

# 日用品のインバウンド消費を 拡大させる意識と行動

訪日中国人客による化粧品、トイレタリー、医薬品の  
買物意識と行動を明らかにする





調査の概要	1
1. 中国本土でのインターネットによるアンケート調査結果	5
(1) 調査設計	6
(2) アンケートの回答者	6
(3) 調査結果	10
2. 上海でのグループインタビュー結果	43
(1) インタビューの概要	44
(2) インタビューの対象者	44
(3) インタビュー対象者のプロフィール	45
(4) インタビュー回答の要旨	47
(5) インタビュー内容の詳細	50
3. 茨城空港での中国人旅行者インタビュー結果	69
(1) インタビューの概要	70
(2) インタビューについて	70
(3) インタビュー結果の要旨	71
(4) インタビューの詳細 (6 組)	73
4. 中国人インバウンド消費調査の結果について	81

青山学院大学教授 三村 優美子 氏

東京国際大学教授 金 琦 氏



# 調査の概要

## 本調査の背景

日本政府観光局（JNTO）によると、2015 年上半期の訪日外客数の累計は前年同期比 46%増の 914 万人に達した。ビザの大幅緩和や消費税免税制度拡充のほか、アジア地域の経済成長や円安の進行により訪日旅行の需要はますます拡大している。

また、国土交通省観光庁が発表した「訪日外国人消費動向調査」によると、本年 4～6 月期の訪日外国人の旅行消費額は 8,887 億円で前年同期に比べて 82.5%の増加だった。訪日客数が 48.0%増の 501 万人に伸びたことに加えて、1 人当たりの旅行支出も 17 万 7428 円と 23.3%増加した。

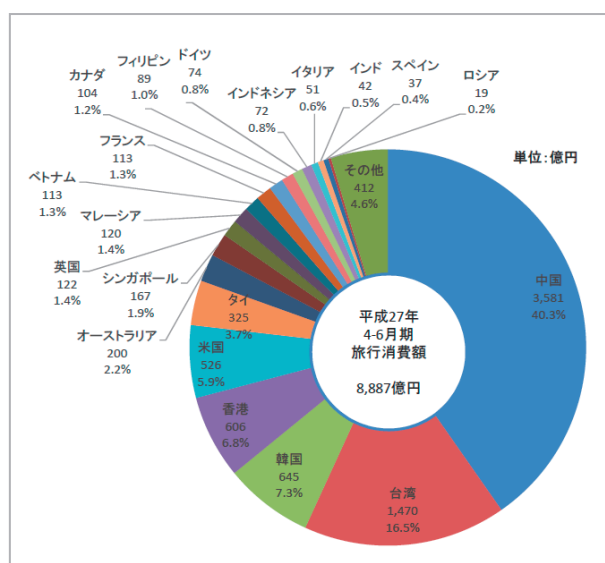
国・地域別の消費額では、中国が 3,581 億円とトップで前年同期に比べて約 3.2 倍に急増しており、全体の約 40%を占める。

1 人当たりの旅行支出においても、中国が 285,306 円でトップ。その中で買物代は、173,404 円となっており、日本国内でのインバウンド消費をけん引している。



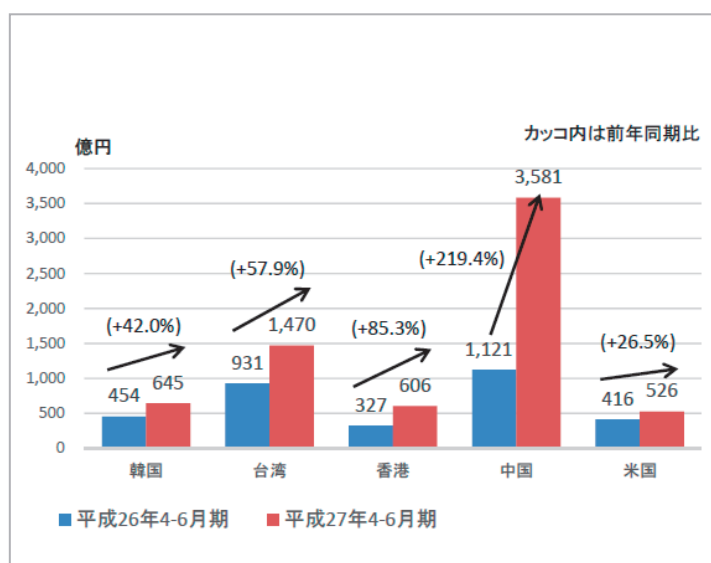
【旅行消費額と訪日外客数の推移】

\*観光庁「訪日外国人消費動向調査」より引用



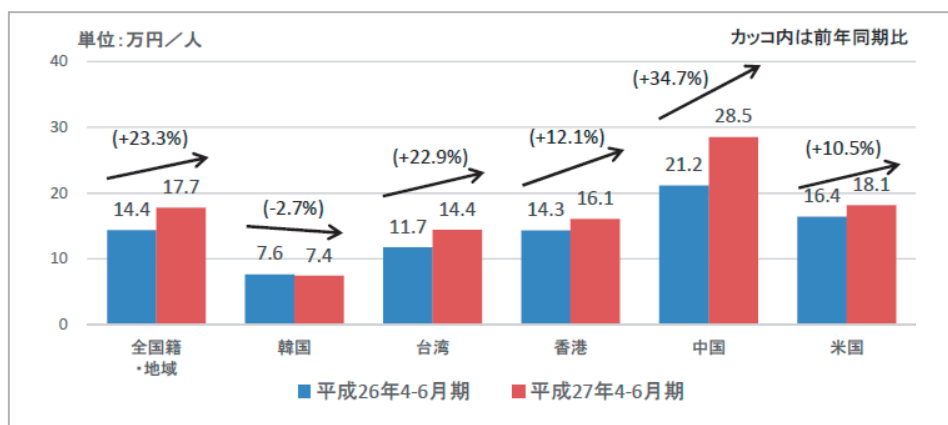
【国籍・地域別の旅行消費額と構成比】

\*観光庁「訪日外国人消費動向調査」より引用



【旅行消費額の対前年同期比較】

\*観光庁「訪日外国人消費動向調査」より引用



【訪日外国人1人当たり旅行支出】

\*観光庁「訪日外国人消費動向調査」より引用

中国からの訪日外国人の買物の費目別購入率における上位は、「化粧品・香水」が72.8%、「医薬品・健康グッズ・トイレタリー」が72.2%と続く。

費目	全国籍・地域		韓国		台湾		香港		中国		米国	
	購入率	購入者単価(円)	購入率	購入者単価(円)	購入率	購入者単価(円)	購入率	購入者単価(円)	購入率	購入者単価(円)	購入率	購入者単価(円)
菓子類	64.4%	9,847	75.2%	5,528	70.0%	9,928	63.8%	11,361	71.2%	13,204	39.9%	5,891
その他食料品・飲料・酒・たばこ	57.2%	11,574	55.4%	6,766	61.4%	9,216	56.2%	10,592	58.9%	17,189	56.1%	11,702
カメラ・ビデオカメラ・時計	12.1%	74,079	2.9%	23,929	7.2%	36,208	12.3%	25,356	25.8%	103,920	2.4%	21,622
電気製品	20.2%	47,582	3.9%	21,255	24.6%	34,374	16.2%	17,427	42.8%	62,316	6.3%	47,196
化粧品・香水	41.1%	30,132	28.6%	10,996	36.9%	17,094	46.2%	18,232	72.8%	48,263	9.0%	17,153
医薬品・健康グッズ・トイレタリー	47.8%	24,962	31.9%	9,627	73.5%	19,522	62.3%	10,595	72.2%	41,225	11.7%	6,565
和服(着物)・民芸品	12.8%	17,022	5.6%	5,338	9.6%	8,166	11.2%	8,151	9.2%	39,317	28.7%	14,618
服(和服以外)・かばん・靴	41.8%	40,464	23.6%	20,105	48.7%	28,716	64.6%	30,964	50.1%	73,235	20.8%	15,094
マンガ・アニメ・キャラクター関連商品	11.6%	13,315	10.2%	9,250	10.2%	10,973	14.6%	22,441	10.0%	13,463	12.6%	14,060
書籍・絵葉書・CD・DVD	11.1%	6,867	4.5%	6,835	10.9%	5,551	15.0%	5,902	9.1%	7,728	17.8%	7,918

【費目別購入率および購入者単価（主要国籍・地域別）】

\*観光庁「訪日外国人消費動向調査」より引用

## 本調査の目的

訪日外国人が増加し日本国内での買物需要が拡大する中で、2014年から中国人の「爆買い」が大きな話題となった。2015年に入っても訪日外国人の日本国内での消費額は衰えることなく大きくなっている。中でも中国人訪日客の旅行消費額は他の国、地域の訪日客と比べ群を抜いている。

訪日中国人客の買物消費の特徴の一つとして、化粧品、トイレタリー、医薬品のカテゴリの購入額が非常に高いことがあげられる。すでに訪日中国人客の消費がこれらのカテゴリに関連する各社の決算数値にも表れており、市場において無視できない要素であることは間違いない。

政府が進める観光立国アクション・プログラムとも相まって、今後も拡大が期待される訪日外国人消費について知るため、今回の調査では訪日中国人客の日本での買物行動についての実態を明らかにすることを目的として実施した。

## 調査設計と方法

調査内容は、以下の3つの観点で設計した。

- ① 訪日前の準備行動として、「日本での買いたい物リスト」作成にあたり、どのような情報をもとに、どのような準備しているのか
- ② 日本滞在中に実際にどのような買い物行動をしているのか
- ③ 帰国後の消費とその後の行動

また、以下の方法による多角的な調査を実施した。

- ◇ 中国本土でのインターネットによるアンケート調査
- ◇ 上海でのグループインタビュー
- ◇ 茨城空港での帰国直前の訪日中国人へのインタビュー



# 中国本土での インターネットによるアンケート調査結果

# 1. 中国本土でのインターネットによるアンケート調査

## (1) 調査設計

調査方法	インターネットリサーチ			
対象地域 (%)	上海	北京	広州	深圳
	41.1	26.8	24.8	7.3
調査対象	6ヶ月以内の訪日経験者			
回答者数	355名			
調査機関	インターワイヤード/GMOリサーチ			
調査期間	2015年4月26日～30日			

## (2) アンケートの回答者

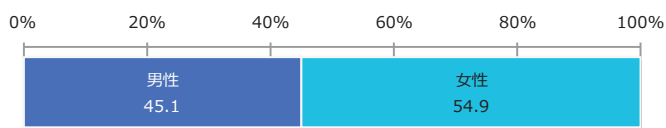
### <回答者の特徴>

- ◆ 一人っ子政策のもとでモノと教育に恵まれて育ち、広い視野を持った1980～1990年代生まれのY世代が中心となっている。
- ◆ 全体の90%近くが大卒以上の高学歴で、多くは民間企業に勤務しており、4割以上が経営者や管理職に就いている。
- ◆ 世帯年収としては、中間層～準富裕層、プチ富裕層が中心。さらに、年収60万円（約1,200万円）以上の富裕層も全体の20%以上。
- ◆ 日本への訪問回数は全体の76%以上が2回以上。そのうち、16%以上が4回以上の訪日を経験している。
- ◆ 本調査においては、春節の2月（24.8%）と、桜の季節の3月（28.2%）の訪日が比較的多い。

### <回答者の詳細>

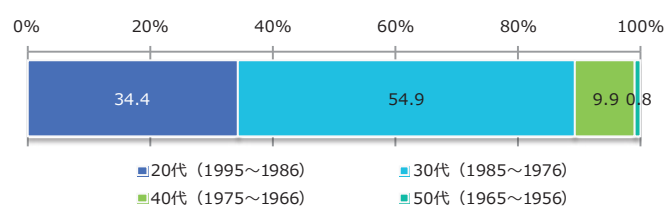
#### 【性別】

回答	n	%
男性	160	45.1
女性	195	54.9
不明	0	0.0
全体	355	100.0

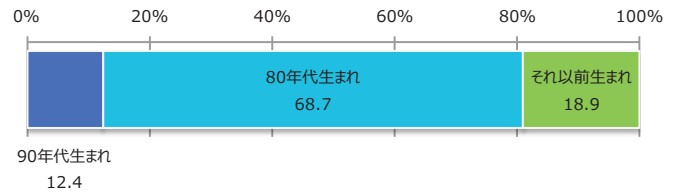


#### 【年代】

回答	n	%
20代 (1995～1986)	122	34.4
30代 (1985～1976)	195	54.9
40代 (1975～1966)	35	9.9
50代 (1965～1956)	3	0.8
不明	0	0.0
全体	355	100.0

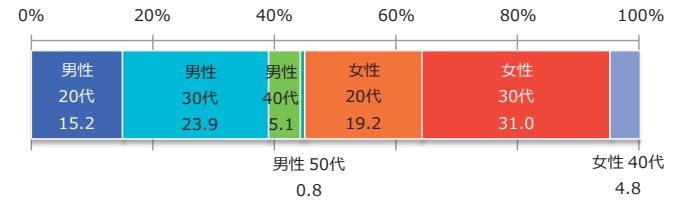


回答	n	%
90年代生まれ	44	12.4
80年代生まれ	244	68.7
それ以前生まれ	67	18.9
不明	0	0.0
全体	355	100.0

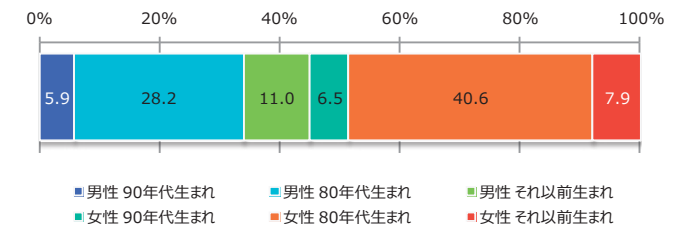


【性別×年代】

回答	n	%
男性 20代	54	15.2
男性 30代	85	23.9
男性 40代	18	5.1
男性 50代	3	0.8
女性 20代	68	19.2
女性 30代	110	31.0
女性 40代	17	4.8
女性 50代	0	0.0
不明	0	0.0
全体	355	100.0

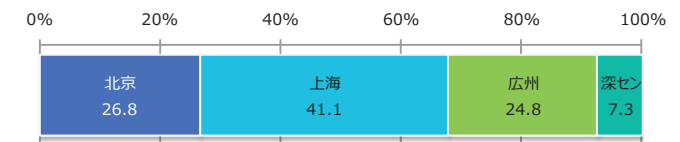


回答	n	%
男性 90年代生まれ	21	5.9
男性 80年代生まれ	100	28.2
男性 それ以前生まれ	39	11.0
女性 90年代生まれ	23	6.5
女性 80年代生まれ	144	40.6
女性 それ以前生まれ	28	7.9
不明	0	0.0
全体	355	100.0



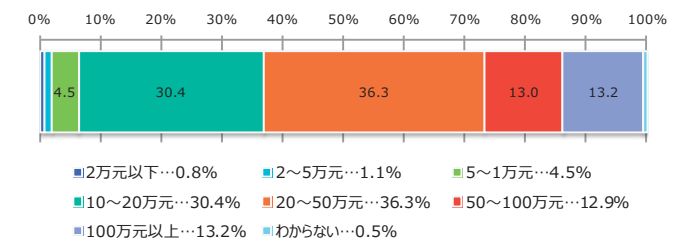
【居住地】

回答	n	%
北京	95	26.8
上海	146	41.1
広州	88	24.8
深セン	26	7.3
その他	0	0.0
不明	0	0.0
全体	355	100.0



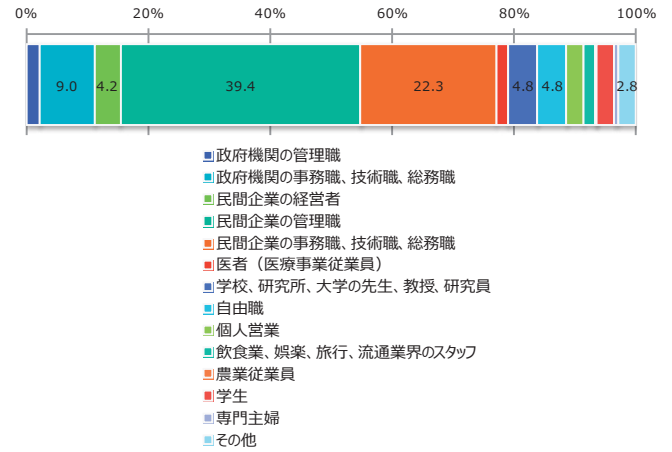
【世帯年収】

回答	n	%
2万元以下	3	0.8
2~5万元	4	1.1
5~1万元	16	4.5
10~20万元	108	30.4
20~50万元	129	36.3
50~100万元	46	13.0
100万元以上	47	13.2
わからない	2	0.6
全体	355	100.0



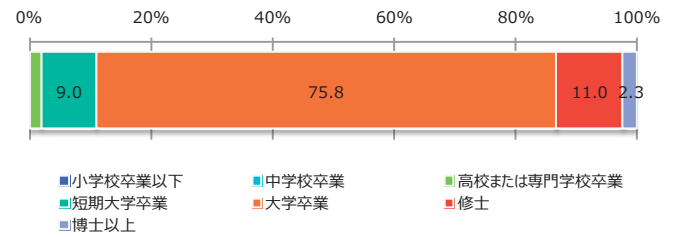
【職業】

回答	n	%
政府機関の管理職	8	2.3
政府機関の事務職、技術職、総務職	32	9.0
民間企業の経営者	15	4.2
民間企業の管理職	140	39.4
民間企業の事務職、技術職、総務職	79	22.3
医者（医療事業従業員）	7	2.0
学校、研究所、大学の先生、教授、研究員	17	4.8
自由職	17	4.8
個人営業	10	2.8
飲食業、娯楽、旅行、流通業界のスタッフ	7	2.0
農業従業員	1	0.3
学生	10	2.8
専業主婦	2	0.6
その他	10	2.8
全体	355	100.0



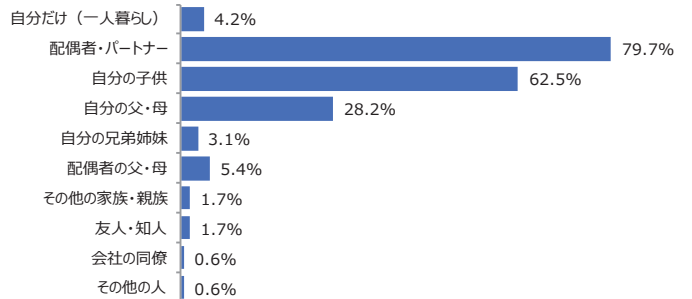
【最終学歴】

回答	n	%
小学校卒業以下	0	0.0
中学校卒業	0	0.0
高校または専門学校卒業	7	2.0
短期大学卒業	32	9.0
大学卒業	269	75.8
修士	39	11.0
博士以上	8	2.3
全体	355	100.0



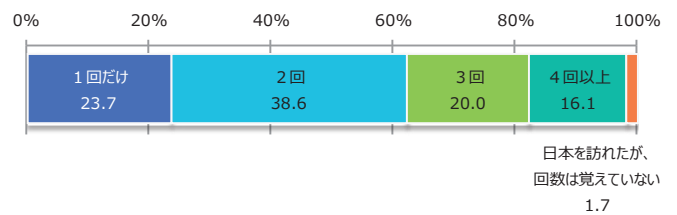
【同居している人】

回答	n	%
自分だけ（一人暮らし）	15	4.2
配偶者・パートナー	283	79.7
自分の子供	222	62.5
自分の父・母	100	28.2
自分の兄弟姉妹	11	3.1
配偶者の父・母	19	5.4
その他の家族・親族	6	1.7
友人・知人	6	1.7
会社の同僚	2	0.6
その他の人	2	0.6
全体	355	100.0



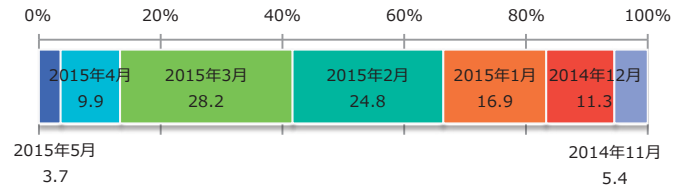
【これまでの訪日回数】

回答	n	%
1回だけ	84	23.7
2回	137	38.6
3回	71	20.0
4回以上	57	16.1
日本を訪れたが、回数は覚えていない	6	1.7
全体	355	100.0



## 【最後に日本を訪れた時期】

回答	n	%
2015年5月	13	3.7
2015年4月	35	9.9
2015年3月	100	28.2
2015年2月	88	24.8
2015年1月	60	16.9
2014年12月	40	11.3
2014年11月	19	5.4
全体	355	100.0



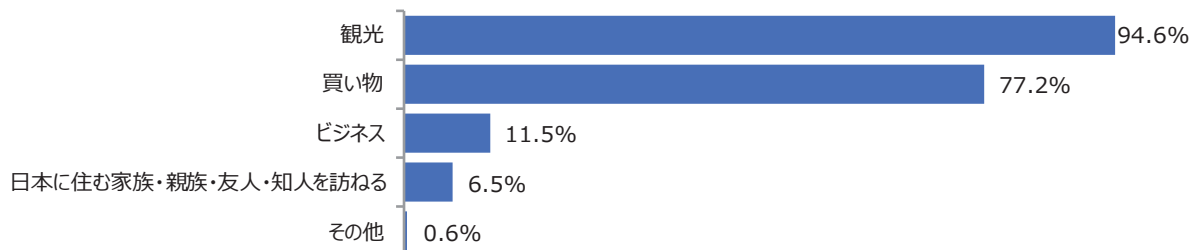
## (3) 調査結果

## ① 旅行の形態



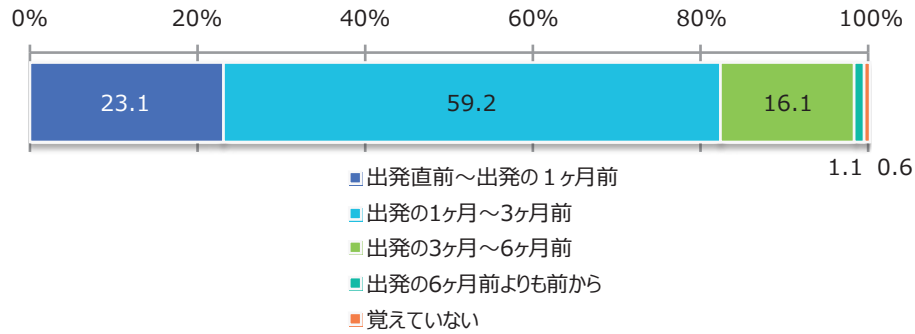
- ◆ 旅行の目的は観光と買い物が中心となっており、80%以上は訪日前3か月以内に決定している。
- ◆ 約70%は個人パッケージ旅行もしくは自分で飛行機と宿泊を手配する自由旅行をしている。
- ◆ 利用した旅行会社は、携程（Ctrip/中国旅行予約サイト最大手）、中国国際旅行社（CTIS/北京に本社を置く大手代理店）など大手旅行会社が選ばれている。また、検索や申込みには、ホームページ、ポータルサイト、SNSなどネットが使われている。
- ◆ 航空会社は、中国国際航空や中国東方航空などのフラッグキャリアやそれに準ずる航空会社が多く、本調査においてはLCCの利用は少ない。
- ◆ 旅行代金は、5,001元（約10万円）以上が70%以上を占める。10,001元（約20万円）以上も32%あり、比較的高額な訪日旅行が選択されていると言える。
- ◆ 旅行の同行者は家族、親族が中心。

## Q1. 直近で日本を訪れたときの、「目的」は何でしたか。(MA)



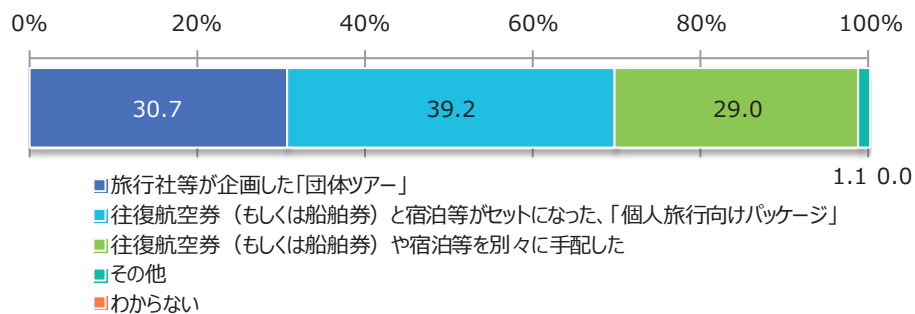
回答内容	n	%
観光	336	94.6
買い物	274	77.2
ビジネス	41	11.5
日本に住む家族・親族・友人・知人を訪ねる	23	6.5
その他	2	0.6
不明	0	0.0
全体	355	100.0

## Q2. 日本に行くことを、決めたのはいつ頃でしたか。(SA)



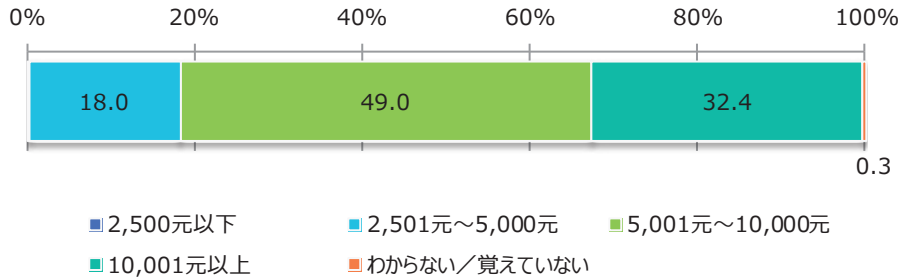
回答内容	n	%
出発直前～出発の1ヶ月前	82	23.1
出発の1ヶ月～3ヶ月前	210	59.2
出発の3ヶ月～6ヶ月前	57	16.1
出発の6ヶ月前よりも前から	4	1.1
覚えていない	2	0.6
不明	0	0.0
全体	355	100.0

