	2.5	0.0	120	10.0	60.8	27.5	0.8	0.8	120			
Q2F_22 先進的な	17.5	58.8	20.8	2.5	0.4	240	21.7	60.8	14.2	2.5	0.8	120	13.3	56.7	27.5	2.5	0.0	120			
Q2F_23 安全な	12.9	44.6	36.7	5.4	0.4	240	16.7	43.3	34.2	5.8	0.0	120	9.2	45.8	39.2	5.0	0.8	120			
Q2F_24 親韓的な	2.5	28.8	59.6	9.2	0.0	240	4.2	34.2	53.3	8.3	0.0	120	0.8	23.3	65.8	10.0	0.0	120			
Q2F_25 伝統的な	5.8	40.0	47.1	7.1	0.0	240	9.2	40.0	45.8	5.0	0.0	120	2.5	40.0	48.3	9.2	0.0	120			

Q2 あなたはインドについてどんなイメージを持っていますか。以下の各項目について、あてはまる程度を選んでください。(それぞれひとつだけ)

	インド																	
	全体						男性						女性					
	1	2	3	4	5	N	1	2	3	4	5	N	1	2	3	4	5	N
	非常に そうだ	だいた いそう だ	普通 である	あまり そうで はない	全くそ うでは ない		非常に そうだ	だいた いそう だ	普通 である	あまり そうで はない	全くそ うでは ない		非常に そうだ	だいた いそう だ	普通 である	あまり そうで はない	全くそ うでは ない	
Q2G_1 堅実な	0.4	17.1	48.8	32.5	1.3	240	0.0	15.8	53.3	29.2	1.7	120	0.8	18.3	44.2	35.8	0.8	120
Q2G_2 正直な	0.4	22.1	44.2	31.3	2.1	240	0.0	20.0	45.0	34.2	0.8	120	0.8	24.2	43.3	28.3	3.3	120
Q2G_3 健全な	1.7	23.8	45.8	25.4	3.3	240	1.7	25.8	42.5	27.5	2.5	120	1.7	21.7	49.2	23.3	4.2	120
Q2G_4 励ましてくれる	0.8	13.3	41.3	40.8	3.8	240	0.8	10.0	44.2	41.7	3.3	120	0.8	16.7	38.3	40.0	4.2	120
Q2G_5 憧れる	0.8	6.3	32.5	47.5	12.9	240	0.8	7.5	35.0	44.2	12.5	120	0.8	5.0	30.0	50.8	13.3	120
Q2G_6 勇気がある	0.4	14.2	51.3	30.8	3.3	240	0.0	10.8	55.8	30.8	2.5	120	0.8	17.5	46.7	30.8	4.2	120
Q2G_7 想像力がある	6.7	34.2	41.7	15.4	2.1	240	7.5	33.3	40.0	17.5	1.7	120	5.8	35.0	43.3	13.3	2.5	120
Q2G_8 斬新的な	3.8	22.1	46.3	25.8	2.1	240	3.3	21.7	43.3	29.2	2.5	120	4.2	22.5	49.2	22.5	1.7	120
Q2G_9 信頼できる	2.1	10.0	56.7	25.8	5.4	240	1.7	10.8	53.3	28.3	5.8	120	2.5	9.2	60.0	23.3	5.0	120
Q2G_10 知性がある	5.0	20.4	49.6	24.2	0.8	240	5.8	23.3	47.5	23.3	0.0	120	4.2	17.5	51.7	25.0	1.7	120
Q2G_11 成功した	1.3	6.3	52.5	35.4	4.6	240	0.8	5.0	52.5	35.8	5.8	120	1.7	7.5	52.5	35.0	3.3	120
Q2G_12 上流の	0.0	4.6	35.4	51.7	8.3	240	0.0	3.3	40.8	48.3	7.5	120	0.0	5.8	30.0	55.0	9.2	120
Q2G_13 魅力がある	5.4	39.2	35.4	19.2	0.8	240	5.8	28.3	41.7	23.3	0.8	120	5.0	50.0	29.2	15.0	0.8	120
Q2G_14 カッコいい	2.1	15.0	48.8	30.8	3.3	240	3.3	10.8	47.5	34.2	4.2	120	0.8	19.2	50.0	27.5	2.5	120
Q2G_15 頑健な	1.3	14.2	53.3	29.6	1.7	240	0.8	13.3	55.0	29.2	1.7	120	1.7	15.0	51.7	30.0	1.7	120
Q2G_16 アウトドア派	0.8	17.9	50.8	26.7	3.8	240	0.8	15.0	55.8	24.2	4.2	120	0.8	20.8	45.8	29.2	3.3	120
Q2G_17 暖かい	1.7	28.3	50.0	17.9	2.1	240	1.7	25.0	50.8	20.0	2.5	120	1.7	31.7	49.2	15.8	1.7	120
Q2G_18 誠実な	1.3	22.5	55.4	20.0	0.8	240	0.8	24.2	52.5	21.7	0.8	120	1.7	20.8	58.3	18.3	0.8	120
Q2G_19 親しみのある	1.7	20.4	51.3	25.0	1.7	240	1.7	15.8	52.5	29.2	0.8	120	1.7	25.0	50.0	20.8	2.5	120
Q2G_20 有能な	2.1	17.5	49.6	28.8	2.1	240	1.7	15.8	51.7	28.3	2.5	120	2.5	19.2	47.5	29.2	1.7	120
Q2G_21 自信がある	0.8	10.0	61.7	26.3	1.3	240	0.8	9.2	60.0	28.3	1.7	120	0.8	10.8	63.3	24.2	0.8	120
Q2G_22 先進的な	0.0	5.4	42.1	46.3	6.3	240	0.0	5.0	41.7	47.5	5.8	120	0.0	5.8	42.5	45.0	6.7	120
Q2G_23 安全な	0.0	5.8	37.1	48.8	8.3	240	0.0	5.8	38.3	49.2	6.7	120	0.0	5.8	35.8	48.3	10.0	120
Q2G_24 親韓的な	0.4	13.3	61.7	22.9	1.7	240	0.8	15.0	65.0	18.3	0.8	120	0.0	11.7	58.3	27.5	2.5	120
Q2G_25 伝統的な	18.3	53.8	23.3	4.2	0.4	240	19.2	49.2	25.8	5.0	0.8	120	17.5	58.3	20.8	3.3	0.0	120

Q2 あなたは韓国についてどんなイメージを持っていますか。以下の各項目について、あてはまる程度を選んでください。(それぞれひとつだけ)

