

インバウンド消費を拡大させる 意識と行動 2026



本調査について

◇調査対象国・地域：①中国 沿岸部（北京、上海、広州、深セン、天津、大連、杭州、青島）
内陸部（成都、重慶、武漢、鄭州、西安、蘭州）

②タイ

③ベトナム

◇調査対象 : 訪日経験1回以上、2024年10月～2026年1月（アンケート開始前まで）
訪日した18～59歳の男女

◇調査方法 : インターネットリサーチ

◇調査期間 : 2026年1月26日（月）～2月5日（木）

◇調査対象国・地域およびサンプル数

中国	1,118名	沿岸部：559名（男性：280名、女性：279名） 内陸部：559名（男性：280名、女性：279名）
タイ	1,094名	男性：554名、女性：540名
ベトナム	1,066名	男性：557名、女性：509名

◇調査質問

1. 本国での日常生活について
2. 日常生活の中で日本製品を購入・利用する状況
3. 現在、日本製品を購入・入手している方法
4. 日本製品（他国製品を含め）に対する顧客ロイヤルティ
5. 海外のブランドや商品情報の入手方法について
6. 日本を訪問するとき、したいこと
7. 滞在期間中移動手段・出入国時利用空港
8. 滞在期間中訪問したエリア／都市・滞在日数
9. 日本に訪問するとき、お買物の場所について
10. 日本に訪問するとき、購入した商品について
11. 日本で日本製品を購入したくなる動機・付加価値
12. 今後の訪日意向

◇本調査における商品カテゴリ

医薬品	風邪薬、解熱鎮痛剤、胃腸薬、漢方薬、目薬など
化粧品	口紅、ファンデーション、化粧水、乳液など
日用品	ボディソープ、歯磨き粉、足用冷却シート、ホットアイマスク、ヘアケア用品、防虫剤、消臭剤、柔軟剤、ティッシュペーパー、使い捨てカイロなど
衛生用品	紙おむつ、生理用ナプキン、マスク、アルコール除菌スプレー、消毒剤、避妊用具など
その他の日用品	ベビー用品・粉ミルク・ベビーフード、健康食品・サプリメント・酵素、食器用洗剤などの生活雑貨
ペット用品	ペット用品・ペットフード・ペットのおやつ
食品	缶詰・瓶詰、生鮮・チルド・冷凍食品、乳製品・調味料・調味食品、麺類、スープ類など
菓子・飲料	ガム・キャンディー、チョコレート、ビスケット類、スナック菓子、和菓子、米菓、コーヒー・紅茶・緑茶、果汁飲料・ジュース類など
酒類	日本酒、焼酎、ビール類、ウイスキー・ブランデー、ワイン・スパークリングワインなど

中国

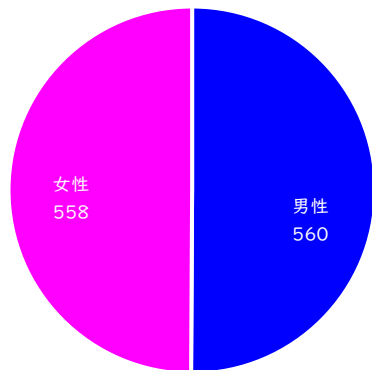
People's Republic of China

中華人民共和国	
面積	約960万km ² （日本の約26倍）
人口	約14億人
民族	漢民族（総人口の約92%）及び55の少数民族
公用語	中国語
宗教	仏教・イスラム教・キリスト教など
主要産業	第一次産業（名目GDPの7.3%）、第二次産業（同39.9%） 第三次産業（同52.8%）
GDP（名目）	約19兆3,000億ドル（2025年、IMF（推計値））
経済成長率（実質）	5.0%（2025年、中国国家统计局）
2025年訪日客数	9,096,300人 前年比：30.3%（JNTO推計値） （参考）2024年：6,981,342人 2019年：9,594,394人

外務省の公表データ、ならびに日本政府観光局の公表データより作成

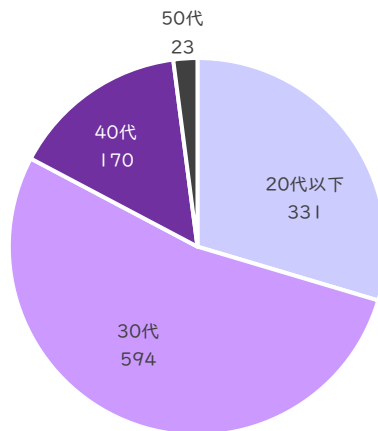
◇ 性別

(人)



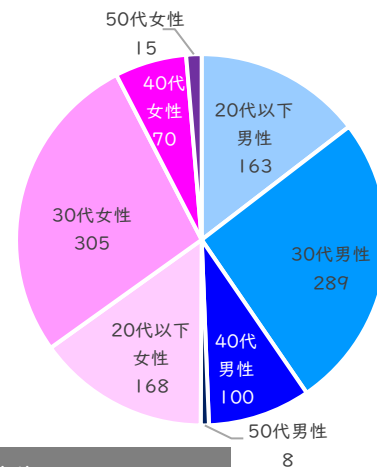
◇ 年代

(人)



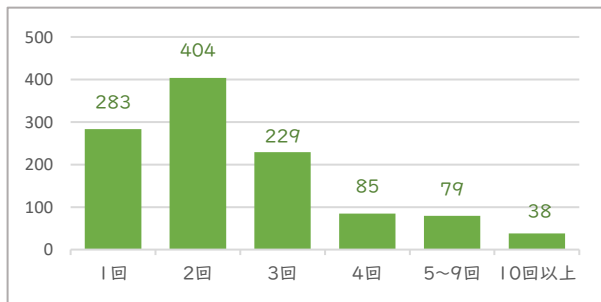
◇ 性別・年代

(人)



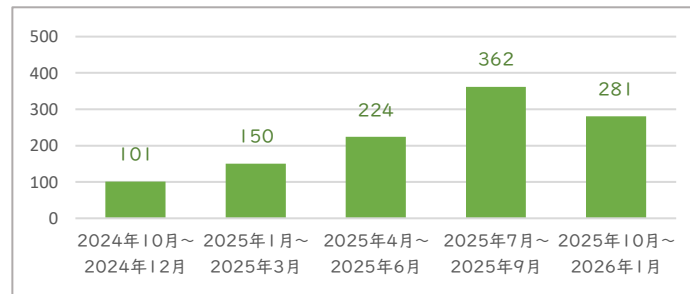
◇ 訪日回数

(人)

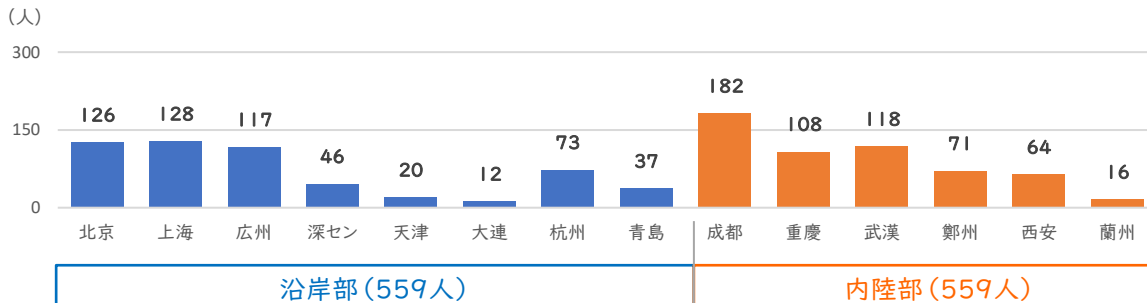


◇ 直近の訪日時期

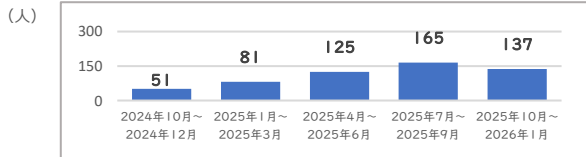
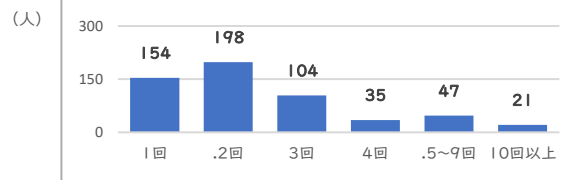
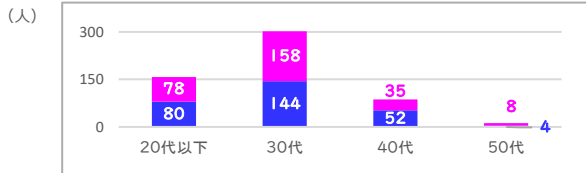
(人)



◇ 居住地域 ◇



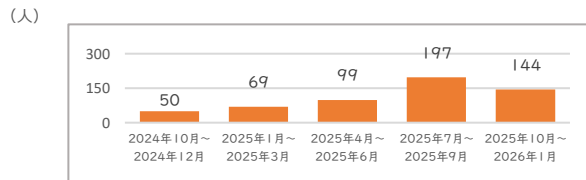
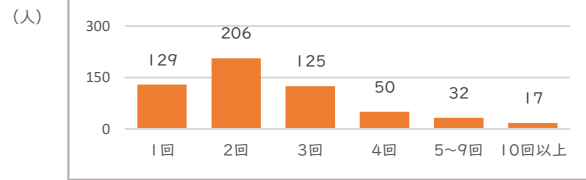
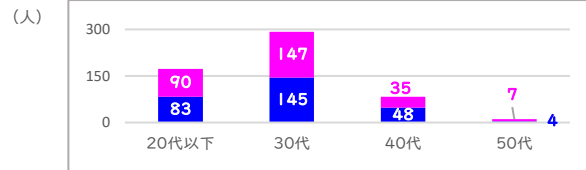
沿岸部



◇ 性別・年代 ◇

◇ 訪問回数 ◇

◇ 直近の訪問時期 ◇



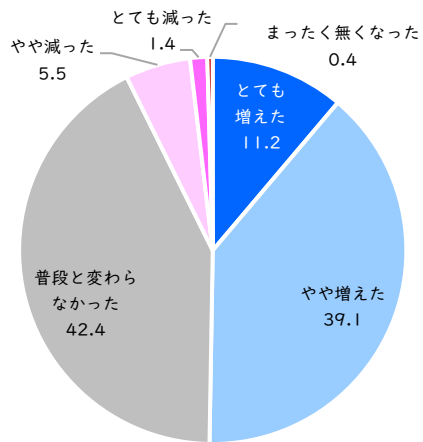
内陸部

Q1. 国内でのあなたの現在の日常生活について、次にあげる点は、1~2年前に比べ増えましたか、減りましたか？(SA)

(1) 仕事

(%)

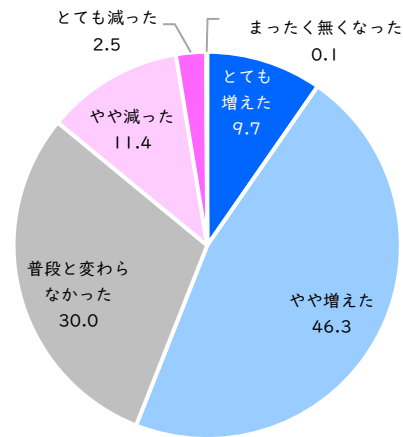
	とても増えた	やや増えた	普段と変わらなかった	やや減った	とても減った	まったく無くなった
全体 1118人	11.2	39.1	42.4	5.5	1.4	0.4
└ 沿岸部 559人	11.8	38.5	42.9	4.8	1.4	0.5
└ 内陸部 559人	10.6	39.7	41.9	6.1	1.4	0.4



(2) 収入

(%)

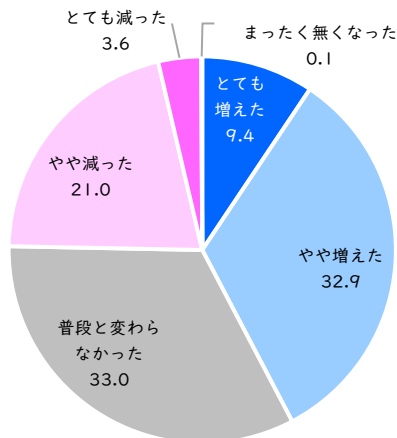
	とても増えた	やや増えた	普段と変わらなかった	やや減った	とても減った	まったく無くなった
全体 1118人	9.7	46.3	30.0	11.4	2.5	0.1
└ 沿岸部 559人	10.9	43.3	32.2	11.1	2.3	0.2
└ 内陸部 559人	8.4	49.4	27.7	11.8	2.7	0.0



(3) お店での買物

(%)

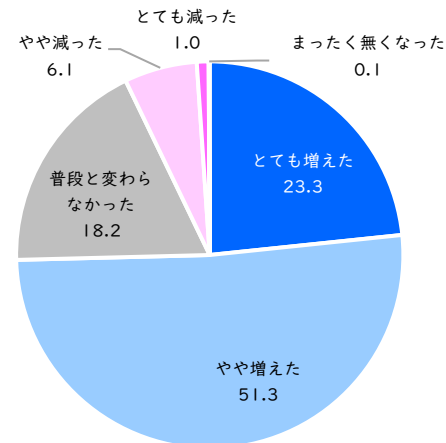
	とても増えた	やや増えた	普段と変わらなかった	やや減った	とても減った	まったく無くなった
全体 1118人	9.4	32.9	33.0	21.0	3.6	0.1
└ 沿岸部 559人	8.6	33.1	32.7	21.6	3.9	0.0
└ 内陸部 559人	10.2	32.7	33.3	20.4	3.2	0.2



(4) ネットでの買物

(%)

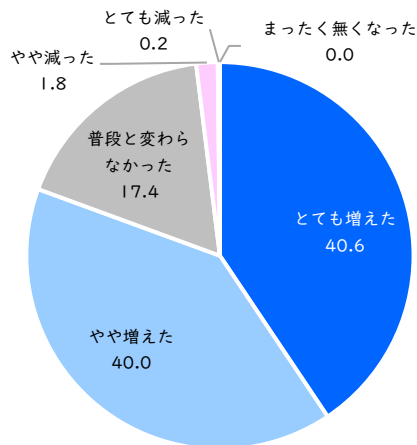
	とても増えた	やや増えた	普段と変わらなかった	やや減った	とても減った	まったく無くなった
全体 1118人	23.3	51.3	18.2	6.1	1.0	0.1
└ 沿岸部 559人	22.4	51.2	18.4	7.0	1.1	0.0
└ 内陸部 559人	24.3	51.3	18.1	5.2	0.9	0.2



(5) 健康に関する意識・関心

(%)

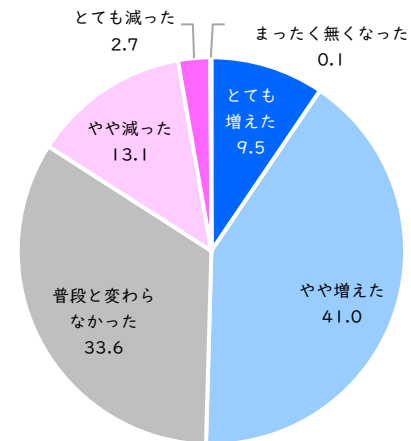
	とても増えた	やや増えた	普段と変わらなかった	やや減った	とても減った	まったく無くなった
全体 1118人	40.6	40.0	17.4	1.8	0.2	0.0
└沿岸部 559人	39.2	38.5	20.0	2.1	0.2	0.0
└内陸部 559人	42.0	41.5	14.8	1.4	0.2	0.0



(6) 経済的な余裕

(%)

	とても増えた	やや増えた	普段と変わらなかった	やや減った	とても減った	まったく無くなった
全体 1118人	9.5	41.0	33.6	13.1	2.7	0.1
└沿岸部 559人	10.0	38.3	36.3	12.5	2.7	0.2
└内陸部 559人	8.9	43.6	30.9	13.8	2.7	0.0