## Q3. 直近で日本を訪れたときの、「旅行形態」をお選びください。(SA)



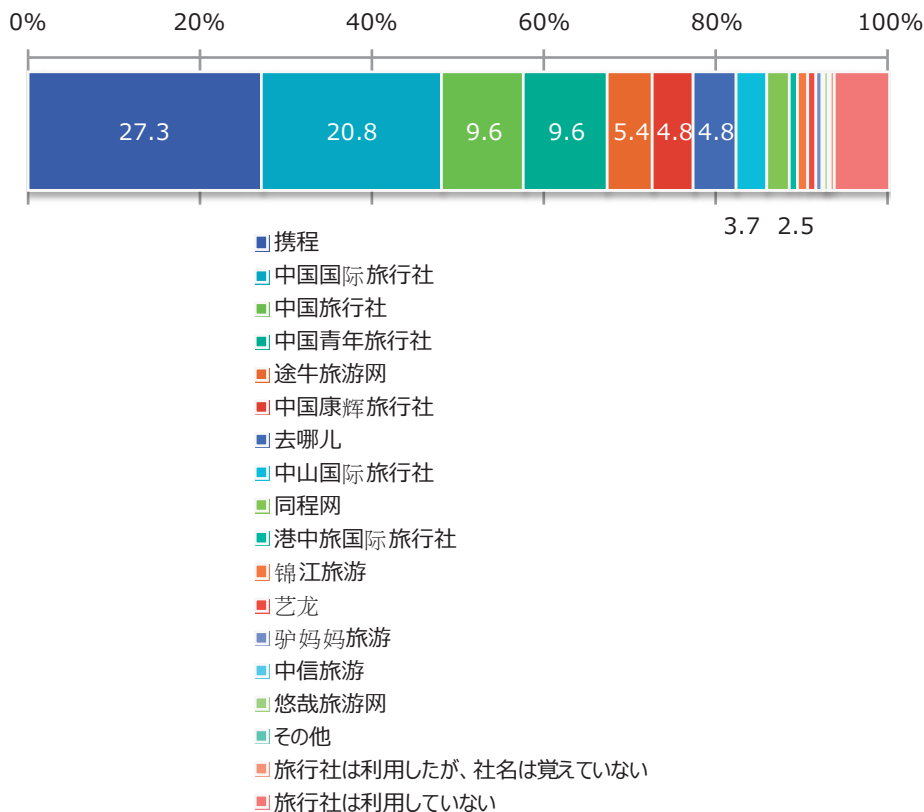
回答内容	n	%
旅行社等が企画した「団体ツアー」	109	30.7
往復航空券（もしくは船舶券）と宿泊等がセットになった、「個人旅行向けパッケージ」	139	39.2
往復航空券（もしくは船舶券）や宿泊等を別々に手配した	103	29.0
その他	4	1.1
わからない	0	0.0
不明	0	0.0
全体	355	100.0

**Q4. 直近で日本を訪れたときの、旅行代金（旅行会社などのバック料金、航空券、ホテル代）はいくらぐらいでしたか。（SA）**



回答内容	n	%
2,500元以下	1	0.3
2,501元~5,000元	64	18.0
5,001元~10,000元	174	49.0
10,001元以上	115	32.4
わからない/覚えていない	1	0.3
不明	0	0.0
全体	355	100.0

**Q5. 直近で日本を訪れたときに、利用した「旅行社」をお選びください。（SA）**

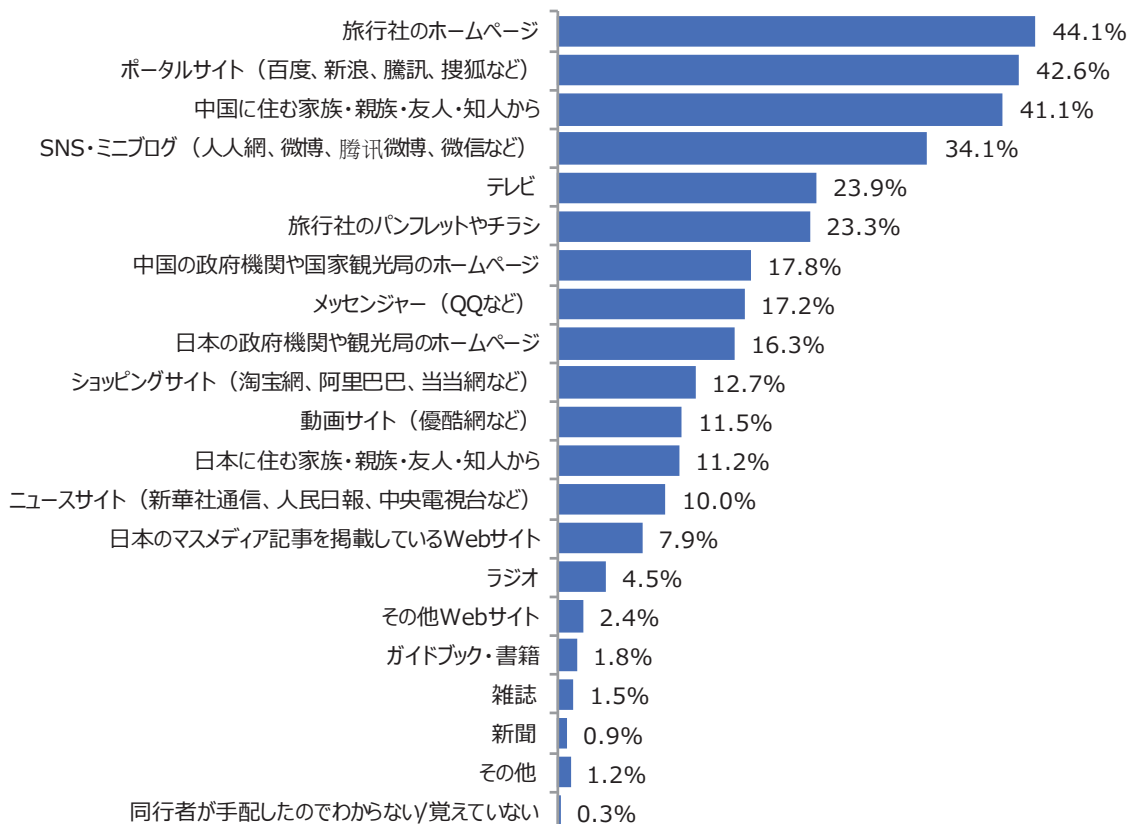


(SA : 単一回答 MA : 複数回答 MXSA : マトリクス単一回答)



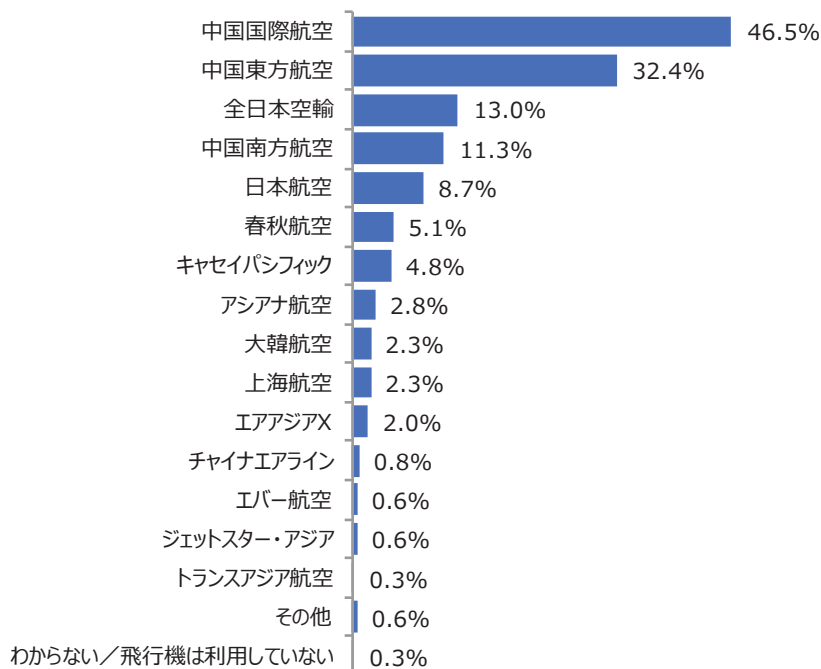
回答内容	n	%
携程	97	27.3
中国国际旅行社	74	20.8
中国旅行社	34	9.6
中国青年旅行社	34	9.6
途牛旅游网	19	5.4
中国康辉旅行社	17	4.8
去哪儿	17	4.8
中山国际旅行社	13	3.7
同程网	9	2.5
港中旅国际旅行社	4	1.1
锦江旅游	4	1.1
艺龙	3	0.8
驴妈妈旅游	3	0.8
中信旅游	1	0.3
悠哉旅游网	1	0.3
その他	1	0.3
旅行社は利用したが、社名は覚えていない	2	0.6
旅行社は利用していない	22	6.2
全体	355	100.0

#### Q6. 利用した旅行社を、どこで知りましたか。(MA)



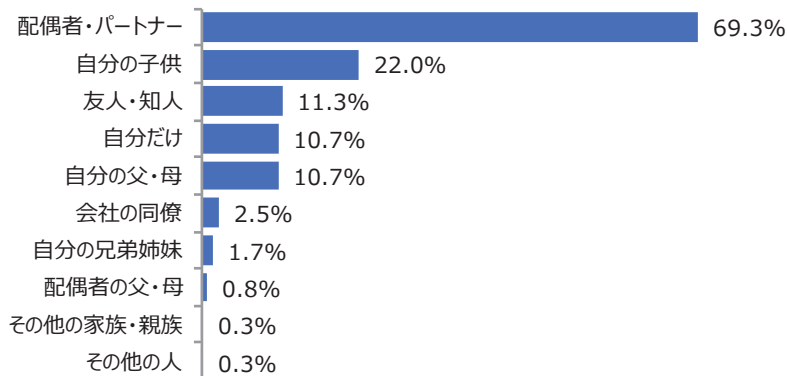
回答内容	n	%
旅行社のホームページ	146	44.1
ポータルサイト（百度、新浪、騰訊、搜狐など）	141	42.6
中国に住む家族・親族・友人・知人から	136	41.1
SNS・ミニブログ（人人網、微博、騰訊微博、微信など）	113	34.1
テレビ	79	23.9
旅行社のパンフレットやチラシ	77	23.3
中国の政府機関や国家観光局のホームページ	59	17.8
メッセージ（QQなど）	57	17.2
日本の政府機関や観光局のホームページ	54	16.3
ショッピングサイト（淘宝网、阿里巴巴、当当網など）	42	12.7
動画サイト（優酷網など）	38	11.5
日本に住む家族・親族・友人・知人から	37	11.2
ニュースサイト（新華社通信、人民日報、中央電視台など）	33	10.0
日本のマスメディア記事を掲載しているWebサイト	26	7.9
ラジオ	15	4.5
その他Webサイト	8	2.4
ガイドブック・書籍	6	1.8
雑誌	5	1.5
新聞	3	0.9
その他	4	1.2
同行者が手配したのでわからない/覚えていない	1	0.3
不明	0	0.0
全体	331	100.0

### Q7. 直近で日本を訪れたときに利用した飛行機の、「航空会社」をお選びください。（MA）



回答内容	n	%
中国国際航空	165	46.5
中国東方航空	115	32.4
全日本空輸	46	13.0
中国南方航空	40	11.3
日本航空	31	8.7
春秋航空	18	5.1
キャセイパシフィック	17	4.8
アジアナ航空	10	2.8
大韓航空	8	2.3
上海航空	8	2.3
エアアジアX	7	2.0
チャイナエアライン	3	0.8
エバー航空	2	0.6
ジェットスター・アジア	2	0.6
トランスアジア航空	1	0.3
その他	2	0.6
わからない/飛行機は利用していない	1	0.3
不明	0	0.0
全体	355	100.0

#### Q8. 直近で日本を訪れた際、誰と一緒に行了きましたか。(MA)



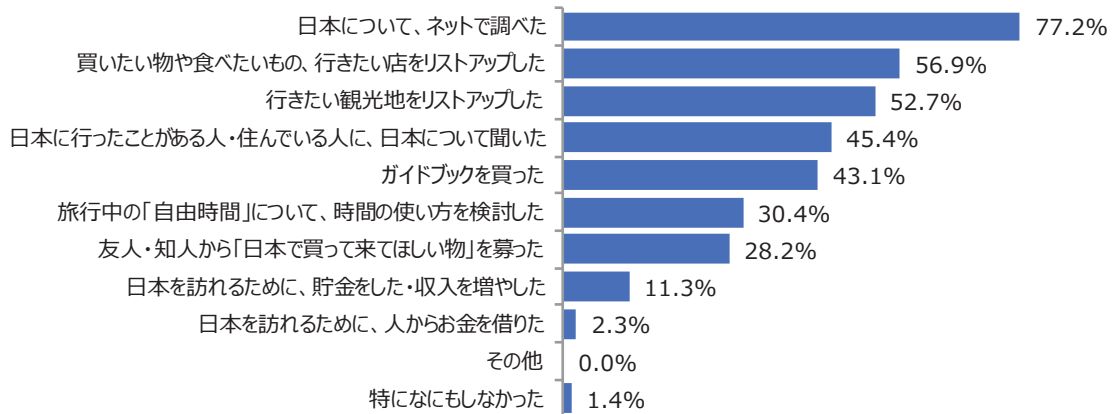
回答内容	n	%
配偶者・パートナー	246	69.3
自分の子供	78	22.0
友人・知人	40	11.3
自分だけ	38	10.7
自分の父・母	38	10.7
会社の同僚	9	2.5
自分の兄弟姉妹	6	1.7
配偶者の父・母	3	0.8
その他の家族・親族	1	0.3
その他の人	1	0.3
不明	0	0.0
全体	355	100.0

## ② 旅行の準備



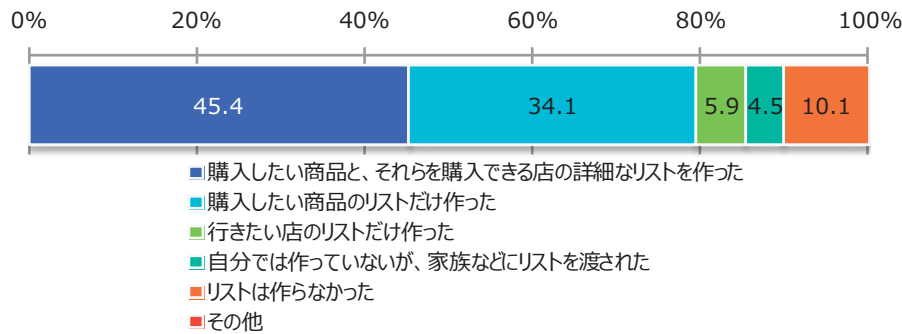
- ◆ 85%以上の方が、購入したい商品や行きたいお店のリストやメモを作成してきている。さらに、家族などから渡されたリストを含めると90%以上の人は「買いたい物リスト」を持って訪日している。
- ◆ 買いたい物リストを作成するための情報源は以下のようになっている。
  - － 家族、親族などの血縁、同郷、親友などのインフォーマルな人間関係からの情報（49.2%）
  - － 検索エンジン（百度/バイドゥなど）、SNS やミニブログ（微信(WeChat)/中国版 Line、微博(Weibo) /ミニブログなど）、ショッピングサイト（淘宝网/通販サイトなど）、メッセージ（QQなど）、ホームページなどのネット情報
- ◆ 訪日前に、周りの人を買ってきてほしい物を募るのも、中国人らしい行動である。

## Q9. 日本を訪れる前に、「旅の準備」や「調べもの」などをしましたか。（MA）



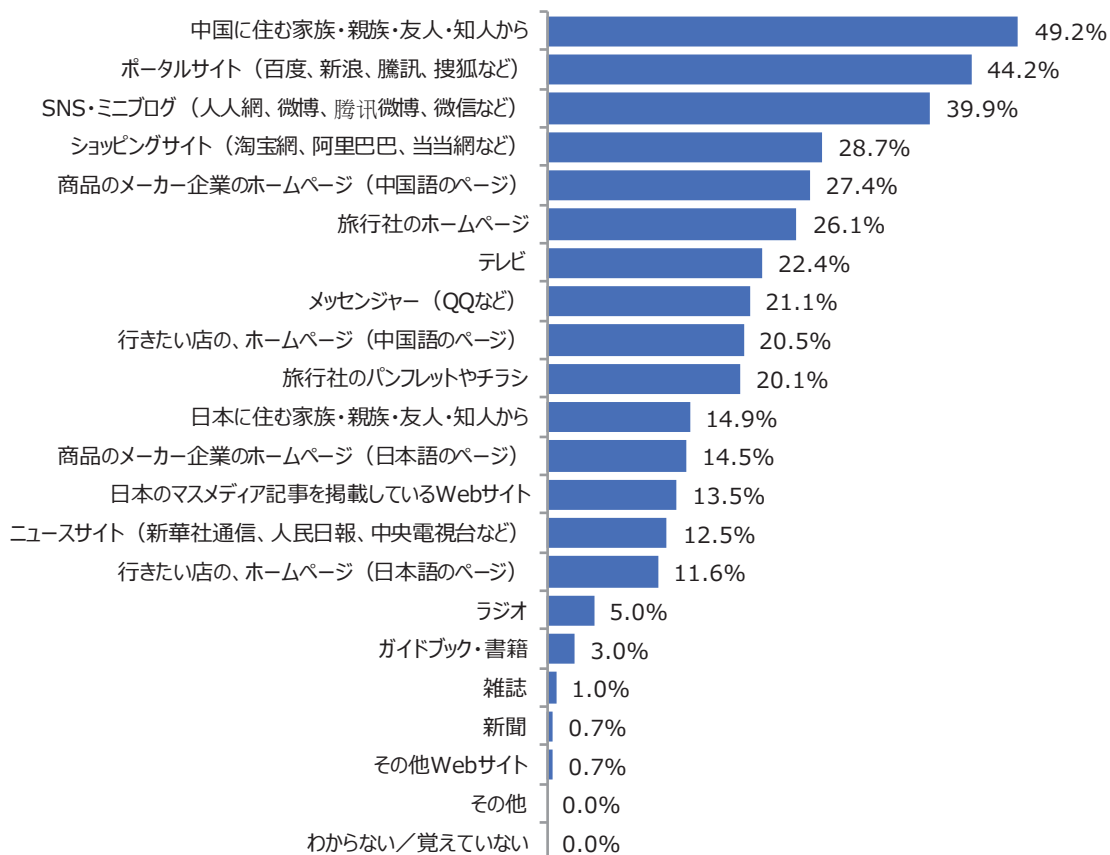
回答内容	n	%
日本について、ネットで調べた	274	77.2
買いたい物や食べたいもの、行きたい店をリストアップした	202	56.9
行きたい観光地をリストアップした	187	52.7
日本に行ったことがある人・住んでいる人に、日本について聞いた	161	45.4
ガイドブックを買った	153	43.1
旅行中の「自由時間」について、時間の使い方を検討した	108	30.4
友人・知人から「日本で買って来てほしい物」を募った	100	28.2
日本を訪れるために、貯金をした・収入を増やした	40	11.3
日本を訪れるために、人からお金を借りた	8	2.3
その他	0	0.0
特になにもしなかった	5	1.4
不明	0	0.0
全体	355	100.0

## Q10. 日本を訪れるにあたり、「買いたい商品」のリストやメモを作成しましたか。(SA)



回答内容	n	%
購入したい商品と、それらを購入できる店の詳細なリストを作った	161	45.4
購入したい商品のリストだけ作った	121	34.1
行きたい店のリストだけ作った	21	5.9
自分では作っていないが、家族などにリストを渡された	16	4.5
リストは作らなかった	36	10.1
その他	0	0.0
不明	0	0.0
全体	355	100.0

## Q11. 買いたい商品や行きたい店のリストを作成したときに、参考にした情報源をお選びください。(MA)



(SA : 単一回答 MA : 複数回答 MXSA : マトリクス単一回答)

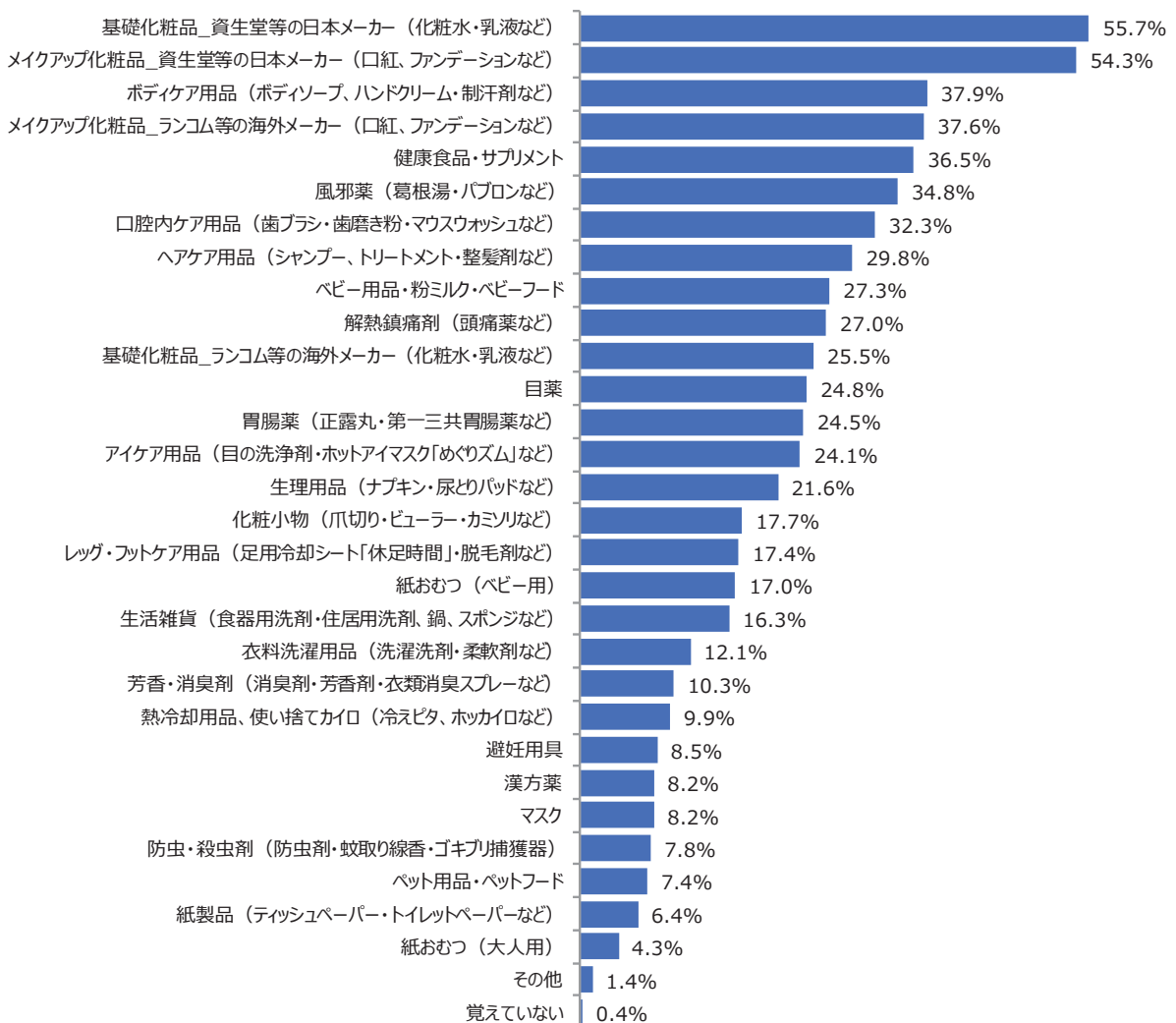
回答内容	n	%
中国に住む家族・親族・友人・知人から	149	49.2
ポータルサイト（百度、新浪、騰訊、搜狐など）	134	44.2
SNS・ミニブログ（人人網、微博、騰訊微博、微信など）	121	39.9
ショッピングサイト（淘宝网、阿里巴巴、当当網など）	87	28.7
商品のメーカー企業のホームページ（中国語のページ）	83	27.4
旅行社のホームページ	79	26.1
テレビ	68	22.4
メッセージ（QQなど）	64	21.1
行きたい店の、ホームページ（中国語のページ）	62	20.5
旅行社のパンフレットやチラシ	61	20.1
日本に住む家族・親族・友人・知人から	45	14.9
商品のメーカー企業のホームページ（日本語のページ）	44	14.5
日本のマスメディア記事を掲載しているWebサイト	41	13.5
ニュースサイト（新華社通信、人民日報、中央電視台など）	38	12.5
行きたい店の、ホームページ（日本語のページ）	35	11.6
ラジオ	15	5.0
ガイドブック・書籍	9	3.0
雑誌	3	1.0
新聞	2	0.7
その他Webサイト	2	0.7
その他	0	0.0
わからない／覚えていない	0	0.0
不明	0	0.0
全体	303	100.0