韓国																		
	全体						男性						女性					
	1	2	3	4	5	N	1	2	3	4	5	N	1	2	3	4	5	N
	非常に だ	だいた いそう だ	普通 である	あまり そうで はない	全くそ うでは ない		非常に だ	だいた いそう だ	普通 である	あまり そうで はない	全くそ うでは ない		非常に だ	だいた いそう だ	普通 である	あまり そうで はない	全くそ うでは ない	
Q2H_1 堅実な	4.2	56.7	30.8	8.3	0.0	240	4.2	55.8	31.7	8.3	0.0	120	4.2	57.5	30.0	8.3	0.0	120
Q2H_2 正直な	0.4	24.2	42.9	28.3	4.2	240	0.8	20.8	43.3	30.0	5.0	120	0.0	27.5	42.5	26.7	3.3	120
Q2H_3 健全な	1.3	24.2	38.8	32.1	3.8	240	1.7	18.3	40.8	36.7	2.5	120	0.8	30.0	36.7	27.5	5.0	120
Q2H_4 励ましてくれる	4.6	44.6	36.3	14.2	0.4	240	5.8	43.3	39.2	11.7	0.0	120	3.3	45.8	33.3	16.7	0.8	120
Q2H_5 憧れる	1.3	20.0	50.0	27.1	1.7	240	0.8	25.0	46.7	26.7	0.8	120	1.7	15.0	53.3	27.5	2.5	120
Q2H_6 勇気がある	5.8	35.4	38.8	18.3	1.7	240	5.0	35.8	36.7	20.0	2.5	120	6.7	35.0	40.8	16.7	0.8	120
Q2H_7 想像力がある	7.9	41.3	36.3	12.5	2.1	240	9.2	39.2	37.5	12.5	1.7	120	6.7	43.3	35.0	12.5	2.5	120
Q2H_8 斬新的な	3.8	35.4	43.3	16.7	0.8	240	3.3	30.8	46.7	19.2	0.0	120	4.2	40.0	40.0	14.2	1.7	120
Q2H_9 信頼できる	2.1	32.9	45.8	16.7	2.5	240	2.5	30.0	43.3	21.7	2.5	120	1.7	35.8	48.3	11.7	2.5	120
Q2H_10 知性がある	8.3	43.3	36.7	11.7	0.0	240	8.3	42.5	33.3	15.8	0.0	120	8.3	44.2	40.0	7.5	0.0	120
Q2H_11 成功した	13.3	49.2	29.2	7.9	0.4	240	15.8	45.8	25.8	11.7	0.8	120	10.8	52.5	32.5	4.2	0.0	120
Q2H_12 上流の	2.9	23.3	54.2	18.3	1.3	240	1.7	29.2	41.7	25.0	2.5	120	4.2	17.5	66.7	11.7	0.0	120
Q2H_13 魅力がある	6.7	48.8	37.1	7.5	0.0	240	4.2	50.0	36.7	9.2	0.0	120	9.2	47.5	37.5	5.8	0.0	120
Q2H_14 カッコいい	6.7	42.5	43.3	7.5	0.0	240	5.8	45.8	38.3	10.0	0.0	120	7.5	39.2	48.3	5.0	0.0	120
Q2H_15 頑健な	15.8	55.8	23.3	4.6	0.4	240	12.5	55.8	25.0	5.8	0.8	120	19.2	55.8	21.7	3.3	0.0	120
Q2H_16 アウトドア派	12.5	57.5	26.3	3.8	0.0	240	12.5	57.5	25.8	4.2	0.0	120	12.5	57.5	26.7	3.3	0.0	120
Q2H_17 暖かい	3.3	52.5	34.2	8.8	1.3	240	1.7	57.5	27.5	11.7	1.7	120	5.0	47.5	40.8	5.8	0.8	120
Q2H_18 誠実な	12.1	59.6	22.9	5.4	0.0	240	8.3	65.8	20.0	5.8	0.0	120	15.8	53.3	25.8	5.0	0.0	120
Q2H_19 親しみのある	7.5	55.8	31.3	5.4	0.0	240	2.5	60.0	30.0	7.5	0.0	120	12.5	51.7	32.5	3.3	0.0	120
Q2H_20 有能な	10.8	51.3	33.8	4.2	0.0	240	9.2	53.3	30.8	6.7	0.0	120	12.5	49.2	36.7	1.7	0.0	120
Q2H_21 自信がある	8.8	48.8	36.3	6.3	0.0	240	7.5	51.7	35.0	5.8	0.0	120	10.0	45.8	37.5	6.7	0.0	120
Q2H_22 先進的な	5.0	37.1	45.0	11.7	1.3	240	2.5	38.3	43.3	14.2	1.7	120	7.5	35.8	46.7	9.2	0.8	120
Q2H_23 安全な	6.7	40.8	35.0	16.7	0.8	240	8.3	41.7	30.8	18.3	0.8	120	5.0	40.0	39.2	15.0	0.8	120
Q2H_24 伝統的な	7.1	42.5	38.8	10.0	1.7	240	5.8	45.8	36.7	10.0	1.7	120	8.3	39.2	40.8	10.0	1.7	120

Q3 それでは[国名]製の商品についてどう思いますか。以下の商品について、あてはまるものを選んでください。(それぞれひとつだけ)

	全体						男性						女性					
	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5		1	2	3	4	5	
	絶対 に買 いた く な い	あ ま り 買 い た く な い	普 通	ど ち ら か と 言 う と 買 い た い	非 常 に 買 い た い	N	絶対 に買 いた く な い	あ ま り 買 い た く な い	普 通	ど ち ら か と 言 う と 買 い た い	非 常 に 買 い た い	N	絶対 に買 いた く な い	あ ま り 買 い た く な い	普 通	ど ち ら か と 言 う と 買 い た い	非 常 に 買 い た い	N
Q3A_1 中国_1)革靴	18.8	62.1	15.0	2.9	1.3	240	20.8	60.0	15.0	3.3	0.8	120	16.7	64.2	15.0	2.5	1.7	120
Q3A_2 中国_2)コンピュータ(PC)	30.8	52.9	12.1	2.9	1.3	240	30.0	51.7	13.3	4.2	0.8	120	31.7	54.2	10.8	1.7	1.7	120
Q3A_3 中国_3)映画(DVD)	24.2	43.8	23.3	7.1	1.7	240	30.8	42.5	20.0	5.0	1.7	120	17.5	45.0	26.7	9.2	1.7	120
Q3A_4 中国_4)シャツ	21.7	52.1	20.0	4.6	1.7	240	24.2	50.8	19.2	4.2	1.7	120	19.2	53.3	20.8	5.0	1.7	120
Q3A_5 中国_5)自動車	39.2	47.9	9.6	1.7	1.7	240	45.8	42.5	9.2	0.8	1.7	120	32.5	53.3	10.0	2.5	1.7	120
Q3A_6 中国_6)ミネラルウォーター	50.0	37.5	8.8	2.5	1.3	240	53.3	35.8	8.3	1.7	0.8	120	46.7	39.2	9.2	3.3	1.7	120
Q3B_1 米国_1)革靴	0.8	15.4	46.7	36.3	0.8	240	0.8	17.5	50.8	30.8	0.0	120	0.8	13.3	42.5	41.7	1.7	120
Q3B_2 米国_2)コンピュータ(PC)	0.8	13.8	45.8	35.0	4.6	240	1.7	14.2	49.2	30.0	5.0	120	0.0	13.3	42.5	40.0	4.2	120
Q3B_3 米国_3)映画(DVD)	0.8	7.9	33.3	51.7	6.3	240	0.0	4.2	35.8	50.0	10.0	120	1.7	11.7	30.8	53.3	2.5	120
Q3B_4 米国_4)シャツ	0.4	15.4	45.4	35.8	2.9	240	0.8	16.7	50.8	28.3	3.3	120	0.0	14.2	40.0	43.3	2.5	120
Q3B_5 米国_5)自動車	2.1	14.2	33.8	42.5	7.5	240	2.5	18.3	32.5	37.5	9.2	120	1.7	10.0	35.0	47.5	5.8	120
Q3B_6 米国_6)ミネラルウォーター	3.3	23.3	49.6	20.8	2.9	240	2.5	25.0	51.7	16.7	4.2	120	4.2	21.7	47.5	25.0	1.7	120
Q3C_1 日本_1)革靴	13.3	33.3	37.5	15.4	0.4	240	15.8	30.0	42.5	11.7	0.0	120	10.8	36.7	32.5	19.2	0.8	120
Q3C_2 日本_2)コンピュータ(PC)	14.2	29.6	37.9	16.7	1.7	240	17.5	26.7	39.2	14.2	2.5	120	10.8	32.5	36.7	19.2	0.8	120
Q3C_3 日本_3)映画(DVD)	17.9	31.3	34.2	14.6	2.1	240	17.5	31.7	35.8	12.5	2.5	120	18.3	30.8	32.5	16.7	1.7	120
Q3C_4 日本_4)シャツ	12.9	33.8	40.8	12.5	0.0	240	15.8	33.3	39.2	11.7	0.0	120	10.0	34.2	42.5	13.3	0.0	120
Q3C_5 日本_5)自動車	11.3	16.3	29.6	36.7	6.3	240	12.5	13.3	30.0	36.7	7.5	120	10.0	19.2	29.2	36.7	5.0	120
Q3C_6 日本_6)ミネラルウォーター	32.1	32.5	27.1	7.5	0.8	240	30.8	36.7	25.0	6.7	0.8	120	33.3	28.3	29.2	8.3	0.8	120



Q3 それでは[国名]製の商品についてどう思いますか。以下の商品について、あてはまるものを選んでください。(それぞれひとつだけ)