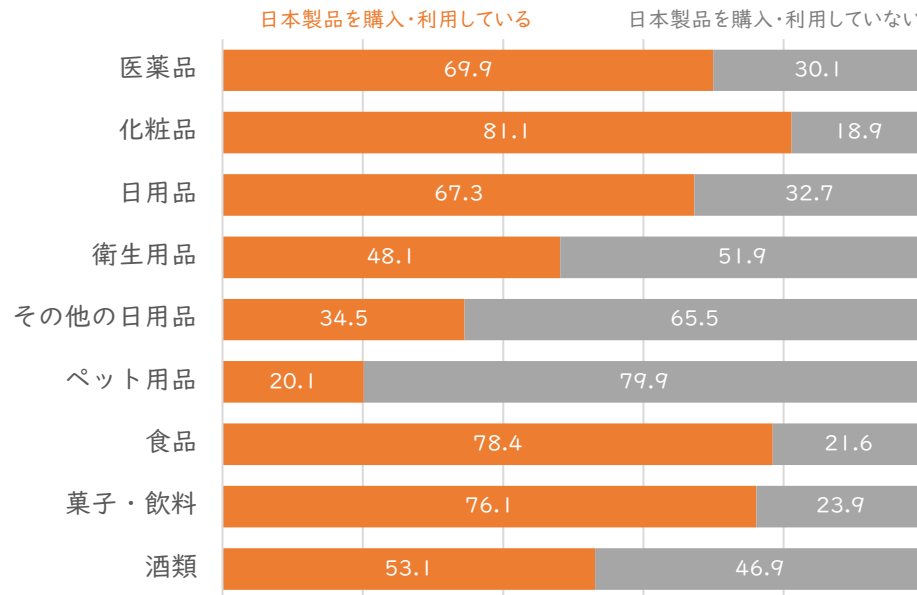


Q2. 普段あなたのご家庭で日本製品 (Made in Japan) を、購入・利用していますか。(SA)

(%)

中国 (全体) n=1118人	日本製品を購入・利用 している	日本製品を購入・利用 していない
医薬品	69.9	30.1
化粧品	81.1	18.9
日用品	67.3	32.7
衛生用品	48.1	51.9
その他の日用品	34.5	65.5
ペット用品	20.1	79.9
食品	78.4	21.6
菓子・飲料	76.1	23.9
酒類	53.1	46.9

(%)

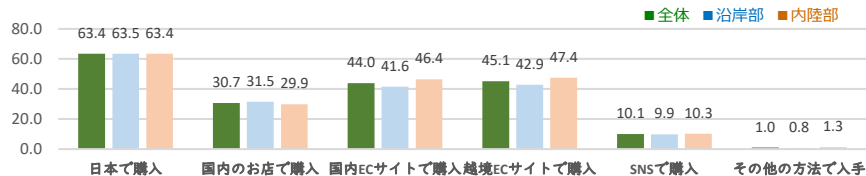


Q3. 現在、あなたのご家庭で購入・利用している日本製品 (Made in Japan) は、どのような方法で入手しましたか? (MA)

(1) 医薬品

(%)

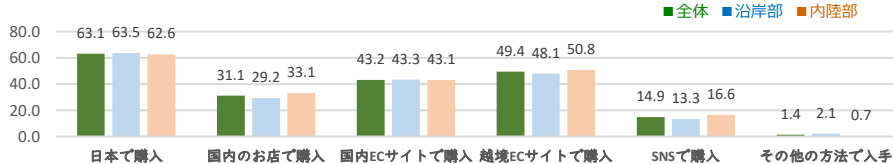
	日本で購入	国内のお店で購入	国内ECサイトで購入	越境ECサイトで購入	SNSで購入	その他の方法で入手
全体 782人	63.4	30.7	44.0	45.1	10.1	1.0
└ 沿岸部 394人	63.5	31.5	41.6	42.9	9.9	0.8
└ 内陸部 388人	63.4	29.9	46.4	47.4	10.3	1.3



(2) 化粧品

(%)

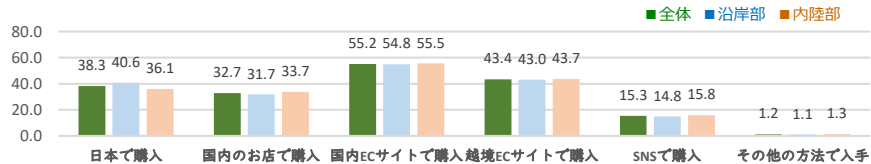
	日本で購入	国内のお店で購入	国内ECサイトで購入	越境ECサイトで購入	SNSで購入	その他の方法で入手
全体 907人	63.1	31.1	43.2	49.4	14.9	1.4
└ 沿岸部 466人	63.5	29.2	43.3	48.1	13.3	2.1
└ 内陸部 441人	62.6	33.1	43.1	50.8	16.6	0.7



(3) 日用品

(%)

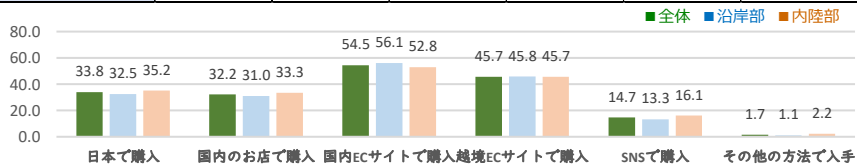
	日本で購入	国内のお店で購入	国内ECサイトで購入	越境ECサイトで購入	SNSで購入	その他の方法で入手
全体 752人	38.3	32.7	55.2	43.4	15.3	1.2
└ 沿岸部 372人	40.6	31.7	54.8	43.0	14.8	1.1
└ 内陸部 380人	36.1	33.7	55.5	43.7	15.8	1.3



(4) 衛生用品

(%)

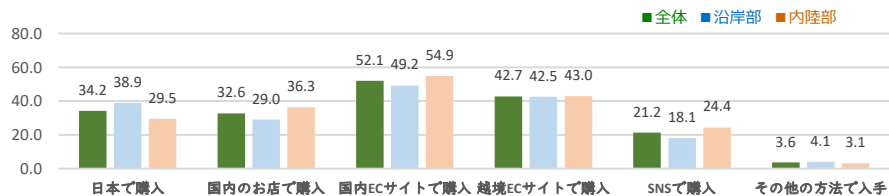
	日本で購入	国内のお店で購入	国内ECサイトで購入	越境ECサイトで購入	SNSで購入	その他の方法で入手
全体 538人	33.8	32.2	54.5	45.7	14.7	1.7
└ 沿岸部 271人	32.5	31.0	56.1	45.8	13.3	1.1
└ 内陸部 267人	35.2	33.3	52.8	45.7	16.1	2.2



(5) その他の日用品

(%)

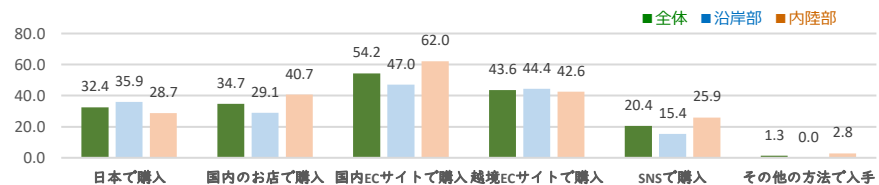
	日本で購入	国内のお店で購入	国内ECサイトで購入	越境ECサイトで購入	SNSで購入	その他の方法で入手
全体 386人	34.2	32.6	52.1	42.7	21.2	3.6
└ 沿岸部 193人	38.9	29.0	49.2	42.5	18.1	4.1
└ 内陸部 193人	29.5	36.3	54.9	43.0	24.4	3.1



(6) ペット用品

(%)

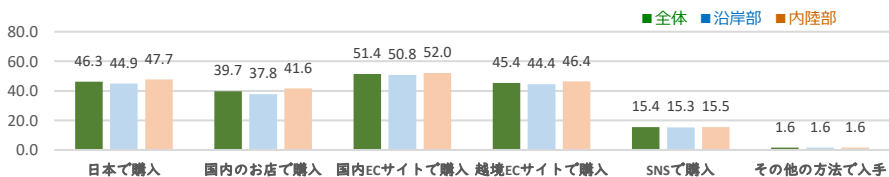
	日本で購入	国内のお店で購入	国内ECサイトで購入	越境ECサイトで購入	SNSで購入	その他の方法で入手
全体 225人	32.4	34.7	54.2	43.6	20.4	1.3
└ 沿岸部 117人	35.9	29.1	47.0	44.4	15.4	0.0
└ 内陸部 108人	28.7	40.7	62.0	42.6	25.9	2.8



(7) 食品

(%)

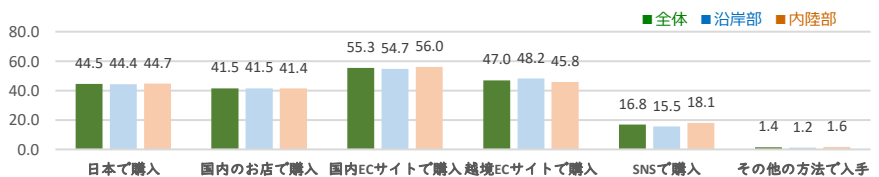
	日本で購入	国内のお店で購入	国内ECサイトで購入	越境ECサイトで購入	SNSで購入	その他の方法で入手
全体 877人	46.3	39.7	51.4	45.4	15.4	1.6
└ 沿岸部 437人	44.9	37.8	50.8	44.4	15.3	1.6
└ 内陸部 440人	47.7	41.6	52.0	46.4	15.5	1.6



(8) 菓子・飲料

(%)

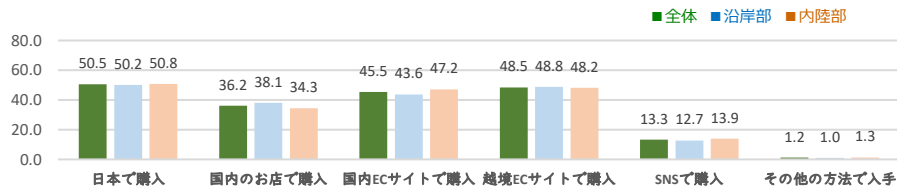
	日本で購入	国内のお店で購入	国内ECサイトで購入	越境ECサイトで購入	SNSで購入	その他の方法で入手
全体 851人	44.5	41.5	55.3	47.0	16.8	1.4
└ 沿岸部 419人	44.4	41.5	54.7	48.2	15.5	1.2
└ 内陸部 432人	44.7	41.4	56.0	45.8	18.1	1.6



(9) 酒類

(%)

	日本で購入	国内のお店で 購入	国内ECサイト で購入	越境ECサイト で購入	SNSで購入	その他の方法 で入手
全体 594人	50.5	36.2	45.5	48.5	13.3	1.2
└沿岸部 291人	50.2	38.1	43.6	48.8	12.7	1.0
└内陸部 303人	50.8	34.3	47.2	48.2	13.9	1.3

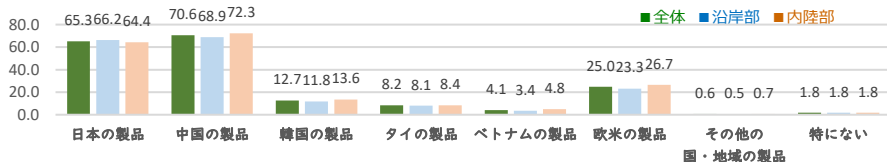


Q4. あなたの、好きな製品、お気に入りの製品はどこの国の製品ですか？(MA)

(1) 医薬品

(%)

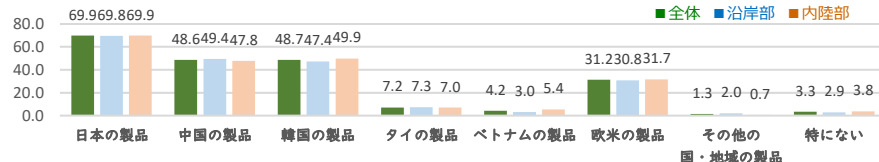
	日本の製品	中国の製品	韓国の製品	タイの製品	ベトナムの製品	欧米の製品	その他の国・地域の製品	特にな
全体 1118人	65.3	70.6	12.7	8.2	4.1	25.0	0.6	1.8
└沿岸部 559人	66.2	68.9	11.8	8.1	3.4	23.3	0.5	1.8
└内陸部 559人	64.4	72.3	13.6	8.4	4.8	26.7	0.7	1.8



(2) 化粧品

(%)

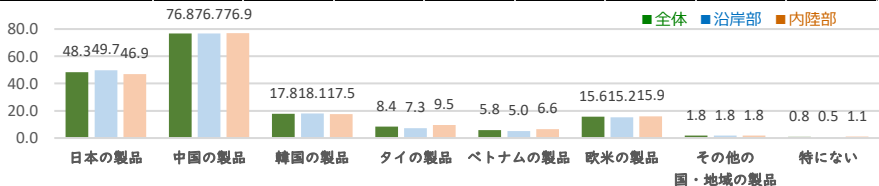
	日本の製品	中国の製品	韓国の製品	タイの製品	ベトナムの製品	欧米の製品	その他の国・地域の製品	特にな
全体 1118人	69.9	48.6	48.7	7.2	4.2	31.2	1.3	3.3
└沿岸部 559人	69.8	49.4	47.4	7.3	3.0	30.8	2.0	2.9
└内陸部 559人	69.9	47.8	49.9	7.0	5.4	31.7	0.7	3.8



(3) 日用品

(%)

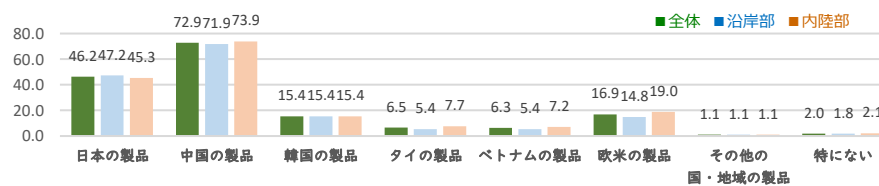
	日本の製品	中国の製品	韓国の製品	タイの製品	ベトナムの製品	欧米の製品	その他の国・地域の製品	特にな
全体 1118人	48.3	76.8	17.8	8.4	5.8	15.6	1.8	0.8
└沿岸部 559人	49.7	76.7	18.1	7.3	5.0	15.2	1.8	0.5
└内陸部 559人	46.9	76.9	17.5	9.5	6.6	15.9	1.8	1.1



(4) 衛生用品

(%)

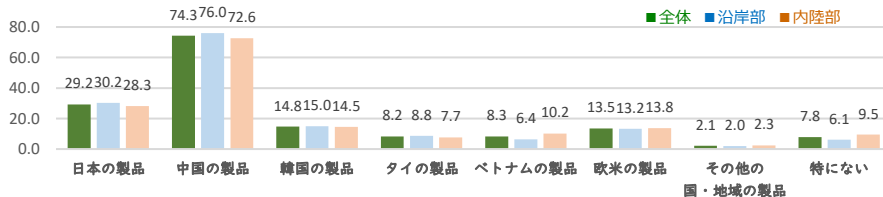
	日本の製品	中国の製品	韓国の製品	タイの製品	ベトナムの製品	欧米の製品	その他の国・地域の製品	特にな
全体 1118人	46.2	72.9	15.4	6.5	6.3	16.9	1.1	2.0
└沿岸部 559人	47.2	71.9	15.4	5.4	5.4	14.8	1.1	1.8
└内陸部 559人	45.3	73.9	15.4	7.7	7.2	19.0	1.1	2.1



(5) その他の日用品

(%)

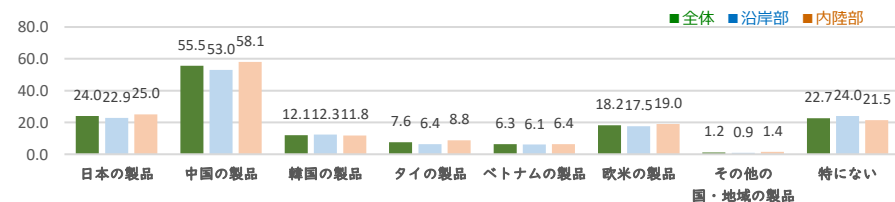
	日本の製品	中国の製品	韓国の製品	タイの製品	ベトナムの製品	欧米の製品	その他の国・地域の製品	特にな
全体 1118人	29.2	74.3	14.8	8.2	8.3	13.5	2.1	7.8
└ 沿岸部 559人	30.2	76.0	15.0	8.8	6.4	13.2	2.0	6.1
└ 内陸部 559人	28.3	72.6	14.5	7.7	10.2	13.8	2.3	9.5