## ③ 「買いたい物・行きたいお店リスト」の内容



- ◆ 化粧品、医薬品、日用品が万遍なくリストアップされている。家族、親族、友人、知人からの情報、ネットから得られる情報や、過去の訪日経験がリスト選定に反映していると思われる。
- ◆ 特に日本メーカーの化粧品は、基礎化粧品（55.7%）、メイクアップ化粧品（54.3%）は半数以上の方が買いたい物リストに入れており、人気が高い。
- ◆ 化粧品、医薬品、健康食品、ケア用品などの美や健康に関する商品が上位を占めている。これは日本製品に対する、安心・安全、品質への信頼感によるものではないだろうか。
- ◆ 予約サービス（ドン・キホーテ「ウエルカム予約サイト」など）は、70%近くが知っているにもかかわらず、30%程度の利用にとどまっている。

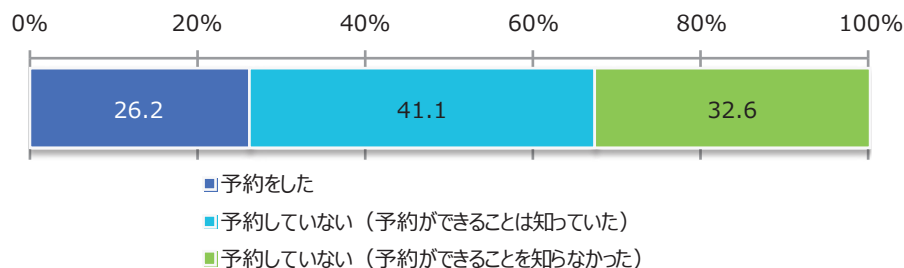
### Q12. そのリストに、医薬品や化粧品、日用品などを入れていましたか。 リストに入れていたものがあればお選びください。(MA)



(SA : 単一回答 MA : 複数回答 MXSA : マトリクス単一回答)

回答内容	n	%
基礎化粧品 資生堂等の日本メーカー（化粧水・乳液など）	157	55.7
メイクアップ化粧品 資生堂等の日本メーカー（口紅、ファンデーションなど）	153	54.3
ボディケア用品（ボディソープ、ハンドクリーム・制汗剤など）	107	37.9
メイクアップ化粧品 ランコム等の海外メーカー（口紅、ファンデーションなど）	106	37.6
健康食品・サプリメント	103	36.5
風邪薬（葛根湯・バブロンなど）	98	34.8
口腔内ケア用品（歯ブラシ・歯磨き粉・マウスウォッシュなど）	91	32.3
ヘアケア用品（シャンプー、トリートメント・整髪剤など）	84	29.8
ベビー用品・粉ミルク・ベビーフード	77	27.3
解熱鎮痛剤（頭痛薬など）	76	27.0
基礎化粧品 ランコム等の海外メーカー（化粧水・乳液など）	72	25.5
目薬	70	24.8
胃腸薬（正露丸・第一三共胃腸薬など）	69	24.5
アイケア用品（目の洗浄剤・ホットアイマスク「めぐりズム」など）	68	24.1
生理用品（ナプキン・尿とりパッドなど）	61	21.6
化粧小物（爪切り・ビューラー・カミソリなど）	50	17.7
レッグ・フットケア用品（足用冷却シート「休足時間」・脱毛剤など）	49	17.4
紙おむつ（ベビー用）	48	17.0
生活雑貨（食器用洗剤・住居用洗剤、鍋、スポンジなど）	46	16.3
衣料洗濯用品（洗濯洗剤・柔軟剤など）	34	12.1
芳香・消臭剤（消臭剤・芳香剤・衣類消臭スプレーなど）	29	10.3
熱冷却用品、使い捨てカイロ（冷えびた、ホッカイロなど）	28	9.9
避妊用具	24	8.5
漢方薬	23	8.2
マスク	23	8.2
防虫・殺虫剤（防虫剤・蚊取り線香・ゴキブリ捕獲器）	22	7.8
ペット用品・ペットフード	21	7.4
紙製品（ティッシュペーパー・トイレットペーパーなど）	18	6.4
紙おむつ（大人用）	12	4.3
その他	4	1.4
覚えていない	1	0.4
不明	0	0.0
全体	282	100.0

### Q13. 「日本で購入する商品」を、予め、日本を訪れる前に予約（取り置き）をしましたか。（SA）



回答内容	n	%
予約をした	74	26.2
予約していない（予約ができることは知っていた）	116	41.1
予約していない（予約ができることを知らなかった）	92	32.6
不明	0	0.0
全体	282	100.0

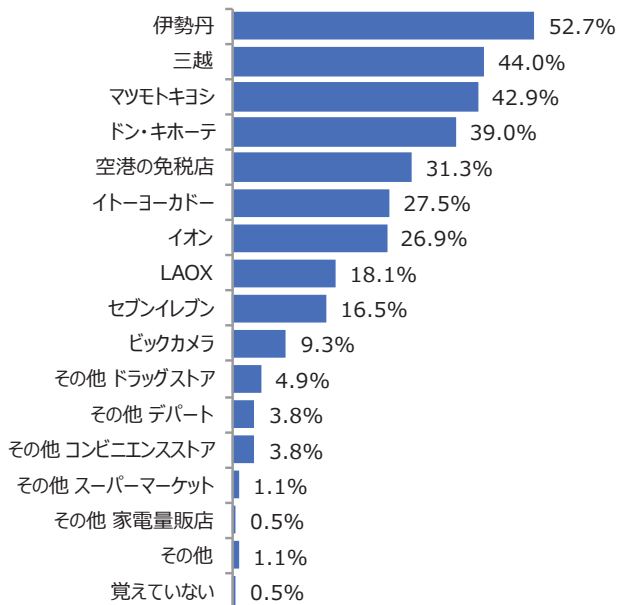


## ④ お店リストとその店をリストアップした理由



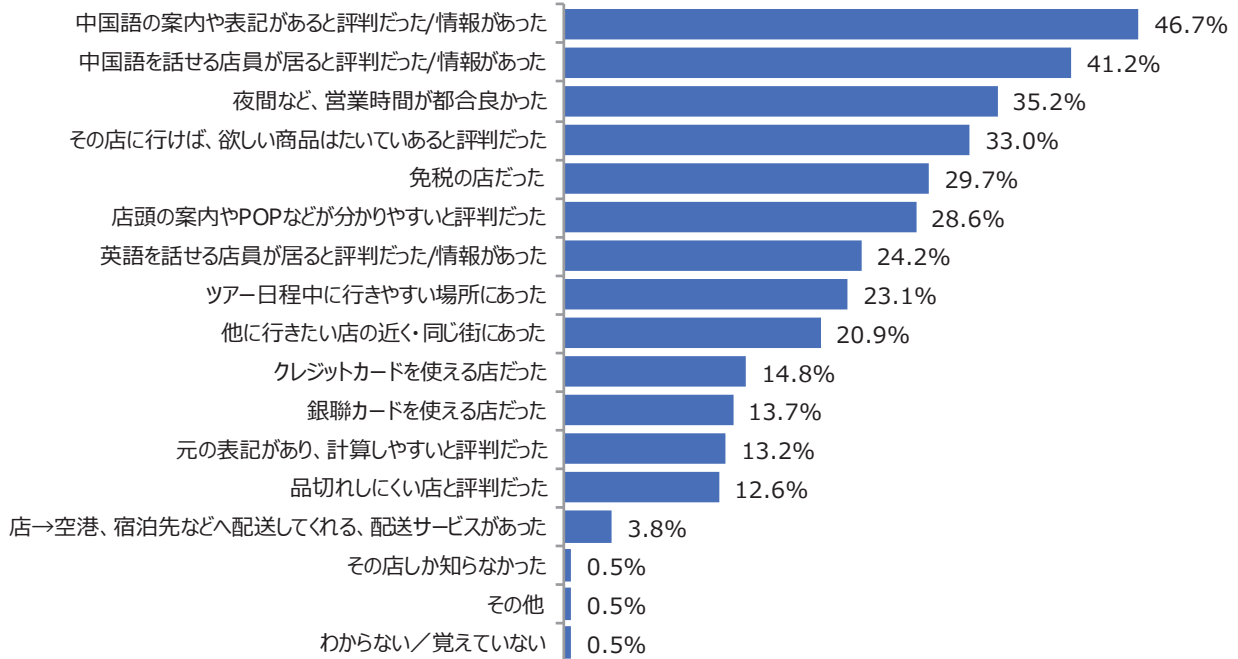
- ◆ お店リストに選ばれたトップ5は、伊勢丹、三越、マツモトキヨシ、ドン・キホーテ、空港免税店であった。
- ◆ 一つのお店で何でも揃う総合店がランクの上位となっている。
- ◆ 中国語表記（POP・チラシなど）、中国語対応店員の配置、豊富な品揃えと在庫や営業時間の長さなど中国人向けの対応に積極的な店舗の人気が高い。

## Q14. 行きたい店のリストに、入れた店舗をお選びください。(MA)



回答内容	n	%
伊勢丹	96	52.7
三越	80	44.0
マツモトキヨシ	78	42.9
ドン・キホーテ	71	39.0
空港の免税店	57	31.3
イトーヨーカドー	50	27.5
イオン	49	26.9
LAOX	33	18.1
セブンイレブン	30	16.5
ビックカメラ	17	9.3
その他 ドラッグストア	9	4.9
その他 デパート	7	3.8
その他 コンビニエンスストア	7	3.8
その他 スーパーマーケット	2	1.1
その他 家電量販店	1	0.5
その他	2	1.1
覚えていない	1	0.5
不明	0	0.0
全体	182	100.0

## Q15. Q14で選んだ店を、リストに入れた理由をお選び下さい。(MA)



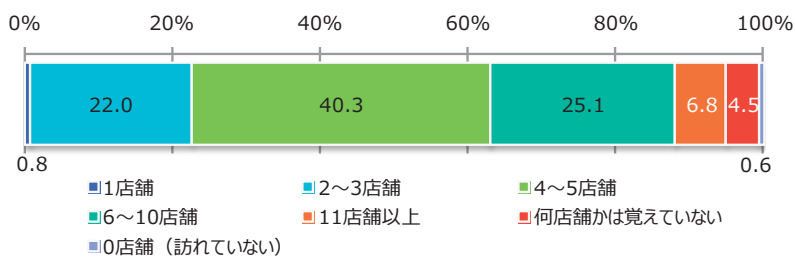
回答内容	n	%
中国語の案内や表記があると評判だった/情報があつた	85	46.7
中国語を話せる店員が居ると評判だった/情報があつた	75	41.2
夜間など、営業時間が都合良かった	64	35.2
その店に行けば、欲しい商品はたいていあると評判だった	60	33.0
免税の店だった	54	29.7
店頭の案内やPOPなどが分かりやすいと評判だった	52	28.6
英語を話せる店員が居ると評判だった/情報があつた	44	24.2
ツアー日程中に行きやすい場所にあつた	42	23.1
他に行きたい店の近く・同じ街にあつた	38	20.9
クレジットカードが使える店だった	27	14.8
銀聯カードが使える店だった	25	13.7
元の表記があり、計算しやすいと評判だった	24	13.2
品切れしにくい店と評判だった	23	12.6
店→空港、宿泊先などへ配送してくれる、配送サービスがあつた	7	3.8
その店しか知らなかつた	1	0.5
その他	1	0.5
わからない/覚えていない	1	0.5
不明	0	0.0
全体	182	100.0

## ⑤ 日本滞在中に実際に訪れた店



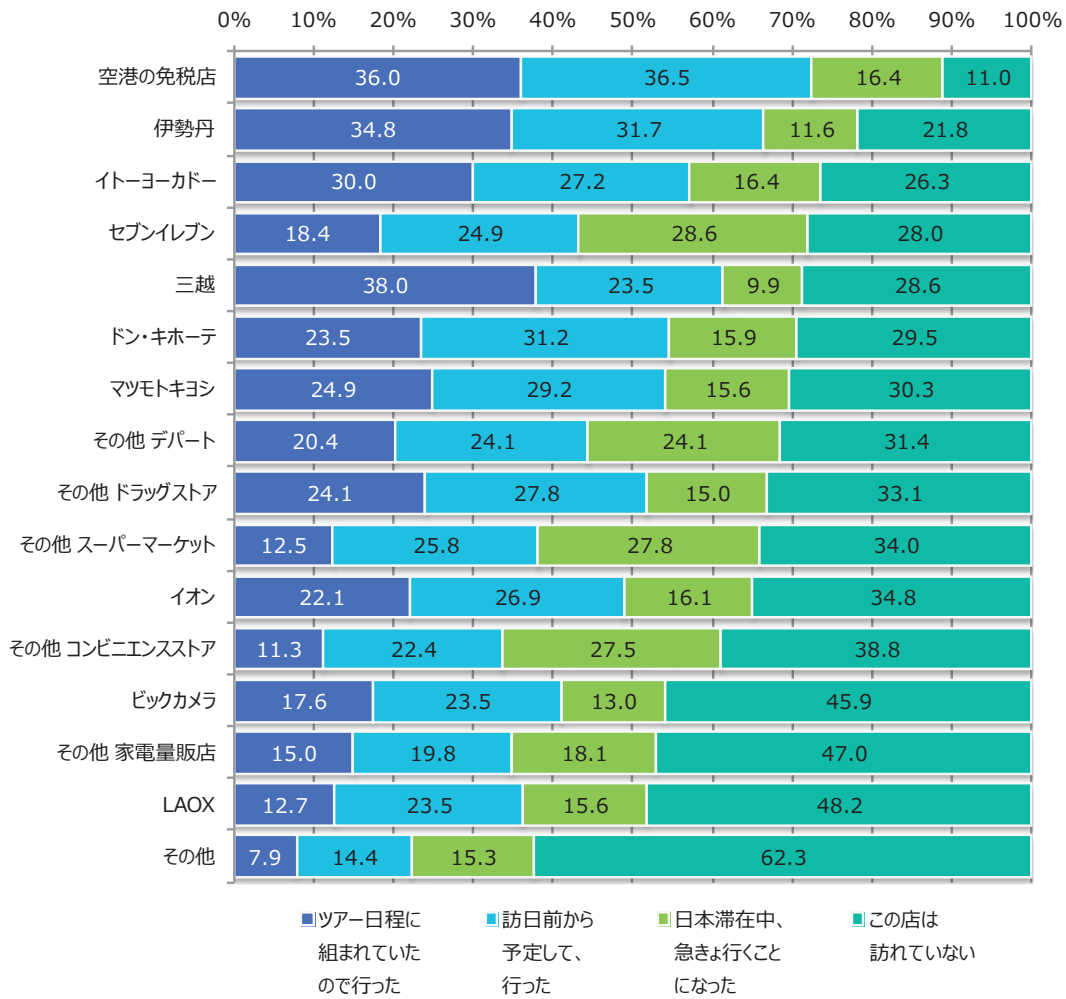
- ◆ 訪問した店舗数は4店舗～10店舗が中心。買い物の時間もほぼ満足している。
- ◆ 訪日前に行きたいお店としてランクインしていた空港免税店、三越、伊勢丹、ドン・キホーテ、マツモトキヨシへの訪問率は高いが、これらはツアー型、自由旅行型とも訪問予定に入れていることがわかる。
- ◆ セブンイレブンなどのコンビニエンスストアも訪日中の買い物に利用されていることが分かる。
- ◆ イトーヨーカドー、イオンなどのGMSも人気が高い。

## Q16. 日本に滞在中、「買い物のために」訪れた店は何店舗くらいでしたか。(SA)



回答内容	n	%
1店舗	3	0.8
2~3店舗	78	22.0
4~5店舗	143	40.3
6~10店舗	89	25.1
11店舗以上	24	6.8
何店舗かは覚えていない	16	4.5
0店舗 (訪れていない)	2	0.6
不明	0	0.0
全体	355	100.0

**Q17. 日本に滞在中に、あなたは下記の店舗を「買い物のために」訪れましたか。  
また、それはどのような経緯で訪れましたか。(SA)**



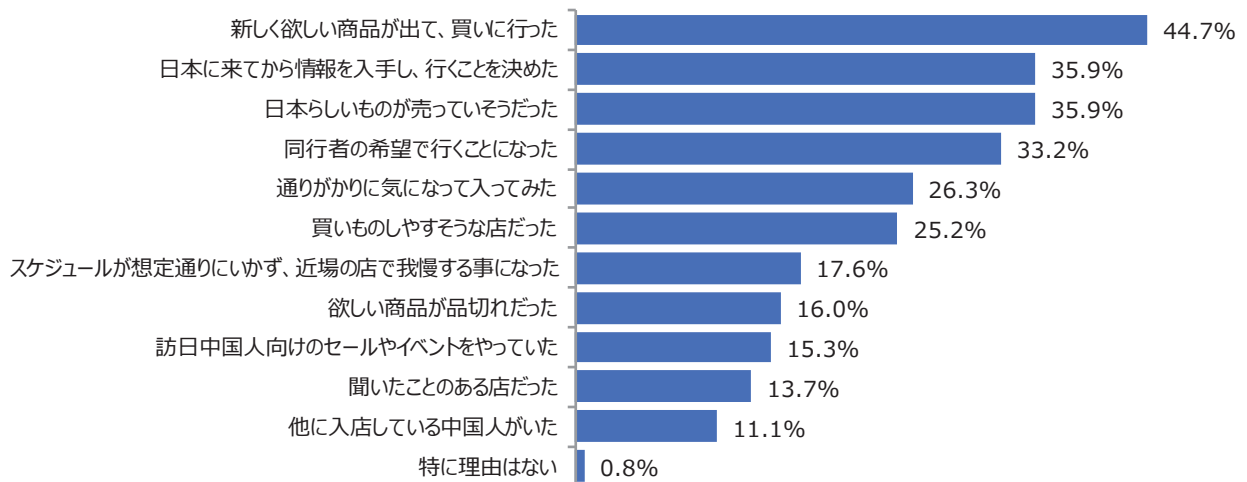
	ツアー日程に 組まれていた ので行った	訪日前から 予定して、 行った	日本滞在中、 急きょ行くこと になった	この店は 訪れていない
空港の免税店	36.0	36.5	16.4	11.0
伊勢丹	34.8	31.7	11.6	21.8
イトーヨーカドー	30.0	27.2	16.4	26.3
セブンイレブン	18.4	24.9	28.6	28.0
三越	38.0	23.5	9.9	28.6
ドン・キホーテ	23.5	31.2	15.9	29.5
マツモトキヨシ	24.9	29.2	15.6	30.3
その他 デパート	20.4	24.1	24.1	31.4
その他 ドラッグストア	24.1	27.8	15.0	33.1
その他 スーパーマーケット	12.5	25.8	27.8	34.0
イオン	22.1	26.9	16.1	34.8
その他 コンビニエンスストア	11.3	22.4	27.5	38.8
ビックカメラ	17.6	23.5	13.0	45.9
その他 家電量販店	15.0	19.8	18.1	47.0
LAOX	12.7	23.5	15.6	48.2
その他	7.9	14.4	15.3	62.3

(SA : 単一回答 MA : 複数回答 MXSA : マトリクス単一回答)

## ⑥ リストにない店に訪れた理由



- ◆ 予定外の新しい商品が欲しくなったり、日本に来てから知った情報によって訪問している。
- ◆ 通りがかりで気になって入ってみた（26.3%）、買いものしやすそうな店だった（25.2%）など、実際の店の雰囲気に入ったケースも多い。
- ◆ 中国人向けのセールやイベントも一定の効果が認められる。

**Q18. (急きよ行くことになった店舗があった人へ) なぜ、その店に行ったのですか。  
理由をお選びください。(MA)**


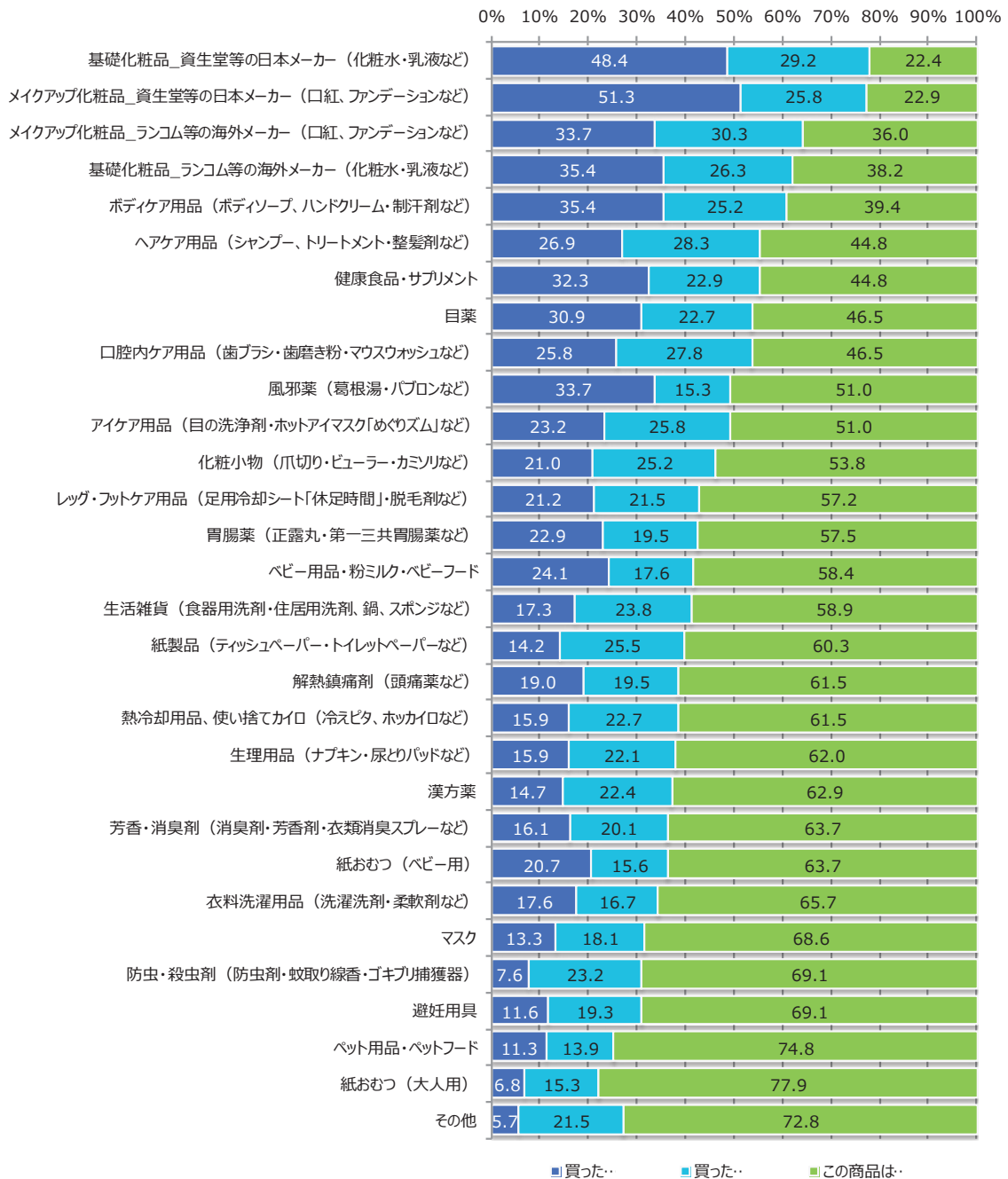
回答内容	n	%
新しく欲しい商品が出て、買いに行った	117	44.7
日本に来てから情報を入手し、行くことを決めた	94	35.9
日本らしいものが売ってそうだった	94	35.9
同行者の希望で行くことになった	87	33.2
通りがかりに気になって入ってみた	69	26.3
買いものしやすそうな店だった	66	25.2
スケジュールが想定通りにいかず、近場の店で我慢する事になった	46	17.6
欲しい商品が品切れだった	42	16.0
訪日中国人向けのセールやイベントをやっていた	40	15.3
聞いたことのある店だった	36	13.7
他に入店している中国人がいた	29	11.1
特に理由はない	2	0.8
不明	0	0.0
全体	262	100.0

⑦ 実際に購入した商品と買いたい物リストの商品



- ◆ 「買いたい物リスト」に入れていた商品は順当に購入できている。
- ◆ 生活雑貨や紙製品、防虫・殺虫剤などは、日本の店頭で品質の高さや種類の多さを知り、それが購入誘因になっていると考えられる。
- ◆ 漢方薬も買いたい物リストでは目立たなかったが、購入した商品としては多い。

Q19. 日本で、あなたは次の商品を購入しましたか。購入した場合は、「買いたい物リスト」に入っていたかどうか併せてお答えください。(SA)