	全体						男性						女性						
	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5		1	2	3	4	5		
	絶対 に買 いた く な い	あ ま り 買 い た く な い	普 通	ど ち ら か と 言 う と 買 い た い	非 常 に 買 い た い	N	絶対 に買 いた く な い	あ ま り 買 い た く な い	普 通	ど ち ら か と 言 う と 買 い た い	非 常 に 買 い た い	N	絶対 に買 いた く な い	あ ま り 買 い た く な い	普 通	ど ち ら か と 言 う と 買 い た い	非 常 に 買 い た い	N	
Q3D_1	イタリア_1)革靴	0.8	6.7	30.0	51.7	10.8	240	1.7	7.5	33.3	48.3	9.2	120	0.0	5.8	26.7	55.0	12.5	120
Q3D_2	イタリア_2)コンピュータ(PC)	6.3	52.9	37.9	2.9	0.0	240	7.5	51.7	38.3	2.5	0.0	120	5.0	54.2	37.5	3.3	0.0	120
Q3D_3	イタリア_3)映画(DVD)	5.4	35.0	50.0	9.6	0.0	240	7.5	36.7	49.2	6.7	0.0	120	3.3	33.3	50.8	12.5	0.0	120
Q3D_4	イタリア_4)シャツ	0.4	9.6	37.9	44.2	7.9	240	0.8	8.3	40.0	43.3	7.5	120	0.0	10.8	35.8	45.0	8.3	120
Q3D_5	イタリア_5)自動車	2.1	29.2	42.9	19.2	6.7	240	1.7	25.8	40.8	23.3	8.3	120	2.5	32.5	45.0	15.0	5.0	120
Q3D_6	イタリア_6)ミネラルウォーター	6.3	29.6	53.8	9.2	1.3	240	4.2	25.8	62.5	7.5	0.0	120	8.3	33.3	45.0	10.8	2.5	120
Q3E_1	ベトナム_1)革靴	8.8	52.9	34.2	4.2	0.0	240	10.0	50.0	35.8	4.2	0.0	120	7.5	55.8	32.5	4.2	0.0	120
Q3E_2	ベトナム_2)コンピュータ(PC)	20.8	57.9	16.7	3.8	0.8	240	23.3	55.0	19.2	1.7	0.8	120	18.3	60.8	14.2	5.8	0.8	120
Q3E_3	ベトナム_3)映画(DVD)	15.0	55.4	23.3	5.8	0.4	240	16.7	53.3	23.3	5.8	0.8	120	13.3	57.5	23.3	5.8	0.0	120
Q3E_4	ベトナム_4)シャツ	11.7	48.8	31.7	7.5	0.4	240	13.3	37.5	40.0	8.3	0.8	120	10.0	60.0	23.3	6.7	0.0	120
Q3E_5	ベトナム_5)自動車	25.8	59.6	10.4	3.8	0.4	240	29.2	55.8	12.5	1.7	0.8	120	22.5	63.3	8.3	5.8	0.0	120
Q3E_6	ベトナム_6)ミネラルウォーター	21.3	54.6	19.6	4.2	0.4	240	23.3	53.3	21.7	0.8	0.8	120	19.2	55.8	17.5	7.5	0.0	120
Q3F_1	ドイツ_1)革靴	0.0	8.8	42.5	42.9	5.8	240	0.0	10.0	42.5	40.0	7.5	120	0.0	7.5	42.5	45.8	4.2	120
Q3F_2	ドイツ_2)コンピュータ(PC)	0.4	15.4	62.1	19.2	2.9	240	0.8	16.7	63.3	14.2	5.0	120	0.0	14.2	60.8	24.2	0.8	120
Q3F_3	ドイツ_3)映画(DVD)	0.8	19.6	60.4	17.9	1.3	240	0.8	22.5	56.7	18.3	1.7	120	0.8	16.7	64.2	17.5	0.8	120
Q3F_4	ドイツ_4)シャツ	0.0	12.9	54.2	30.8	2.1	240	0.0	13.3	56.7	27.5	2.5	120	0.0	12.5	51.7	34.2	1.7	120
Q3F_5	ドイツ_5)自動車	0.8	5.4	11.7	42.9	39.2	240	0.8	5.0	8.3	39.2	46.7	120	0.8	5.8	15.0	46.7	31.7	120
Q3F_6	ドイツ_6)ミネラルウォーター	2.5	17.9	55.0	23.3	1.3	240	3.3	20.0	55.0	20.0	1.7	120	1.7	15.8	55.0	26.7	0.8	120
Q3G_1	インド_1)革靴	5.8	54.6	34.6	5.0	0.0	240	7.5	54.2	35.0	3.3	0.0	120	4.2	55.0	34.2	6.7	0.0	120
Q3G_2	インド_2)コンピュータ(PC)	12.5	47.5	31.3	8.8	0.0	240	10.8	53.3	32.5	3.3	0.0	120	14.2	41.7	30.0	14.2	0.0	120
Q3G_3	インド_3)映画(DVD)	5.8	35.0	43.8	14.6	0.8	240	6.7	35.0	49.2	8.3	0.8	120	5.0	35.0	38.3	20.8	0.8	120
Q3G_4	インド_4)シャツ	5.8	51.3	37.1	5.8	0.0	240	6.7	49.2	40.0	4.2	0.0	120	5.0	53.3	34.2	7.5	0.0	120
Q3G_5	インド_5)自動車	17.1	55.0	24.2	3.8	0.0	240	17.5	56.7	24.2	1.7	0.0	120	16.7	53.3	24.2	5.8	0.0	120
Q3G_6	インド_6)ミネラルウォーター	26.7	48.8	20.8	3.3	0.4	240	24.2	49.2	25.0	0.8	0.8	120	29.2	48.3	16.7	5.8	0.0	120
Q3H_1	韓国_1)革靴	0.4	1.7	25.8	66.3	5.8	240	0.8	2.5	25.8	67.5	3.3	120	0.0	0.8	25.8	65.0	8.3	120
Q3H_2	韓国_2)コンピュータ(PC)	0.4	1.3	9.6	62.1	26.7	240	0.8	0.8	10.0	63.3	25.0	120	0.0	1.7	9.2	60.8	28.3	120
Q3H_3	韓国_3)映画(DVD)	0.4	5.8	33.8	48.8	11.3	240	0.8	6.7	35.0	43.3	14.2	120	0.0	5.0	32.5	54.2	8.3	120
Q3H_4	韓国_4)シャツ	0.4	3.3	26.7	59.6	10.0	240	0.8	4.2	28.3	57.5	9.2	120	0.0	2.5	25.0	61.7	10.8	120
Q3H_5	韓国_5)自動車	1.7	8.3	19.2	57.1	13.8	240	3.3	11.7	23.3	50.0	11.7	120	0.0	5.0	15.0	64.2	15.8	120
Q3H_6	韓国_6)ミネラルウォーター	1.3	6.3	36.7	46.7	9.2	240	2.5	5.0	35.0	49.2	8.3	120	0.0	7.5	38.3	44.2	10.0	120

Q3 それでは[国名]製の商品についてどう思いますか。以下の商品について、あてはまるものを選んでください。(それぞれひとつだけ)