(6) ペット用品

(%)

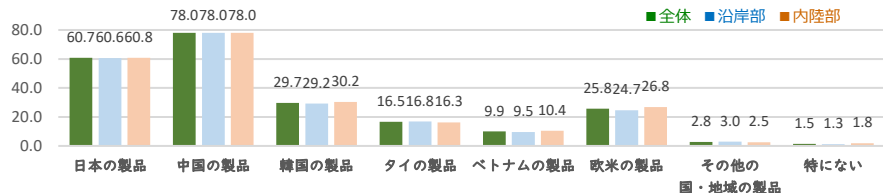
	日本の製品	中国の製品	韓国の製品	タイの製品	ベトナムの製品	欧米の製品	その他の国・地域の製品	特にな
全体 1118人	24.0	55.5	12.1	7.6	6.3	18.2	1.2	22.7
└ 沿岸部 559人	22.9	53.0	12.3	6.4	6.1	17.5	0.9	24.0
└ 内陸部 559人	25.0	58.1	11.8	8.8	6.4	19.0	1.4	21.5



(7) 食品

(%)

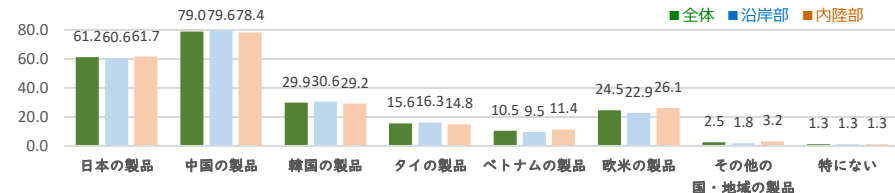
	日本の製品	中国の製品	韓国の製品	タイの製品	ベトナムの製品	欧米の製品	その他の国・地域の製品	特にな
全体 1118人	60.7	78.0	29.7	16.5	9.9	25.8	2.8	1.5
└ 沿岸部 559人	60.6	78.0	29.2	16.8	9.5	24.7	3.0	1.3
└ 内陸部 559人	60.8	78.0	30.2	16.3	10.4	26.8	2.5	1.8



(8) 菓子・飲料

(%)

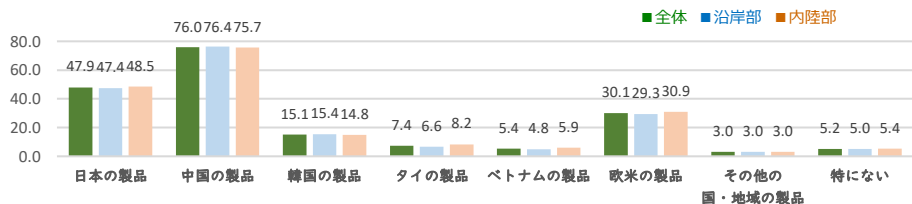
	日本の製品	中国の製品	韓国の製品	タイの製品	ベトナムの製品	欧米の製品	その他の国・地域の製品	特にな
全体 1118人	61.2	79.0	29.9	15.6	10.5	24.5	2.5	1.3
└ 沿岸部 559人	60.6	79.6	30.6	16.3	9.5	22.9	1.8	1.3
└ 内陸部 559人	61.7	78.4	29.2	14.8	11.4	26.1	3.2	1.3



(9) 酒類

(%)

	日本の製品	中国の製品	韓国の製品	タイの製品	ベトナムの製品	欧米の製品	その他の国・地域の製品	特にない
全体 1118人	47.9	76.0	15.1	7.4	5.4	30.1	3.0	5.2
└ 沿岸部 559人	47.4	76.4	15.4	6.6	4.8	29.3	3.0	5.0
└ 内陸部 559人	48.5	75.7	14.8	8.2	5.9	30.9	3.0	5.4

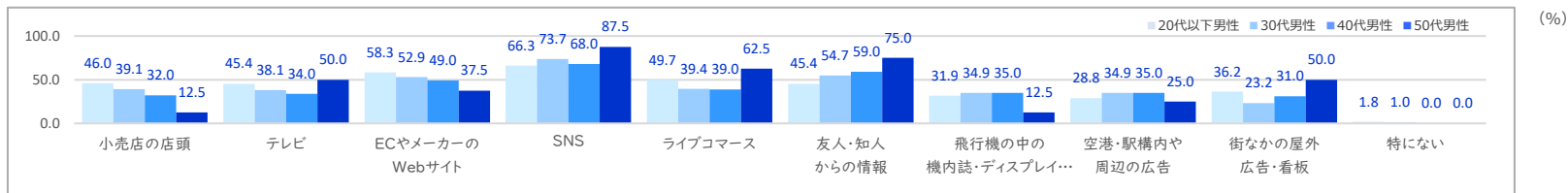


Q5. 日本を訪問したときに購入した「日本製品」(Made in Japan)について、どのようなどころから情報を得ましたか？(MA)

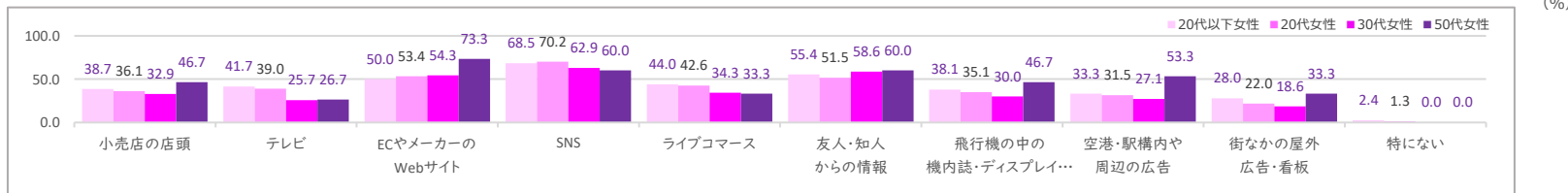
(1) 日本訪問前の情報

		合計	小売店の店頭	テレビ	ECやメーカーのWebサイト	SNS	ライブコマース	友人・知人からの情報	飛行機の中の機内誌・ディスプレイ画面広告	空港・駅構内や周辺の広告	街なかの屋外広告・看板	特にない
全体		1118	38.1	38.7	53.3	69.6	42.2	53.4	34.7	32.6	26.2	1.3
性別	男性	560	39.5	39.6	53.6	70.7	42.7	53.0	33.8	33.0	28.8	1.1
	女性	558	36.7	37.8	53.0	68.5	41.8	53.8	35.7	32.1	23.7	1.4
年代	20代以下	331	42.3	43.5	54.1	67.4	46.8	50.5	35.0	31.1	32.0	2.1
	30代	594	37.5	38.6	53.2	71.9	41.1	53.0	35.0	33.2	22.6	1.2
	40代	170	32.4	30.6	51.2	65.9	37.1	58.8	32.9	31.8	25.9	0.0
	50代	23	34.8	34.8	60.9	69.6	43.5	65.2	34.8	43.5	39.1	0.0
性別×年代	男性-20代以下	163	46.0	45.4	58.3	66.3	49.7	45.4	31.9	28.8	36.2	1.8
	男性-30代	289	39.1	38.1	52.9	73.7	39.4	54.7	34.9	34.9	23.2	1.0
	男性-40代	100	32.0	34.0	49.0	68.0	39.0	59.0	35.0	35.0	31.0	0.0
	男性-50代	8	12.5	50.0	37.5	87.5	62.5	75.0	12.5	25.0	50.0	0.0
	女性-20代以下	168	38.7	41.7	50.0	68.5	44.0	55.4	38.1	33.3	28.0	2.4
	女性-30代	305	36.1	39.0	53.4	70.2	42.6	51.5	35.1	31.5	22.0	1.3
	女性-40代	70	32.9	25.7	54.3	62.9	34.3	58.6	30.0	27.1	18.6	0.0
	女性-50代	15	46.7	26.7	73.3	60.0	33.3	60.0	46.7	53.3	33.3	0.0

(性年代別)



(%)

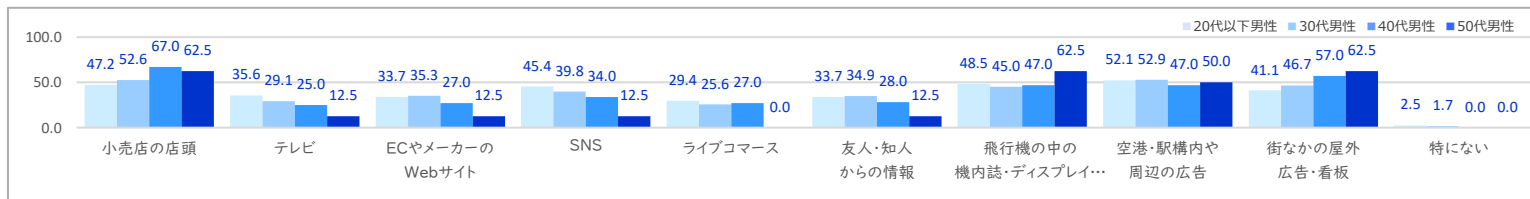


(%)

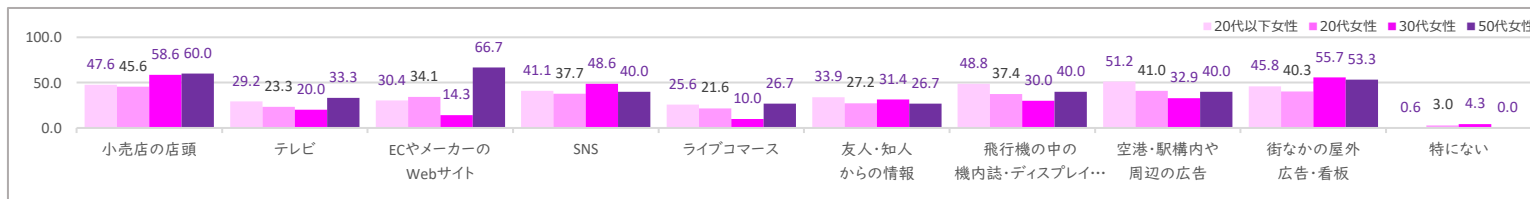
(2) 日本滞在中の情報

		合計	小売店の店頭	テレビ	ECやメーカーのWebサイト	SNS	ライブコマース	友人・知人からの情報	飛行機の中の機内誌・ディスプレイ画面広告	空港・駅構内や周辺の広告	街なかの屋外広告・看板	特にない
全体		1118	51.0	27.5	32.2	40.1	24.1	31.4	43.3	47.3	45.7	2.0
性別	男性	560	53.8	30.0	33.0	40.0	26.6	33.0	46.6	51.6	47.1	1.6
	女性	558	48.2	24.9	31.4	40.1	21.5	29.7	40.0	43.0	44.3	2.3
年代	20代以下	331	47.4	32.3	32.0	43.2	27.5	33.8	48.6	51.7	43.5	1.5
	30代	594	49.0	26.1	34.7	38.7	23.6	31.0	41.1	46.8	43.4	2.4
	40代	170	63.5	22.9	21.8	40.0	20.0	29.4	40.0	41.2	56.5	1.8
	50代	23	60.9	26.1	47.8	30.4	17.4	21.7	47.8	43.5	56.5	0.0
性別×年代	男性-20代以下	163	47.2	35.6	33.7	45.4	29.4	33.7	48.5	52.1	41.1	2.5
	男性-30代	289	52.6	29.1	35.3	39.8	25.6	34.9	45.0	52.9	46.7	1.7
	男性-40代	100	67.0	25.0	27.0	34.0	27.0	28.0	47.0	47.0	57.0	0.0
	男性-50代	8	62.5	12.5	12.5	12.5	0.0	12.5	62.5	50.0	62.5	0.0
	女性-20代以下	168	47.6	29.2	30.4	41.1	25.6	33.9	48.8	51.2	45.8	0.6
	女性-30代	305	45.6	23.3	34.1	37.7	21.6	27.2	37.4	41.0	40.3	3.0
	女性-40代	70	58.6	20.0	14.3	48.6	10.0	31.4	30.0	32.9	55.7	4.3
	女性-50代	15	60.0	33.3	66.7	40.0	26.7	26.7	40.0	40.0	53.3	0.0

(性年代別)



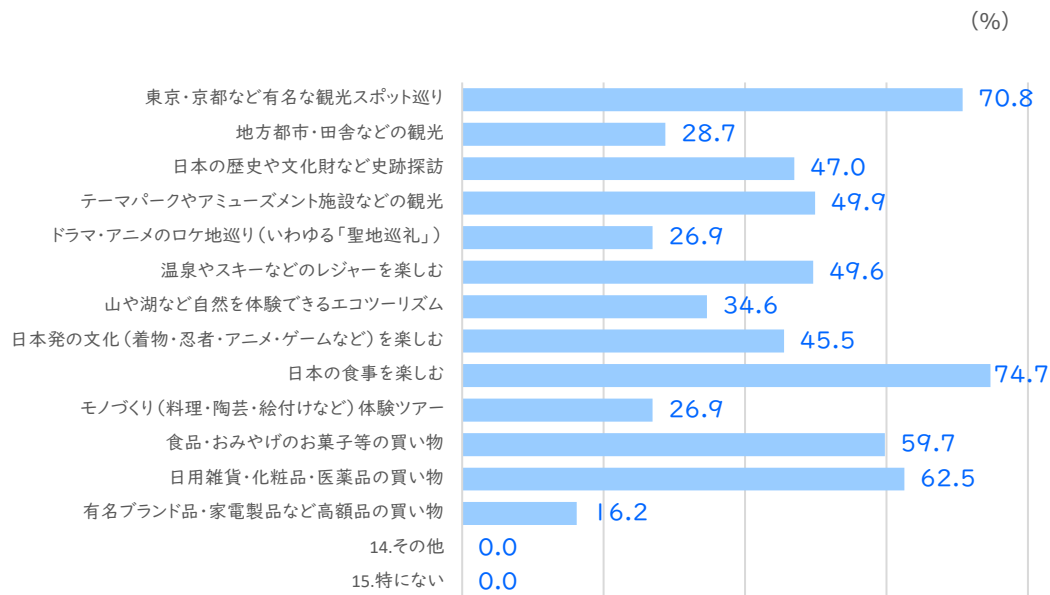
(%)



(%)

Q6.あなたが一番最近の日本訪問でしたことは何ですか。(MA)

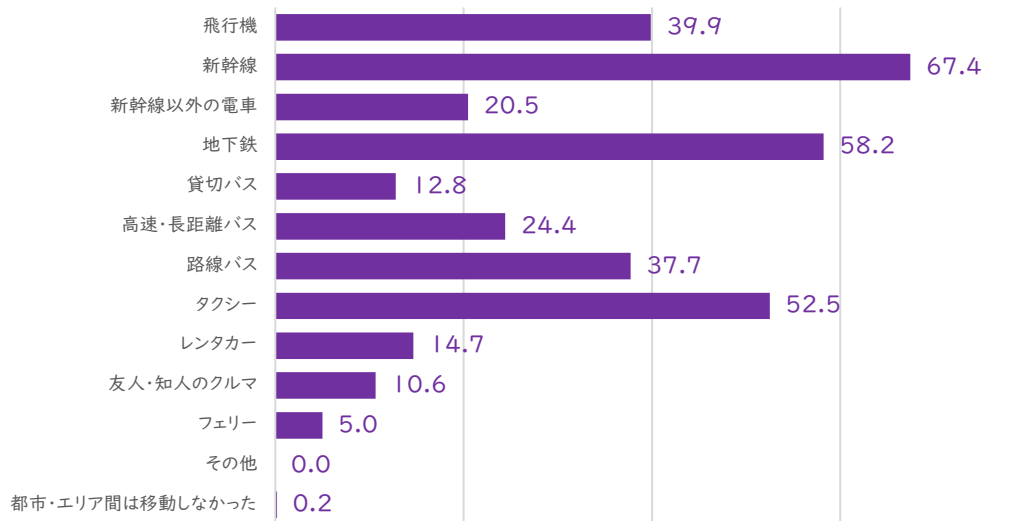
中国 (n=1118人)	人	%
東京・京都など有名な観光スポット巡り	791	70.8
地方都市・田舎などの観光	321	28.7
日本の歴史や文化財など史跡探訪	525	47.0
テーマパークやアミューズメント施設などの観光	558	49.9
ドラマ・アニメのロケ地巡り(いわゆる「聖地巡礼」)	301	26.9
温泉やスキーなどのレジャーを楽しむ	555	49.6
山や湖など自然を体験できるエコツーリズム	387	34.6
日本発の文化(着物・忍者・アニメ・ゲームなど)を楽しむ	509	45.5
日本の食事を楽しむ	835	74.7
モノづくり(料理・陶芸・絵付けなど)体験ツアー	301	26.9
食品・おみやげのお菓子等の買い物	668	59.7
日用雑貨・化粧品・医薬品の買い物	699	62.5
有名ブランド品・家電製品など高額品の買い物	181	16.2
14.その他	0	0.0
15.特いない	0	0.0