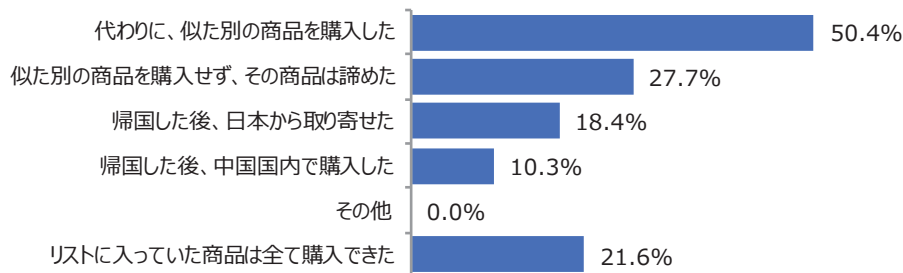


	買った (リストに入っていた)	買った (リストにはなかった)	この商品は 買っていない
基礎化粧品 資生堂等の日本メーカー (化粧水・乳液など)	48.4	29.2	22.4
メイクアップ化粧品 資生堂等の日本メーカー (口紅、ファンデーションなど)	51.3	25.8	22.9
メイクアップ化粧品 ランコム等の海外メーカー (口紅、ファンデーションなど)	33.7	30.3	36.0
基礎化粧品 ランコム等の海外メーカー (化粧水・乳液など)	35.4	26.3	38.2
ボディケア用品 (ボディソープ、ハンドクリーム・制汗剤など)	35.4	25.2	39.4
ヘアケア用品 (シャンプー、トリートメント・整髪剤など)	26.9	28.3	44.8
健康食品・サプリメント	32.3	22.9	44.8
目薬	30.9	22.7	46.5
口腔内ケア用品 (歯ブラシ・歯磨き粉・マウスウォッシュなど)	25.8	27.8	46.5
風邪薬 (葛根湯・バブロンなど)	33.7	15.3	51.0
アイケア用品 (目の洗浄剤・ホットアイマスク「めぐりズム」など)	23.2	25.8	51.0
化粧小物 (爪切り・ビューラー・カミソリなど)	21.0	25.2	53.8
レッグ・フットケア用品 (足用冷却シート「休足時間」・脱毛剤など)	21.2	21.5	57.2
胃腸薬 (正露丸・第一三共胃腸薬など)	22.9	19.5	57.5
ベビー用品・粉ミルク・ベビーフード	24.1	17.6	58.4
生活雑貨 (食器用洗剤・住居用洗剤、鍋、スポンジなど)	17.3	23.8	58.9
紙製品 (ティッシュペーパー・トイレットペーパーなど)	14.2	25.5	60.3
解熱鎮痛剤 (頭痛薬など)	19.0	19.5	61.5
熱冷却用品、使い捨てカイロ (冷えピタ、ホッカイロなど)	15.9	22.7	61.5
生理用品 (ナプキン・尿とりパッドなど)	15.9	22.1	62.0
漢方薬	14.7	22.4	62.9
芳香・消臭剤 (消臭剤・芳香剤・衣類消臭スプレーなど)	16.1	20.1	63.7
紙おむつ (ベビー用)	20.7	15.6	63.7
衣料洗濯用品 (洗濯洗剤・柔軟剤など)	17.6	16.7	65.7
マスク	13.3	18.1	68.6
防虫・殺虫剤 (防虫剤・蚊取り線香・ゴキブリ捕獲器)	7.6	23.2	69.1
避妊用具	11.6	19.3	69.1
ペット用品・ペットフード	11.3	13.9	74.8
紙おむつ (大人用)	6.8	15.3	77.9
その他	5.7	21.5	72.8

## ⑧ 買いたい物リストの商品がなかった場合



- ◆ 約 20%の人は予定した全てのものを購入できたとしている。
- ◆ 対象の商品がない場合には、約 30%の人が諦め、半数が代替りの商品を購入している。
- ◆ 帰国後に日本からの取り寄せている人も 20%近く存在する。

**Q20. 買いたい商品リストに入っていた商品が、欠品などで、購入できなかったことはありましたか。また、購入できなかったとき、あなたはどうしましたか。(MA)**


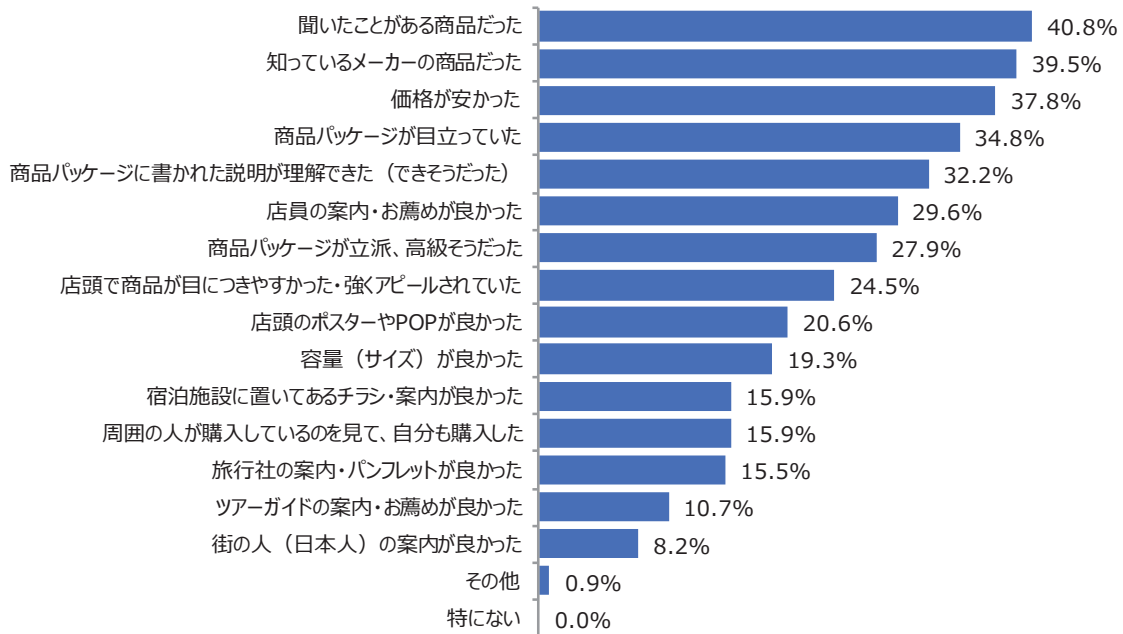
回答内容	n	%
代わりに、似た別の商品を購入した	142	50.4
似た別の商品を購入せず、その商品は諦めた	78	27.7
帰国した後、日本から取り寄せた	52	18.4
帰国した後、中国国内で購入した	29	10.3
リストに入っていた商品は全て購入できた	61	21.6
不明	0	0.0
全体	282	100.0



## ⑨ 「買いたい物リスト」以外の商品を購入した理由



- ◆ 聞いたことのある商品、知っているメーカーなどの馴染みからくる安心感が購入する要因となっている。
- ◆ 商品パッケージが目立ったり、店頭のパスターやPOPなどによる目につきやすいアピールも購入の決め手となっている。
- ◆ 店員の案内・お薦めも商品の購入を左右することがわかる。

**Q2 1. (リストに入っていなかった商品購入者へ) その商品を購入するに至った、「商品や案内・プロモーションでの決め手・良かった点」があれば、お選び下さい。(MA)**


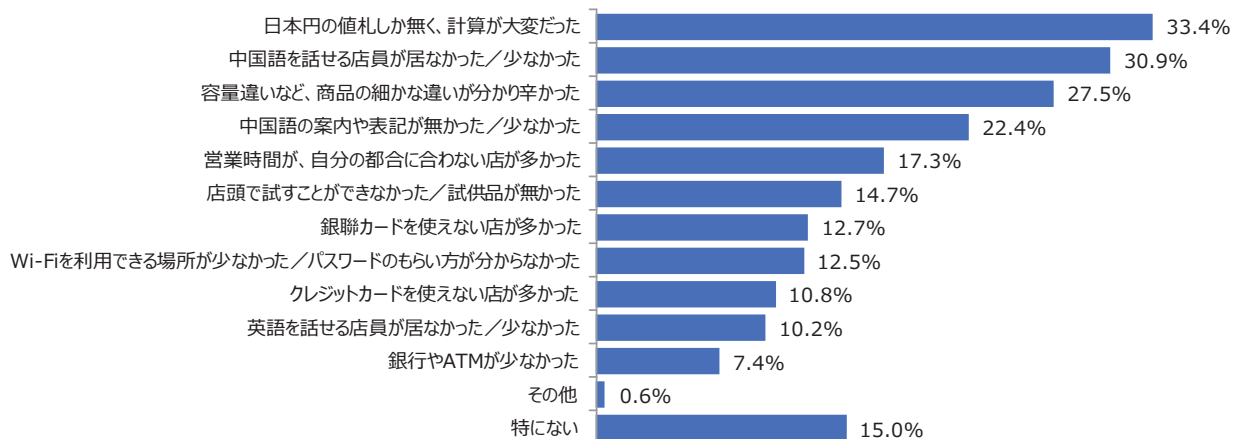
回答内容	n	%
聞いたことがある商品だった	95	40.8
知っているメーカーの商品だった	92	39.5
価格が安かった	88	37.8
商品パッケージが目立っていた	81	34.8
商品パッケージに書かれた説明が理解できた (できそうだった)	75	32.2
店員の案内・お薦めが良かった	69	29.6
商品パッケージが立派、高級そうだった	65	27.9
店頭で商品が目につきやすかった・強くアピールされていた	57	24.5
店頭のパスターやPOPが良かった	48	20.6
容量 (サイズ) が良かった	45	19.3
宿泊施設に置いてあるチラシ・案内が良かった	37	15.9
周囲の人が購入しているのを見て、自分も購入した	37	15.9
旅行社の案内・パンフレットが良かった	36	15.5
ツアーガイドの案内・お薦めが良かった	25	10.7
街の人 (日本人) の案内が良かった	19	8.2
その他	2	0.9
特にない	0	0.0
不明	0	0.0
全体	233	100.0

## ⑩ 日本の買い物で困ったこと・あって良かったこと



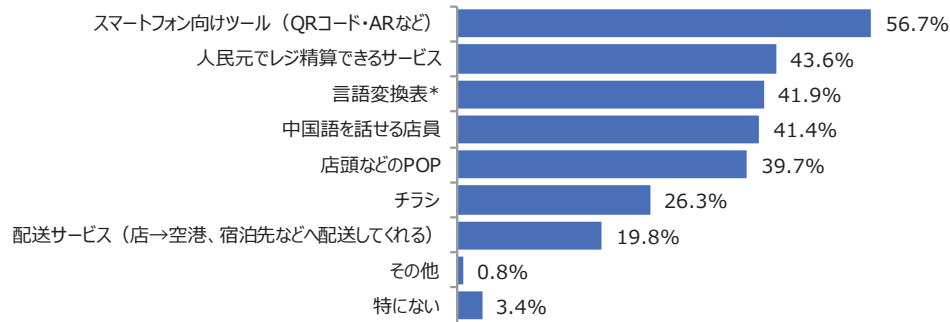
- ◆ 言葉の問題が一番のネックで、中国語での会話や中国語の表記が求められている。それらを解消するツール（スマホ用ツール、言語変換表）を必要としている。
- ◆ 人民元の使用や銀聯カードの利用なども重要なポイントとされている。
- ◆ 商品の特徴、使い方や保存方法、使用上の注意、成分など、商品に対するきめ細かい説明を欲している。

## Q22. 日本での買い物で、あなたが困ったことは何でしたか。(MA)



回答内容	n	%
日本円の値札しか無く、計算が大変だった	118	33.4
中国語を話せる店員が居なかった／少なかった	109	30.9
容量違いなど、商品の細かな違いが分かり辛かった	97	27.5
中国語の案内や表記が無かった／少なかった	79	22.4
営業時間が、自分の都合に合わない店が多かった	61	17.3
店頭で試すことができなかった／試供品が無かった	52	14.7
銀聯カードを使えない店が多かった	45	12.7
Wi-Fiを利用できる場所が少なかった／パスワードのもらい方が分からなかった	44	12.5
クレジットカードを使えない店が多かった	38	10.8
英語を話せる店員が居なかった／少なかった	36	10.2
銀行やATMが少なかった	26	7.4
その他	2	0.6
特にない	53	15.0
不明	0	0.0
全体	353	100.0

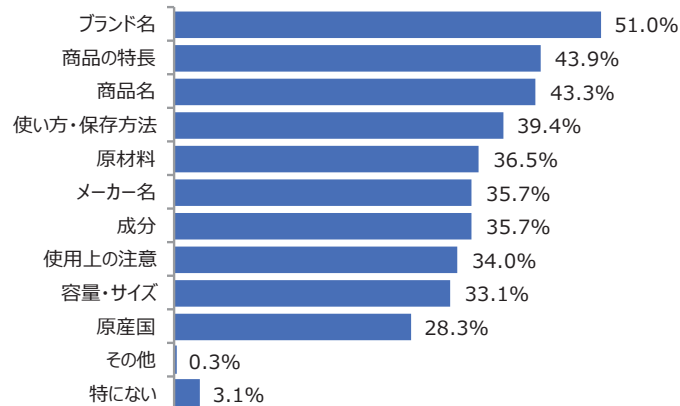
### Q23. 買い物をするときに、参考になった、あって良かったと思う、「訪日外国人向けのツール」があればお選びください。(MA)



\*言語変換表：よくある会話が一覧になっており、言いたいことを指で指し示すコミュニケーションツール

回答内容	n	%
スマートフォン向けツール (QRコード・ARなど)	200	56.7
人民元でレジ精算できるサービス	154	43.6
言語変換表*	148	41.9
中国語を話せる店員	146	41.4
店頭などのPOP	140	39.7
チラシ	93	26.3
配送サービス (店→空港、宿泊先などへ配送してくれる)	70	19.8
その他	3	0.8
特にない	12	3.4
全体	353	100.0

### Q24. 日本で買い物をする際、店頭が無いと困る・必要性を感じた「中国語での商品情報」は何ですか。(MA)



回答内容	n	%
ブランド名	180	51.0
商品の特長	155	43.9
商品名	153	43.3
使い方・保存方法	139	39.4
原材料	129	36.5
メーカー名	126	35.7
成分	126	35.7
使用上の注意	120	34.0
容量・サイズ	117	33.1
原産国	100	28.3
その他	1	0.3
特にない	11	3.1
全体	353	100.0

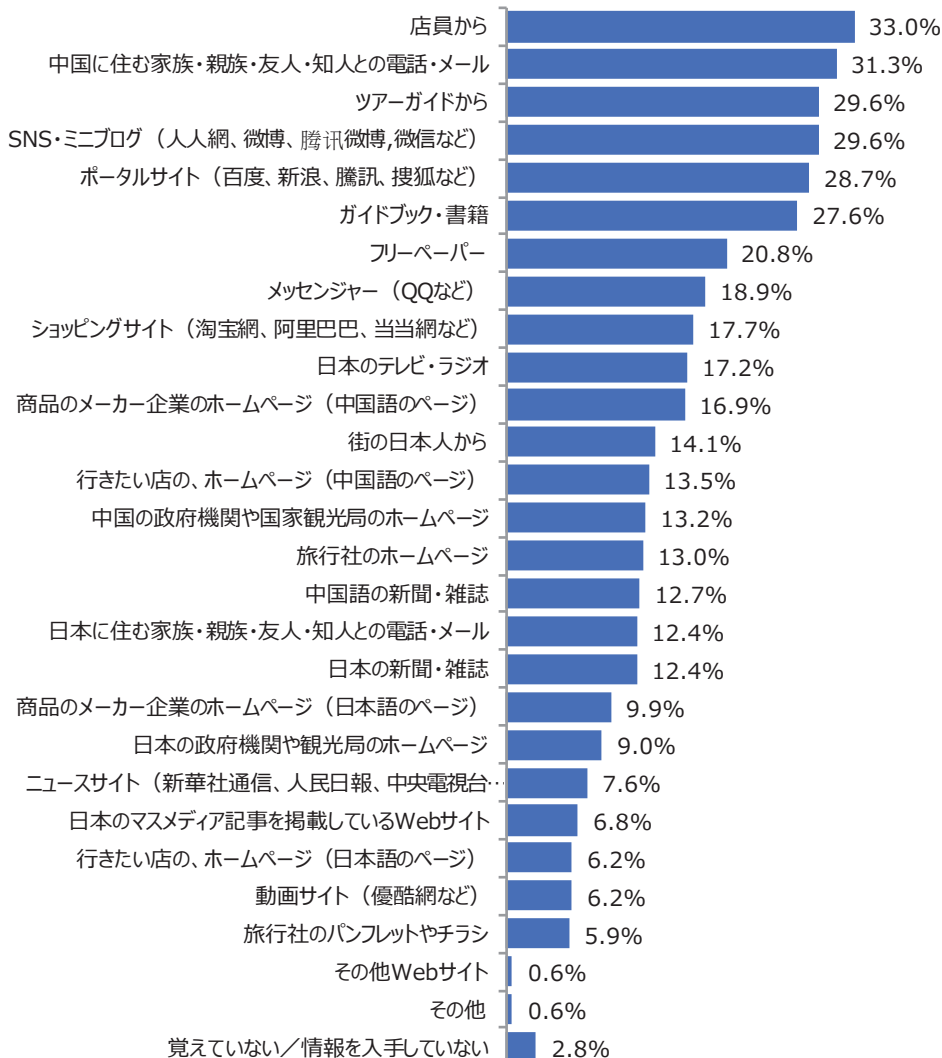
(SA：単一回答 MA：複数回答 MXSA：マトリクス単一回答)

## ⑪ 日本での買い物に関する情報源と情報発信



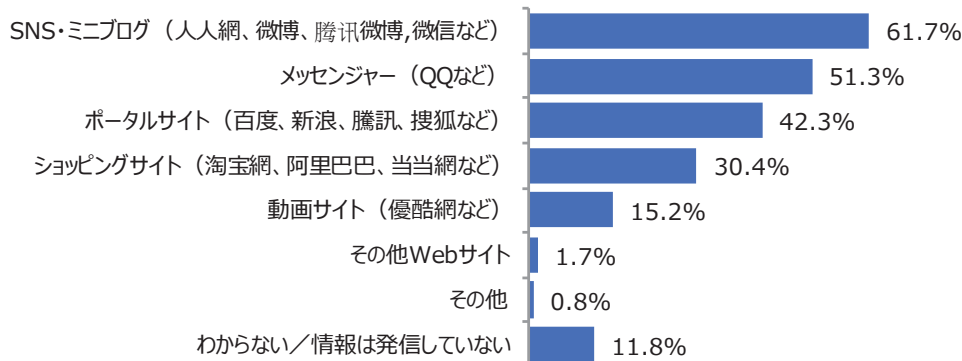
- ◆ 滞在中の買い物情報は、店員や中国に住む家族や友人、ツアーガイドなど人からのリアル情報を積極的に活用していることがわかる。また、ネットを使った情報収集のほか、ガイドブックも活用しており、買い物情報の収集は積極的に行われている。
- ◆ 情報収集以上に情報発信にも積極的で、SNS・ブログから情報発信した人は61.7%にも及ぶ。
- ◆ 帰国後にも約70%の人は、日本での買い物に関する情報をSNS・ブログ、メッセージなどのネットを通して発信している。

## Q25. 日本滞在中は、「買い物に関する情報」を、どこから得ていましたか。情報源をお選びください。(MA)



回答内容	n	%
店員から	117	33.0
中国に住む家族・親族・友人・知人との電話・メール	111	31.3
ツアーガイドから	105	29.6
SNS・ミニブログ（人人網、微博、騰訊微博、微信など）	105	29.6
ポータルサイト（百度、新浪、騰訊、搜狐など）	102	28.7
ガイドブック・書籍	98	27.6
フリーペーパー	74	20.8
メッセージ（QQなど）	67	18.9
ショッピングサイト（淘宝网、阿里巴巴、当当網など）	63	17.7
日本のテレビ・ラジオ	61	17.2
商品のメーカー企業のホームページ（中国語のページ）	60	16.9
街の日本人から	50	14.1
行きたい店の、ホームページ（中国語のページ）	48	13.5
中国の政府機関や国家観光局のホームページ	47	13.2
旅行社のホームページ	46	13.0
中国語の新聞・雑誌	45	12.7
日本に住む家族・親族・友人・知人との電話・メール	44	12.4
日本の新聞・雑誌	44	12.4
商品のメーカー企業のホームページ（日本語のページ）	35	9.9
日本の政府機関や観光局のホームページ	32	9.0
ニュースサイト（新華社通信、人民日報、中央電視台など）	27	7.6
日本のマスメディア記事を掲載しているWebサイト	24	6.8
行きたい店の、ホームページ（日本語のページ）	22	6.2
動画サイト（優酷網など）	22	6.2
旅行社のパンフレットやチラシ	21	5.9
その他Webサイト	2	0.6
その他	2	0.6
覚えていない／情報を入力していない	10	2.8
全体	355	100.0

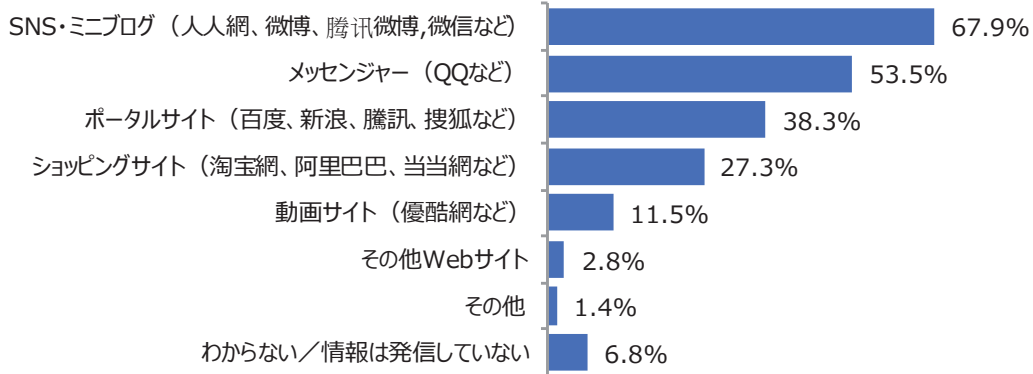
## Q26. 日本滞在中に、あなたが情報を発信・掲載した Web サイトをお選びください。（MA）



回答内容	n	%
SNS・ミニブログ（人人網、微博、騰訊微博、微信など）	219	61.7
メッセージ（QQなど）	182	51.3
ポータルサイト（百度、新浪、騰訊、搜狐など）	150	42.3
ショッピングサイト（淘宝网、阿里巴巴、当当網など）	108	30.4
動画サイト（優酷網など）	54	15.2
その他Webサイト	6	1.7
その他	3	0.8
わからない／情報は発信していない	42	11.8
全体	355	100.0

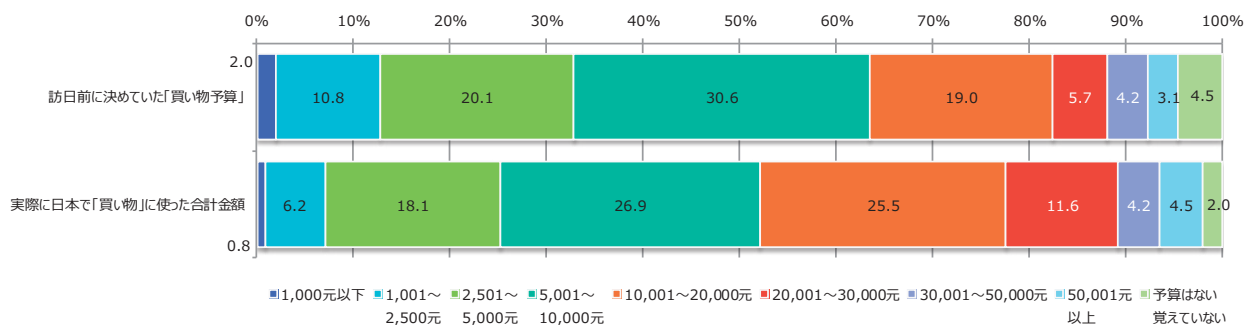
(SA : 単一回答 MA : 複数回答 MXSA : マトリクス単一回答)

**Q27. では、帰国後に、あなたが情報を発信・掲載した Web サイトをお選びください。(MA)**



回答内容	n	%
SNS・ミニブログ (人人網、微博、腾讯微博、微信など)	241	67.9
メッセンジャー (QQなど)	190	53.5
ポータルサイト (百度、新浪、騰訊、搜狐など)	136	38.3
ショッピングサイト (淘宝网、阿里巴巴、当当網など)	97	27.3
動画サイト (優酷網など)	41	11.5
その他Webサイト	10	2.8
その他	5	1.4
わからない/情報は発信していない	24	6.8
全体	355	100.0

**Q28. 日本での、医薬品・化粧品・日用品・衛生用品等の買い物について、訪日前に決めていた買い物の予算と、実際に日本で「買い物に使った」合計金額を教えてください。(MXSA)**



	1,000元以下	1,001~2,500円	2,501~5,000円	5,001~10,000円	10,001~20,000円	20,001~30,000円	30,001~50,000円	50,001円以上	予算はない/覚えていない
訪日前に決めていた「買い物予算」	2.0	10.8	20.1	30.6	19.0	5.7	4.2	3.1	4.5
実際に日本で「買い物」に使った合計金額	0.8	6.2	18.1	26.9	25.5	11.6	4.2	4.5	2.0