	20-29歳						30-39歳						40-49歳						50-59歳					
	1	2	3	4	5	N	1	2	3	4	5	N	1	2	3	4	5	N	1	2	3	4	5	N
	絶対 に買 いた く な い	あ ま り 買 い た く な い	普 通	ど ち ら か と 言 う と 買 い た い	非 常 に 買 い た い		絶対 に買 いた く な い	あ ま り 買 い た く な い	普 通	ど ち ら か と 言 う と 買 い た い	非 常 に 買 い た い		絶対 に買 いた く な い	あ ま り 買 い た く な い	普 通	ど ち ら か と 言 う と 買 い た い	非 常 に 買 い た い		絶対 に買 いた く な い	あ ま り 買 い た く な い	普 通	ど ち ら か と 言 う と 買 い た い	非 常 に 買 い た い	
Q3A_1 中国_1)革靴	23.3	50.0	18.3	3.3	5.0	60	13.3	73.3	10.0	3.3	0.0	60	26.7	56.7	15.0	1.7	0.0	60	11.7	68.3	16.7	3.3	0.0	60
Q3A_2 中国_2)コンピュータ(PC)	41.7	38.3	13.3	1.7	5.0	60	28.3	56.7	10.0	5.0	0.0	60	33.3	55.0	8.3	3.3	0.0	60	20.0	61.7	16.7	1.7	0.0	60
Q3A_3 中国_3)映画(DVD)	30.0	33.3	26.7	5.0	5.0	60	25.0	53.3	15.0	5.0	1.7	60	28.3	43.3	25.0	3.3	0.0	60	13.3	45.0	26.7	15.0	0.0	60
Q3A_4 中国_4)シャツ	26.7	38.3	23.3	6.7	5.0	60	20.0	63.3	10.0	5.0	1.7	60	21.7	50.0	23.3	5.0	0.0	60	18.3	56.7	23.3	1.7	0.0	60
Q3A_5 中国_5)自動車	46.7	36.7	8.3	3.3	5.0	60	43.3	50.0	5.0	0.0	1.7	60	38.3	45.0	13.3	3.3	0.0	60	28.3	60.0	11.7	0.0	0.0	60
Q3A_6 中国_6)ミネラルウォーター	55.0	26.7	10.0	3.3	5.0	60	55.0	41.7	1.7	1.7	0.0	60	50.0	33.3	13.3	3.3	0.0	60	40.0	48.3	10.0	1.7	0.0	60
Q3B_1 米国_1)革靴	0.0	20.0	41.7	35.0	3.3	60	0.0	10.0	48.3	41.7	0.0	60	3.3	11.7	45.0	40.0	0.0	60	0.0	20.0	51.7	28.3	0.0	60
Q3B_2 米国_2)コンピュータ(PC)	3.3	10.0	46.7	31.7	8.3	60	0.0	11.7	43.3	36.7	8.3	60	0.0	10.0	46.7	43.3	0.0	60	0.0	23.3	46.7	28.3	1.7	60
Q3B_3 米国_3)映画(DVD)	0.0	5.0	38.3	50.0	6.7	60	1.7	6.7	21.7	61.7	8.3	60	1.7	6.7	33.3	53.3	5.0	60	0.0	13.3	40.0	41.7	5.0	60
Q3B_4 米国_4)シャツ	1.7	13.3	38.3	40.0	6.7	60	0.0	10.0	48.3	40.0	1.7	60	0.0	10.0	51.7	36.7	1.7	60	0.0	28.3	43.3	26.7	1.7	60
Q3B_5 米国_5)自動車	0.0	13.3	36.7	38.3	11.7	60	1.7	15.0	40.0	35.0	8.3	60	3.3	8.3	30.0	53.3	5.0	60	3.3	20.0	28.3	43.3	5.0	60
Q3B_6 米国_6)ミネラルウォーター	1.7	30.0	46.7	18.3	3.3	60	5.0	18.3	61.7	13.3	1.7	60	5.0	15.0	46.7	31.7	1.7	60	1.7	30.0	43.3	20.0	5.0	60
Q3C_1 日本_1)革靴	15.0	30.0	30.0	23.3	1.7	60	16.7	28.3	45.0	10.0	0.0	60	8.3	31.7	41.7	18.3	0.0	60	13.3	43.3	33.3	10.0	0.0	60
Q3C_2 日本_2)コンピュータ(PC)	21.7	23.3	30.0	25.0	0.0	60	13.3	23.3	48.3	11.7	3.3	60	5.0	30.0	38.3	23.3	3.3	60	16.7	41.7	35.0	6.7	0.0	60
Q3C_3 日本_3)映画(DVD)	18.3	23.3	36.7	18.3	3.3	60	21.7	28.3	30.0	16.7	3.3	60	13.3	31.7	38.3	15.0	1.7	60	18.3	41.7	31.7	8.3	0.0	60
Q3C_4 日本_4)シャツ	15.0	31.7	33.3	20.0	0.0	60	13.3	31.7	48.3	6.7	0.0	60	6.7	35.0	45.0	13.3	0.0	60	16.7	36.7	36.7	10.0	0.0	60
Q3C_5 日本_5)自動車	13.3	18.3	31.7	33.3	3.3	60	8.3	11.7	26.7	46.7	6.7	60	6.7	13.3	30.0	41.7	8.3	60	16.7	21.7	30.0	25.0	6.7	60
Q3C_6 日本_6)ミネラルウォーター	45.0	33.3	15.0	6.7	0.0	60	30.0	40.0	25.0	3.3	1.7	60	26.7	16.7	40.0	15.0	1.7	60	26.7	40.0	28.3	5.0	0.0	60

Q3 それでは[国名]製の商品についてどう思いますか。以下の商品について、あてはまるものを選んでください。(それぞれひとつだけ)

	20-29歳						30-39歳						40-49歳						50-59歳					
	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5		1	2	3	4	5		1	2	3	4	5	
	絶対 に買 いた く な い	あ ま り 買 い た く な い	普 通	ど ち ら か と 言 う と 買 い た い	非 常 に 買 い た い	N	絶対 に買 いた く な い	あ ま り 買 い た く な い	普 通	ど ち ら か と 言 う と 買 い た い	非 常 に 買 い た い	N	絶対 に買 いた く な い	あ ま り 買 い た く な い	普 通	ど ち ら か と 言 う と 買 い た い	非 常 に 買 い た い	N	絶対 に買 いた く な い	あ ま り 買 い た く な い	普 通	ど ち ら か と 言 う と 買 い た い	非 常 に 買 い た い	N
Q3D_1 イタリア_1)革靴	0.8	6.7	30.0	51.7	10.8	240	1.7	6.7	23.3	51.7	16.7	60	1.7	5.0	25.0	55.0	13.3	60	0.0	11.7	36.7	45.0	6.7	60
Q3D_2 イタリア_2)コンピュータ(PC)	6.3	52.9	37.9	2.9	0.0	240	10.0	50.0	38.3	1.7	0.0	60	8.3	63.3	23.3	5.0	0.0	60	3.3	51.7	41.7	3.3	0.0	60
Q3D_3 イタリア_3)映画(DVD)	5.4	35.0	50.0	9.6	0.0	240	11.7	38.3	38.3	11.7	0.0	60	5.0	40.0	43.3	11.7	0.0	60	1.7	36.7	53.3	8.3	0.0	60
Q3D_4 イタリア_4)シャツ	0.4	9.6	37.9	44.2	7.9	240	0.0	8.3	28.3	51.7	11.7	60	1.7	6.7	25.0	56.7	10.0	60	0.0	10.0	51.7	30.0	8.3	60
Q3D_5 イタリア_5)自動車	2.1	29.2	42.9	19.2	6.7	240	5.0	26.7	36.7	21.7	10.0	60	1.7	30.0	33.3	25.0	10.0	60	0.0	28.3	56.7	8.3	6.7	60
Q3D_6 イタリア_6)ミネラルウォーター	6.3	29.6	53.8	9.2	1.3	240	6.7	30.0	48.3	11.7	3.3	60	6.7	31.7	50.0	10.0	1.7	60	5.0	26.7	60.0	8.3	0.0	60
Q3E_1 ベトナム_1)革靴	8.8	52.9	34.2	4.2	0.0	240	13.3	53.3	31.7	1.7	0.0	60	5.0	45.0	45.0	5.0	0.0	60	3.3	65.0	26.7	5.0	0.0	60
Q3E_2 ベトナム_2)コンピュータ(PC)	20.8	57.9	16.7	3.8	0.8	240	26.7	55.0	16.7	1.7	0.0	60	18.3	53.3	23.3	1.7	3.3	60	13.3	68.3	13.3	5.0	0.0	60
Q3E_3 ベトナム_3)映画(DVD)	15.0	55.4	23.3	5.8	0.4	240	21.7	51.7	20.0	6.7	0.0	60	16.7	53.3	25.0	3.3	1.7	60	8.3	63.3	21.7	6.7	0.0	60
Q3E_4 ベトナム_4)シャツ	11.7	48.8	31.7	7.5	0.4	240	16.7	45.0	31.7	6.7	0.0	60	10.0	45.0	40.0	3.3	1.7	60	5.0	56.7	30.0	8.3	0.0	60
Q3E_5 ベトナム_5)自動車	25.8	59.6	10.4	3.8	0.4	240	31.7	50.0	16.7	1.7	0.0	60	15.0	63.3	18.3	1.7	1.7	60	20.0	73.3	1.7	5.0	0.0	60
Q3E_6 ベトナム_6)ミネラルウォーター	21.3	54.6	19.6	4.2	0.4	240	31.7	45.0	21.7	1.7	0.0	60	18.3	56.7	21.7	1.7	1.7	60	11.7	65.0	18.3	5.0	0.0	60
Q3F_1 ドイツ_1)革靴	0.0	8.8	42.5	42.9	5.8	240	0.0	6.7	35.0	51.7	6.7	60	0.0	13.3	56.7	28.3	1.7	60	0.0	6.7	38.3	48.3	6.7	60
Q3F_2 ドイツ_2)コンピュータ(PC)	0.4	15.4	62.1	19.2	2.9	240	0.0	33.3	48.3	13.3	5.0	60	1.7	11.7	80.0	6.7	0.0	60	0.0	5.0	66.7	25.0	3.3	60
Q3F_3 ドイツ_3)映画(DVD)	0.8	19.6	60.4	17.9	1.3	240	1.7	25.0	53.3	16.7	3.3	60	1.7	20.0	68.3	10.0	0.0	60	0.0	11.7	61.7	25.0	1.7	60
Q3F_4 ドイツ_4)シャツ	0.0	12.9	54.2	30.8	2.1	240	0.0	11.7	43.3	38.3	6.7	60	0.0	15.0	63.3	21.7	0.0	60	0.0	10.0	56.7	31.7	1.7	60
Q3F_5 ドイツ_5)自動車	0.8	5.4	11.7	42.9	39.2	240	1.7	5.0	13.3	28.3	51.7	60	0.0	8.3	13.3	43.3	35.0	60	1.7	3.3	5.0	51.7	38.3	60
Q3F_6 ドイツ_6)ミネラルウォーター	2.5	17.9	55.0	23.3	1.3	240	5.0	16.7	50.0	26.7	1.7	60	3.3	13.3	66.7	16.7	0.0	60	0.0	15.0	55.0	28.3	1.7	60
Q3G_1 インド_1)革靴	5.8	54.6	34.6	5.0	0.0	240	10.0	43.3	41.7	5.0	0.0	60	3.3	55.0	31.7	10.0	0.0	60	6.7	53.3	36.7	3.3	0.0	60
Q3G_2 インド_2)コンピュータ(PC)	12.5	47.5	31.3	8.8	0.0	240	18.3	38.3	35.0	8.3	0.0	60	13.3	50.0	26.7	10.0	0.0	60	11.7	46.7	31.7	10.0	0.0	60
Q3G_3 インド_3)映画(DVD)	5.8	35.0	43.8	14.6	0.8	240	11.7	21.7	43.3	21.7	1.7	60	5.0	38.3	43.3	13.3	0.0	60	5.0	35.0	48.3	10.0	1.7	60
Q3G_4 インド_4)シャツ	5.8	51.3	37.1	5.8	0.0	240	15.0	43.3	36.7	5.0	0.0	60	5.0	53.3	33.3	8.3	0.0	60	1.7	43.3	50.0	5.0	0.0	60
Q3G_5 インド_5)自動車	17.1	55.0	24.2	3.8	0.0	240	21.7	53.3	21.7	3.3	0.0	60	20.0	45.0	30.0	5.0	0.0	60	13.3	60.0	21.7	5.0	0.0	60
Q3G_6 インド_6)ミネラルウォーター	26.7	48.8	20.8	3.3	0.4	240	45.0	40.0	13.3	1.7	0.0	60	30.0	45.0	18.3	6.7	0.0	60	20.0	50.0	25.0	3.3	1.7	60
Q3H_1 韓国_1)革靴	0.4	1.7	25.8	66.3	5.8	240	1.7	1.7	36.7	55.0	5.0	60	0.0	1.7	26.7	65.0	6.7	60	0.0	1.7	23.3	70.0	5.0	60
Q3H_2 韓国_2)コンピュータ(PC)	0.4	1.3	9.6	62.1	26.7	240	1.7	1.7	8.3	58.3	30.0	60	0.0	0.0	11.7	61.7	26.7	60	0.0	1.7	13.3	58.3	26.7	60
Q3H_3 韓国_3)映画(DVD)	0.4	5.8	33.8	48.8	11.3	240	1.7	10.0	36.7	36.7	15.0	60	0.0	5.0	31.7	55.0	8.3	60	0.0	6.7	35.0	46.7	11.7	60
Q3H_4 韓国_4)シャツ	0.4	3.3	26.7	59.6	10.0	240	1.7	3.3	33.3	50.0	11.7	60	0.0	1.7	26.7	63.3	8.3	60	0.0	6.7	35.0	50.0	8.3	60
Q3H_5 韓国_5)自動車	1.7	8.3	19.2	57.1	13.8	240	5.0	11.7	20.0	46.7	16.7	60	0.0	8.3	23.3	55.0	13.3	60	1.7	11.7	20.0	53.3	13.3	60
Q3H_6 韓国_6)ミネラルウォーター	1.3	6.3	36.7	46.7	9.2	240	3.3	13.3	31.7	38.3	13.3	60	0.0	3.3	31.7	55.0	10.0	60	1.7	3.3	41.7	48.3	5.0	60