Q7. 日本を訪問したとき、日本国内での都市・エリア間の移動にどのような交通手段を使用しましたか？(MA)

(%)

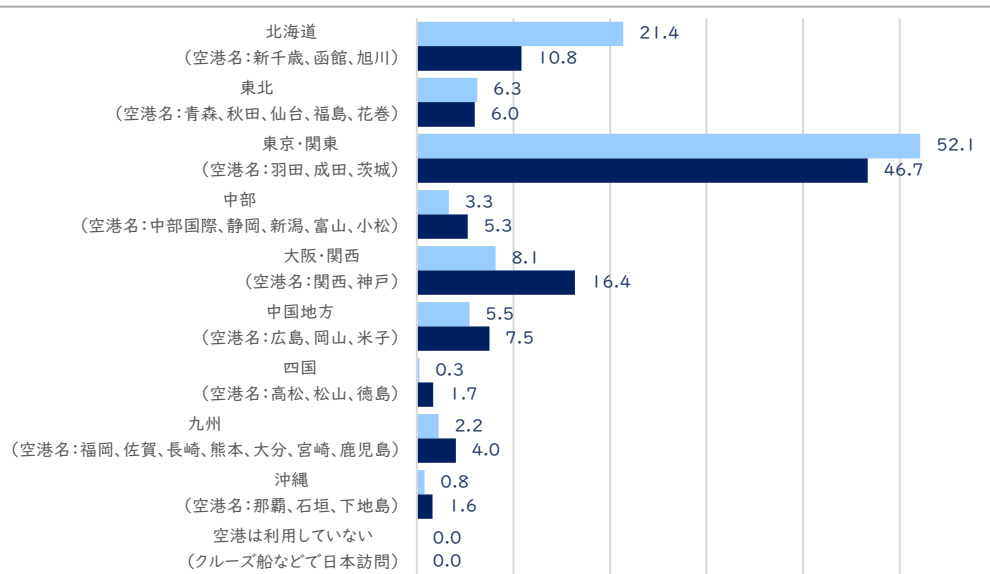
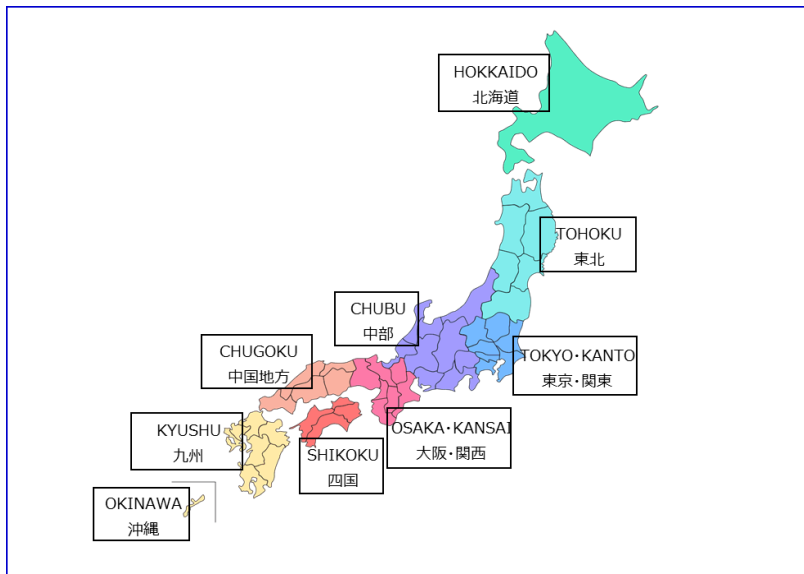
中国 (n=1118人)	人	%
飛行機	446	39.9
新幹線	754	67.4
新幹線以外の電車	229	20.5
地下鉄	651	58.2
貸切バス	143	12.8
高速・長距離バス	273	24.4
路線バス	422	37.7
タクシー	587	52.5
レンタカー	164	14.7
友人・知人のクルマ	119	10.6
フェリー	56	5.0
その他	0	0.0
都市・エリア間は移動しなかった	2	0.2



Q8. 日本を訪問したときには、どこの空港を利用しましたか？(1) 日本入国時の利用空港、(2) 日本出国時の利用空港、をそれぞれ教えてください。(SA)

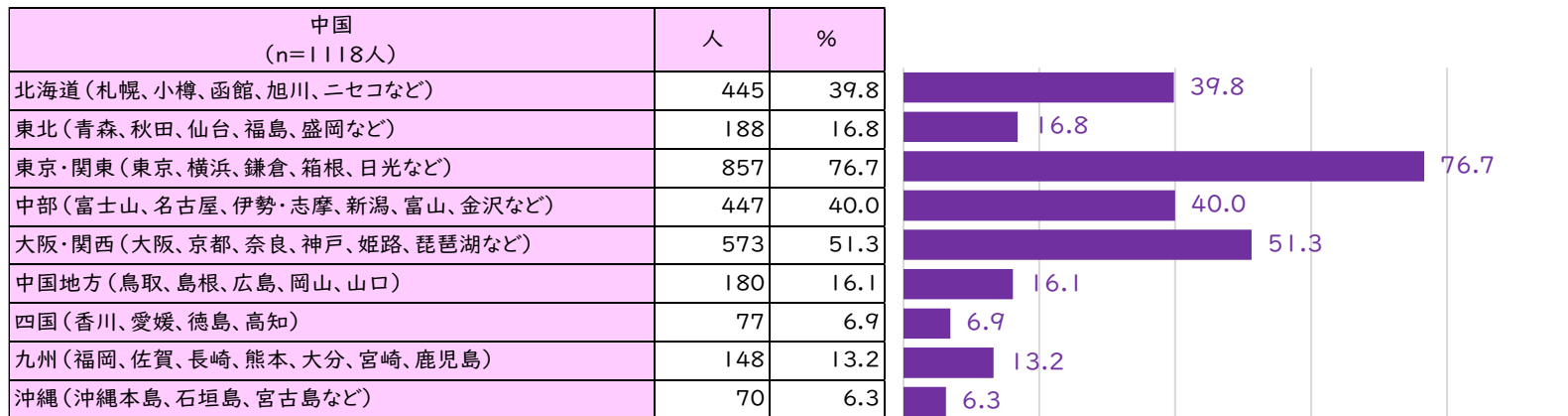
	全体	北海道 (空港名:新千歳、函館、旭川)	東北 (空港名:青森、秋田、仙台、福島、花巻)	東京・関東 (空港名:羽田、成田、茨城)	中部 (空港名:中部国際、静岡、新潟、富山、小松)	大阪・関西 (空港名:関西、神戸)	中国地方 (空港名:広島、岡山、米子)	四国 (空港名:高松、松山、徳島)	九州 (空港名:福岡、佐賀、長崎、熊本、大分、宮崎、鹿児島)	沖縄 (空港名:那覇、石垣、下地島)	空港は利用していない(クルーズ船などで日本訪問)
(1) 日本入国時の利用空港	1118	21.4	6.3	52.1	3.3	8.1	5.5	0.3	2.2	0.8	0.0
(2) 日本出国時の利用空港	1118	10.8	6.0	46.7	5.3	16.4	7.5	1.7	4.0	1.6	0.0

■ 日本入国時の利用空港 ■ 日本出国時の利用空港 (%)



Q9.あなたが一番最近、日本を訪問したときには、どの都市・エリアに行き(MA)

(%)

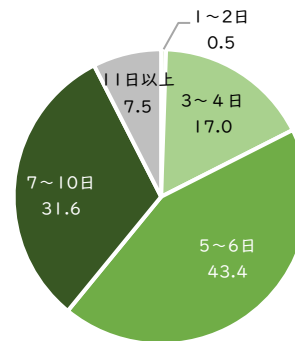


Q10. あなたが一番最近、日本を訪問したときの滞在日数を教えてください。(SA)

(1) 日本滞在日数の合計

(%)

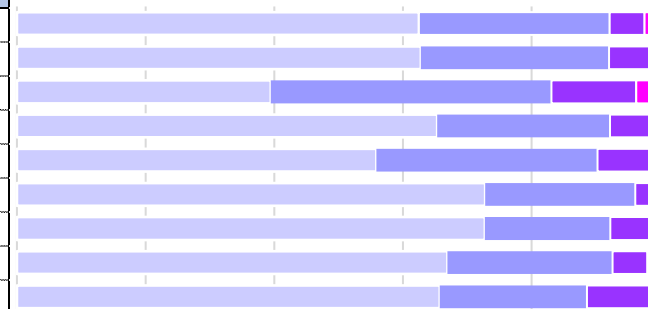
	1～2日	3～4日	5～6日	7～10日	11日以上
全体 1118人	0.5	17.0	43.4	31.6	7.5
└ 沿岸部 559人	0.5	19.0	41.7	31.5	7.3
└ 内陸部 559人	0.5	15.0	45.1	31.7	7.7



(2) 各都市・エリアでの滞在日数

中国	全体	1～2日	3～4日	5～6日	7～10日	11日以上
北海道(札幌、小樽、函館、旭川、ニセコなど)	445	62.5	29.7	5.4	1.8	0.7
東北(青森、秋田、仙台、福島、盛岡など)	188	62.8	29.3	8.0	0.0	0.0
東京・関東(東京、横浜、鎌倉、箱根、日光など)	857	39.4	43.6	13.2	3.2	0.6
中部(富士山、名古屋、伊勢・志摩、新潟、富山、金沢など)	447	65.3	26.8	6.3	1.6	0.0
大阪・関西(大阪、京都、奈良、神戸、姫路、琵琶湖など)	573	55.8	34.4	8.4	0.9	0.5
中国地方(鳥取、島根、広島、岡山、山口)	180	72.8	23.3	3.9	0.0	0.0
四国(香川、愛媛、徳島、高知)	77	72.7	19.5	6.5	1.3	0.0
九州(福岡、佐賀、長崎、熊本、大分、宮崎、鹿児島)	148	66.9	25.7	5.4	2.0	0.0
沖縄(沖縄本島、石垣島、宮古島など)	70	65.7	22.9	11.4	0.0	0.0

■ 1～2日 ■ 3～4日 ■ 5～6日 ■ 7～10日 ■ 11日以上

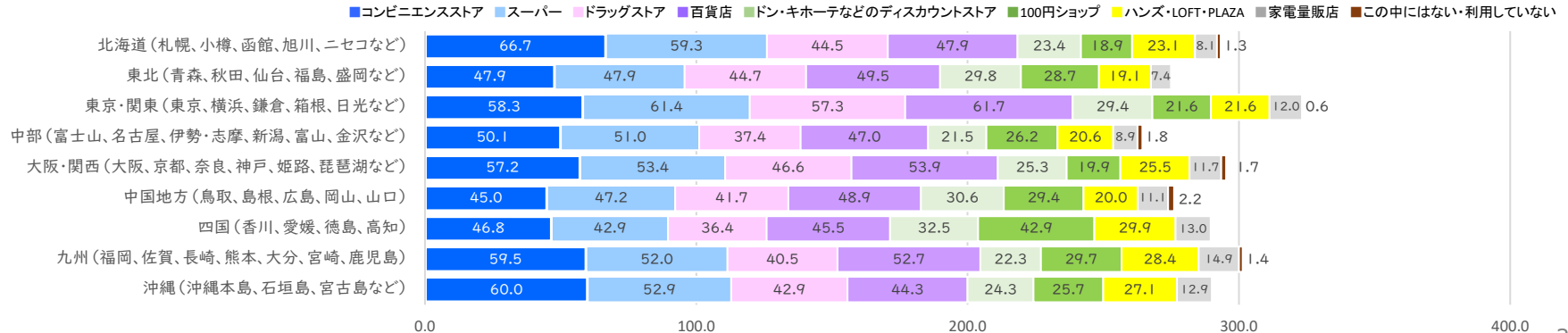


Q11. 日本を訪問したときに、どの都市・エリアのどんなお店で買物をしましたか？それぞれ利用したお店の種類を教えてください。(MA)

中国	全体	コンビニエンスストア	スーパー	ドラッグストア	百貨店	ドン・キホーテなどのディスカウントストア	100円ショップ	ハンズ、LOFT、PLAZA	家電量販店	この中にはない・利用していない
北海道(札幌、小樽、函館、旭川、ニセコなど)	445	66.7	59.3	44.5	47.9	23.4	18.9	23.1	8.1	1.3
東北(青森、秋田、仙台、福島、盛岡など)	188	47.9	47.9	44.7	49.5	29.8	28.7	19.1	7.4	0.0
東京・関東(東京、横浜、鎌倉、箱根、日光など)	857	58.3	61.4	57.3	61.7	29.4	21.6	21.6	12.0	0.6
中部(富士山、名古屋、伊勢・志摩、新潟、富山、金沢など)	447	50.1	51.0	37.4	47.0	21.5	26.2	20.6	8.9	1.8
大阪・関西(大阪、京都、奈良、神戸、姫路、琵琶湖など)	573	57.2	53.4	46.6	53.9	25.3	19.9	25.5	11.7	1.7
中国地方(鳥取、島根、広島、岡山、山口)	180	45.0	47.2	41.7	48.9	30.6	29.4	20.0	11.1	2.2
四国(香川、愛媛、徳島、高知)	77	46.8	42.9	36.4	45.5	32.5	42.9	29.9	13.0	0.0
九州(福岡、佐賀、長崎、熊本、大分、宮崎、鹿児島)	148	59.5	52.0	40.5	52.7	22.3	29.7	28.4	14.9	1.4
沖縄(沖縄本島、石垣島、宮古島など)	70	60.0	52.9	42.9	44.3	24.3	25.7	27.1	12.9	0.0

(%)

(%)

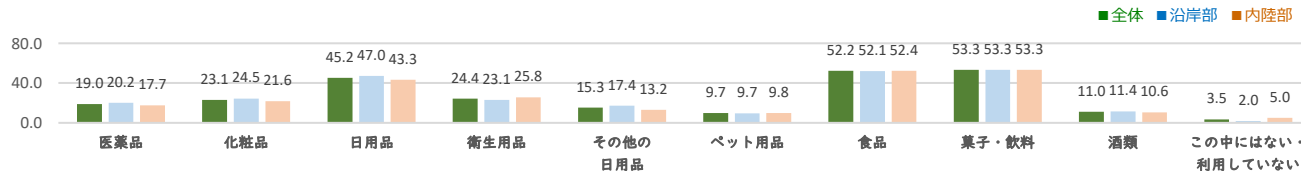


Q12. あなたは、一番最近の日本訪問のときに、お店で買物をしましたか？それぞれのお店について何を買ったのか教えてください。(MA)

(1) コンビニエンスストア

(%)