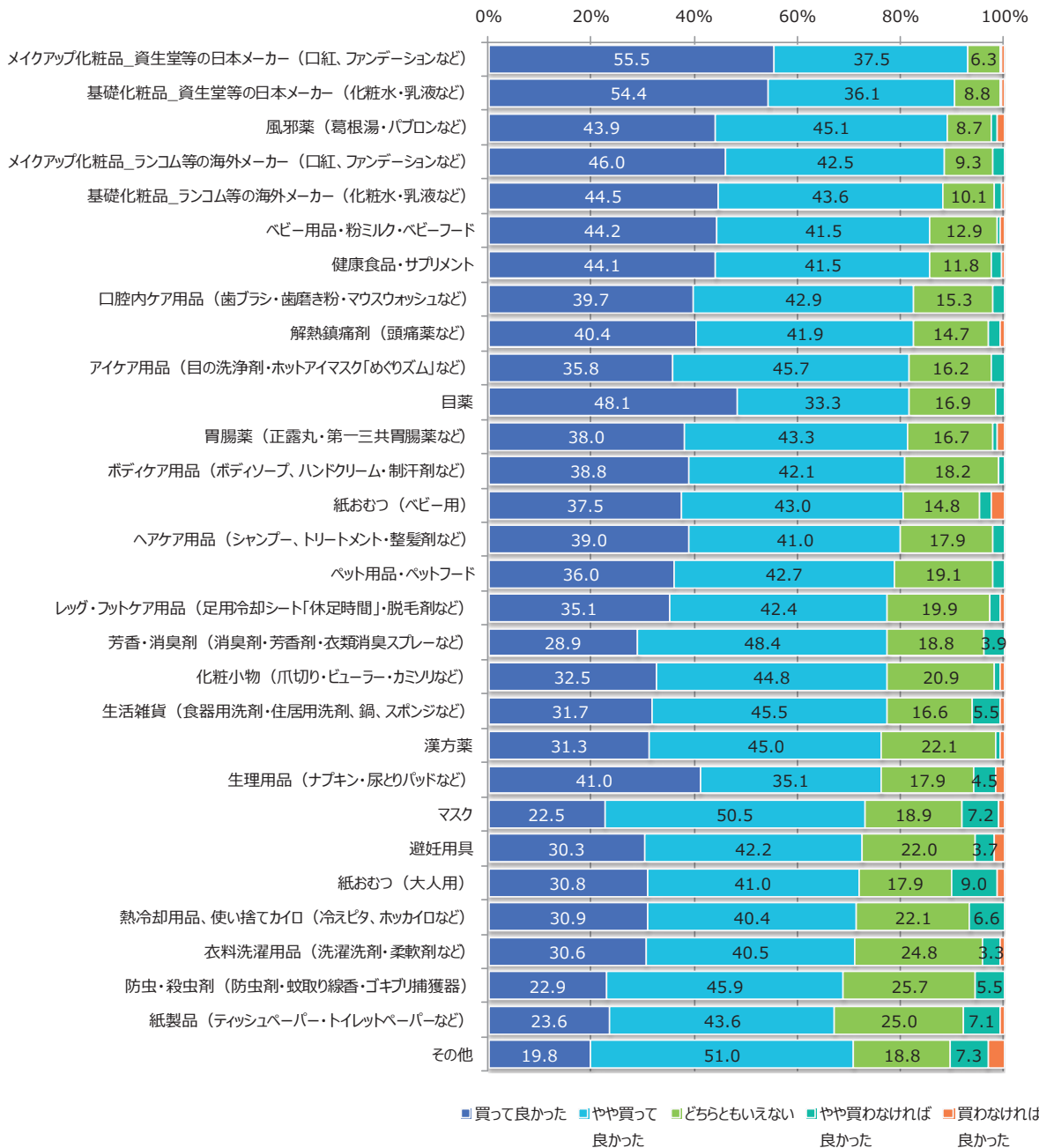
(SA : 単一回答 MA : 複数回答 MXSA : マトリクス単一回答)

⑫ 日本製品に関する評価



- ◆ どのカテゴリーをとっても、日本製品に対する満足感が高い。
- ◆ とりわけ、医薬品の信頼感、安心感は絶大なものがある。

Q29. 日本で購入した次の商品を、どの程度「買ってよかった」と思いますか。(MXSA)

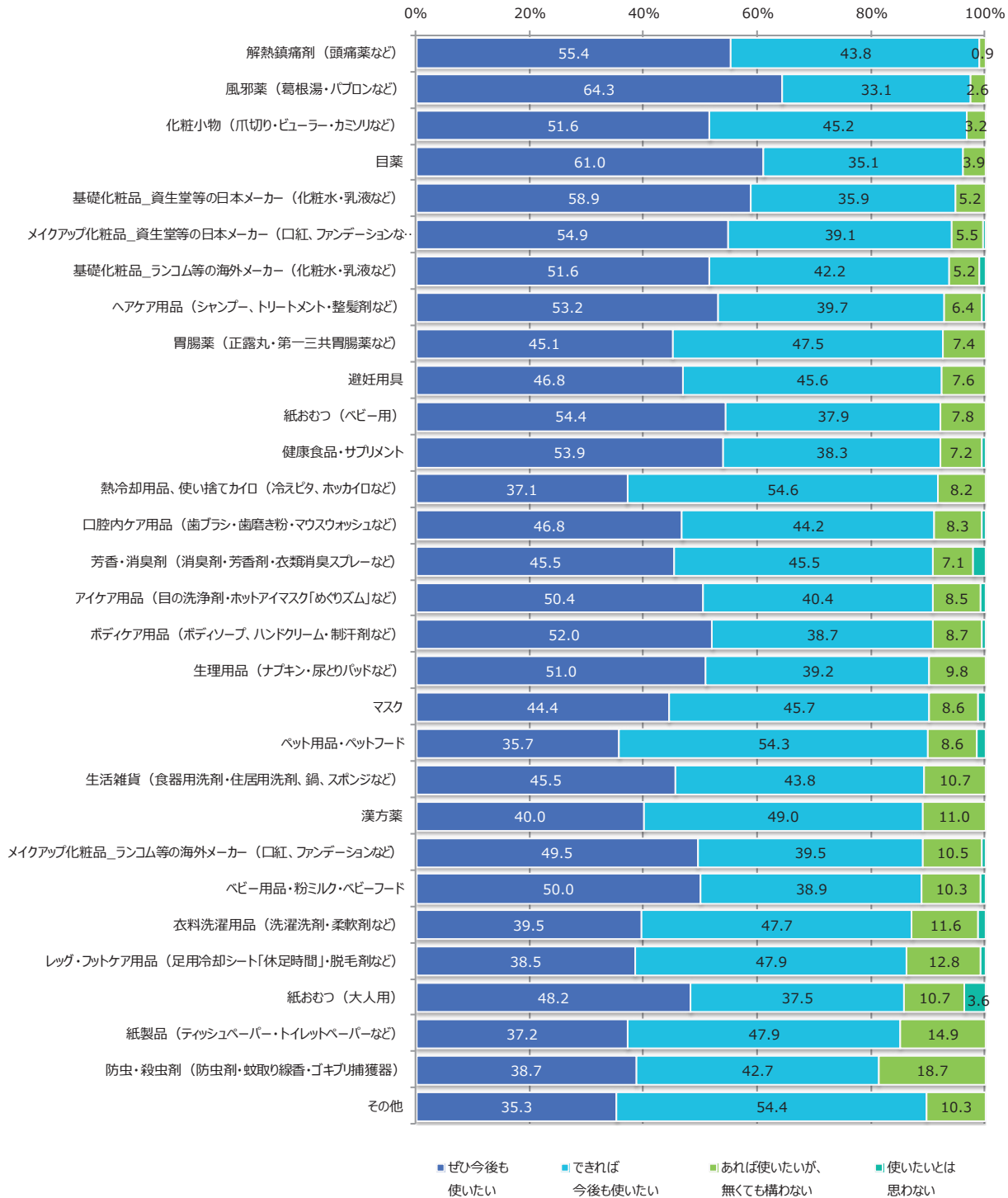


(SA : 単一回答 MA : 複数回答 MXSA : マトリクス単一回答)

	買って良かった	やや買って良かった	どちらともいえない	やや買わなければ良かった	買わなければ良かった
メイクアップ化粧品_資生堂等の日本メーカー (口紅、ファンデーションなど)	55.5	37.5	6.3	0.4	0.4
基礎化粧品_資生堂等の日本メーカー (化粧水・乳液など)	54.4	36.1	8.8	0.4	0.4
風邪薬 (葛根湯・パブロンなど)	43.9	45.1	8.7	1.2	1.2
メイクアップ化粧品_ランコム等の海外メーカー (口紅、ファンデーションなど)	46.0	42.5	9.3	2.2	0.0
基礎化粧品_ランコム等の海外メーカー (化粧水・乳液など)	44.5	43.6	10.1	1.4	0.5
ベビー用品・粉ミルク・ベビーフード	44.2	41.5	12.9	0.7	0.7
健康食品・サプリメント	44.1	41.5	11.8	2.1	0.5
口腔内ケア用品 (歯ブラシ・歯磨き粉・マウスウォッシュなど)	39.7	42.9	15.3	2.1	0.0
解熱鎮痛剤 (頭痛薬など)	40.4	41.9	14.7	2.2	0.7
アイケア用品 (目の洗浄剤・ホットアイマスク「めぐりズム」など)	35.8	45.7	16.2	2.3	0.0
目薬	48.1	33.3	16.9	1.6	0.0
胃腸薬 (正露丸・第一三共胃腸薬など)	38.0	43.3	16.7	0.7	1.3
ボディケア用品 (ボディソープ、ハンドクリーム・制汗剤など)	38.8	42.1	18.2	0.9	0.0
紙おむつ (ベビー用)	37.5	43.0	14.8	2.3	2.3
ヘアケア用品 (シャンプー、トリートメント・整髪剤など)	39.0	41.0	17.9	2.1	0.0
ペット用品・ペットフード	36.0	42.7	19.1	2.2	0.0
レッグ・フットケア用品 (足用冷却シート「休足時間」・脱毛剤など)	35.1	42.4	19.9	2.0	0.7
芳香・消臭剤 (消臭剤・芳香剤・衣類消臭スプレーなど)	28.9	48.4	18.8	3.9	0.0
化粧小物 (爪切り・ビューラー・カミソリなど)	32.5	44.8	20.9	1.2	0.6
生活雑貨 (食器用洗剤・住居用洗剤、銅、スポンジなど)	31.7	45.5	16.6	5.5	0.7
漢方薬	31.3	45.0	22.1	0.8	0.8
生理用品 (ナプキン・尿とりパッドなど)	41.0	35.1	17.9	4.5	1.5
マスク	22.5	50.5	18.9	7.2	0.9
避妊用具	30.3	42.2	22.0	3.7	1.8
紙おむつ (大人用)	30.8	41.0	17.9	9.0	1.3
熱冷却用品、使い捨てカイロ (冷えびた、ホッカイロなど)	30.9	40.4	22.1	6.6	0.0
衣料洗濯用品 (洗濯洗剤・柔軟剤など)	30.6	40.5	24.8	3.3	0.8
防虫・殺虫剤 (防虫剤・蚊取り線香・ゴキブリ捕獲器)	22.9	45.9	25.7	5.5	0.0
紙製品 (ティッシュペーパー・トイレットペーパーなど)	23.6	43.6	25.0	7.1	0.7
その他	19.8	51.0	18.8	7.3	3.1



Q30. 日本で購入した次の商品は、「今後も継続して使いたい商品」でしたか。(MXSA)



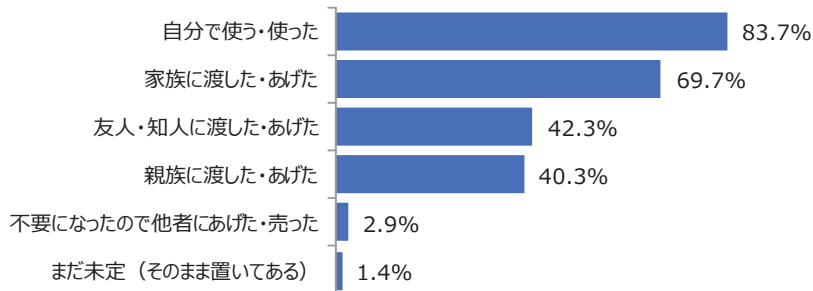
	ぜひ今後も 使いたい	できれば 今後も使いたい	あれば使いたい が、 無くても構わない	使いたいとは 思わない
解熱鎮痛剤（頭痛薬など）	55.4	43.8	0.9	0.0
風邪薬（葛根湯・バブロンなど）	64.3	33.1	2.6	0.0
化粧小物（爪切り・ビューラー・カミソリなど）	51.6	45.2	3.2	0.0
目薬	61.0	35.1	3.9	0.0
基礎化粧品 資生堂等の日本メーカー（化粧水・乳液など）	58.9	35.9	5.2	0.0
メイクアップ化粧品 資生堂等の日本メーカー（口紅、ファンデーションなど）	54.9	39.1	5.5	0.4
基礎化粧品 ランコム等の海外メーカー（化粧水・乳液など）	51.6	42.2	5.2	1.0
ヘアケア用品（シャンプー、トリートメント・整髪剤など）	53.2	39.7	6.4	0.6
胃腸薬（正露丸、第一三共胃腸薬など）	45.1	47.5	7.4	0.0
避妊用具	46.8	45.6	7.6	0.0
紙おむつ（ベビー用）	54.4	37.9	7.8	0.0
健康食品・サプリメント	53.9	38.3	7.2	0.6
熱冷却用品、使い捨てカイロ（冷えピタ、ホッカイロなど）	37.1	54.6	8.2	0.0
口腔内ケア用品（歯ブラシ・歯磨き粉・マウスウォッシュなど）	46.8	44.2	8.3	0.6
芳香・消臭剤（消臭剤・芳香剤・衣類消臭スプレーなど）	45.5	45.5	7.1	2.0
アイケア用品（目の洗浄剤・ホットアイマスク「めぐりズム」など）	50.4	40.4	8.5	0.7
ボディケア用品（ボディソープ、ハンドクリーム・制汗剤など）	52.0	38.7	8.7	0.6
生理用品（ナプキン・尿とりパッドなど）	51.0	39.2	9.8	0.0
マスク	44.4	45.7	8.6	1.2
ペット用品・ペットフード	35.7	54.3	8.6	1.4
生活雑貨（食器用洗剤・住居用洗剤、鍋、スポンジなど）	45.5	43.8	10.7	0.0
漢方薬	40.0	49.0	11.0	0.0
メイクアップ化粧品 ランコム等の海外メーカー（口紅、ファンデーションなど）	49.5	39.5	10.5	0.5
ベビー用品・粉ミルク・ベビーフード	50.0	38.9	10.3	0.8
衣料洗濯用品（洗濯洗剤・柔軟剤など）	39.5	47.7	11.6	1.2
レッグ・フットケア用品（足用冷却シート「休足時間」・脱毛剤など）	38.5	47.9	12.8	0.9
紙おむつ（大人用）	48.2	37.5	10.7	3.6
紙製品（ティッシュペーパー・トイレットペーパーなど）	37.2	47.9	14.9	0.0
防虫・殺虫剤（防虫剤・蚊取り線香・ゴキブリ捕獲器）	38.7	42.7	18.7	0.0
その他	35.3	54.4	10.3	0.0

## ⑬ 中国への帰国後の行動



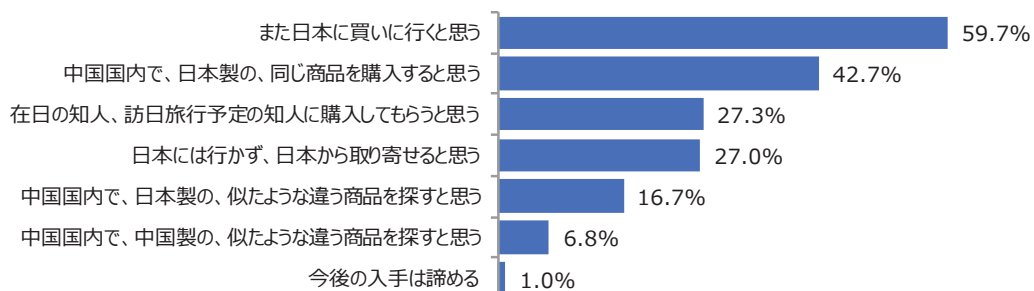
- ◆ 日本で購入した商品は、自分での使用が圧倒的に多く、その他は家族・親族、友人・知人への土産として渡している。
- ◆ 本調査では、転売するケースはごくわずかであった。
- ◆ 気に入った商品が無くなった場合は、再度日本に行き買ってもらう、在日や訪日予定の友人・知人に頼むなど、「日本で同じものを買いたい」との意向が強いことがわかる。
- ◆ 中国国内において購入する場合でも、日本で販売しているものと同じものや日本からのお取り寄せして買いたいとのニーズは高い。
- ◆ 中国製の似たような商品で対応するとした考え方は少なく、日本製品に対する思い入れの強さが見られる。

## Q3 1. 日本で購入した上記のような商品は、帰国後、どうしましたか。(MA)



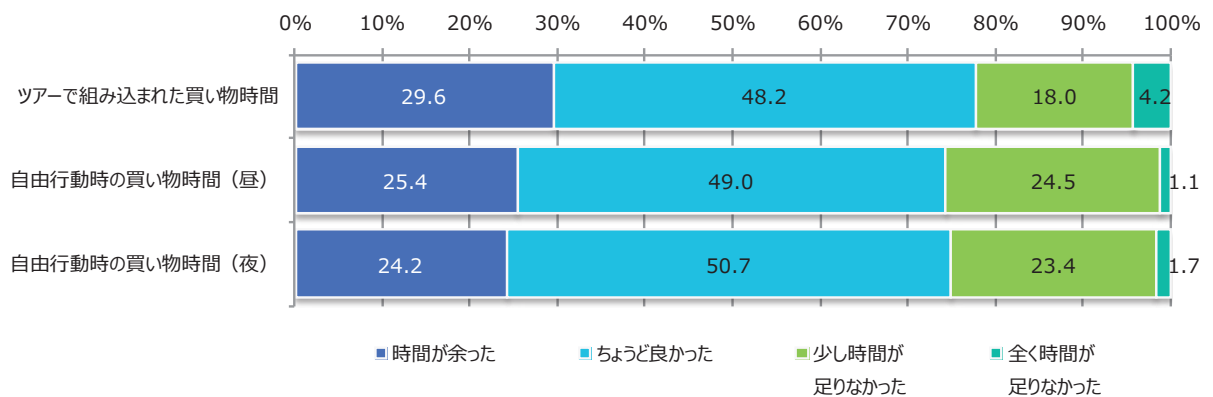
回答内容	n	%
自分で使う・使った	293	83.7
家族に渡した・あげた	244	69.7
友人・知人に渡した・あげた	148	42.3
親族に渡した・あげた	141	40.3
不要になったので他者にあげた・売った	10	2.9
まだ未定 (そのまま置いてある)	5	1.4
全体	350	100.0

## Q3 2. 日本で購入した上記のような商品を、気に入っていたが使い切ってしまった場合、その後、その商品をどのように入手すると思いますか。(MA)



回答内容	n	%
また日本に買いに行くと思う	175	59.7
中国国内で、日本製の、同じ商品を購入すると思う	125	42.7
在日の知人、訪日旅行予定の知人に購入してもらおうと思う	80	27.3
日本には行かず、日本から取り寄せると思う	79	27.0
中国国内で、日本製の、似たような違う商品を探すと思う	49	16.7
中国国内で、中国製の、似たような違う商品を探すと思う	20	6.8
今後の入手は諦める	3	1.0
全体	293	100.0

Q33. 今回の訪日では、買い物の時間は十分にありましたか。(MXSA)



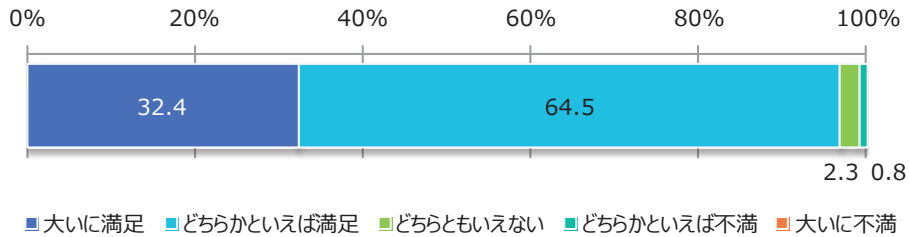
	時間が余った	ちょうど良かった	少し時間が足りなかった	全く時間が足りなかった
ツアーで組み込まれた買い物時間	29.6	48.2	18.0	4.2
自由行動時の買い物時間（昼）	25.4	49.0	24.5	1.1
自由行動時の買い物時間（夜）	24.2	50.7	23.4	1.7

⑭ 訪日の満足度と再訪問意思



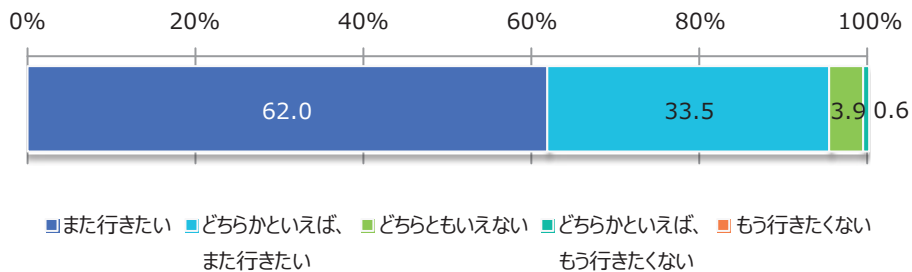
- ◆ 訪日に満足した人が約 97%であり、日本に対する憧れを強く感じる。
- ◆ 再訪問の意向も 95%以上と高い。

Q34. 全体的に見た、今回の訪日の満足度をお選びください。(SA)



回答内容	n	%
大いに満足	115	32.4
どちらかといえば満足	229	64.5
どちらともいえない	8	2.3
どちらかといえば不満	3	0.8
大いに不満	0	0.0
全体	355	100.0

Q35. 今後、また日本を訪れたいと思いますか。(SA)



回答内容	n	%
また行きたい	220	62.0
どちらかといえば、また行きたい	119	33.5
どちらともいえない	14	3.9
どちらかといえば、もう行きたくない	2	0.6
もう行きたくない	0	0.0
全体	355	100.0

(SA : 単一回答 MA : 複数回答 MXSA : マトリクス単一回答)



# 上海での グループインタビュー結果

## 2. 上海でのグループインタビュー

### (1) インタビューの概要

日時	2015年6月15日(月) 13時～18時
会場	上海 17 Floor, Boutique Administration Mansion, 355 Wuding Road, Shanghai
調査機関	インターワイヤード
手法	世帯年収別に分けた2グループに対し別々に実施 中国人モデレーターによるフォーカスグループインタビュー

### (2) インタビューの対象者

- ① 25歳～40歳の男女
- ② 6ヶ月以内に日本に旅行したことがある
- ③ インタビューのグルーピング
  - ◇ グループ1：世帯年収20万人民元（約400万円）以上 5名
  - ◇ グループ2：世帯年収10万～15万人民元（約200～300万円） 5名



## (3) インタビュー対象者のプロフィール

## グループ1 世帯年収 20 万人民币元 (約 400 万円) 以上



名前	チョウ	チョウ	シュ	リク	シュウ
性別	男	女	男	女	女
年齢	36	35	31	31	33
職業	物流/ 華東百貨経理代理	営業関連/行政	船舶/貿易管理職	翻訳会社/人事	建築関連 /室内設計師
学歴	大卒	専門学校	大卒	大卒	大卒
未婚・子供	既婚子持ち	既婚子持ち	既婚・子供なし	既婚子持ち	既婚子持ち
世帯年収	~240,000元	~220,000元	~240,000元	~240,000元	240,000元
旅行方式	自由型	団体型	自由形	自由型	団体式 (買い物地点指定なし)
旅行目的	旅行、買い物	旅行、買い物	自由形	旅行、買い物	旅行、買い物
購入した商品	電化製品、デジタル製品、医薬品、カバン、腕時計	医薬化粧品、デジタルブック、魔法瓶、シェイバー、玩具、食品	医薬品、スキンケア用品、カメラ、服、靴、腕時計、食品	化粧品、医薬品、香辛料、糖果	化粧品、スキンケア用品、電気ポット、オムツ、食品
同行者	自分たち夫婦と友人夫婦(全4人)	友人(全2人)	友人(全2人)	一家三人	両親(全3人)
同居者	妻	友人	友人	一家三人	母親
旅費	12,000元以上	6,000元以上	8000元	5000-6000元	7000元
直近訪日時期	2015年5月16日	2015年5月1日	2015年5月3日	2015年5月21日	2015年5月1日
訪れた都市	東京、銀座、新宿、渋谷、秋葉原、熱海、横浜、大阪(8日間)	東京、大阪、京都、新宿、箱根、銀座(7日間)	京都、東京、箱根	大阪、奈良	東京、大阪、箱根、京都(6日間)
SNSサイト	Wechat/QQ	Wechat	Weibo/Wechat/QQ	Weibo/Wechat/QQ	Wechat/QQ
よく見る雑誌	Marie Claire	ELLE	世界地理雑誌	RAYLI	-
よく見る新聞	申江	-	新民晩報	-	-
よく見るWeb	マホ	-	SOHU	-	-
好きなファッションブランド	Onitsuka Tiger, MUJI	三宅一生	BAPE	-	-
好きな有名人	中田英寿	-	西野カナ	-	-
趣味・ハマりごと	旅行、運動	旅行、買い物	旅行、体育	ネットサーフィン、旅行	旅行、運動、切手
自慢の日本商品	腕時計	電器	カメラ	バッグ、電気製品	電器ポット、おむつ、Samantha Thavasa
気に入っている点	スタイルが斬新、価格は安い、機能が多い。	日本の家電が有名で、新商品が出るのが早い、品質がいい。	使用便利、ファッション感が強い	サービス、清潔	品質がいい
訪問店舗	銀座、LV、Burberry、Ferragamo、FANCL、セイコー、ヨドバシ、DAIMARU、マツモトキヨシ、喜多屋、MUJI、Outles関西、Diesel、Edwin、Edwinジーンズ	銀座、秋葉原電気街、心斎橋商業町、マツモトキヨシ	阪急百貨、高島屋	高島屋、大丸、大阪アウトレット	名古屋、Hello Kitty店、Samantha Thavasa
購入日雑用品	風薬、おりもの専用シート、目薬、蚊取り線香、蚊避けクリーム、タルカムパウダー、成人目薬、磁力貼り、胃腸薬、痛止め貼り、龍角散、SK-II、FANCL、生酵素、ヘアカーラー	おりもの専用シート、魚肝油、目薬、酵素、KATE化粧品、楽高おもちゃ	資生堂乳液、風薬、花王蒸気アイマスク、ヘアマスク	タイガー炊飯ジャー、ステンレスボトル、レゴ、バーバリーブルーレーベルのバッグ、ミキハウスの靴、キスマミアイライナー、資生堂乳液、肌精セット、肌美精3Dマスク、日立ハタカリEN3000	資生堂、花王、刃物、魔法瓶、Hello Kitty腕時計、おもちゃ、無添加化粧品、Samantha Thavasa/バッグ
日本以外の旅行国	台湾	韓国	シンガポール	香港、シンガポール、タイ	フランス、スイス、イタリア
その目的	①観光	②買いもの	①観光 ②買いもの	①観光	-
印象深い購入物	-	-	食べ物、風邪薬	-	LONGINES、SWAROVSKI
今後、買い物をしたい国	沖縄	イタリア、スイス、フランス	イタリア、フランス	-	カンボジア