Q6 次の特徴を一番もっているのは、リストの中ではどこの国の製品だと思いますか。一つ選んで下さい。

	全体						男性						女性					
	ドイツ	中国	日本	イタリ	米国	N	ドイツ	中国	日本	イタリ	米国	N	ドイツ	中国	日本	イタリ	米国	N
Q6_1 1)値段が安い	1.5	94.0	2.4	1.5	0.7	960	2.1	94.0	2.1	0.8	1.0	480	0.8	94.0	2.7	2.1	0.4	480
Q6_2 2)技術が優れている	60.5	0.2	26.4	2.7	10.2	960	63.1	0.2	24.8	2.5	9.4	480	57.9	0.2	27.9	2.9	11.0	480
Q6_3 3)信頼できる	59.9	0.3	21.3	6.1	12.4	960	62.1	0.6	19.6	6.0	11.7	480	57.7	0.0	22.9	6.3	13.1	480
Q6_4 4)魅力がある	25.3	0.4	16.8	43.2	14.3	960	28.1	0.6	16.9	40.2	14.2	480	22.5	0.2	16.7	46.3	14.4	480
Q6_5 5)革新的である	23.6	1.0	25.3	10.1	39.9	960	24.6	1.3	25.2	9.6	39.4	480	22.7	0.8	25.4	10.6	40.4	480
Q6_6 6)デザインがいい	11.5	0.5	28.1	42.5	17.4	960	10.8	0.4	25.2	44.8	18.8	480	12.1	0.6	31.0	40.2	16.0	480

	20-29歳						30-39歳						40-49歳					
	ドイツ	中国	日本	イタリ	米国	N	ドイツ	中国	日本	イタリ	米国	N	ドイツ	中国	日本	イタリ	米国	N
Q6_1 1)値段が安い	1.5	94.0	2.4	1.5	0.7	960	0.8	96.3	1.7	1.3	0.0	240	0.0	96.3	2.5	1.3	0.0	240
Q6_2 2)技術が優れている	60.5	0.2	26.4	2.7	10.2	960	49.2	0.8	27.1	5.4	17.5	240	57.1	0.0	33.8	1.7	7.5	240
Q6_3 3)信頼できる	59.9	0.3	21.3	6.1	12.4	960	50.8	1.3	19.6	9.2	19.2	240	55.4	0.0	27.1	5.0	12.5	240
Q6_4 4)魅力がある	25.3	0.4	16.8	43.2	14.3	960	20.0	0.8	21.3	40.0	17.9	240	26.3	0.4	17.5	42.1	13.8	240
Q6_5 5)革新的である	23.6	1.0	25.3	10.1	39.9	960	17.1	1.3	20.8	7.5	53.3	240	23.8	0.8	29.6	10.8	35.0	240
Q6_6 6)デザインがいい	11.5	0.5	28.1	42.5	17.4	960	15.0	0.8	23.8	32.5	27.9	240	13.3	0.4	30.4	40.4	15.4	240

Q7 あなたは、過去6カ月の間に、以下の国の映画(ビデオを含む)を見たことがありますか。見たことがあるものを選んでください。(いくつでも)

	全体		男性		女性		20-29歳		30-39歳		40-49歳		50-59歳	
	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N
v7_1 韓国映画	89.8	960	91.0	480	88.5	480	93.8	240	92.1	240	89.6	240	83.8	240
v7_2 アメリカ映画	81.0	960	83.1	480	79.0	480	85.4	240	87.5	240	80.8	240	70.4	240
v7_3 ヨーロッパ映画	25.2	960	25.4	480	25.0	480	30.0	240	26.3	240	26.3	240	18.3	240
v7_4 日本映画	27.3	960	29.8	480	24.8	480	36.7	240	34.2	240	23.8	240	14.6	240
v7_5 中国映画	25.6	960	29.8	480	21.5	480	25.8	240	22.9	240	26.3	240	27.5	240
v7_6 香港の映画	18.6	960	22.7	480	14.6	480	17.5	240	18.3	240	19.2	240	19.6	240
v7_7 その他の国の映画	10.4	960	10.0	480	10.8	480	15.0	240	11.7	240	9.2	240	5.8	240
v7_8 過去6ヶ月間映画見たことがない	4.4	960	4.0	480	4.8	480	2.1	240	2.9	240	4.6	240	7.9	240