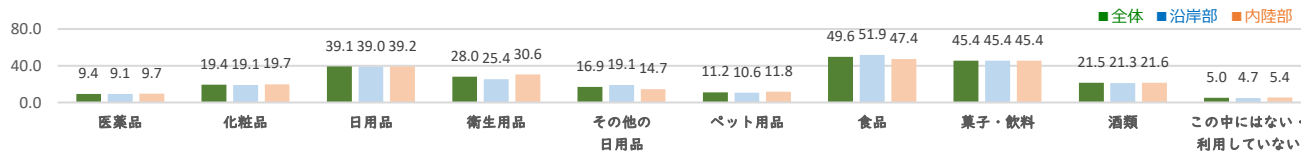
	医薬品	化粧品	日用品	衛生用品	その他の日用品	ペット用品	食品	菓子・飲料	酒類	この中にはない・利用していない
全体 1118人	19.0	23.1	45.2	24.4	15.3	9.7	52.2	53.3	11.0	3.5
└沿岸部 559人	20.2	24.5	47.0	23.1	17.4	9.7	52.1	53.3	11.4	2.0
└内陸部 559人	17.7	21.6	43.3	25.8	13.2	9.8	52.4	53.3	10.6	5.0



(2) スーパー

(%)

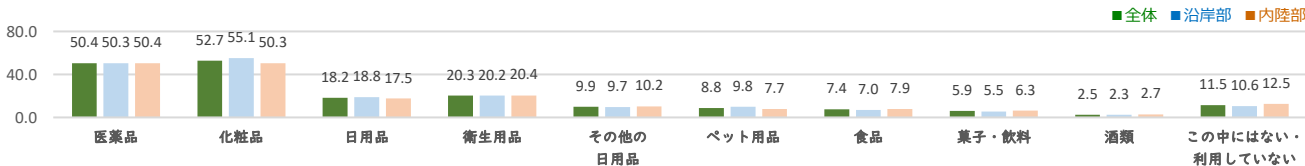
	医薬品	化粧品	日用品	衛生用品	その他の日用品	ペット用品	食品	菓子・飲料	酒類	この中にはない・利用していない
全体 1118人	9.4	19.4	39.1	28.0	16.9	11.2	49.6	45.4	21.5	5.0
└沿岸部 559人	9.1	19.1	39.0	25.4	19.1	10.6	51.9	45.4	21.3	4.7
└内陸部 559人	9.7	19.7	39.2	30.6	14.7	11.8	47.4	45.4	21.6	5.4



(3) ドラッグストア

(%)

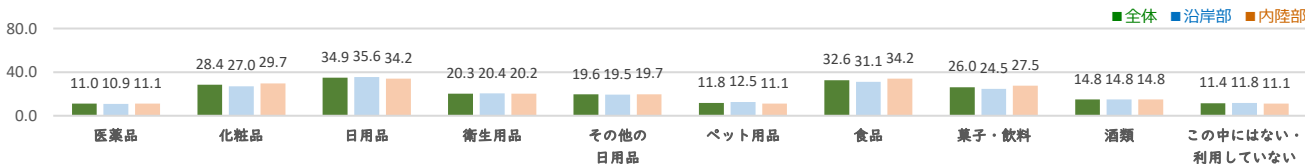
	医薬品	化粧品	日用品	衛生用品	その他の日用品	ペット用品	食品	菓子・飲料	酒類	この中にはない・利用していない
全体 1118人	50.4	52.7	18.2	20.3	9.9	8.8	7.4	5.9	2.5	11.5
└ 沿岸部 559人	50.3	55.1	18.8	20.2	9.7	9.8	7.0	5.5	2.3	10.6
└ 内陸部 559人	50.4	50.3	17.5	20.4	10.2	7.7	7.9	6.3	2.7	12.5



(4) 百貨店

(%)

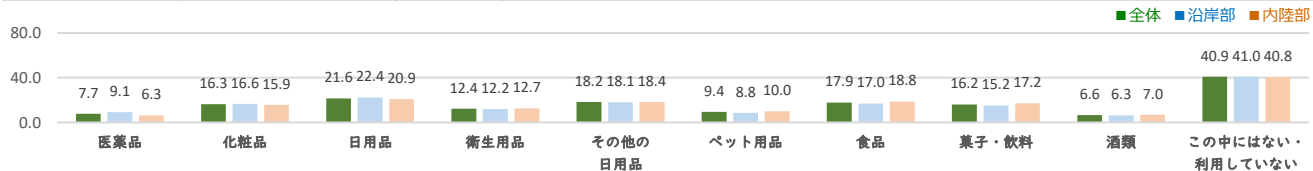
	医薬品	化粧品	日用品	衛生用品	その他の日用品	ペット用品	食品	菓子・飲料	酒類	この中にはない・利用していない
全体 1118人	11.0	28.4	34.9	20.3	19.6	11.8	32.6	26.0	14.8	11.4
└ 沿岸部 559人	10.9	27.0	35.6	20.4	19.5	12.5	31.1	24.5	14.8	11.8
└ 内陸部 559人	11.1	29.7	34.2	20.2	19.7	11.1	34.2	27.5	14.8	11.1



(5) ドン・キホーテなどのディスカウントストア

(%)

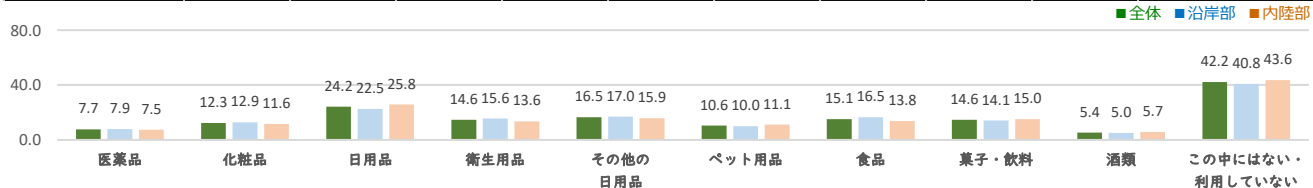
	医薬品	化粧品	日用品	衛生用品	その他の日用品	ペット用品	食品	菓子・飲料	酒類	この中にはない・利用していない
全体 1118人	7.7	16.3	21.6	12.4	18.2	9.4	17.9	16.2	6.6	40.9
└ 沿岸部 559人	9.1	16.6	22.4	12.2	18.1	8.8	17.0	15.2	6.3	41.0
└ 内陸部 559人	6.3	15.9	20.9	12.7	18.4	10.0	18.8	17.2	7.0	40.8



(6) 100円ショップ

(%)

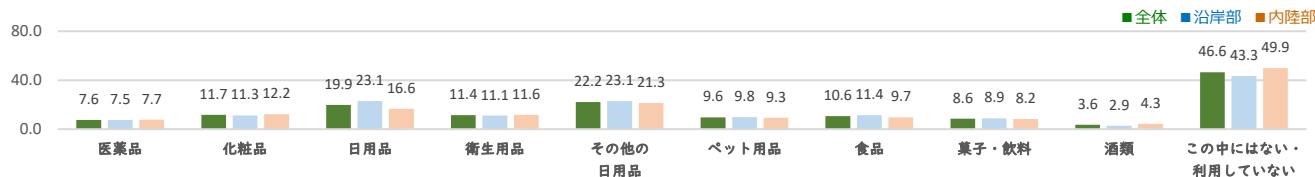
	医薬品	化粧品	日用品	衛生用品	その他の日用品	ペット用品	食品	菓子・飲料	酒類	この中にはない・利用していない
全体 1118人	7.7	12.3	24.2	14.6	16.5	10.6	15.1	14.6	5.4	42.2
└ 沿岸部 559人	7.9	12.9	22.5	15.6	17.0	10.0	16.5	14.1	5.0	40.8
└ 内陸部 559人	7.5	11.6	25.8	13.6	15.9	11.1	13.8	15.0	5.7	43.6



(7) ハンズ、LOFT、PLAZA

(%)

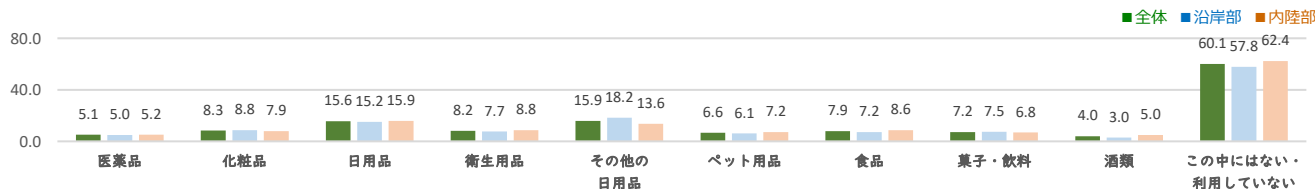
	医薬品	化粧品	日用品	衛生用品	その他の日用品	ペット用品	食品	菓子・飲料	酒類	この中にはない・利用していない
全体 1118人	7.6	11.7	19.9	11.4	22.2	9.6	10.6	8.6	3.6	46.6
L沿岸部 559人	7.5	11.3	23.1	11.1	23.1	9.8	11.4	8.9	2.9	43.3
L内陸部 559人	7.7	12.2	16.6	11.6	21.3	9.3	9.7	8.2	4.3	49.9



(8) 家電量販店

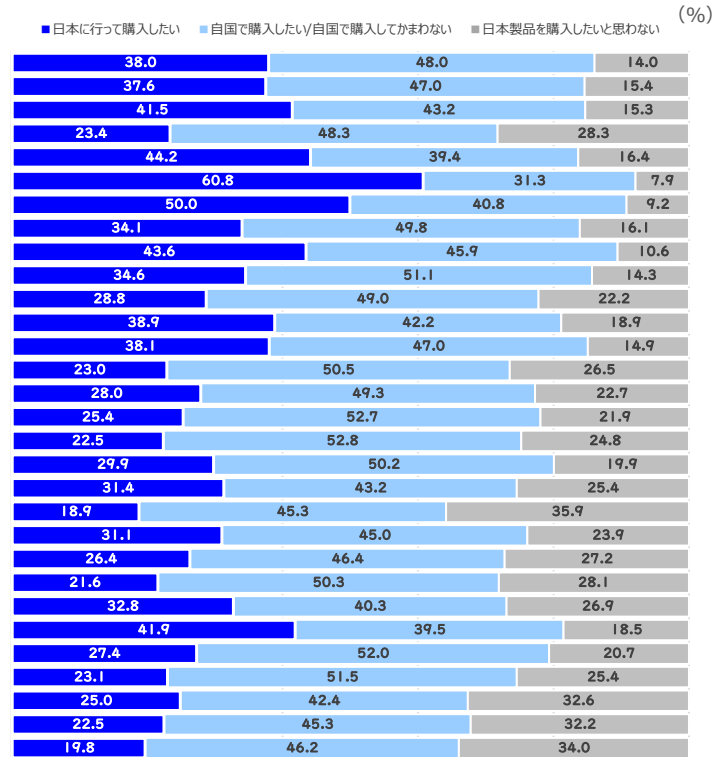
(%)

	医薬品	化粧品	日用品	衛生用品	その他の日用品	ペット用品	食品	菓子・飲料	酒類	この中にはない・利用していない
全体 1118人	5.1	8.3	15.6	8.2	15.9	6.6	7.9	7.2	4.0	60.1
L沿岸部 559人	5.0	8.8	15.2	7.7	18.2	6.1	7.2	7.5	3.0	57.8
L内陸部 559人	5.2	7.9	15.9	8.8	13.6	7.2	8.6	6.8	5.0	62.4



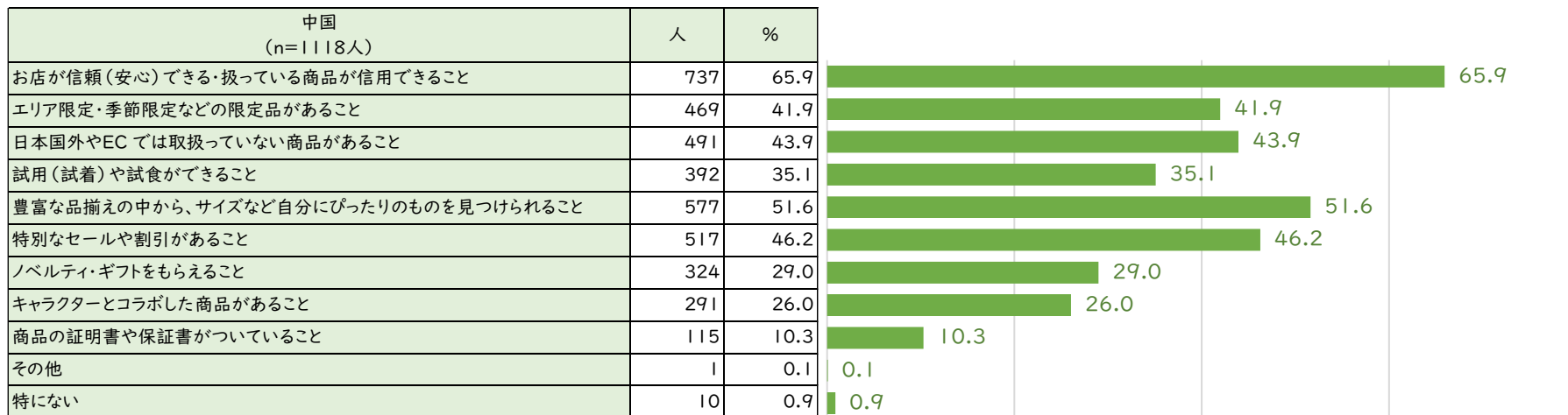
Q13. 次にあげる日本製品 (Made in Japan) について、「日本に行き購入したい」「自国で購入したい/自国で購入してかまわない」「日本製品を購入したいと思わない」のうち、あなたのお考えに近いものをそれぞれ教えてください。(SA)

中国	全体	日本に行き購入したい	自国で購入したい/ 自国で購入してかまわない	日本製品を購入したいと思わない
1.風邪薬(パブロン、ジキニンなど)	1118	38.0	48.0	14.0
2.解熱鎮痛剤(ロキソニンS、イブなど)	1118	37.6	47.0	15.4
3.胃腸薬(太田胃散、キャベジンコーワなど)	1118	41.5	43.2	15.3
4.漢方薬(ダスモック〈清肺湯〉、ナイトールなど)	1118	23.4	48.3	28.3
5.目薬	1118	44.2	39.4	16.4
6.メイクアップ化粧品(口紅、ファンデーションなど)	1118	60.8	31.3	7.9
7.基礎化粧品(化粧水、乳液など)	1118	50.0	40.8	9.2
8.化粧品小物(爪切り、ビューラー、カミソリなど)	1118	34.1	49.8	16.1
9.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)	1118	43.6	45.9	10.6
10.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)	1118	34.6	51.1	14.3
11.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)	1118	28.8	49.0	22.2
12.アイケア用品(目の洗浄剤、ホットアイマスク「めぐリズム」など)	1118	38.9	42.2	18.9
13.ヘアケア用品(シャンプー、トリートメント、整髪剤など)	1118	38.1	47.0	14.9
14.防虫・殺虫剤(防虫剤、蚊取り線香、ゴキブリ捕獲器など)	1118	23.0	50.5	26.5
15.芳香・消臭剤(消臭剤、芳香剤、衣類消臭スプレーなど)	1118	28.0	49.3	22.7
16.衣料洗濯用品(洗濯洗剤、柔軟剤など)	1118	25.4	52.7	21.9
17.紙製品(ティッシュペーパー、トイレットペーパーなど)	1118	22.5	52.8	24.8
18.使い捨てカイロ、熱冷却シート(熱さまシート、冷えパッドなど)	1118	29.9	50.2	19.9
19.紙おむつ(ベビー用)	1118	31.4	43.2	25.4
20.紙おむつ(大人用)	1118	18.9	45.3	35.9
21.生理用品(ナプキン、尿とりパッドなど)	1118	31.1	45.0	23.9
22.避妊用具	1118	26.4	46.4	27.2
23.マスク	1118	21.6	50.3	28.1
24.ベビー用品・粉ミルク・ベビーフード	1118	32.8	40.3	26.9
25.健康食品・サプリメント・酵素	1118	41.9	39.5	18.5
26.生活雑貨(食器用洗剤、住居用洗剤、スポンジなど)	1118	27.4	52.0	20.7
27.その他の日用品	1118	23.1	51.5	25.4
28.ペットフード	1118	25.0	42.4	32.6
29.ペットのおやつ	1118	22.5	45.3	32.2
30.ペット用品	1118	19.8	46.2	34.0