## グループ2 世帯年収 10万~15万人民元 (約200~300万円)



名前	チョウ	リク	リー	イン	ゴ
性別	女	男	女	男	女
年齢	33	30	25	30	31
職業	家具/セールス	通信/技術関連	ブライダル関連 /撮影アシスタント	自動車修理関連 /アフターケア	内装関連 /セールス
学歴	専門学校	専門学校	大卒	大卒	専門学校
未婚婚・子供	独身(離婚)	独身	独身	独身	独身
世帯年収	100,000元	100,000元	100,000元	130,000元	130,000元
旅行方式	団体式 (自由行動有り)	自由型	団体式 (2日自由行動)	自由型	自由型
旅行目的	旅行、買い物	旅行、買い物	旅行、買い物	旅行、買い物、友人訪問	買い物、温泉
購入した商品	炊飯器、ドライヤー、シェイバー、iPhone、カメラレンズ、照明器具、医薬化粧品、スキンケア用品、便座、食品	服、カバン、食品、医薬化粧品、髪染め	医薬化粧品、スキンケア用品、炊飯器、魔法瓶、電動歯ブラシ、ソックス、食品	携帯、変圧器、服、食品	化粧品、スキンケア用品、靴、魔法瓶、電動歯ブラシ、食品
同行者	家族、友人 (全7人)	友人(全2人)	母親(全2人)	独身	母親(全2人)
同居者	一人暮らし	友人	母親	友人	母親
旅費	6800元	7000-8000元	8000元	10000元	6000元
直近訪日時期	2015年4月	2015年4月24日	2014年12月1日	2015年1月1日	2015年5月1日
訪れた都市	東京、銀座、箱根、渋谷、秋葉原(7日間)	京都、大阪	東京、大阪、箱根、京都(6日間)	東京、横浜、神戸、熊本(2週間)	北海道(札幌、小樽)
SNSサイト	Wechat/QQ	Wechat/QQ	Weibo/Wechat	Weibo/Wechat/QQ	Weibo/Wechat
よく見る雑誌	ELLE	-	MINA、VIVI	名車誌	RAYLI
よく見る新聞	-	-	-	-	-
よく見るWeb	-	Taobao	SINA	-	-
好きなファッションブランド	三宅一生、シュウウエムラ	-	A Bathing Ape、CPB、ヤマハ、コスメデコルテ	ホンダ	カネボウ
好きな有名人	-	-	-	木村拓哉	木村拓哉
趣味・ハマりごと	買い物、旅行、ショッピング、カラオケ	映画、旅行	買い物、ジョギング、撮影	ネットサーフィン、旅行、水泳	ネットサーフィン、旅行、映画
自慢の日本商品	モンチッチ	斜め掛けバッグ	日立 N3000	明治	化粧品、スキンケア
気に入っている点	可愛い、愛嬌がある、童心	きれい、デザインがいい、オシャレ	使いやすい、肌をデイブレンジングが出来る、皮膚が良くなった	ミルク味が濃い	無刺激、効果がいい
訪問店舗	心斎橋家電販売店、大丸	マルイ、高島屋	高島屋、秋葉原、マツモトキヨシ、Burberry、LV(銀座)、ドンキ・ホーテ、大阪outlet、お台場	元町	狸小路、大丸
購入日雑用品	花王アイマスク、尊馬油、花王ボディ&ヘアケア(花王洗剤用品)、大王おむつ、シュウウエムラメイク落とし、酵素、花王生理用ナプキン	SK-II美容液、洗顔料	資生堂シャンプー、酵素、目薬、蒸気でホットアイマスク、生理用ナプキン、小林製薬洗眼液、日立N3000、24K純金美容棒、象印炊飯器、タイガー電気ポット、魔法瓶、Biore洗顔クリーム馬油、楽器、CPBスキンケア、コスメデコルテ、Threeシャンプー、食品	明治	資生堂アイブロウ、胃薬、カネボウ、ファンケル、DHC、小林製薬ニキュア、肌美精、目薬、スプレー、ステンレスボトル、資生堂ボディ&ヘアケア、カネボウ靴下、蒸気でアイマスク
日本以外の旅行国 その目的	していない	していない	タイ、韓国 ②買いもの	シンガポール ①観光	フィリピン、韓国
印象深い購入物	-	-	バンコクバッグ、マスク	-	韓国化粧品、マスカラ、カタムリクリーム
今後、買い物 したい国	トルコ、モルジブ、パラオ	アメリカ	フランス、オーストラリア	ドイツ	韓国

## (4) インタビュー回答の要旨

## 訪日旅行の動機・目的

- ① 日本人の質の高い対応(サービス)への憧れを満たす(実現すること)と、買い物を楽しむ。
  - ・ 日本の品質の高い製品や食べ物とサービスが中国人の憧れであり、それを直接体験したい、買いたいとの思いが強い。
  - ・ アジアンナンバーワンの先進国の実態を見てみたい。
- ② 日本製の商品に対する「信頼」と「信用度」は極めて高い
  - ・ 特に、化粧品、医薬品、電子製品(家電、カメラ、時計)の需要が大きい。
  - ・ 日本では偽物を買う心配がない。
  - ・ 日本の物は安心。「Made in Japan」を買う。

## 訪日前の旅行計画

- ① ショッピングリストをつくる
 

《情報源》

  - ・ タオバオ(淘宝:中国の電子商取引最大手のアリババが設立したネットオークションサイト) SNS(微博(Weibo):ミニブログ、微信(We-chat):中国版Lineなど)や、その他、検索エンジン(百度(バイドゥ):別名「中国のグーグル」)やショッピング通販サイト(天猫)にキーワードを入力して検索し、日本で何をかうかを定める。
  - ・ 家族・友人・知人から微信(We-chat)を通じて欲しい商品の依頼を得る。

《ショッピングリストの種類》

  - ・ リストは、データのプリントアウトや手書きメモと携帯アプリや携帯メモ機能などを用いる。
  - ・ 自分用と依頼品のリストは別々に作成する。
- ② 情報整理・購買計画をつくる
 

《情報の内容》

  - ・ 製品名だけでなく、国内参考価格や製品パッケージや概要などの情報を調べる。
  - ・ グーグルマップを使ってショップを探す、バス、地下鉄など交通手段を調べるなど多くの時間をかけて事前情報整理を行う。

## 訪日中の買い物

- ① お店に行くとき
 

《お店探し》

  - ・ 有名ブランドなどは事前にどこで何を売っているかを調べているが、「日本でいま何が流行しているか」を収集する手立てがない。
  - ・ 道に迷ったり、ショップの場所が分からなかったりしたときには、日本人に協力を求める。

## ② 買い物をするとき

## 《サポート》

- ・ ショッピングリストにない商品を探すときには、ガイドや店員に協力してもらう必要があるが、言葉が通じないためコミュニケーションが取りづらく苦労することがある。
- ・ 大手百貨店などでは店内ツールや中国語を話せる店員の配置などで問題解決してくれている。
- ・ 日本の店員は買わない人に対しても親切である。
- ・ 日本人の言動や振る舞いは礼儀正しい。
- ・ こちらが困った時の日本人の熱心な対応には感動している。

## 《言語・表記》

- ・ 言葉が通じないことや中国とは表記が異なることが苦労する。消費税についても、税抜は「免税」の表記でわかるが、表記の仕方によってはこちらが思っていた値段と違うこともある。

## 《価格》

- ・ 日本製品の価格は中国国内より安いいため、それほど気にしない。但し、キャンペーンは購買意欲を刺激する。（「お得」意識に弱い）
- ・ 価格はすべて商品に明記されているので、安心して買い物ができる。

## 《免税》

- ・ 一定額にならないと税金免除にならないし、手続きがわからないこともある。また税金還付は簡単で便利だが待ち時間が長い。

## 《店舗》

- ・ 20 時で閉店になるお店が多く、不便を感じる。
- ・ 時間節約したいので、1 ヶ所で買い揃えられるのがベスト。

## 《情報発信》

- ・ 買った商品の写真を微信などに載せる。日本で流行している情報を友人たちに伝えたい気持ち（＝優越感）が強い。

## ④ 製品

## 《品質》

- ・ 「Made In China」でも日本で買うと中国で買った製品より品質が良いと思っている。日本の品質検査の基準は中国とは別のもの。
- ・ 「日本限定」製品は品質が高いと思っているので、できるだけ「日本限定」製品を買う。

## 《使用方法》

- ・ 製品自体は満足しているが、使用方法が分からないで困ることもある。
- ・ 日本製品の使用方法は、中国国内のサイトにも載っているが調べるのが手間である。

## 《取扱説明書》

- ・ ラベルの日本語説明、特に家電製品と医薬品の取扱説明書は理解することができない。（下痢止めと下剤の区別がつかない、風邪のどんな症状に効くかわからないなど）
- ・ 人気製品の中国語の取扱説明書は、百度や淘宝などで簡単に見つけることができるが、取扱説明書を探しにくい商品もある。

⑤ その他

《日本の素晴らしいところ》

- ・ 日本は清潔である。

《困ったこと》

- ・ ゴミ箱がないので困った。ごみの分類規定がある。ごみが捨てられない。
- ・ 日本人は英語が話せない人が多い。
- ・ 公共の場所等では静かなので大声でしゃべれない。お店の中でも近くで店員に見られており、友人としゃべりづらいなど「抑圧されている」感じがした。
- ・ 電車など交通機関の利用案内やサインが少なくて不便に感じる。

## (5) インタビュー内容の詳細

グループ1 世帯年収 20 万人民币元（約 400 万円）以上



## 日本に旅行した理由は？



私は幼い時から日本の文化に触れ、日本のアニメを見て、ゲームを楽しむことができました。そして、日本語を勉強したいと考えるようになりました。家電製品を購入するとき、両親は日本のメーカーを選んでいました。幼いときから日本に憧れ、必ず日本に行ってみたくて思っていました。

日本はアジアナンバーワンの先進国であり、日本人の言動や振る舞いは礼儀正しいと聞いていたので、その実態を見たいと思いました。



私はずっと日本に行ってみたくて思っていました。勤務先の経営者とも行く約束をしましたが、ずっと実現できていないので、自分で行くことにしました。いろいろなものをみたいのと、本場の日本料理も食べたいと思っていました。中国でも食べられますが、新鮮さが違います。



私は品質の高い日本製品が気に入っていて、今回初めて日本に行きました。以前に行ったことがある両親が日本はどれほど綺麗かを教えてくれました。まず環境、そして日本人も親しみやすいということでした。以前、スイスに旅行して道に迷って困った時に、周囲にいた日本人の旅行者が非常に親切だったことを覚えています。日本人旅行者も道を知らなかったけど、携帯で調べたり看板を見たりしながら、一緒に目的地を探してくれました。

周りの人たちも日本のグルメや生活環境や電化製品などについて教えてくれました。幼い頃に使っていたテレビも日本製でした。日本のものは品質がよいと言われています。



ほとんどのアジア各国には行ったことがありますが、彼らはアジア諸国では日本がナンバーワンと言っています。日本人はゴミを捨てたりしないし、生活の品質にこだわりを持っている。また、日本では偽物を買わされる心配はほとんどありません。



私は日本に行ったことのある友達の影響を受けました。日本で生活している親戚もいるので、行ってみたいとずっと思っていた。日本はとても綺麗だと聞いているし、日本人は誠実だと言われています。その雰囲気を感じたいと思っていました。

## 日本ではどのようなものを買いましたか？



カメラや魔法瓶、ひげそり、爪切り。お菓子では、生チョコレート、白い恋人、ポテトチップス三兄弟を買いました。それに時計や靴も買いました。



私は炊飯器を買いました。始めから買う予定はなかったのですが、空港で他の人から勧められ買いました。



カメラやひげそりを買いました。日本に行く前から購入予定でした。



私は医薬品です。日本の医薬品は品質がよく、特に子供用がよいのです。また、魔法瓶も性能がよく、さらにコストパフォーマンスも高いのです。周りの人からも保温性がよいと聞いています。同じ製品でも日本で販売しているものと上海で販売しているものでは違います。上海で販売しているものは電圧を変えているものもあるのです。

#### 日本に行くにあたり、友人から買い物を頼まれましたか？



魔法瓶、ひげそり、食べ物、チョコレート、白い恋人、ポテトチップス三兄弟などを頼まれました。



薬用化粧品、魔法瓶、電動歯ブラシ。あと、ベルト、ポーチ、バックなども買ってきました。



私もだいたい同じです。バック、ひげそり、生チョコ、チョコレート。バッグはバーバリーのバックです。他にも色々あります。



バックを頼まれました。あと、目薬や化粧品です。魔法瓶、ひげそり、炊飯器も頼まれましたが、このような重いものは持てないのでお断りしました。

食べ物は頼まれませんでした。自分で色々なものを購入してお土産として渡しました。ポテトチップス三兄弟も買いました。

あとは酵素です。ダイエット効果と排毒作用があるというので、頼まれて買って帰りました。これは軽くて持ち歩きが楽だったので、たくさん購入しました。

#### 買って帰ってきて印象が深い製品はありましたか？



私はその爪切りがとてもよいと思います。以前、妹が日本に行ったときに買ってきてくれたので、数年間使っていました。ずっとサビることなく、今でも切れ味がよいのです。

今回は、十数個買ってきました。旅行に行ったからにはお土産を買ってきて配らないといけませんから。

あとは、時計と靴も購入しました。日本の人気ブランドです。Levi's のジーンズは日本独自の柄が入っています。この店を探すのに1時間半もかかりました。



私は日本の洋服です。中国のスーツのようにゆったりとしたサイズではないので、私の体によく合うのです。

CITIZEN のソーラーバッテリー時計も買いました。特許も申請をしているので、CITIZEN のみつくることができます。価格も比較的安く中国にはまだないのです。

父は胃腸と肝臓が良くないので、日本の薬を買ってきてあげました。あまり副作用もなく、服用してから明らかに良くなっています。



私も夫の同僚が勧める日本の医薬品を使用しています。足の疲れに効くスプレーを疲れがとれます。買ったその日の夜から使用し、2日目には効果がでるのです。今でも家に帰ってからスプレーしたりします。日本の医薬品は効果的です。

## 買ってから不満に思う製品がありましたか？



ありません。



ありません。



ありません。

## 日本に行く前に買い物リストを作成しましたか？



はい、作りました。

まず、必ず買うものをリストに書きます。周りの人に頼まれてたものもあります。日本に着いてから買いたいと思った商品もあります。

リストはスマホの備忘録に書いておきます。日本では、そのお店がどこにあるのかも調べてから買いにいきます。



私も作りました。

文書ファイルとして作成し、プリントアウトして持っています。頼まれたものが多いので、商品の名前を書いて、間違いのないようにします。また、自分が買いたいものも書いておきますが、思いつかなかったものは日本で行ってみたい場所やお店を書きました。



私も作りましたが、手書きのリストです。

欲しいブランドがどの都市にあるのかも書いています。店の具体的な住所も書いているので、3枚程度になります。



私は作っていません。

日本に行ってから欲しいものを買います。



私も作っていません。

大まかにこんなものを買いたいとは考えていますが、買いたいものまでは書いていません。

## 作ったリストは何か分類していますか？



お店で分類しています。

それと、自分が欲しいものと他の人に頼まれたもので分けています。

## ほかに事前調査したことはありますか？



欲しい商品の写真、価格、だいたいどこで買えるのかを事前に調べておきます。スマホで調べると情報はだいたい揃っています。自分が欲しいものと他の人に頼まれたものは分けています。





頼まれたものは、頼んだ人に写真を送ってきてもらいます。大体の価格、どんなものなのか、どこで買えるのかも送ってもらいます。



私は事前に乗るバスや地下鉄を調べました。  
友達からのリストをプリントアウトしておき、お店についてから化粧品や医薬品の写真を撮って送り、この価格でよければそれを買います。



Googleの地図でお店や交通手段を調べました。ドラッグストアはあちこちにあります。私は高島屋の近くに宿泊していたのですが、近くにドラッグストアがたくさんあるので、見て回ってから買いました。



GoogleはVPNを使えば、中国からでもアクセスできます。  
中国で事前に探しておきます。泊まっているホテルを調べると交通手段も分かり、時間も正確です。



日本現地の海外代理購入のサイトである東京易購ネットで調べます。ここでは日本のお店の住所を調べることができます。

すべてがあるわけではないのですが、あるものは割と正確に調べることができます。私はWi-Fiを持っているので、探したいものをすぐに探せて、80%くらいのものは買うことができます。



私も同じです。団体ツアーで動くため買い物の時間に余裕がありません。ツアーでは秋葉原、銀座、大阪の商店街にも連れて行ってくれますが、限られた時間の中で自分のものと他の人のものを買わなければなりません。自分が行きたい店にいけるよう、事前に行くお店を決めています。



中国での価格は、Taobaoで調べています。自分が欲しいものも他の人に頼まれて買うものも、まずTaobaoで事前に価格を調べておきます。

### 日本ではどのお店でどのようなものを買いましたか？



カメラを買いにビッグカメラに行きました。  
ビッグカメラには、電化製品だけでなく断熱タンブラーやカミソリ、それに自転車まで売っています。私は魔法瓶、歯ブラシ、カメラ、電池、剃刀、またドライヤー、イヤホンなどを買いました。  
それと、店の名前は覚えていませんがドラッグストアに行きました。薬や化粧品の専門店ですから電気街よりも安いです。ここでは、スキンケア用品、ヘアスプレー、洗顔料、ポッキー、チョコレートなどのお菓子もいっぱい買いました。  
基本的にこの2つのお店で全て揃います。



アウトレットではおもちゃ、ミッキーマウスの靴、子供用品を買い、ホテルの近くの高島屋では、カバンと札入れを購入しました。ドラッグストアでは化粧品、洗顔料、雪肌精、バンドエイド、口腔貼り、目薬、水虫薬、咳の薬、その他薬などもめちゃくちゃ買いました。



人気のブランドは銀座で買いました。例えば、Burberry、Ferragamo、LV、またはFANCL、SK-IIな

どです。持ってきたトランクが壊れたので、新しいトランクも買いました。

LAOX では、剃刀、断熱タンブラー、空気浄化機、電気フライパンと化粧品を買いました。

新宿の Evisu ジーンズ、川久保玲、IT、hellokitty など衣類と靴を買いました。

大阪のドラッグストアでは、化粧品や医薬品を買ひ、深夜営業しているスーパーに3時間半滞在し、明治チョコレート、ポテトチップスなどのお菓子や無印良品のペン、枕、米などを買いました。



私は団体ツアーだったので、買い物も忙しかったです。まずは銀座へ行き、ブランドショップを回りましたが、価格は韓国よりも高いので買い物はしませんでした。

買いたい商品はドラッグストアにいっぱいあります。シャンプー、目薬、歯ブラシ、歯磨き、バンドエイドなどほとんどの商品を買いました。ドラッグストアには食べ物もありますが種類が少なく、あまり買えませんでした。

次に秋葉原へ行き、剃刀、アマゾン kindle、断熱タンブラーを6個ほど買いました。秋葉原には3時間ほどいましたが時間が足りませんでした。最低1、2日は必要だと思います。

ツアーのガイドさんに連れられて、中国人が経営する新宿の免税店にも行きましたが、中国人がいっぱいで模倣品も多く、ドラッグストアよりもかなり高かったので買い物はしませんでした。その代わりに周りにあるスーパーやドラッグストアに自分で行き買えなかったものを買いました。

#### 日本での日用品の買い物でいくらくらい使いましたか？



約2千人民元。化粧品は約30%、薬は約10%、日用品は約50%、食品は約10%。



約1万5千人民元。化粧品は約60%、薬は約30%、日用品は約10%。



約1万人民元。化粧品は約40%、薬は約40%、日用品20%。



約6千人民元。化粧品は約30%、薬は約20%、日用品は約40%。



約1万人民元。化粧品は約30%、薬は約30%、日用品は約30%、食品は約10%。

#### 免税手続きはしましたか？



全てのお店で免税になるわけではありません。入口にTaxFreeのサインがあり、そのお店が免税であるとわかります。



百貨店では食品は食品、化粧品は化粧品に分けて手続きしなければならず混ざってはいけません。一定の金額に到達しないと免税になりません。

免税のレジがあるので、決まった額に達すると免税のレジで支払います。



免税の手続きは非常に便利です。ヨーロッパでは出国するときに郵便で中国に送って返金しますが、日本では直接日本円で返金されます。カードを使った場合はカードに払い戻しされると思っていたが、実際には

現金で返金されるので便利だと思いました。



税金の返却はパスポートを持っていけばよいので、簡単で便利です。



免税手続きをするには並ばなければなりません。並んでいる人が多いので時間がかかります。

### 日本のお店のサービスは親切ですか？



礼儀正しく親しみやすく、とても親切です。特にお辞儀はコンビニでも 90 度のお辞儀をしてくれます。



ドラッグストアの中国人店員は感じが良かったです。欲しいものを伝えると必ず持ってきてくれました。もし、分からなくてもほかの店員に頼んで対応してくれます。



電気街も同じでした。店員はわからないとは言わず、必ず商品を探してくれます。渋谷の百貨店の対応も良く、中国語の出来る人が買い物している間、ずっとそばにいてくれます。



大阪の百貨店では、私が赤ちゃんの下着とパンツを買いたいとき、店員さんがサービスカウンターの係りに電話をかけてくれて、探していたブランドまで連れて行ってくれました。



買い物を中国人留学生のアルバイト店員が手伝ってくれました。それだけでなく、他の店で買いたいものを話すと、コンピューターでちゃんと調べて紙に書いてくれました。値引きのことまで書かれていました。

### 日本にいて困ったことはありましたか？



コミュニケーション。言語が通じないのは困りました。



言葉が通じず、ものを探したりするときに困ったと感じました。ルームナンバーなどの表記も中国とは逆だったりして困りました。



漢字で書かれてあっても、自分の理解とは異なることがありました。例えば、税抜きは免税という意味、税込は税金が含まれていることで、理解できませんでした。



中国人の店員がいない店で、英語で話しても通じませんでした



ごみ箱が少なく、ごみを捨てることができませんでした。



同じ商品でも店によって価格が異なります。



日本の百貨店 20 時には閉まってしまう。夕食を食べてから出かけたのでは間に合いません。

## 日本のお店の情報であつたらいいと思うことはありますか？



営業時間です。何時から何時まで買い物ができるのか知りたいです。



店の住所と特色が分かればいいと思いました。



店に行くための交通手段が知りたいです。バスなのか地下鉄なのか。



日本で有名なブランド情報や人気のあるブランドの情報もあつたらいいと思います。



何を売っているのか、またどのようなセールをしているのか分かつると便利です。

## 日本で買った製品を帰国してから使うときの状況はどうでしたか？



実は、私が日本で買った製品のほとんどは国内でも販売されているものです。

ただ、一部の薬の使用方法が分かりません。例えば、湿布薬は冷湿布か温湿布か分からず、どんな症状の時にどちらを貼ればよいのかも分かりません。また、胃腸薬は4、5種類もありますが、どの種類をどのように使うのか分かりません。

このような時は、日本語が読める友人にききます。1つは純粋な下剤のようで便秘と時に用いて、もう一つは下痢を止めることに用いるものだったりします。

日本で購入する時には、胃に関する薬、気分が悪いときに服用する薬というのを見るくらいです。



使い方が分からない場合は、ネットの Taobao で検索したら中国語の情報が出てきます。人気商品であれば、そこに使用方法が掲載されていることもあります。例えば、日立のN3000 保湿サポート器の使い方はネットで調べることができます。



私は帰国後に使うときも特に問題ありません。

## 同じ製品でも中国で販売しているものと日本で販売しているものは違いますか？



日本人は同じだと言いますが、私たちは異なると思っています。



日本人はいいものは自分に残しておき、中国人はいいものを国外に輸出するという違いがあるのだと思います。



日本で中国製の製品を買っても、中国で買った中国製の製品より品質がいいのです。ですから、日本で買い物する時には中国製でも関係ありません。

中国で製造した製品を日本に輸出する際、日本の品質検査の基準は中国の品質検査とは別のもので、同じ中国製であっても異なるものなのです。



例えば、日本で買ったタイガーの断熱タンブラーは全部中国製でした。

#### 日本でしか売っていないものを買いましたか？



はい、アニメ関係の製品を買いました。日本のアニメシリーズ、例えばピカチュウやワンピース、またルフィの製品などです。全て後ろには Japan Only（英語）と書いています。