Q8 あなたは、過去6カ月の間に、以下の国のテレビドラマを見たことがありますか。見たことがあるものを選んでください。(いくつでも)

	全体		男性		女性		20-29歳		30-39歳		40-49歳		50-59歳	
	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N
v8_1 韓国ドラマ	91.9	960	89.8	480	94.0	480	93.8	240	93.8	240	90.4	240	89.6	240
v8_2 米国ドラマ	59.9	960	60.0	480	59.8	480	63.8	240	71.3	240	60.4	240	44.2	240
v8_3 欧州ドラマ	7.9	960	5.4	480	10.4	480	11.3	240	6.3	240	6.7	240	7.5	240
v8_4 日本ドラマ	20.8	960	16.5	480	25.2	480	25.0	240	25.0	240	19.2	240	14.2	240
v8_5 中国ドラマ	18.5	960	17.9	480	19.2	480	8.3	240	14.2	240	24.2	240	27.5	240
v8_6 香港ドラマ	3.6	960	2.3	480	5.0	480	3.3	240	1.7	240	4.6	240	5.0	240
v8_7 その他の国のドラマ	1.3	960	0.8	480	1.7	480	1.3	240	0.8	240	1.7	240	1.3	240
v8_8 過去6ヶ月間テレビドラマ見たことがない	3.5	960	4.8	480	2.3	480	4.2	240	0.8	240	4.2	240	5.0	240

Q9 あなたは、過去6カ月の間に、以下の国の音楽(ミュージックビデオを含む)を聴いたことがありますか。聴いたことがあるものを選んでください。(いくつでも)

	全体		男性		女性		20-29歳		30-39歳		40-49歳		50-59歳	
	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N
v9_1 韓国音楽	96.9	960	97.3	480	96.5	480	97.9	240	97.1	240	95.8	240	96.7	240
v9_2 米国の音楽	76.7	960	76.7	480	76.7	480	80.8	240	75.4	240	77.5	240	72.9	240
v9_3 ヨーロッパの音楽	29.5	960	29.0	480	30.0	480	26.3	240	27.1	240	32.5	240	32.1	240
v9_4 日本の音楽	20.6	960	20.6	480	20.6	480	32.9	240	23.8	240	15.4	240	10.4	240
v9_5 中国の音楽	10.4	960	11.5	480	9.4	480	10.0	240	8.3	240	8.8	240	14.6	240
v9_6 香港の音楽	2.2	960	1.7	480	2.7	480	2.9	240	1.7	240	3.3	240	0.8	240
v9_7 その他の国の音楽	4.2	960	4.6	480	3.8	480	3.8	240	2.1	240	4.6	240	6.3	240
v9_8 過去6ヶ月間音楽聴いていない	1.1	960	1.3	480	1.0	480	0.8	240	0.4	240	1.7	240	1.7	240

Q10 あなたは、過去6カ月の間に、以下の国のアニメを見たことがありますか。見たことがあるものを選んでください。(いくつでも)

	全体		男性		女性		20-29歳		30-39歳		40-49歳		50-59歳	
	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N
v10_1 韓国アニメ	63.0	960	62.3	480	63.8	480	53.3	240	67.9	240	74.2	240	56.7	240
v10_2 米国のアニメーション	40.7	960	43.1	480	38.3	480	35.4	240	54.2	240	45.0	240	28.3	240
v10_3 ヨーロッパのアニメーション	4.3	960	2.9	480	5.6	480	5.8	240	4.2	240	5.4	240	1.7	240
v10_4 日本アニメ	55.8	960	56.5	480	55.2	480	65.4	240	64.2	240	60.8	240	32.9	240
v10_5 中国アニメ	2.7	960	1.9	480	3.5	480	2.1	240	1.3	240	2.5	240	5.0	240
v10_6 香港アニメ	0.3	960	0.2	480	0.4	480	0.4	240	0.4	240	0.0	240	0.4	240
v10_7 その他の国のアニメ	0.9	960	1.3	480	0.6	480	0.8	240	0.4	240	1.3	240	1.3	240
v10_8 過去6ヶ月間見たことない	22.1	960	22.5	480	21.7	480	20.4	240	13.3	240	17.1	240	37.5	240

Q11 あなたは、以下の国の料理が好きですか。好きなものを選んでください。(いくつでも)

	全体		男性		女性		20-29歳		30-39歳		40-49歳		50-59歳	
	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N
v11_1 アメリカ料理	49.4	960	46.9	480	51.9	480	62.5	240	53.3	240	42.9	240	38.8	240
v11_2 ドイツ料理	14.5	960	14.8	480	14.2	480	22.9	240	12.5	240	13.3	240	9.2	240
v11_3 イタリア料理	60.0	960	50.6	480	69.4	480	71.3	240	65.0	240	55.4	240	48.3	240
v11_4 フランス料理	27.6	960	25.8	480	29.4	480	32.9	240	27.1	240	25.4	240	25.0	240
v11_5 日本料理	65.3	960	66.3	480	64.4	480	72.9	240	71.3	240	66.3	240	50.8	240
v11_6 中国料理	52.0	960	59.4	480	44.6	480	48.8	240	50.4	240	50.4	240	58.3	240
v11_7 ロシア料理	0.6	960	0.4	480	0.8	480	1.7	240	0.4	240	0.0	240	0.4	240
v11_8 ベトナム料理	23.2	960	20.0	480	26.5	480	22.9	240	26.7	240	22.9	240	20.4	240
v11_9 インド料理	16.7	960	13.8	480	19.6	480	26.3	240	19.6	240	12.9	240	7.9	240
v11_10 タイ料理	15.1	960	13.1	480	17.1	480	16.3	240	20.4	240	13.3	240	10.4	240
v11_11 その他の国の料理	1.0	960	1.5	480	0.6	480	3.3	240	0.0	240	0.0	240	0.8	240
v11_12 好きな外国料理がない	7.9	960	7.1	480	8.8	480	5.8	240	5.8	240	7.5	240	12.5	240

Q12 あなたには、外国人の知り合い・友人がいますか。あてはまるものを選んでください。(いくつでも)

	全体		男性		女性		20-29歳		30-39歳		40-49歳		50-59歳	
	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N
v12_1 中国人	22.1	960	24.0	480	20.2	480	28.3	240	19.2	240	17.1	240	23.8	240
v12_2 アメリカ人	26.0	960	27.9	480	24.2	480	28.3	240	28.3	240	25.8	240	21.7	240
v12_3 日本人	21.4	960	19.8	480	22.9	480	22.9	240	26.7	240	19.2	240	16.7	240
v12_4 イタリア人	2.8	960	2.9	480	2.7	480	4.2	240	3.3	240	2.1	240	1.7	240
v12_5 ベトナム人	7.4	960	6.0	480	8.8	480	4.6	240	4.6	240	11.7	240	8.8	240
v12_6 ドイツ人	5.4	960	5.6	480	5.2	480	5.8	240	4.2	240	5.8	240	5.8	240
v12_7 インド	3.9	960	3.8	480	4.0	480	4.2	240	5.4	240	3.3	240	2.5	240
v12_8 その他の国の外国人	12.7	960	12.9	480	12.5	480	17.5	240	11.3	240	12.5	240	9.6	240
v12_9 知っている外国人や外国人の友達がいない	45.8	960	43.3	480	48.3	480	44.2	240	45.4	240	44.2	240	49.6	240

Q13 あなたには、以下の国に行ったことがありますか。あてはまるものを全て選んで下さい。

	全体		男性		女性		20-29歳		30-39歳		40-49歳		50-59歳	
	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N
v13_1 米国(グアム/サイパンは除く)	18.0	960	20.0	480	16.0	480	12.9	240	16.7	240	22.1	240	20.4	240
v13_2 イタリア	10.6	960	12.9	480	8.3	480	7.5	240	11.3	240	10.0	240	13.8	240
v13_3 ベトナム	11.9	960	12.9	480	10.8	480	5.4	240	11.7	240	12.1	240	18.3	240
v13_4 ドイツ	11.6	960	14.6	480	8.5	480	6.7	240	11.3	240	13.8	240	14.6	240
v13_5 インド	3.2	960	3.8	480	2.7	480	1.3	240	2.9	240	5.4	240	3.3	240
v13_6 日本	42.3	960	44.6	480	40.0	480	30.0	240	50.0	240	42.5	240	46.7	240
v13_7 中国(香港/マカオは除く)	36.0	960	40.2	480	31.9	480	22.5	240	32.1	240	39.2	240	50.4	240
v13_8 台湾	7.7	960	9.2	480	6.3	480	3.3	240	6.7	240	7.5	240	13.3	240
v13_9 香港/マカオ	14.9	960	15.0	480	14.8	480	10.0	240	18.3	240	16.3	240	15.0	240
v13_10 その他の国	37.6	960	37.1	480	38.1	480	27.5	240	50.0	240	38.3	240	34.6	240
v13_11 外国に行ったことがない	23.6	960	23.5	480	23.8	480	37.9	240	15.8	240	23.3	240	17.5	240