Q14. 日本を訪問したときに、「日本国内で日本製品 (Made in Japan) を購入したくなる」ためには、どのようなきっかけや付加価値があれば、購入したくなりますか。(MA)

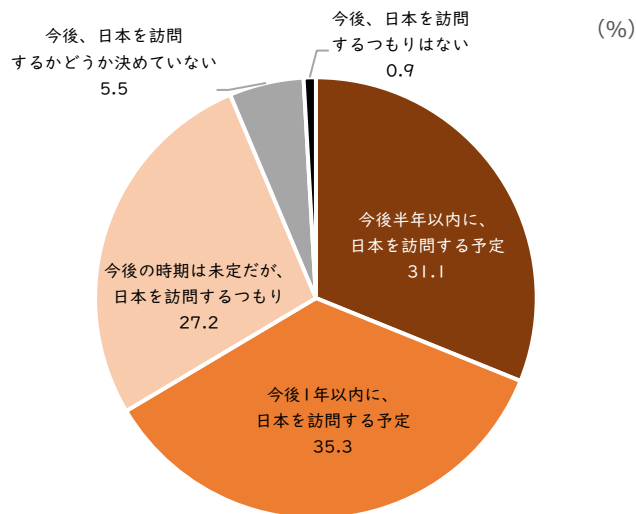
(%)



Q15.あなたは今後、日本を訪問したいと思いますか。(SA)

(%)

	今後半年以内に、 日本を訪問する予定	今後1年以内に、 日本を訪問する予定	今後の時期は未定だが、 日本を訪問するつもり	今後、日本を訪問 するかどうか決めていない	今後、日本を訪問 するつもりはない
全体 1118人	31.1	35.3	27.2	5.5	0.9
└ 沿岸部 559人	30.9	35.1	28.1	5.2	0.7
└ 内陸部 559人	31.3	35.6	26.3	5.7	1.1



日常生活

◇ 仕事と収入は増加傾向

仕事については、「とても増えた」「やや増えた」が50.3%に対し、「とても減った」「やや減った」「まったく無くなった」は7.3%となり、増加の傾向にあることが伺える。それに比例して収入面においても、56.0%が増えたと回答しており、減ったという回答14%を大きく上回った。全体として、仕事・収入ともに「増加傾向」にある層が半数を占めており、経済的な勢いが維持されている様子が伺える。

◇ ネットでの買い物が圧倒的支持

普段の買い物については、昨年調査に続き、「お店での買い物」から「ネットでの買い物」へのシフトが進んでいる。特に、「お店での買い物」については、「とても減った」「やや減った」「まったく無くなった」の回答が24.7%となっており、リアル店舗で買い物をする機会は減少傾向となっている。一方で、「ネットでの買物」については、増えたとの回答が74.6%となっており、店舗からネットへのシフトが一段と鮮明になっている。

◇ 健康に関する意識・関心は極めて高い水準

健康に関する意識・関心では、「とても増えた」との回答が40.6%となり、「やや増えた」と合わせると80.6%にまで達し、昨年調査(69.2%)より、さらに高い水準という結果となった。

◇ 経済的な余裕が減った人が約16%

経済的な余裕については、「とても増えた」「やや増えた」との回答が50.5%に対し、「とても減った」「やや減った」「まったく無くなった」との回答は15.9%であった。経済的な余裕についても半数以上が向上を実感しており、インバウンド消費を支える原動力となっている。

日本製品の購入・利用

◇ 中国の日常生活の中では日本製品が浸透

中国の日常生活の中では、日本製品が深く浸透している。医薬品、化粧品、日用品、食品、菓子・飲料、酒類のカテゴリでは、半数以上の方が、何らかの日本製品を購入・利用しているという回答となった。

中でも、化粧品は81.1%、全カテゴリの中で最も利用率が高く、日本の化粧品が高い信頼とシェアを獲得している。医薬品は69.9%となっており、多くの人に日常から利用されていることが確認できた。

◇ 日本製品は日本での購入とECサイトからの購入の両輪

「医薬品(63.4%)、化粧品(63.1%)ともに6割を超え「日本で購入」と答えており、訪日観光における目的の一つとなっていると言える。次いで「ECサイト(国内・越境)」が日常的な購入手段として定着していることも分かった。訪日中に気に入った商品を帰国後もECサイトを通じて、リピート購入している実態が推測される。

各国製品の顧客ロイヤルティ

◇ 自国(中国)製品に次いで日本製品を支持

化粧品を除くカテゴリでは、自国(中国)の製品に対する支持が非常に高いが、その次に日本製品が選ばれている。特に、医薬品、日用品、衛生用品、食品においては、45%以上の方々から支持されており、日本製品への顧客ロイヤルティは高く維持されていると言える。

また、化粧品では、日本製品69.9%、自国(中国)製品48.6%、韓国製品48.7%となっており、日本の化粧品は最も高い支持を得ている結果となった。

海外ブランドや商品情報の入手方法

◇ 訪問前はSNSとネット、滞在中は店頭・広告が情報源

海外ブランドや商品情報の入手方法は、SNS、ECやメーカーのWebサイト、ライブコマースといったネットと、テレビが高い数値となっている。特に、「SNS」は69.6%と圧倒に高く、中国においてはネットの影響力は大きいようである。また、「友人・知人からの情報」53.4%、「ECやメーカーのWebサイト」53.3%と約半数以上に回答しており、商品を認知してもらう手段としては有効なようだ。

滞在中は、「小売店の店頭」から情報を得る割合は51.0%（訪日前は38.1%）に上昇した。次いで「空港・駅構内で周辺の広告」47.3%、「街なかの屋外広告・看板」45.7%、「飛行機の中の機内誌・ディスプレイ画面広告」43.3%という順になっている。

エリア日本に訪問するとき、したいこと

◇ 食事、観光に次いで買い物

訪日中にしたいことは、「日本の食事を楽しむ」「東京・京都など有名な観光スポット巡り」が70%超え、圧倒的な2大目的であることが分かった。次いで「日用雑貨・化粧品・医薬品の買い物」が62.5%、「食品・お土産のお菓子等の買い物」が59.7%となり、日本での買い物も楽しむという結果となった。

滞在期間中移動手段・出入国時利用空港

◇ 日本国内の移動は新幹線と地下鉄利用が主役

日本国内での移動手段は、新幹線(67.4%)、地下鉄(58.2%)、タクシー(52.5%)の利用が半数を超えており、都市・エリア間の移動において、公共交通機関が非常に高い利用率を示している。

◇ 出入国時の利用空港は、東京・関東が圧倒的

東京・関東エリアにおいては、入国時52.1%、出国時46.7%と、約半数がこのエリアを拠点としている。

北海道エリアにおいては、入国時は21.4%と高いものの、出国時は10.8%に減少した。これは「北海道から入国し、本州を縦断して東京・関西から帰国する」という広域周遊ルートが存在を示唆していると考えられる。

大阪・関西エリアにおいては、入国時8.1%に対し、出国時は16.4%と倍増した。西日本で買い物を最後に済ませて帰国するパターンの多さが推察される。

滞在期間中訪問したエリア／都市・滞在日数

◇ 滞在日数は5~6日が一般化

訪日中トータル滞在日数については、中国の回答者の大半が5日以上ゆとりを持ったスケジュールで来日している。

「5~6日」が43.4%で最多、次いで「7~10日」が31.6%となっている。11日以上滞在する層も7.5%存在し、じっくりと日本を楽しむ「深掘り観光」の需要が伺える。1~2日の超短期滞在はわずか0.5%という結果となった。

◇ 訪問エリア／都市

中国地方(72.8%)、四国(72.7%)など、多くの地方エリアでは「1~2日」の短期滞在が7割を占めている。

また九州(66.9%)、北海道や中部(富士山・金沢等)も約6割強が1~2日の滞在となっている。

訪問時に利用した店舗の種類(都市・エリア別)

◇ エリア別

「東京・関東」:百貨店(61.7%)、スーパー(61.4%)、コンビニエンスストア(58.3%)、ドラッグストア(57.3%)が約60%前後で高く利用されている。「北海道エリア」:コンビニエンスストア(66.7%)とスーパー(59.3%)が特に高い。「四国・九州エリア」:100円ショップの利用が目立っており、四国(42.9%)、九州(29.7%)となっており、手軽な雑貨・日用品へのニーズが見て取れる。

日本に訪問するとき、お買物の場所

◇ 「コンビニエンスストア」「スーパー」「ドラッグストア」「百貨店」の利用が上位

「コンビニエンスストア」(96.5%)、「スーパー」(95%)、「百貨店」(88.6%)、「ドラッグストア」(88.5%)の利用が多い。

店舗業態別でみると、

「コンビニエンスストア」では、菓子・飲料(53.3%)、食品(52.2%)、日用品(45.2%)、が上位となっており、「スーパー」では、食品(49.6%)がトップ、次いで菓子・飲料(45.4%)、日用品(39.1%)という順位となっており、「ドラッグストア」では、化粧品(52.7%)、医薬品(50.4%)、衛生用品(20.3%)、日用品(18.2%)が上位となっており、「百貨店」では、日用品(34.9%)、食品(32.6%)、化粧品(28.4%)の購入が多い結果となった。

日本製品に対する購入意向

◇ 日本に行って購入したい商品

メイクアップ化粧品が60.8%、基礎化粧品が50.0%と上位となっており、色味の確認や日本限定品、信頼性への期待が伺える。その他、目薬(44.2%)、ボディケア用品(43.6%)、健康食品・サプリメント(41.9%)、胃腸薬(41.5%)が上位となっている。中国の訪日ゲストは日本で日本の医薬品や健康食品を好んで購入していることが見て取れる。

◇ 自国で購入しても構わない商品

紙製品(52.8%)、衣料洗剤用品(52.7%)、生活雑貨(52.0%)、口腔ケア用品(51.1%)、防虫・殺虫剤(50.5%)が半数以上を超えており、これらのカテゴリ商品は自国で調達する傾向のようだ。中国ではECや越境ECによって日常的に多くの日本製品が購入できる環境ではあるが、訪日旅行中に新しい商品と出会って、体験して、旅アトでもそのファンになってほしいものである。

日本で日本製品を購入したくなる動機・付加価値

◇ 信頼と豊富な品揃えの中から自分にぴったり合うものを見つけられるが上位

「お店が信頼(安心)できる・扱っている商品が信用できる」(65.9%)がトップで、次いで「豊富な品揃えの中から、サイズなど自分にぴったりのものを見つけれること」(51.6%)、「特別なセールや割引があること」(46.2%)、「日本国外やECでは取り扱っていない商品があること」(43.9%)、「エリア限定・季節限定などの限定品があること」(41.9%)という順位となった。訪日中国人は、単なる安さではなく、信頼性とパーソナライズ、そして「日本でしか得られない希少性」が重視されていることが分かった。

今後の訪日意向

◇ 30%が半年以内に訪日予定

「今後半年以内に日本を訪問する予定がある」(31.1%)と「今後、1年以内に日本を訪問する予定がある」(35.3%)を加えると66.4%に達している。回答者の半数以上が、近い将来の再訪を計画していることが伺える。

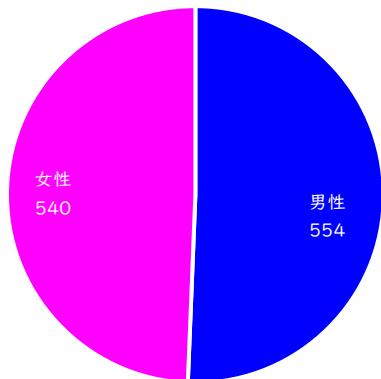
「今後の時期は未定だが、日本を訪問するつもり」を含めて、93.7%の人が今後日本に訪問する意向がある結果となった。

タイ

The Kingdom of Thailand

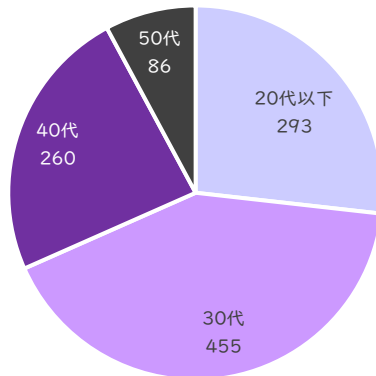
タイ王国	
面積	約51,000km ²
人口	約6,605万人（2025年）
民族	タイ族（85%）、中華系（10%）、マレー族等
公用語	タイ語
宗教	仏教（94%）、イスラム教（5%）
主要産業	製造業、観光業
GDP（名目）	5,246億米ドル（2024年、IMF）
経済成長率（実質）	2.5%（2024年 タイ国家経済社会開発委員会）
2025年訪日客数	1,233,100人 前年比：7.3%（JNTO推計値） （参考）2024年：1,148,848人 2019年：1,319,000人

◇ 性別



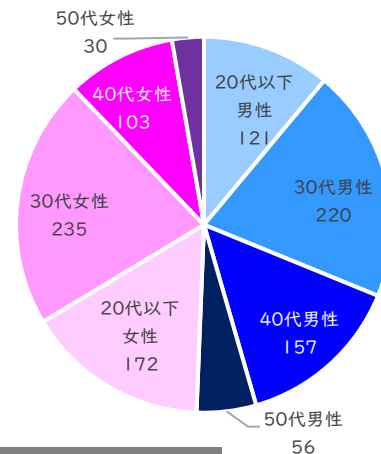
(人)

◇ 年代



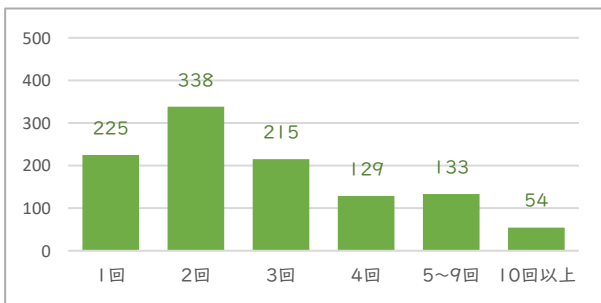
(人)

◇ 性別・年代



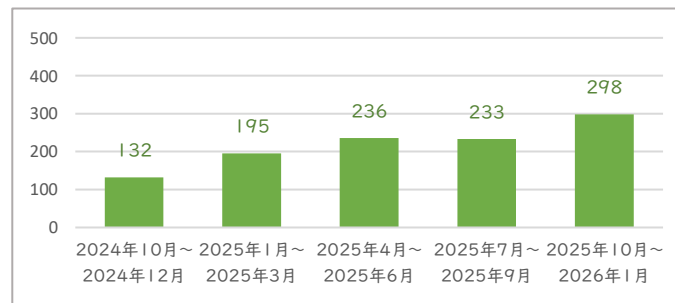
(人)

◇ 訪日回数



(人)

◇ 直近の訪日時期



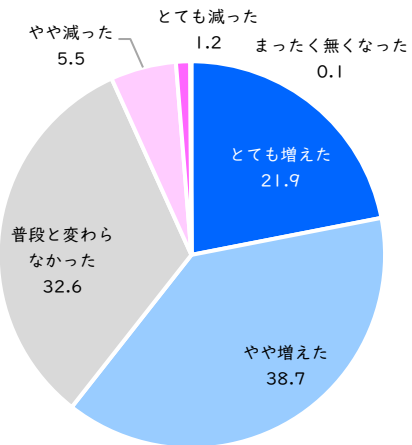
(人)

Q1. 国内でのあなたの現在の日常生活について、次にあげる点は、1~2年前に比べ増えましたか、減りましたか？(SA)

(1) 仕事

(%)

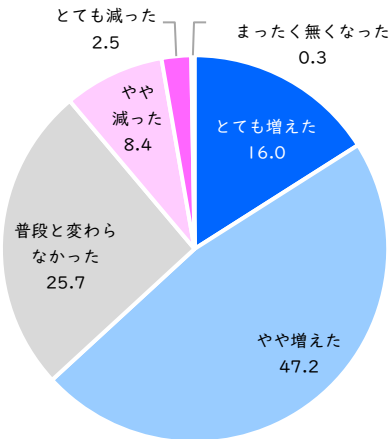
		とても増えた	やや増えた	普段と変わら なかった	やや減った	とても減った	まったく無く なった
全体	1094人	21.9	38.7	32.6	5.5	1.2	0.1
男性	554人	17.3	39.5	37.4	4.5	1.1	0.2
女性	540人	26.7	37.8	27.8	6.5	1.3	0.0