アニメ関連だけで、3, 4千人民元くらいは使いました。日本だけで販売されていて、中国では手に入らないからです。



ペットに関するものです。ペットフードやオートフィーダーです。日本だけで販売されているもので、友達の勧めがあって買いました。あと、具体的な使い方も知らないのですが、ペットの心拍数などが測量できるウェアラブル製品も購入しました。ペットの病気を予防することで知られています。予備を含めて2つ買って、だいたい千人民元くらいでした。



私は美顔器です。日本で人気がある美顔ローラーは女性が肌の老化対策に用います。これは日本だけで販売されていて中国にはないらしいです。私は自分用に1つと友達にも1つ買いました。まだ使用し始めたばかりですが、効果があるかも知れないです。



私は3Dパックを買いました。友達用に10箱を買い、自分でも10箱買いました。



私は特別なものは買っていません。私が買ったのは基本的には中国でも販売されていますが、日本で買った方が安いから買いました。

#### 旅行中や帰国後にネットに情報をアップしましたか？



日本に滞在中から WeChat のタイムラインにアップしました。内容は、今日はどこへ行った、何を食べたというようなことです。



私も WeChat のタイムラインにアップしていました。



私もアップしましたが、タイムラインではなく周りの友達に見せていました。今日はどこで何を買ったかというようなことです。

はじめは空のスーツケースだったのが、買い物の後にはいっぱい詰まっているスーツケースを並べてアップしたりしました。



私は食べ物、そして今日ぶらぶらしていたところ、買ったもの、宿泊しているところ、車から撮った写真や地下鉄に乗ってる写真もアップしました。友達は買ってきて欲しいものを WeChat で私に連絡していました。



私は食事の時の写真です。着物を着た人と撮った写真を見せびらかしたり、食べ物の小さな鉢がとても精緻だったので、その写真をアップしたりしました。そして、その日に買ったものも見せびらかしました。



私は友達に向けて、「友人ども、あなた達に買った製品の包装を取り壊した」とアップしました。惜しいとは思いましたが、箱に包装されたままではスーツケースに入らなかったのです。スーツケースも追加で購入して、結局持って帰ってきたのは6つでした。そのうち、友達用のものは4つもありました。



帰国した後で、買ってきたものを全てまとめて撮ってアップしました。これを見て、友人がこれは自分のものと言ったようなメッセージを返してきます。

### 日本へ行く前後で印象は違いますか？



日本へ行く前には、日本は清潔で衛生的で、人は比較的地味でかつ善良だと聞いていましたが、行ってみてこのような状況を実感しました。ゴミの分別の種類が多かったです。



行く前に東京印象という番組を見て日本について少し理解しましたが、行った後は感じももっとよくなりました。今ではこの国はいいと思っています。



行く前の日本の印象は、少し変態で、よく鉄道自殺や割腹自殺をし、日本人は冷血だと思っていましたが、しかし、実際には環境や空気もきれいで、人もいいと感じました。また、日本のゴミ収集車の表面は鏡のように明るくきれいで、中国ではきつとできないと思います。



日本は清潔だと思いました。行く前は上海とそれほど違わないと思っていましたが、実際に行ってみると、その清潔さは上海とは全く違いました。



ごみを捨てるのにも規定の分類があり、少し窮屈に感じました。車内では誰も話しをしません。私が友達と話すとなんだか悪いことをしているような感じがしました。上海では気軽に話せるのですが、日本ではそうではなかったです。




日本人は、どんなことでもすぐに申し訳ないと言っていました。うっかり人にぶつかっただけでも申し訳ないと言い、どんなことでも謙虚な印象でした。


### 日本の日用品の印象を聞かせてください



中国のシャンプーはシリコンを含んでいますが、日本のシャンプーはシリコンを含んでいません。ホテルのシャンプーもシリコンを含んでいませんでした。頭皮や髪に優しく健康的な製品です。日本の製品は中国のものよりも健康的だと思います。


種類は多いので、自分に適したものが選択できます。


 安いです。

 赤ちゃん用品を買いましたが、安心できます。そして安いと思いました。

 種類が多く選択肢が多いのがいいです。

もし、日本のメーカーから正規に提供された商品情報がネットから見られたらどう思いますか？

 とてもよいと思います。私たちにとっては非常に便利です。


 商品の種類別に分かれているとよいと思います。


 必ずみると思います。

グループ2 世帯年収10～20万人民币元（約200～400万円）




### 日本に旅行した理由は？

 日本はきれいな先進国であり、友達が日本に住んでいます。そして、1980年代生まれの私達は小さい頃から日本のマンガを見て育ちました。中国と日本は距離もそんなに遠くなくて、文化も似ているので日本旅行をすることにしました。


 私は為替のためです。だいぶ前から日本旅行の計画を立てましたが、その時の為替レートが0.07～0.08ぐらいでしたので止めました。今は為替レートが0.05以下になっていますから、旅行費用を節約するには最適です。


それ以外では、日本の化粧品やスキンケアグッズはとても種類が多いからです。普段はよく中国のファッション雑誌、「米娜」「昕薇」を見ていますが、その中に日本のファッションや化粧品が紹介されているので、日本を実感してみたいと思いました。

 私もだいたい同じです。本当は友達と一緒にいく約束でしたが、友達が行けなくなり、キャンセルもできないため、仕方がなくお母さんと一緒に行きました。


女性は化粧品が好きなのです。私は韓国から帰ってきたばかりなのですが、韓国の店員さんの態度に満足しています。韓国から帰った後に、日本は韓国よりもっと品質が良いと聞き行こうと思いました。

具体的には、サービス意識が高いことです。店で靴を5足1時間ほど試着した後、クレジットカードが使えなかったため、そのまま店を出ようとしたとき、店員さんが「ありがとうございます」と言ってくれて、とても感動しました。後からその店に戻ってあらためてその靴を買ったくらいです。

 私は日本へは行ったことがなかったので、行ってみたいと思っていました。4月に桜見に行こうと友達と約束して日本へ行ってきました。

 ビザが簡単に取得できるようになり、同僚も行ってみたいほうが多いと勧められました。私はファッションが好きなので、アジアでのファッションの最前線である日本に行きたいと思いました。そして、日本の古い文化を実感したかったため、京都に一週間滞在しました。現代的なものは上海とあまり変わらないので、興味がありません。

### 日本では何を買いましたか？

 化粧品とスキンケアグッズ。あと、便座、炊飯器、薬、シャンプーやデンタルリンスなどの日用品も買いました。

 医薬品や洋服を買いました。また、デザインが素敵なかばんも買いました。中国ではこのようなかばんは買



えません。このほかに、友達には医薬品や化粧品を買ってきました。あと、明治ミルクは今、中国で販売中止中なので、日本で買いました。



私は、食べ物と靴を買いました。食べ物は明治ミルクなどです。



私は、電化製品、スキンケアグッズ、化粧品のほか、日本で有名なヤマハ製サクソフォンを買いました。あとは、食べ物やタイガーの断熱タンブラー、炊飯器、魔法瓶などです。

#### 日本での買い物はどのような印象でしたか？



日本の製品はいいですね。クレ・ド・ポー・ボーテ、コスメデコルテなどのハイエンドブランドは中国より販売価格が安くて、品質も高いです。以前ネットで買ったことがありますが、日本版と中国版が全然違って、やはり日本版の化粧品が最もよいですね。

品質も違います。日本では年をとった女性のお肌にも良いらしいので、日本のスキンケアグッズの方がよいと思います。



日本では偽物とか、地下油の利用もなくて商品の品質が高いため、買う価値がありますね。

日本で買う商品には明らかな特徴があります。価格はすべて商品に明記されていることです。日本に生きている留学生は、日本では偽物はないから好きなものがあれば心配なく買えばよいし、価格交渉に悩む必要もないと教えてくれました。



日本の店員さんは商品を買わないお客様に対しても礼儀正しく、これは中国とは全く違います。最近、中国のガイドが旅行者を叱るビデオを見ました。日本ではあんなことはありえないと思います。



日本で魔法瓶を買った後に、すぐにテストをしました。使い方が正しくなかったため水が漏れました。それはタイ製のものだから品質がよくないのではないかと心配していましたが、正しい使い方を教えて貰った後に、もう一回テストをしました。1日経っても温度が低くなっていないです。



日本人はごみを捨てません。私たちもなかなかゴミ箱が見つけれませんでした。中国であればどこかに捨てていたと思います。

#### 日本に行く前に買い物リストを作りましたか？



作っていません。



私も作っていません。



だいたいの買い物リストは作りましたが、旅行に疲れたし、時間もなかったためほとんど買っていません。リストは友達で作ったものです。友達がほしいものが中心で、私が買いたいものはほんの一部だけです。



私は2つの買い物リストを作りました。1つは携帯に保存して、もう1つはA4紙にプリントアウトしました。リストの中身は日用品、化粧品、スキンケアグッズなどです。リストは忘れるのを防止するために作成しています。今回購入したものの大部分はこのリストに記載していますが、店で見て何かよいものがあればそれも買いました。

A4紙には、イメージ、英語名、中国語名、参考価格などを記載していました。

携帯に保存したのはカラーです。同じ化粧品であっても、お肌によって適用する商品も違います。日本製品には中国語での表記がないから、中国人の店員さんに写真を見せるだけで、正しい商品を案内してくれるのです。



私は好きなものを見つけたら買います。

#### 買い物の中には今最も流行っている商品を入れましたか？



それはありません。自分が買いたいものだけをリストにまとめました。たまにはお勧め TOP10 も見ましたが、やはり必要なものだけを買います。

Weibo や WeChat で、日本で買っても損はない10商品を紹介しています。アカウント名は、日本全攻略や最映日本です。

#### ほかに事前に準備したことはありますか？



日本に行く前に、WeChat で買い物代行のメッセージを出して、日本商品を買いたい人を募りました。購入を依頼してくれた人たちは商品のイメージと紹介文を私に連絡してくれます。そこには参考価格は不要です。日本からWi-Fiで写真を撮って送ればよいのです。

また、前もってスケジュールも作りました。それから、ネットでどこのがよいのかも調べます。



代理購入する場合は、彼らが送ってきた写真をWeChatに保存しておき、店員さんに見せれば購入できます。価格は中国より安いので気にしません。

#### 日本で商品を購入する時に参考にする情報はありますか？



淘宝です。例えば、インナーロックを買うときには、「日本 インナーロック」、または「日本 インナーロック 代理購入」を入力して検索したら出てきます。ここで大体の値段も分かりました。



PINK 王などのWeiboの達人のブログを見ていました。彼女たちは毎月いろいろな化粧品やスキンケアグッズの評価をブログに掲載しています。



馬蜂窩では価格と写真を掲載していますが、分からないことがある場合は直接伝えればよいのです。

## 日本での買い物はどこで何を買いましたか？



心齋橋のドラッグストアで、馬油 10 本、スキンケア、生理用品、化粧品を買いました。残念ながら、銀座やダイエーでは欲しい商品が売れ切りました。日本人だけではなく、中国人も日本の商品がほしいので、売り切れている商品も多いです。

本当はディズニーランドに行きたかったのですが、そこでは時計やバッグなどの買い物ができないので、断念しました。

買い物代行で頼まれた化粧品は、大きなドラッグストアでたくさん買いました。荷物が多かったので、近くで大きいスーツケースも購入し、買ったものを中に入れて帰りました。

買い物中は、価格はあまり気にしません。中国で買うより安いからです。



私は、京都の四条というショッピング街で買い物をしました。京都の街は上海ほど大きくないので、歩いて回ってちょうどよいくらいです。名前は忘れましたが京都の有名な商店街で、服、靴、かばん、アクセサリー、財布などを買いました。

あとは、銀座のバーバリーに行きました。そこは 1 階から 5 階まですべてバーバリーを売っているビルで、価格も安いのでシャツを買いました。



今回は 6 日間ツアーでしたが、自由時間は 2 日だけでした。。東京の銀座、大阪の心齋橋や高島屋に行きました。ガイドさんは心齋橋が安いと案内してくれました。今回のツアーには 2 人のガイドさんが同行していて、私たちにアドバイスしてくれました。大阪はスキンケアグッズが安く、そして、ハイエンドのスキンケアグッズは高島屋だけにしか置いていないことも教えてくれました。

ドン・キホーテ、24 時間スーパーでも買い物をしました。私が宿泊していたホテルの近くにドン・キホーテがあり、そこで足りない商品を買いました。



私は観光中心の旅行でした。中国人が多い商店街で服や食べ物を買いました。スーパーでナイキやアディダスを見つけたので買いました。中国で買うよりも安かったです。

北海道の狸小路ではドラッグストアが並んでいて、食べ物や飲み物も売っています。商品が売り切れていることもあり、前の店に戻ったりもしました。そのお店には 2 人の中国留学生がいて、コミュニケーションがとりやすかったです。



私は狸小路で化粧品や薬などを購入しました。マスク 3 箱とアイマスク 1 箱もここで買いました。

ネットでダイエーを調べて、翌日はそこで 1 日ショッピングをしていました。そこはとても広かったので、店員さんが一つ一つ案内してくれました。

## 免税の手続きは簡単にできましたか？



とても簡単で、数分でできます。



中国の店員さんが説明してくれたので、とても簡単でしたね。



パスポートと領収書を渡すだけで、現金で返してくれます。結構多くの金額が還ってきました。



私は免税の手続きはしませでした。



一般のお店では tax free (英語) で書いてあるので分かりやすいです。

#### 買い物のほかは何をしましたか？



横浜中華街、山下公園、そして東京タワー、浅草寺、神戸タワー、神戸の海洋公園などに行きました。これらは、途牛網で情報を調べたり、親戚に聞いたり、BAIDU で検索したりしました。

私たちのツアーでは、東京、大阪、京都、箱根へ行きました。2 日間の自由時間を利用してディズニーランド、大阪のユニバーサルスタジオへも行ってきました。

路線はネットで調べました。鉄道アプリをダウンロードしたり、Google マップを使って検索しました。



インターネットで調べたら、行きたいところをすぐに検出することができますが、旅行前に情報収集すると新鮮感がなくなりますね。

交通情報は自分で調べました。日本では 500 円で交通カードが購入できます。



私は団体ツアーで観光をしました。20 人くらいのツアーです。

お寺や公園などを回り、富士山と大涌谷にも行きました。



母と一緒に温泉へ行ってきました。大涌谷にも行きましたね。私は主に QQ グループの友達に聞いて観光地を探していました。

#### 日本のサービスでよかったものはありましたか？



ダイエーへ行ったときに、店員さんが最後まで付き合ってくれました。とても迷惑をかけたと思います。

最も印象深かったのは、駅で道に迷ったときのことです。ある日本人女性が携帯で路線を検索してくれて、雨が降っていたので傘をさして私をホテルまで送ってくれたのです。これは、とても感動しました。



いくつかの店に入りましたが、商品を買わなくても態度が良かったです。中国の店員さんと全然違います。



高島屋では、店員さんが地面にひざまずいて靴を履かせてくれました。この店員さんの態度に感動して買いたいと思いました。



店員さんは手でお金を受け渡ししません。デパートでもコンビニでも、店員さんはいつもお金を皿において受け渡していました。そして、安い商品を買っただけでも、ちゃんと包んで礼儀正しく渡してくれました。

京都のマルイは 8 時半頃に閉店なのですが、8 時 20 分頃に、そこで商品を買いました。免税の手続きの関係で 9 時頃までかかってしまいましたが、全ての店員さんは退社せずに、私だけを待っていていました。マルイを出るときには、頭を下げて「ありがとうございました」と言ってくれました。中国人ならすぐにいやな

顔をしますよ。



私は団体ツアーでの行動だったので、特に困ったことはありませんでした。

#### 日用品、化粧品、医薬品をいくら買い物しましたか？



約 5 万円です。化粧品が 60%、日用品は 30%、薬は 10%くらいです。  
薬は、頼まれて買った子供用薬です。



約 1 万 5 千人民元です。そのうち 80～90%くらいが化粧品で、あとは日用品と薬です。



約 5 万円です。主に日用品を買いました。70%くらいです。  
日用品は、花王アイマスク、酵素、大麦若葉、龍角散、目薬と小林製薬熱さまシート、シャンプー、歯ブラシ、歯磨き、生理用品などです。



私も同じで、5 万円くらい。



約 20 万円です。化粧品が 70%。日用品が 10%、薬が 20%です。  
薬は、酵素、龍角散、インナーロック、日用品はナブキン、アイマスク、目薬です。サンテFXはとても有名です。

#### その他に買ったものがありますか？



食べ物を買うのに、約 1 万円使いました。  
洋服は衝動買いしました。スタイルがよくて、中国で買うよりも安いのです。



私も服や靴を買いました。



母が色の違う靴を 7 足買いました。約 500 人民元でした。とても安かったです。私はアディダスの靴が 200 人民元くらいで、とても安かったので 5 個買いました。  
あと、日本のドッグフードがとても有名なので重いけど買いました。日本での価格は 30～40 人民元ですが、タオバオでは 200～300 人民元くらいします。日清のドッグフードは日本でもトップレベルです。犬に餌をやるときにすぐわかりますね。日本のドッグフードを食べた後は、ほかのドッグフードを食べなくなります。  
ガイドさんに、日本人は子供を産まず犬を飼っているので、犬用のベビーカーを子供用のベビーカーとして間違っても買わないでくださいねと言われました。



私はこのかばんです。スタイルが好きで、中国で買えないと思ったので買いました。あとは、この靴も気に入って買ってきました。

## たくさん買った商品がありますか？



馬油を 10 個買いました。私の友達は 100 個も買ってましたよ。



資生堂の洗顔料とか、化粧落としです。ワトソズでは 45 人民元で売っていますが、日本での販売価格はわずか 15 人民元です。



私は化粧品をたくさん買いました。



酵母です。中国にはないので、1 年間分買いました。私と母は 30 箱も買いました。

## 日本に行く前、または日本に付いた後に、旅行情報を記載したパンフレットが配られましたか？



ないです。



受付でもらえます。

これを見ると、どんな交通手段を使ってどこに行けるかわかり、役に立ちます。交通情報はとても重要です。



団体ツアーで旅行する場合にはもらえますが、自由旅行の場合にももらえると思います。  
チケット割引券がついていました。



空港にありますね。路線図や交通情報、住所などが記載されています。  
バスの案内図もあり、それぞれの駅でどんな観光地があるかは載っています。

## たくさん買い物をしましたが、使いますか？



使っています。



服を着ています。



魔法瓶はとてもよいです。あと、馬油と生理用品。



化粧品、酵素、アイマスク、目薬、小林製薬の洗眼液は使っています。

私は日立 N3000 美容器を買いましたが、取扱説明書は日本語でした。でも、ネットですぐに検出することもできます。



使い方が分からないものは、タオバオで検索すると中国語の翻訳文が掲載されています。

日本で買ったものは中国製品とは異なりますか？



価格が安いです。



日本製品と中国製品の品質は絶対に違います。日本で売っている中国製品は中国で売っているものより品質が高いのです。

日本人は真面目ですから、偽物がないのです。そして品質が高い。



日本で買い物をしているときに胃が痛くなり、店員さんに伝えたら、この薬を勧めてくれました。これを飲んでから 30 分後くらいで胃の調子が良くなりました。

日本の医薬品の効果・効能や服用方法がわかるサイトがあれば利用しますか？



絶対に見ます。



薬は命に関わりますから、もちろん見ます。



私も必ず見ます。



私も見ます。

旅行や買い物についてネットから情報発信しますか？



WeChat に、観光地の写真、商品を買う時の写真などをアップします。



私は自分で撮った写真はパソコンに保存します。WeChat へアップすることは少ないです。日本に行ったことを友達に伝えたいので、数枚の写真だけ掲載します。



バーで撮った写真と友達と着物を着て撮った写真をアップしました。

あと、ショッピングの写真をアップすることは最も重要です。WeChat だけに掲載しました。



私は何でも載せますね。景色とか、ショッピングしている写真などです。WeChat と Weibo に掲載しています。



私もほとんどの写真をアップしました。みんな共有しています。

日本に行く前と行った後では、日本に対するイメージに違いがありますか？



日本ではゴミを捨ててはならないのだと思いました。



日本に行く前に、街がきれいでサービスがよいと聞いていましたが、日本に行ってみてそれを実感しました。



サービスの態度がとてもよいです。上海は日本と比べて汚いと感じました。



空気がよく、街もとても綺麗です。



日本には免税店がたくさんありますが、上海では空港のほかには殆ど免税店がありません。ものが安くて、お金をどんどん使ってしまいました。

日本の店の中で、QRコードをスキャンすると商品情報が分かるサービスがあればどうですか？



興味あります。



そのようなサービスがあるといいですね。でも、時間がない場合は店員さんに聞いた方が早いと思います。時間があれば、スキャンします。



私はスキャンします。大きい店なら、やはり直接店員さんに聞いたほうが効率的だと思います。

上海にも高島屋やダイエーがありますが、日本との違いはありますか？



全然違いますね。上海の高島屋は人気になさそうです。



やはり日本のほうがよいです。



# 茨城空港での 中国人旅行者インタビュー結果

### 3. 茨城空港での中国人旅行者インタビュー

#### (1) インタビューの概要

日時	2015年7月24日(金)
場所	茨城空港ロビー 茨城県小美玉市与沢 1601-55
調査機関	IDR、インターワイヤード
手法	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 空港ロビーにおける中国人旅行者へのインタビュー</li> <li>・ 買い物リストやレシートがあれば、見せていただく</li> </ul>



#### (2) インタビューについて

- ◇ 帰国前、または到着した中国人旅行者 17 組にインタビューを試みる
- ◇ うち、インタビューに応じていただけたのは 6 組

##### ▼ チェックインカウンター



##### ▼ 出発案内



##### ▼ 手荷物の超過料金案内



##### ▼ 荷物の詰めなおし



## (3) インタビュー結果の要旨

## 1 日本で買った商品は中国では買わないのか？

- 中国にも同じ商品が売っている場合もあるが、価格が高く日本の倍くらいする。そのため、日本に来たときに買うようにしている。
- 自分で行けないときは、友人に頼むこともある。
- 中国の物とは、一見同じブランドでも微妙に成分やつくりが異なることもある。

## 2 目的買い（買い物リスト内容）は、化粧品、医薬品が多い

- 医薬品では、目薬、虫刺され薬、太田胃酸、パブロンなどがあがっている。
- 化粧品では資生堂を買うことを目的に来る人が多い。高価格帯のブランドの人気の高い。また、シャネルやディオールなど、海外ブランドを日本に買いに来ているケースもある。
- 日用品の中では、シャンプーなどの液体の製品は、「重いので」という声もある。

## 3 化粧品について

- 日本で対象になっている年代と比べ、若い年代の人が買いに来ている。（学生がクレドポーやイブサンローランを購入）
- 高級ブランドだけではなく、KATE やキャンメイクなども一緒に買っている。
- スキンケアアイテムが多く、ファンデーション系は少ない。

## 4 買い物リストについて

- Wechat で友人から依頼されたり、Weibo やタオバオなどからの情報が使われている。Weibo の「日本に行ったら買うべき商品」というアカウントや、日本旅行情報のアカウントが購読されている。
- ネットなどのメディアも参考にしつつ、知人・友人の口コミがもとになっている事が多い。
- 友人からの依頼は、「このブランドのこれ」という名指し指定が多い。また、自分の物は訪日してから考える、という人もいた。
- 今回の調査では、化粧品のリストが多く、日用品は比較的少ない。
- 日本の日用品を日頃から使用しているという女性の買い物リストには、生理用品やめぐりズムなどが入っていた。
- 中国の店舗で見て、という人もいた。
- 買い物リストは、スマホのサイトをそのまま画面メモなどで持っている人が多い。紙のリストを持っていた人は、今回は 1 人だけだった。

## 5 旅行中の SNS への情報発信

- 旅行中に情報発信する、という人が大半。特に女性はその傾向が強い。頼まれ物が多い人ほど、その傾向は強いと思われる。
- 買った商品をアップしたら、更に依頼が来ることも多い。
- すぐに確認を取りたいときは WeChat を使っている。（LINE のような感覚）

## 6 日本の店頭での探し方

- ドラッグストアに行けば、全部そろっている。
- 画像があるから大丈夫だった、という声と、「No.1 ! とあるからすぐわかった」という声が目立った。
- 店頭で「こちらの方が日本では売れている」と言われても、「買わない」という人が多かった。理由は、「自分にとっていいものかが分からないので」である。

## 7 日本での買い物の不満

- 免税カウンターに並ばなければならない。
- 中国語を話せる店員がないため、日本語と英語での買い物になった。
- 中国語に翻訳されている情報をもっと多い方が良い

## 8 その他

- LCC で帰国する場合、荷物の重量が 15kg までである。そのため、重量オーバーになる人も。
- チェックインカウンターで手続きをする前に、日用品のパッケージの箱を開けて中身を出し、箱を捨てて少しでも軽くしている人が複数人いた。  
(めぐりズムの箱など。中身を出して、箱を捨てていた)
- レシートは捨ててしまった、という人が多い。
- WiFi をレンタルしている割合が高い。
- 団体ツアーの場合は、ツアーガイドの意見や指示が絶対である。
- 医薬品に関しては、説明を詳細に理解できなくても差し支えないシンプルな物を購入する。複雑な薬は購入しない。
- 日本で売られている物は、よりナチュラルな物を原料にしていると考えている。

(4) インタビューの詳細 (6 組)