Q14 あなたは以下の国に観光旅行に行ってみたいですか。各々、あてはまるものを選んでください。(それぞれひとつだけ)

	全体						男性						女性					
	1	2	3	4	5	N	1	2	3	4	5	N	1	2	3	4	5	N
	どちら かと言 うと行 きた い		普通	あまり 行きた くない			どちら かと言 うと行 きた い		普通	あまり 行きた くない			どちら かと言 うと行 きた い		普通	あまり 行きた くない		
Q14_1 中国 - 旅行に行きたい程度	7.8	39.2	27.1	19.2	6.8	960	9.2	41.7	26.3	16.9	6.0	480	6.5	36.7	27.9	21.5	7.5	480
Q14_2 米国 - 旅行に行きたい程度	35.1	48.8	13.3	2.6	0.2	960	36.0	46.3	15.2	2.1	0.4	480	34.2	51.3	11.5	3.1	0.0	480
Q14_3 日本 - 旅行に行きたい程度	14.6	44.1	25.6	10.2	5.5	960	13.8	47.3	24.6	10.0	4.4	480	15.4	40.8	26.7	10.4	6.7	480
Q14_4 イタリア - 旅行に行きたい程度	39.7	45.9	12.1	2.0	0.3	960	33.1	48.3	16.3	1.7	0.6	480	46.3	43.5	7.9	2.3	0.0	480
Q14_5 ベトナム - 旅行に行きたい程度	7.6	32.9	41.7	14.6	3.2	960	10.0	32.1	41.0	12.9	4.0	480	5.2	33.8	42.3	16.3	2.5	480
Q14_6 ドイツ - 旅行に行きたい程度	31.7	48.1	17.3	2.6	0.3	960	32.1	48.3	17.7	1.5	0.4	480	31.3	47.9	16.9	3.8	0.2	480
Q14_7 インド - 旅行に行きたい程度	13.2	32.0	35.9	15.5	3.3	960	11.9	30.2	38.3	15.6	4.0	480	14.6	33.8	33.5	15.4	2.7	480



Q14 あなたは以下の国に観光旅行に行ってみたいですか。各々、あてはまるものを選んでください。(それぞれひとつだけ)

	20-29歳						30-39歳						40-49歳						50-59歳					
	1	2	3	4	5	N	1	2	3	4	5	N	1	2	3	4	5	N	1	2	3	4	5	N
	1	2	3	4	5	N	1	2	3	4	5	N	1	2	3	4	5	N	1	2	3	4	5	N
	1	2	3	4	5	N	1	2	3	4	5	N	1	2	3	4	5	N	1	2	3	4	5	N
	1	2	3	4	5	N	1	2	3	4	5	N	1	2	3	4	5	N	1	2	3	4	5	N
	1	2	3	4	5	N	1	2	3	4	5	N	1	2	3	4	5	N	1	2	3	4	5	N
	1	2	3	4	5	N	1	2	3	4	5	N	1	2	3	4	5	N	1	2	3	4	5	N
Q14.1 中国 - 旅行に行きたい程度	7.8	39.2	27.1	19.2	6.8	960	5.0	31.7	21.7	24.6	17.1	240	6.7	31.3	29.6	26.3	6.3	240	9.6	41.7	31.7	14.6	2.5	240
Q14.2 米国 - 旅行に行きたい程度	35.1	48.8	13.3	2.6	0.2	960	40.4	45.8	9.6	3.8	0.4	240	35.0	48.3	13.8	2.9	0.0	240	31.7	49.6	15.4	2.9	0.4	240
Q14.3 日本 - 旅行に行きたい程度	14.6	44.1	25.6	10.2	5.5	960	18.8	40.8	19.2	10.8	10.4	240	16.7	45.0	24.6	9.6	4.2	240	10.8	45.0	29.2	11.7	3.3	240
Q14.4 イタリア - 旅行に行きたい程度	39.7	45.9	12.1	2.0	0.3	960	44.2	39.6	13.3	2.1	0.8	240	43.3	42.1	11.7	2.9	0.0	240	37.9	46.3	13.3	2.1	0.4	240
Q14.5 ベトナム - 旅行に行きたい程度	7.6	32.9	41.7	14.6	3.2	960	5.8	25.4	42.5	18.8	7.5	240	4.6	32.9	42.9	17.1	2.5	240	10.0	34.6	42.1	12.1	1.3	240
Q14.6 ドイツ - 旅行に行きたい程度	31.7	48.1	17.3	2.6	0.3	960	40.8	42.9	12.1	3.8	0.4	240	30.8	50.0	16.7	2.1	0.4	240	29.6	46.3	21.3	2.5	0.4	240
Q14.7 インド - 旅行に行きたい程度	13.2	32.0	35.9	15.5	3.3	960	12.9	31.3	35.4	16.3	4.2	240	12.5	27.9	38.3	17.9	3.3	240	10.4	34.6	34.2	17.5	3.3	240

Q15 あなたは以下のことについてどう思いますか。各々、あてはまるものを選んで下さい。

	全体				男性				女性				20-29歳				30-39歳				40-49歳				50-59歳							
	1	2	3	N	1	2	3	N	1	2	3	N	1	2	3	N	1	1	2	N	1	2	3	N	1	2	3	N	1	2	3	N
	望まし い	半々 だ	望まし くない	N	望まし い	半々 だ	望まし くない	N	望まし い	半々 だ	望まし くない	N	望まし い	半々 だ	望まし くない	N	望まし い	半々 だ	望まし くない	N	望まし い	半々 だ	望まし くない	N	望まし い	半々 だ	望まし くない	N	望まし い	半々 だ	望まし くない	N
Q15_1 最近、韓国で中国製品が増えていること	3.0	50.6	46.4	960	3.5	56.9	39.6	480	2.5	44.4	53.1	480	3.8	51.7	44.6	240	0.8	52.9	46.3	240	3.3	51.3	45.4	240	4.2	46.7	49.2	240				
Q15_2 我が国で外国人労働者が増えていること	7.0	59.0	34.1	960	10.0	58.5	31.5	480	4.0	59.4	36.7	480	7.5	45.8	46.7	240	5.4	65.0	29.6	240	6.3	60.4	33.3	240	8.8	64.6	26.7	240				
Q15_3 中国から来た朝鮮族の人々が韓国で増えていること	6.1	47.7	46.1	960	9.4	47.7	42.9	480	2.9	47.7	49.4	480	5.0	31.3	63.8	240	5.8	52.5	41.7	240	5.8	53.3	40.8	240	7.9	53.8	38.3	240				
Q15_4 韓国で中国人観光客が増えていること	73.6	23.2	3.1	960	78.3	19.4	2.3	480	69.0	27.1	4.0	480	62.9	28.8	8.3	240	73.8	24.6	1.7	240	77.5	20.8	1.7	240	80.4	18.8	0.8	240				
Q15_5 我が国では多文化家庭が増えていること	17.2	63.4	19.4	960	22.9	60.6	16.5	480	11.5	66.3	22.3	480	22.1	59.2	18.8	240	15.8	70.0	14.2	240	16.7	63.8	19.6	240	14.2	60.8	25.0	240				
Q15_6 我が国が世界各国とのFTAを締結して貿易自由化を推進す	32.0	55.2	12.8	960	44.0	44.6	11.5	480	20.0	65.8	14.2	480	23.3	62.5	14.2	240	29.2	56.7	14.2	240	31.3	54.2	14.6	240	44.2	47.5	8.3	240				
Q15_7 日本との関係で政治的、経済的損害を甘受しながらも、韓国	84.9	12.7	2.4	960	86.5	11.5	2.1	480	83.3	14.0	2.7	480	80.0	16.7	3.3	240	87.9	12.1	0.0	240	85.8	11.7	2.5	240	85.8	10.4	3.8	240				
Q15_8 韓国と北朝鮮を別の独立した国で見ること	31.1	42.1	26.8	960	30.4	36.9	32.7	480	31.9	47.3	20.8	480	33.3	39.2	27.5	240	38.3	40.0	21.7	240	30.0	45.4	24.6	240	22.9	43.8	33.3	240				
Q15_9 北朝鮮の脱北者が韓国に来ることが増えていること	27.6	54.6	17.8	960	35.8	50.2	14.0	480	19.4	59.0	21.7	480	30.4	49.6	20.0	240	25.0	57.5	17.5	240	27.5	58.3	14.2	240	27.5	52.9	19.6	240				
Q15_10 我が国と米国との友好関係を強化すること	47.8	48.3	3.9	960	56.3	40.0	3.8	480	39.4	56.7	4.0	480	50.8	45.0	4.2	240	42.9	53.3	3.8	240	41.3	53.3	5.4	240	56.3	41.7	2.1	240				