(2) 収入

(%)

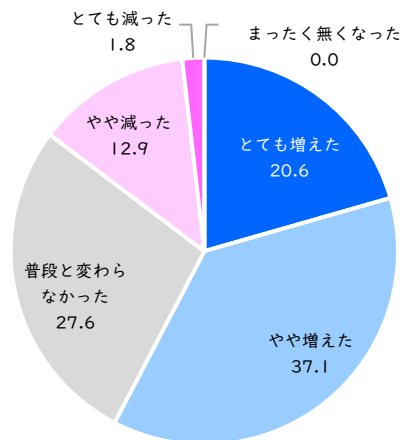
		とても増えた	やや増えた	普段と変わら なかった	やや減った	とても減った	まったく無く なった
全体	1094人	16.0	47.2	25.7	8.4	2.5	0.3
男性	554人	14.8	47.1	26.5	8.1	3.1	0.4
女性	540人	17.2	47.2	24.8	8.7	1.9	0.2



(3) お店での買物

(%)

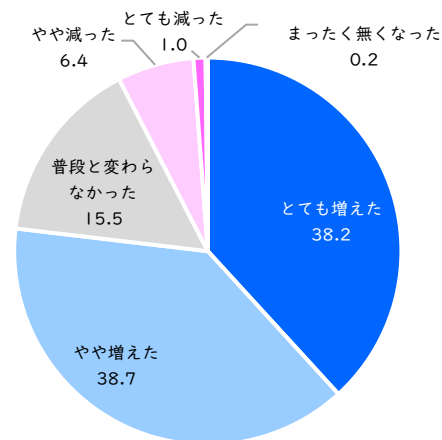
		とても増えた	やや増えた	普段と変わらなかった	やや減った	とても減った	まったく無くなった
全体	1094人	20.6	37.1	27.6	12.9	1.8	0.0
男性	554人	18.2	38.6	27.6	13.9	1.6	0.0
女性	540人	23.0	35.6	27.6	11.9	2.0	0.0



(4) ネットでの買物

(%)

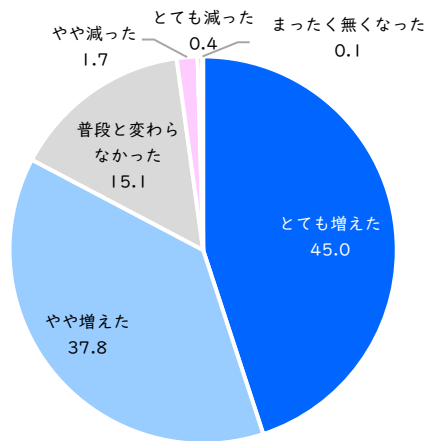
		とても増えた	やや増えた	普段と変わらなかった	やや減った	とても減った	まったく無くなった
全体	1094人	38.2	38.7	15.5	6.4	1.0	0.2
男性	554人	33.8	41.0	16.8	6.9	1.3	0.4
女性	540人	42.8	36.3	14.3	5.9	0.7	0.0



(5) 健康に関する意識・関心

(%)

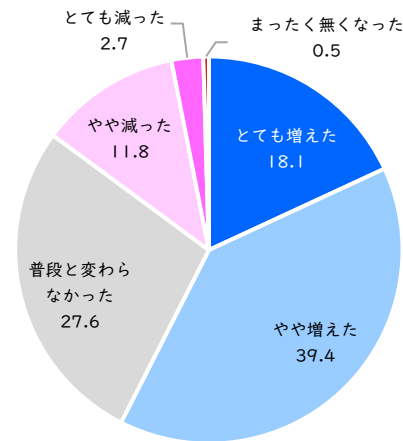
		とても増えた	やや増えた	普段と変わらなかった	やや減った	とても減った	まったく無くなった
全体	1094人	45.0	37.8	15.1	1.7	0.4	0.1
男性	554人	41.0	41.7	15.2	1.4	0.5	0.2
女性	540人	49.1	33.7	15.0	2.0	0.2	0.0



(6) 経済的な余裕

(%)

		とても増えた	やや増えた	普段と変わらなかった	やや減った	とても減った	まったく無くなった
全体	1094人	18.1	39.4	27.6	11.8	2.7	0.5
男性	554人	15.5	38.4	29.4	11.9	4.0	0.7
女性	540人	20.7	40.4	25.7	11.7	1.3	0.2

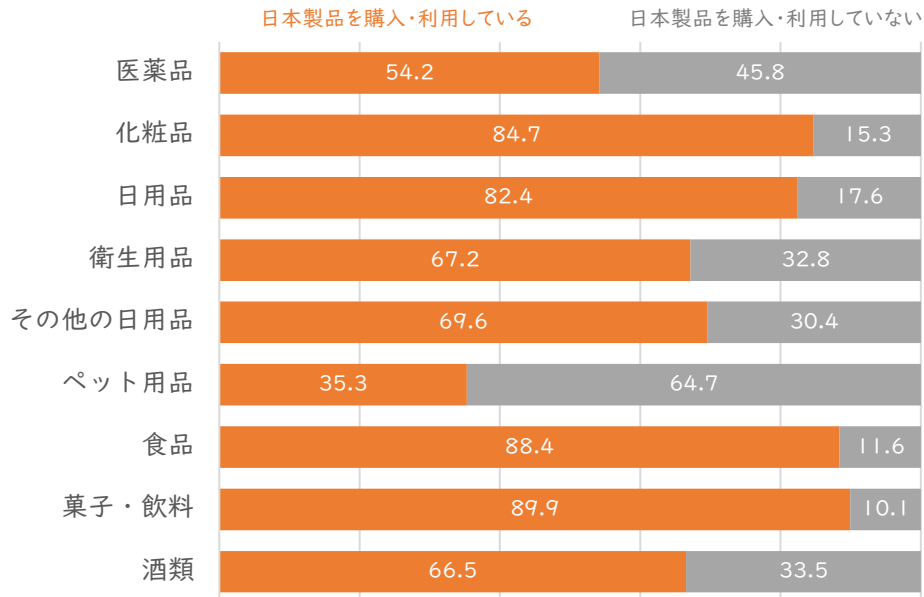


Q2. 普段あなたのご家庭で日本製品 (Made in Japan) を、購入・利用していますか。(SA)

(%)

タイ n=1094人	日本製品を購入・利用 している	日本製品を購入・利用 していない
医薬品	54.2	45.8
化粧品	84.7	15.3
日用品	82.4	17.6
衛生用品	67.2	32.8
その他の日用品	69.6	30.4
ペット用品	35.3	64.7
食品	88.4	11.6
菓子・飲料	89.9	10.1
酒類	66.5	33.5

(%)

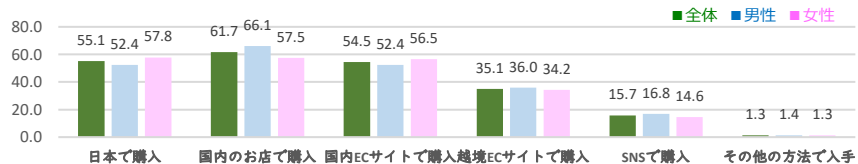


Q3. 現在、あなたのご家庭で購入・利用している日本製品 (Made in Japan) は、どのような方法で入手しましたか? (MA)

(1) 医薬品

(%)

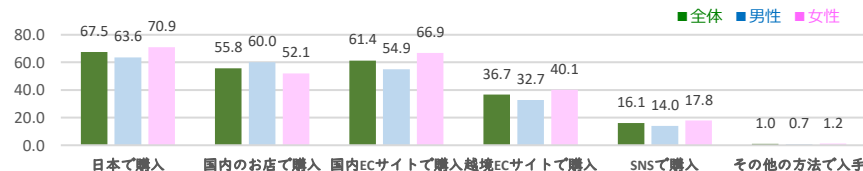
	日本で購入	国内のお店で購入	国内ECサイトで購入	越境ECサイトで購入	SNSで購入	その他の方法で入手	
全体	593人	55.1	61.7	54.5	35.1	15.7	1.3
男性	292人	52.4	66.1	52.4	36.0	16.8	1.4
女性	301人	57.8	57.5	56.5	34.2	14.6	1.3



(2) 化粧品

(%)

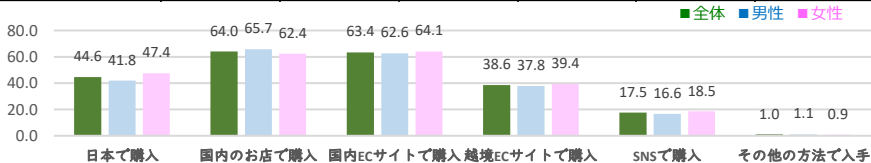
	日本で購入	国内のお店で購入	国内ECサイトで購入	越境ECサイトで購入	SNSで購入	その他の方法で入手	
全体	927人	67.5	55.8	61.4	36.7	16.1	1.0
男性	428人	63.6	60.0	54.9	32.7	14.0	0.7
女性	499人	70.9	52.1	66.9	40.1	17.8	1.2



(3) 日用品

(%)

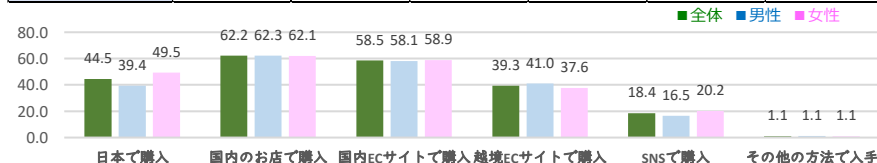
	日本で購入	国内のお店で購入	国内ECサイトで購入	越境ECサイトで購入	SNSで購入	その他の方法で入手	
全体	901人	44.6	64.0	63.4	38.6	17.5	1.0
男性	452人	41.8	65.7	62.6	37.8	16.6	1.1
女性	449人	47.4	62.4	64.1	39.4	18.5	0.9



(4) 衛生用品

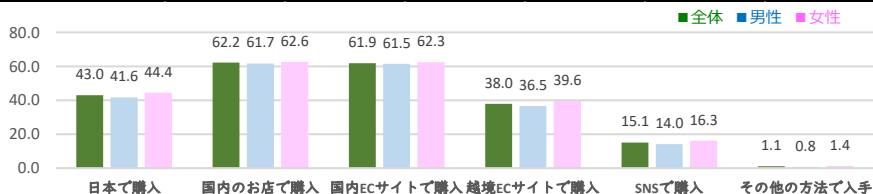
(%)

	日本で購入	国内のお店で購入	国内ECサイトで購入	越境ECサイトで購入	SNSで購入	その他の方法で入手	
全体	735人	44.5	62.2	58.5	39.3	18.4	1.1
男性	363人	39.4	62.3	58.1	41.0	16.5	1.1
女性	372人	49.5	62.1	58.9	37.6	20.2	1.1



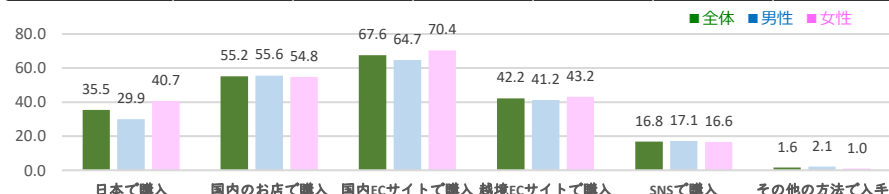
(5) その他の日用品

	日本で購入	国内のお店で購入	国内ECサイトで購入	越境ECサイトで購入	SNSで購入	その他の方法で入手	
全体	761人	43.0	62.2	61.9	38.0	15.1	1.1
男性	392人	41.6	61.7	61.5	36.5	14.0	0.8
女性	369人	44.4	62.6	62.3	39.6	16.3	1.4



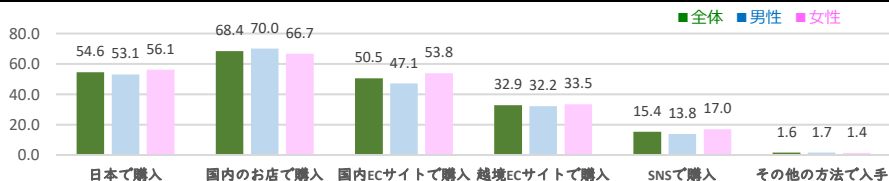
(6) ペット用品

	日本で購入	国内のお店で購入	国内ECサイトで購入	越境ECサイトで購入	SNSで購入	その他の方法で入手	
全体	386人	35.5	55.2	67.6	42.2	16.8	1.6
男性	187人	29.9	55.6	64.7	41.2	17.1	2.1
女性	199人	40.7	54.8	70.4	43.2	16.6	1.0



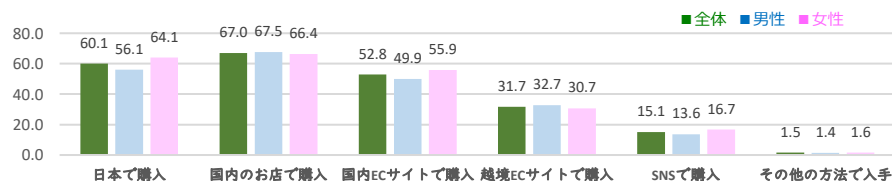
(7) 食品

	日本で購入	国内のお店で購入	国内ECサイトで購入	越境ECサイトで購入	SNSで購入	その他の方法で入手	
全体	967人	54.6	68.4	50.5	32.9	15.4	1.6
男性	484人	53.1	70.0	47.1	32.2	13.8	1.7
女性	483人	56.1	66.7	53.8	33.5	17.0	1.4



(8) 菓子・飲料

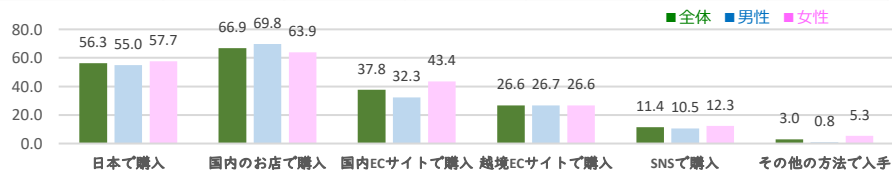
	日本で購入	国内のお店で購入	国内ECサイトで購入	越境ECサイトで購入	SNSで購入	その他の方法で入手	
全体	984人	60.1	67.0	52.8	31.7	15.1	1.5
男性	499人	56.1	67.5	49.9	32.7	13.6	1.4
女性	485人	64.1	66.4	55.9	30.7	16.7	1.6



(9) 酒類

(%)

	日本で購入	国内のお店で購入	国内ECサイトで購入	越境ECサイトで購入	SNSで購入	その他の方法で入手	
全体	728人	56.3	66.9	37.8	26.6	11.4	3.0
男性	371人	55.0	69.8	32.3	26.7	10.5	0.8
女性	357人	57.7	63.9	43.4	26.6	12.3	5.3

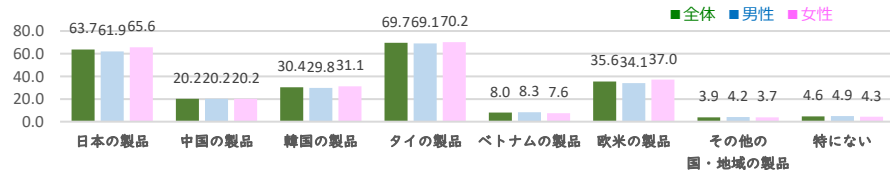


Q4. あなたの、好きな製品、お気に入りの製品はどこの国の製品ですか？(MA)

(1) 医薬品

(%)

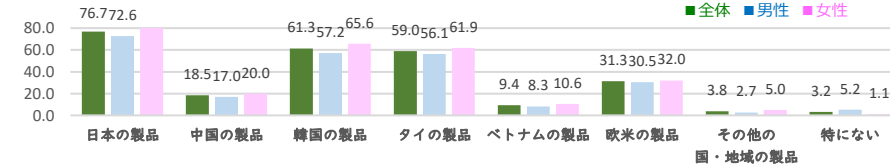
	日本の製品	中国の製品	韓国の製品	タイの製品	ベトナムの製品	欧米の製品	その他の国・地域の製品	特にない
全体 1094人	63.7	20.2	30.4	69.7	8.0	35.6	3.9	4.6
男性 554人	61.9	20.2	29.8	69.1	8.3	34.1	4.2	4.9
女性 540人	65.6	20.2	31.1	70.2	7.6	37.0	3.7	4.3