**A** 日本の娘を訪ねた夫婦  
分析対象者

**プロフィール** 59歳女性・既婚・民間企業勤務  
**同行者** 夫  
**旅行形態・日数** 日本に住む娘を尋ねて。176日間滞在  
**過去訪日回数** 10回



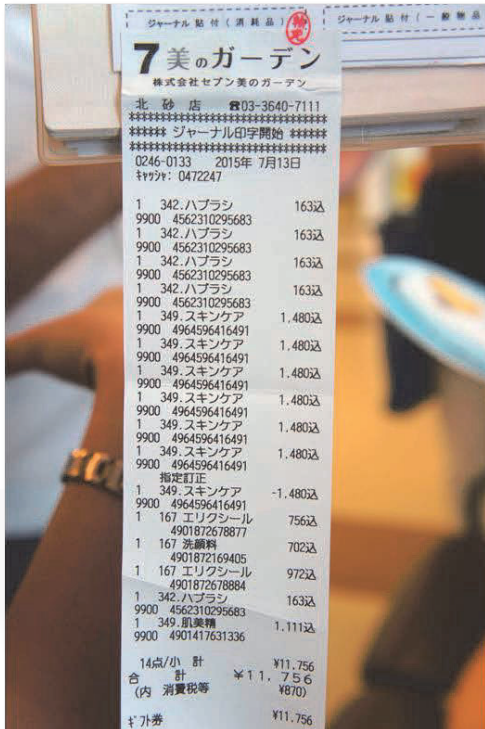
買い物場所	買った物をした店	購入したもの (アンケート申告)	リスト作成時の情報源
銀座 新宿・渋谷 浅草 秋葉原 京都 その他	松坂屋マルイ LAOX ドラッグストア 伊勢丹高島屋 松屋三越	資生堂化粧品 SK II 酵素 高血圧治療薬 目薬 大麦若葉 (青汁) カミソリ衣服	日本の知人から



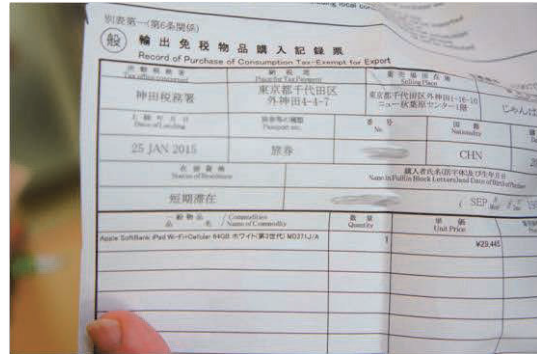
買い物リスト/レシートにリストアップされた商品

カテゴリ	店舗	ブランド/メーカー	アイテム名	個数	単価	商品画像/URL	備考
レシート	美のガーデン		ハブラシ	5	163	-	セブアンドアイ系列DS
レシート	美のガーデン		スキンケア	5	1480	-	
レシート	美のガーデン		洗顔料	1	702	-	
レシート	美のガーデン	クラシエ	肌美精	1	1111	-	
レシート	美のガーデン	エリクシール	エリクシールホワイト クレンジングフォーム (J) 35g	1	756		
レシート	美のガーデン	エリクシール	エリクシールシュベリエル リフトモイスト エマルジョン W II (J) (医薬部外品) 30mL	1	972		

▼ レシート



▼ 免税手続きの伝票

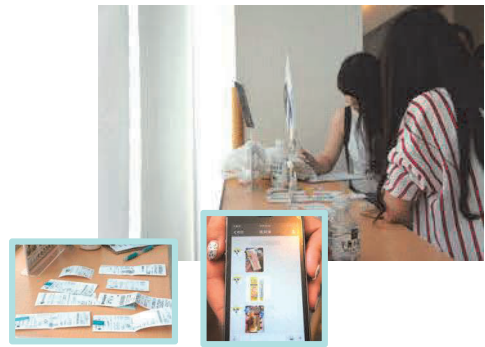


## B

ネットで誘い合わせて来訪、女子学生2人組  
分析対象者

**プロフィール** 19歳 女性 大学生、22歳 女性 大学生  
**同行者** ネットで知り合った友人  
**旅行形態・日数** 観光と買い物。10日間  
**過去訪日回数** 共に初めて

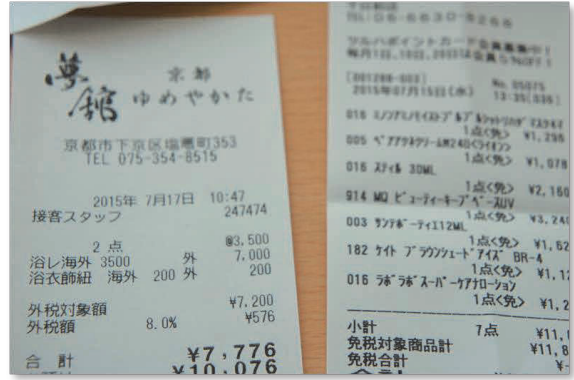
買い物場所	買った店	購入したもの（アンケート申告）	リスト作成時の情報源
秋葉原 大阪	マツモトキヨシ	資生堂 KATE キャンメイク 化粧品	中国の知人から ポータルサイト SNS・ミニブログ（ウェイボー等） ショッピングサイト（タオバオ等）
秋葉原 大阪 京都	マツモトキヨシ	雪肌精 蒸気でほっとアイマスク 資生堂	SNS・ミニブログ（ウェイボー等） ニュースサイト ショッピングサイト（タオバオ等）



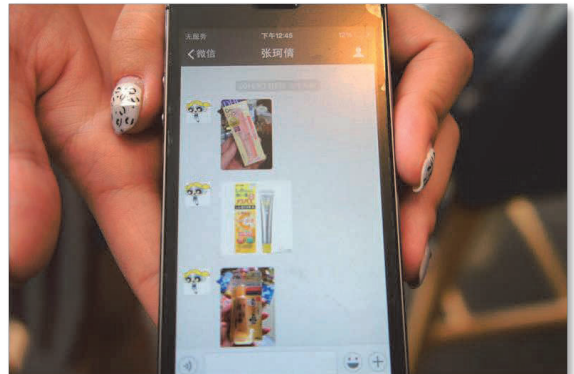
## 買い物リスト/レシートにリストアップされた商品

カテゴリ	店舗	ブランド/メーカー	アイテム名	個数	単価	商品画像/URL	備考
レシート	大丸心斎橋	クレド・ポー ポーテ	化粧品	1	12960	-	
レシート	大丸心斎橋	シュウウエムラ	化粧品	1	5940	-	
レシート	大丸心斎橋	イヴ・サンローラン	化粧品	2	4320	-	
レシート	大丸心斎橋	イヴ・サンローラン	化粧品	1	5400	-	
レシート	ツルハドラッグ	第一三共	アミノモイスト ぶるぶるしっとり肌マスク	1	1296		
レシート	ツルハドラッグ	ライオン	ペアアクネクリームM240	1	1078		
レシート	ツルハドラッグ	ジェニファーロベス	スティル 30ML	1	2160		ジェニファーロベスの香水
レシート	ツルハドラッグ	資生堂	マキアージュ ピューティーキープベース	1	3240		
レシート	ツルハドラッグ	参天製薬	サンテポータイエ12ML	1	1620		バラの香りがする、他の人もリストに持っていた
レシート	ツルハドラッグ	カネボウ	KATE ブラウンシェードアイズ	1	1120		
レシート	ツルハドラッグ	ドクターシーラボ	ラボラボ スーパー毛穴ローション	1	1200		
参考情報 (スマホ)			日本零距离				Weiboの日本を紹介する人気アカウント
参考情報 (スマホ)			日本旅游美食大收集				Weiboの日本を紹介する人気アカウント
リスト (スマホ) (画像)		DHC	DHC 薬用リップクリーム				微信でのやり取り
リスト (スマホ) (画像)		ロート	メラノCC 薬用しみ 集中対策 美容液				
リスト (スマホ) (画像)		SANA (常盤薬品)	なめらか本舗 リンクルアイクリーム				

▼ レシート



▼ 買い物リスト




**C** 来日したばかりの13人組。家族と一緒に。「友人に勧められたものは使ってみようかって」  
分析：非対象者

プロフィール 36歳男性  
同行者 家族（妻・子供\_女子2人）・友人  
旅行形態・日数 観光と買い物。10日間  
過去訪日回数 初めて

買い物場所	買い物をした店	購入したもの（アンケート申告）	リスト作成時の情報源
秋葉原	マツモトキヨシ	資生堂化粧品	日本の知人から 店舗サイト（中国語） ショッピングサイト（タオバオ等）



買い物リスト/レシートにリストアップされた商品

カテゴリ	店舗	ブランド/メーカー	アイテム名	個数	単価	商品画像/URL	備考
リスト (スマホ) (画像)		興和	新ウナコーワクール				

▼ 買い物リスト





D

来日したばかりの13人組。友人の頼まれ物が多い

分析：非対象者

プロフィール 34歳 男性 既婚  
 同行者 家族（妻）・友人  
 旅行形態・日数 観光と買い物。10日間  
 過去訪日回数 初めて

買い物場所	買い物をした店	購入したもの（アンケート申告）	リスト作成時の情報源
-	-	-	中国の知人から ショッピングサイト（タオバオ等）



## 買い物リスト/レシートにリストアップされた商品

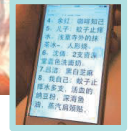
カテゴリ	店舗	ブランド/メーカー	アイテム名	個数	単価	商品画像/URL	備考
リスト (紙) (画像)		資生堂	SHISEIDO バイタルパーフェクション		15000		グローバルの「SHISEIDO」ブランド。
リスト (紙) (画像)		エステーローダー	ストレスリリーフ アイマスク (2枚×10回分)		3780		
リスト (紙) (画像)		ソフィーナポーテ	美白美容乳液 II				今は販売されていない。 2010年発売アイテム
リスト (紙) (画像)		ソフィーナポーテ	泡マッサージケア洗顔料				
リスト (紙) (画像)		サンスター	Doクリアこどもハブラシ Doクリアこどもハミガキ				
リスト (紙) (画像)		アルピオン	エクシア リッチミルクSV				
リスト (紙) (画像)		アルピオン	薬用スキンコンディショナー エssenシャル				
リスト (紙) (画像)		Dior	ディオール アディクト リップ マキシマイザー ディオール アディクト リップ グロウ				空港免税店のセット 5,500円

▼ 買い物リスト



**E** 団体ツアー参加者。参加者の中で、日雑品の買い物が多かった方  
分析対象者

**プロフィール** 47歳 女性 既婚。政府機関勤務  
**同行者** 夫  
**旅行形態・日数** 観光と買い物。6日間  
**過去訪日回数** 初めて

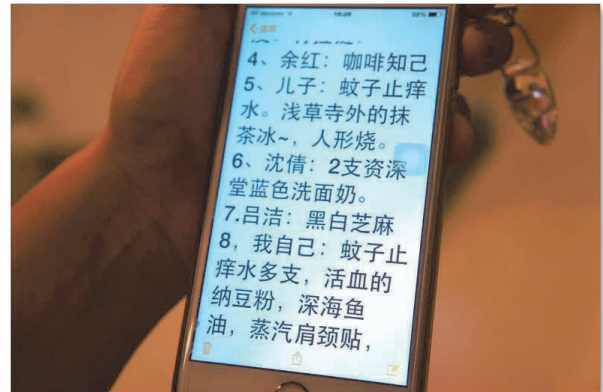
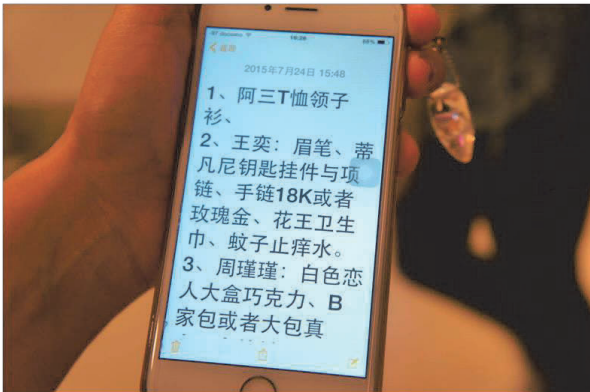


買い物場所	買い物をした店	購入したもの（アンケート申告）	リスト作成時の情報源
銀座 浅草 秋葉原 大阪	秋葉原電気店 新宿電気街 ※他：読み取り不能	※読み取れず不明	中国の知人から ポータルサイト SNS・ミニブログ（ウェイボー等）

買い物リスト/レシートにリストアップされた商品

カテゴリ	店舗	ブランド/メーカー	アイテム名	個数	単価	商品画像/URL	備考
リスト (スマホ) (メモ)		資生堂	資生堂 藍色洗面? (専科 パーフェクトホイップ 洗顔料)				
リスト		花王	花王衛生巾 (生理用ナプキン)				
リスト		花王	めぐりズム 蒸気の温熱シート				
リスト			眉? (アイブロウ)				
リスト			蚊子止痒水、多支 (かゆみ止め)	3			2名から頼まれ+自分用
リスト			納豆の粉				自分用
リスト			深海魚油 (サメ肝油)				自分用

▼ 買い物リスト



**F** 団体ツアー参加者の学生。洋服が好き  
分析：非対象者

**プロフィール** 21歳 男性 学生  
**同行者** 父母  
**旅行形態・日数** 観光と買い物。6日間  
**過去訪日回数** 初めて



買い物場所	買い物をした店	購入したもの（アンケート申告）	リスト作成時の情報源
銀座 新宿・渋谷 浅草 秋葉原 大阪	LAOX秋葉原本店 無印良品 新宿免税店 ユニクロ	無印良品化粧水 美容液 ヘアカラー 太田胃酸	中国の知人から SNS・ミニブログ（ウェイボー等）

買い物リスト/レシートにリストアップされた商品

カテゴリ	店舗	ブランド/メーカー	アイテム名	個数	単価	商品画像/URL	備考
リスト (スマホ) (画像)		参天製薬	サンテボーティエ12ML	1	1620		日本で買うべき12選、 という特集のWebサイトに掲載

▼ 買い物リスト



# 中国人インバウンド消費調査の結果について

## 4. 中国人インバウンド消費調査の結果について

青山学院大学 教授 三村 優美子

東京国際大学 教授 金 琦

昨年より円安を契機に海外からの観光客が増加している。日本政府観光局の発表によれば、2015年上期の訪日客数は、前年同期比46.0%増の913万9900人、そのなかで中国人訪日客が217万8600人と全体の4分の1を占めている。他のアジア諸国からの訪日客も増えているが、中国からは対前年同期比で2.2倍とその急増ぶりが目立っている。さらに、中国人訪日客はその人数の多さに加えて“爆買い”現象が大きな関心を集めている。台湾、韓国、タイ、マレーシア、インドネシアなど他のアジア諸国からの訪日客も多いが、“爆買い”は中国人訪日客に特有の現象である。在庫がすべてなくなったドラッグストアの売場、大きな荷物を抱えて大混雑する空港手荷物検査場のシーンがTVニュースで何度も取り上げられて、改めて中国消費市場の巨大さと旺盛な購買力を印象づけたといえる。

なぜ“爆買い”が起こるのかについては様々な説明があるが、いずれも十分納得できるものではない。中国人観光客の購買力の大きさは世界中で目撃されており、日本に限ったことではない。ただし、欧米における爆買いは主としてシャネルやグッチなどの高級ブランド品を対象としているのに対して、日本においては、雑貨、化粧品、大衆薬などの日用品を対象としていることが特徴的である。ここにひとつの大きな疑問があると思われる。

1980年代、経済的ゆたかさを背景に日本でも海外旅行ブームが生まれた。ハワイ、香港、グアムなどを皮切りに広がりを見せていったときに、日本人観光客にもささやかな“爆買い”現象があった。高級ブランドを扱う空港や観光地の免税店に多くの日本人が押し寄せ、グッチ、ルイヴィトン、エルメスなどの最大顧客が一時日本人であったことは記憶に新しい。したがって、沿海部を中心に一人当たりGDPが1万ドルの水準を超えた中国に海外旅行ブームと海外ブランドの爆買いが起こるのは当然のことといえる。日本の10倍以上の巨大な人口を擁する国であることから、そのスケールは圧倒的である。

ただし、日用品の爆買いはこれだけでは説明できない。中国国内でも入手できるのに、なぜ外国旅行中に、雑貨、化粧品、大衆薬などの日本製品の買物に走るのか。そこには中国と日本の双方に固有の事情があると考えられる。中国人訪日客への書面と面接調査を試みた今回の調査は、その点を明らかにすることを目的として行われた。

### 中国人消費者を捉える複眼的視点の必要

この現象の直接的な契機とされるのは、明らかに近年の円安と訪日客増加を目指す国の政策である。特にアジア地域においては、LCCの増便と日本への旅行を勧誘するプロモーションが効果を発揮しつつある。中国人に対しては観光ビザの発給条件の緩和が行われた。それまで主として香港、タイ、韓国に向かっていた流れが日本にも向かったのである。この調査結果にも示されているように、日本を訪れている中国人は、比較的若く高学歴でゆとりのある大都市居住の中流層である。日本への関心があり情報感度も高い。改革開放開始後の1980年代以降に生まれた世代は、それ以前の世代に比べて消費マインドが強く、外国に対する拒否感が少ないといわれている。スマホやSNSを使いこなし、子供時代から日本のアニメやキャラクターを愛好する世代でもある。一人っ子政策のもとで大事に育てられてきたため親世代の苦勞を知らない。中国の消費研究が難しいのは、改革開放を機に価値観も意識も異なる新世代が登場し旧世代との世代間の断絶現象があるためである。さらに、都市と農村社会との

分断があり、急速な経済発展がこれらの社会的断層をより拡大させている。

ただし、このような中流層においても高額の輸入品には手が届かない。中流層向けの商品供給、あるいは満足できる商品供給は非常に不足しているのが現状である。

この調査の対象となった中国人訪日客は、留学生として日本に滞在し日本をよく知る若者達と感覚的に繋がっている。また、本人の来日経験だけでなく、家族、職場、友人や知人などを通して“日本”を間接的に体験していることが重要である。少なくとも、この中国人訪日客の心理や行動を“中国人消費者”と一般化して捉えることは適当ではない。

ただし、中国人訪日客が日用品の爆買いという特殊な現象を生じさせていること、そしてそれがどのような意味を持つかは検討する必要がある。

### 日用品の爆買いの背景とその意味について

これについては以下の2点が指摘できる。

第一に、中国社会の独特の事情が考えられる。メラニン混入の粉ミルク、農薬や工場廃水汚染の米や野菜、抗生物質を過剰に投与された豚肉、変色した食肉の加工工場、偽ブランド品の横行など、“食”の安全を脅かす事件が多発している。経済的なゆたかさを知り、商品の品質や安全性などへの関心を強めている中流層の不満と不安が堆積している。一般の消費者を対象に販売されている商品の品質や安全性は全く保証されていない。数年前に香港での粉ミルクの爆買いが発生したが、それがさらに大きな広がりを持っているといえよう。香港では住民の反発などが強まり摩擦が表面化することで、いわゆる転売目的の日用品の買い付けには一定の制約がかかっていると伝えられている。

消費者の不安感に強さに対して、成都のイトーヨーカ堂は、生鮮食品の分野で中流層を対象としたマーチャンドライジングに着手しているが、「見える食品」をキーワードにして食品の安全・安心を謳って高い評価を得ている。ただし、日用品の分野では信用してもらえる商品の確保は依然として大きな課題である。

急速な経済発展は中国に経済的な富をもたらしたが、資本主義経済を秩序立てる法律とその執行機関などの諸制度の整備は遅れている。特に、商品の安全性や品質基準の整備、法令順守に対する啓発や違反に対する取り締まり(改善指導)、消費者からの苦情やトラブル処理に当たる中立的な第三者機関の整備などで遅れがある。日本においては、消費者運動の高まりを背景に、消費者の権利保護を求めた消費者保護基本法の成立(1968年)とともに消費者行政が整備されたが、“消費者の権利”という概念がまだ十分定着していない中国においては効果的な消費者行政の展開は期待しにくい。中流層の台頭にも拘わらず、安全で品質のよい消費財への強いニーズが満たされていない状況が続いている。一種の需要と供給のミスマッチである。

第二に、現在の爆買いは、何よりも“内外価格差”によるところが大きい。円安と元高が、同じ日本ブランドであっても、関税の高さもあり、中国国内の(輸入品)販売価格と日本国内の価格との大きな開きを顕在化させたのである。特に、市場縮小と供給過剰が続く日本では日用品の有名ブランドの特売が常態化している。その安さに驚愕した中国人訪日客の自然の反応といえる。ちなみに中国人訪日客が持参した事前の買物リストに載っている日用品のほとんどが中国国内では3倍ほど高い価格で販売されている。

さらにこの内外価格差には中国特有の事情が関係している。中国では昔から国内向けと海外向けの二重価格設定が常態化していた。莫大なマージンを見込む不合理な価格設定が輸入品に行われ、

日本国内価格とのかい離を生じさせているのである。いま、この爆買いに刺激されて、中国国内で特売を名目とする輸入品値下げの動きが徐々に始まっている。

成長速度の減速、不動産市場の冷え込み、株式市場の乱高下など中国経済の先行きは不透明である。今のところ順調であるが、中国人訪日客が今後も安定的に増えるのかについては関係者の意見は分かれている。爆買いは、供給過剰と消費不足に悩む日本の小売業界にとって干天の慈雨となっている。香港のような混乱や摩擦が表面化しているわけではない。むしろ観光客のルートに接するドラッグストア、百貨店、総合スーパー、コンビニエンスストアはこの恩恵を大きく受けている。ただし、爆買いは不安定な現象である。また、爆買いの対象が転々と変化しているように見える。時に“内外価格差”の縮小によって一気に消滅することもありうる。一時的現象という醒めた見方があることにも留意すべきである。

### 安全と信頼の日本ブランドの価値を高めるために

しかし、この中国人訪日客の爆買いから、日本の消費財マーケティングや流通のあり方に関する様々な課題がみえてきたことが重要である。

第一に、爆買いの対象となっている日本ブランドは、いずれも、雑貨、化粧品、大衆薬各分野における上位ブランドである。つまり、日本の消費者に人気があり支持されている有力ブランドが買われているということである。中国人訪日客のほとんどは、友人・知人のネットワーク(SNSも含む)から得られた情報をもとに事前の買物リスト(ブランド選択)を作成している。それは、日本市場の売れ筋(人気商品)を中国にいる消費者に翻訳し伝える“媒介者”がいるのではないかと想定されたが、特定の存在を発見することはできなかった。つまり、日本ブランドを伝える情報の流れは錯綜しており、またこの混沌とした状態が爆買いという特殊な現象を生んでいるといえなくもない。

ただし、確実にいえることは、日本の消費者に支持されている有力ブランドが選択の対象であること、そして、ドラッグストアなどの売場での出会いが重要な決め手となっていることである。事前買物リストは、売場での推奨や陳列によって柔軟に変更され、リストの追加が行われている。中国人訪日客は情報不足と時間制約のなかでブランド選択を行っている。一般的にブランド選択の基準は、まずは知名度が高くよく売れているということになる。中国人訪日客は、“日本の消費者に選ばれていること”を安心と信頼の手がかりとしているように思われる。そして、それを**確認する場所として売場**がある。マーケティング・コミュニケーションの観点からは、直接的な接点である売場が重要な媒体(メディア)になっていることが指摘できる。そうであるならば、情報の流れを調べ事前買物リストにいかにか載せてもらうか?とか、中国人客の好みに合わせた品揃えや売場づくりなどは効果的とはいえない。むしろ何よりも**日本の売場で輝くブランド**であることが必要条件である。

第二に、日本経験が重なることで日本ブランドに対する好感度と満足度が高まっているという事実である。接客のよさや丁寧な説明などがこれを促進している。外国人観光客が立ち寄りやすい店舗においては、英語、中国語の多言語対応が不可欠となる。商品のパッケージや説明書も同様である。また、時間制約のなかで円滑に買い物と免税手続きが行えるようにすることもよき“日本経験”に結びつく。これらの点についてはまだ改善の余地は大きいと思われる。訪日客に対応する情報システムや配送サービスなど**流通インフラ整備**が課題となっている。

第三に、日本ブランドの海外市場開拓に関する一つの可能性である。グローバル化を背景に雑貨や化粧品などの日本の消費財メーカーも海外展開を進めてきた。ただし、多くの場合、欧米メーカーとの



競争や現地の諸事情(政治的、経済的、文化的・社会的)から苦戦を強いられてきたのが現状である。これについては、グローバルブランドの観点から、強烈なマスブランド戦略を展開する欧米メーカーに比べて、品質や機能性を重視する日本ブランドは地味でインパクトに欠けるといわれてきた。しかし、この調査で示された購買行動は、日本ブランドは“日本”というコンテキストで理解され選択されていること、日本の消費者の中で育まれたブランドであることが安心感につながっていること、そして使用経験と購買事後対応を通して品質を確信し信頼感が育まれているということである。日本で出会い経験することで理解を深めロイヤルティが生まれていく。日本ブランドの海外発信には、従来のマスマーケティングの手法ではなく、多重・多層のコミュニケーション設計、顧客接点と媒体(メディア)としての場(売場)の重視、そして顧客経験価値の考え方が有効であると思われる。

中国人訪日客の爆買いは、一見特殊な現象のようにみえて、実は日用品の日本ブランドの新しい海外展開のあり方に関する様々の可能性を示唆してくれていることを見逃すべきではない。







## 日用品のインバウンド消費を拡大させる意識と行動

訪日中国人客による化粧品、トイレタリー、医薬品の買物意識と行動を明らかにする

---

発行／株式会社プラネット

〒105-0013 東京都港区浜松町1-31 文化放送メディアプラスビル3階

TEL. 03-5962-0811 FAX. 03-6402-8421

企画・調査／一般社団法人流通問題研究協会

---

初版 2015年9月4日発行