Q16 あなたは以下のことについてどう思いますか。各々、あてはまるものを選んで下さい。

	全体						男性						女性						
	1	2	3	4	5	N	1	2	3	4	5	N	1	2	3	4	5	N	
	非常 にそう だ	だいた いそん な方だ	普通 である	はな い	そうで はな い	全くそ うでは ない		非常 にそう だ	だいた いそん な方だ	普通 である	はな い	全くそ うでは ない		非常 にそう だ	だいた いそん な方だ	普通 である	はな い	全くそ うでは ない	
Q16_1 買い物するとき韓国製品を買おうと思う	19.0	55.2	18.1	6.8	0.9	960	20.2	51.7	18.3	8.5	1.3	480	17.7	58.8	17.9	5.0	0.6	480	
Q16_2 私は韓国の失業者を増やすことになるので、 外国製品は買わないようにと考えている	2.5	15.5	33.5	40.3	8.1	960	2.1	16.3	30.4	40.4	10.8	480	2.9	14.8	36.7	40.2	5.4	480	
Q16_3 外国製品を買うのは韓国人としてよくない	16.1	32.9	25.3	20.7	4.9	960	17.1	30.0	24.0	22.7	6.3	480	15.2	35.8	26.7	18.8	3.5	480	
Q16_4 我が国で作らないものだけ外国から買わなければならぬ	3.9	15.9	33.4	35.1	11.7	960	4.2	14.8	30.2	36.7	14.2	480	3.5	17.1	36.7	33.5	9.2	480	
Q16_5 品質が同じ場合は、外国製品を買わずに、韓 国製品を買う	31.9	46.7	15.9	4.0	1.6	960	31.0	45.0	16.7	5.0	2.3	480	32.7	48.3	15.2	2.9	0.8	480	
Q16_6 私は韓国が好きだ	39.1	41.0	17.2	2.2	0.5	960	42.1	38.1	16.3	2.7	0.8	480	36.0	44.0	18.1	1.7	0.2	480	
Q16_7 生まれ変わったらまた韓国人に生まれたい	21.4	25.5	33.9	15.3	4.0	960	24.6	24.6	34.2	12.1	4.6	480	18.1	26.5	33.5	18.5	3.3	480	
Q16_8 ロンドン五輪サッカー韓日戦直後バクジョンオ 選手が独島に関するメッセージを掲げたの 韓国はさらに外国人を受け入れなければなら ない	28.4	35.8	24.4	9.8	1.6	960	32.5	34.2	22.3	9.2	1.9	480	24.4	37.5	26.5	10.4	1.3	480	
Q16_9 私は愛国歌を聴くと感動する	12.4	35.1	38.3	11.3	2.9	960	11.9	35.0	39.6	10.6	2.9	480	12.9	35.2	37.1	11.9	2.9	480	
Q16_10 太極旗は世界一の国旗だ	27.4	27.0	35.3	7.4	2.9	960	26.3	27.5	33.8	8.3	4.2	480	28.5	26.5	36.9	6.5	1.7	480	
Q16_12 私は韓国の古いお寺や家を見ると、非常に親 近感を感じる	32.9	41.8	20.5	4.0	0.8	960	32.1	40.6	22.5	3.8	1.0	480	33.8	42.9	18.5	4.2	0.6	480	

Q16 あなたは以下のことについてどう思いますか。各々、あてはまるものを選んで下さい。

	20-29歳						30-39歳						40-49歳						50-59歳					
	1	2	3	4	5	N	1	2	3	4	5	N	1	2	3	4	5	N	1	2	3	4	5	N
	非常 にそ うだ	たい そん な方 だ	普通 であ る	あま りそ うで はな い	全く そ うで はな い		非常 にそ うだ	たい そん な方 だ	普通 であ る	あま りそ うで はな い	全く そ うで はな い		非常 にそ うだ	たい そん な方 だ	普通 であ る	あま りそ うで はな い	全く そ うで はな い		非常 にそ うだ	たい そん な方 だ	普通 であ る	あま りそ うで はな い	全く そ うで はな い	
Q16_1 買い物するとき韓国製品を買おうと思う	19.0	55.2	18.1	6.8	0.9	960	11.7	46.7	27.9	10.8	2.9	240	12.1	59.2	17.5	10.8	0.4	240	24.2	55.8	16.3	3.3	0.4	240
Q16_2 私は韓国の失業者を増やすことになるので、 外国製品は買わないようにと考えている	2.5	15.5	33.5	40.3	8.1	960	0.8	8.3	30.8	47.5	12.5	240	0.4	7.1	35.4	47.1	10.0	240	3.8	22.1	35.0	34.6	4.6	240
Q16_3 外国製品を買うのは韓国人としてよくない	16.1	32.9	25.3	20.7	4.9	960	11.7	30.8	25.0	24.2	8.3	240	10.0	33.3	25.4	25.4	5.8	240	19.2	34.6	28.8	15.8	1.7	240
Q16_4 我が国で作らないものだけ外国から買わなければならぬ	3.9	15.9	33.4	35.1	11.7	960	1.7	8.8	30.4	40.0	19.2	240	1.7	11.7	32.9	42.5	11.3	240	5.8	20.8	34.2	32.9	6.3	240
Q16_5 品質が同じ場合は、外国製品を買わずに、韓 国製品を買う	31.9	46.7	15.9	4.0	1.6	960	25.8	37.1	26.3	7.5	3.3	240	20.4	54.6	17.9	5.4	1.7	240	35.8	50.8	10.4	1.7	1.3	240
Q16_6 私は韓国が好きだ	39.1	41.0	17.2	2.2	0.5	960	34.2	42.5	18.8	2.9	1.7	240	29.6	47.1	20.4	2.9	0.0	240	39.2	41.7	17.1	1.7	0.4	240
Q16_7 生まれ変わったらまた韓国人に生まれたい	21.4	25.5	33.9	15.3	4.0	960	18.3	22.9	35.0	17.1	6.7	240	12.9	29.6	36.3	17.9	3.3	240	22.5	23.8	35.8	15.0	2.9	240
Q16_8 ロンドン五輪サッカー韓日戦直後パクジョンオ選手が 独島に関するメッセージを掲げたのは、適切だった	28.4	35.8	24.4	9.8	1.6	960	36.3	32.1	24.2	5.8	1.7	240	24.2	38.3	27.5	7.9	2.1	240	27.1	35.4	28.3	8.8	0.4	240
Q16_9 韓国はさらに外国人を受け入れなければなら ない	9.2	27.5	45.6	13.8	4.0	960	11.7	18.3	45.0	16.3	8.8	240	6.3	29.2	48.3	14.2	2.1	240	10.0	29.2	44.2	12.9	3.8	240
Q16_10 私は愛国歌を聴くと感動する	12.4	35.1	38.3	11.3	2.9	960	8.3	24.2	45.0	15.8	6.7	240	8.3	30.0	40.8	18.3	2.5	240	14.2	38.3	39.6	7.1	0.8	240
Q16_11 太極旗は世界一の国旗だ	27.4	27.0	35.3	7.4	2.9	960	28.3	22.1	36.7	9.2	3.8	240	25.0	25.4	37.9	7.9	3.8	240	25.8	30.0	35.8	6.3	2.1	240
Q16_12 私は韓国の古いお寺や家を見ると、非常に親 近感を感じる	32.9	41.8	20.5	4.0	0.8	960	32.5	36.7	23.8	6.3	0.8	240	27.1	44.2	24.6	3.8	0.4	240	34.6	46.3	16.3	2.1	0.8	240