(2) 化粧品

(%)

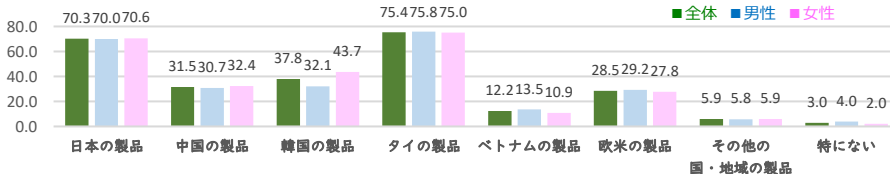
	日本の製品	中国の製品	韓国の製品	タイの製品	ベトナムの製品	欧米の製品	その他の国・地域の製品	特にない
全体 1094人	76.7	18.5	61.3	59.0	9.4	31.3	3.8	3.2
男性 554人	72.6	17.0	57.2	56.1	8.3	30.5	2.7	5.2
女性 540人	80.9	20.0	65.6	61.9	10.6	32.0	5.0	1.1



(3) 日用品

(%)

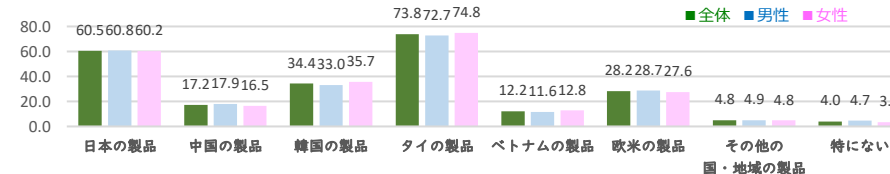
	日本の製品	中国の製品	韓国の製品	タイの製品	ベトナムの製品	欧米の製品	その他の国・地域の製品	特にない
全体 1094人	70.3	31.5	37.8	75.4	12.2	28.5	5.9	3.0
男性 554人	70.0	30.7	32.1	75.8	13.5	29.2	5.8	4.0
女性 540人	70.6	32.4	43.7	75.0	10.9	27.8	5.9	2.0



(4) 衛生用品

(%)

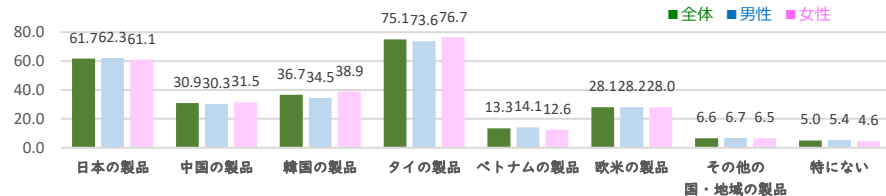
	日本の製品	中国の製品	韓国の製品	タイの製品	ベトナムの製品	欧米の製品	その他の国・地域の製品	特にない
全体 1094人	60.5	17.2	34.4	73.8	12.2	28.2	4.8	4.0
男性 554人	60.8	17.9	33.0	72.7	11.6	28.7	4.9	4.7
女性 540人	60.2	16.5	35.7	74.8	12.8	27.6	4.8	3.3



(5) その他の日用品

(%)

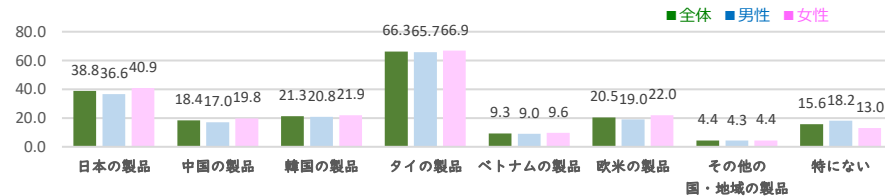
	日本の製品	中国の製品	韓国の製品	タイの製品	ベトナムの製品	欧米の製品	その他の国・地域の製品	特にない
全体 1094人	61.7	30.9	36.7	75.1	13.3	28.1	6.6	5.0
男性 554人	62.3	30.3	34.5	73.6	14.1	28.2	6.7	5.4
女性 540人	61.1	31.5	38.9	76.7	12.6	28.0	6.5	4.6



(6) ペット用品

(%)

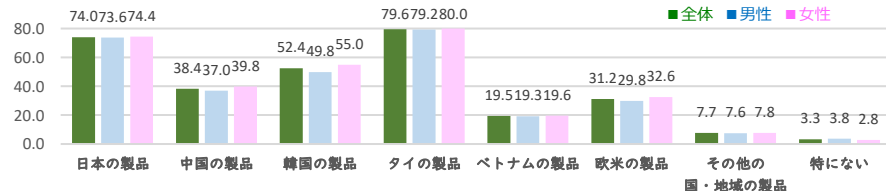
	日本の製品	中国の製品	韓国の製品	タイの製品	ベトナムの製品	欧米の製品	その他の国・地域の製品	特にない
全体 1094人	38.8	18.4	21.3	66.3	9.3	20.5	4.4	15.6
男性 554人	36.6	17.0	20.8	65.7	9.0	19.0	4.3	18.2
女性 540人	40.9	19.8	21.9	66.9	9.6	22.0	4.4	13.0



(7) 食品

(%)

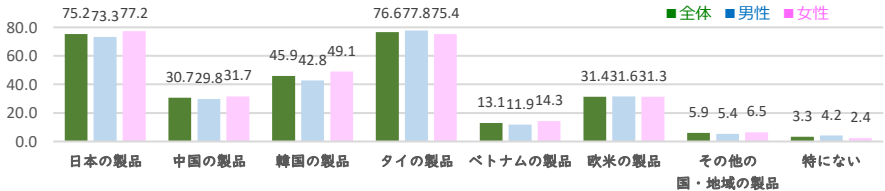
	日本の製品	中国の製品	韓国の製品	タイの製品	ベトナムの製品	欧米の製品	その他の国・地域の製品	特にない
全体 1094人	74.0	38.4	52.4	79.6	19.5	31.2	7.7	3.3
男性 554人	73.6	37.0	49.8	79.2	19.3	29.8	7.6	3.8
女性 540人	74.4	39.8	55.0	80.0	19.6	32.6	7.8	2.8



(8) 菓子・飲料

(%)

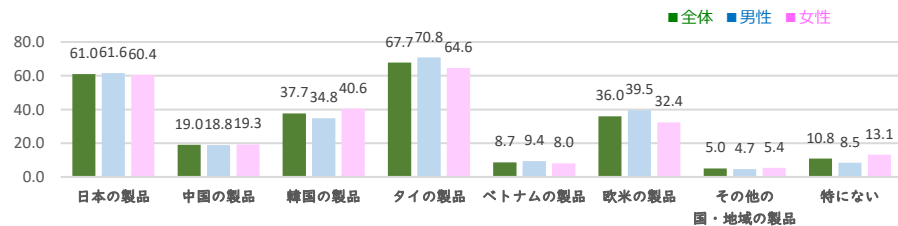
	日本の製品	中国の製品	韓国の製品	タイの製品	ベトナムの製品	欧米の製品	その他の国・地域の製品	特にない
全体 1094人	75.2	30.7	45.9	76.6	13.1	31.4	5.9	3.3
男性 554人	73.3	29.8	42.8	77.8	11.9	31.6	5.4	4.2
女性 540人	77.2	31.7	49.1	75.4	14.3	31.3	6.5	2.4



(9) 酒類

(%)

	日本の製品	中国の製品	韓国の製品	タイの製品	ベトナムの製品	欧米の製品	その他の国・地域の製品	特にない
全体 1094人	61.0	19.0	37.7	67.7	8.7	36.0	5.0	10.8
男性 554人	61.6	18.8	34.8	70.8	9.4	39.5	4.7	8.5
女性 540人	60.4	19.3	40.6	64.6	8.0	32.4	5.4	13.1

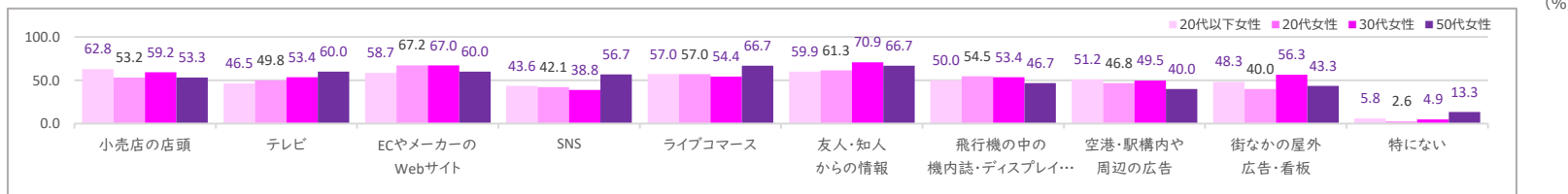
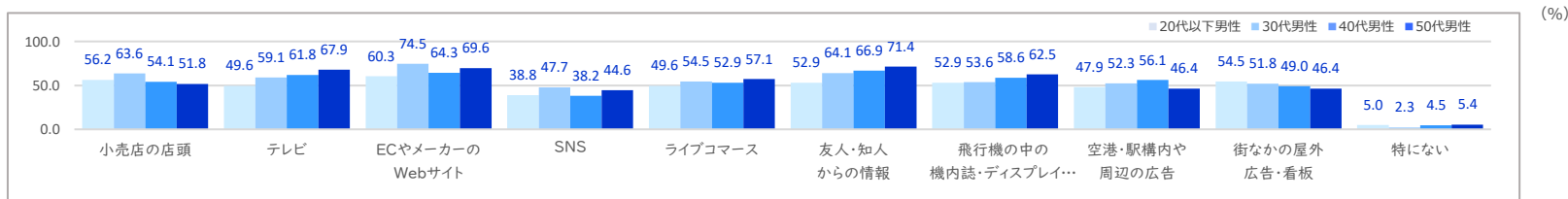


Q5. 日本を訪問したときに購入した「日本製品」(Made in Japan) について、どのようなところから情報を得ましたか？(MA)

(1) 日本訪問前の情報

		合計	小売店の店頭	テレビ	ECやメーカーのWebサイト	SNS	ライブコマース	友人・知人からの情報	飛行機の中の機内誌・ディスプレイ画面広告	空港・駅構内や周辺の広告	街なかの屋外広告・看板	特にない
全体		1094	57.8	54.4	66.1	42.8	55.1	63.1	54.1	50.1	48.5	4.2
性別	男性	554	58.1	58.7	68.1	42.8	53.2	63.2	55.8	51.8	51.1	3.8
	女性	540	57.4	50.0	64.1	42.8	57.0	63.0	52.4	48.3	45.9	4.6
年代	20代以下	293	60.1	47.8	59.4	41.6	53.9	57.0	51.2	49.8	50.9	5.5
	30代	455	58.2	54.3	70.8	44.8	55.8	62.6	54.1	49.5	45.7	2.4
	40代	260	56.2	58.5	65.4	38.5	53.5	68.5	56.5	53.5	51.9	4.6
	50代	86	52.3	65.1	66.3	48.8	60.5	69.8	57.0	44.2	45.3	8.1
性別×年代	男性-20代以下	121	56.2	49.6	60.3	38.8	49.6	52.9	52.9	47.9	54.5	5.0
	男性-30代	220	63.6	59.1	74.5	47.7	54.5	64.1	53.6	52.3	51.8	2.3
	男性-40代	157	54.1	61.8	64.3	38.2	52.9	66.9	58.6	56.1	49.0	4.5
	男性-50代	56	51.8	67.9	69.6	44.6	57.1	71.4	62.5	46.4	46.4	5.4
	女性-20代以下	172	62.8	46.5	58.7	43.6	57.0	59.9	50.0	51.2	48.3	5.8
	女性-30代	235	53.2	49.8	67.2	42.1	57.0	61.3	54.5	46.8	40.0	2.6
	女性-40代	103	59.2	53.4	67.0	38.8	54.4	70.9	53.4	49.5	56.3	4.9
	女性-50代	30	53.3	60.0	60.0	56.7	66.7	66.7	46.7	40.0	43.3	13.3

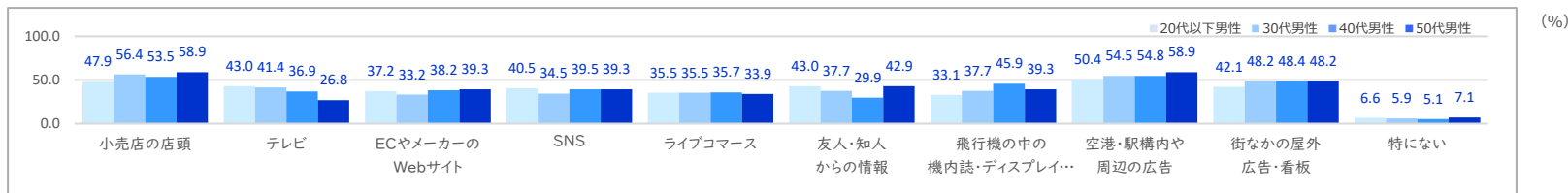
(性年代別)



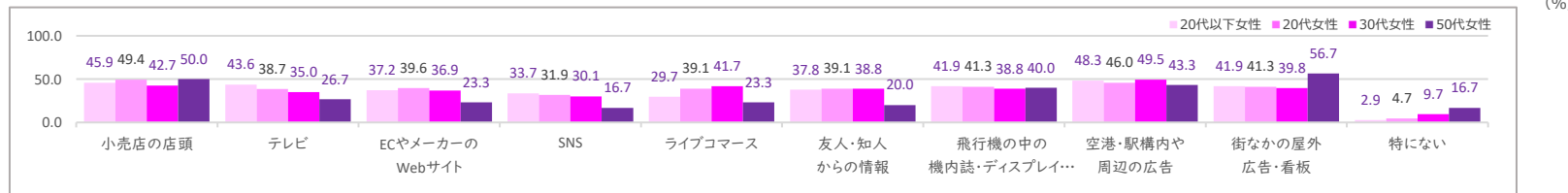
(2) 日本滞在中の情報

		合計	小売店の店頭	テレビ	ECやメーカーのWebサイト	SNS	ライブコマース	友人・知人からの情報	飛行機の中の機内誌・ディスプレイ画面広告	空港・駅構内や周辺の広告	街なかの屋外広告・看板	特にない
全体		1094	50.5	38.9	36.7	34.6	35.6	37.4	40.0	50.7	44.5	5.9
性別	男性	554	54.0	39.0	36.1	37.7	35.4	37.2	39.2	54.2	46.9	6.0
	女性	540	47.0	38.9	37.4	31.3	35.7	37.6	40.9	47.2	42.0	5.7
年代	20代以下	293	46.8	43.3	37.2	36.5	32.1	39.9	38.2	49.1	42.0	4.4
	30代	455	52.7	40.0	36.5	33.2	37.4	38.5	39.6	50.1	44.6	5.3
	40代	260	49.2	36.2	37.7	35.8	38.1	33.5	43.1	52.7	45.0	6.9
	50代	86	55.8	26.7	33.7	31.4	30.2	34.9	39.5	53.5	51.2	10.5
性別×年代	男性-20代以下	121	47.9	43.0	37.2	40.5	35.5	43.0	33.1	50.4	42.1	6.6
	男性-30代	220	56.4	41.4	33.2	34.5	35.5	37.7	37.7	54.5	48.2	5.9
	男性-40代	157	53.5	36.9	38.2	39.5	35.7	29.9	45.9	54.8	48.4	5.1
	男性-50代	56	58.9	26.8	39.3	39.3	33.9	42.9	39.3	58.9	48.2	7.1
	女性-20代以下	172	45.9	43.6	37.2	33.7	29.7	37.8	41.9	48.3	41.9	2.9
	女性-30代	235	49.4	38.7	39.6	31.9	39.1	39.1	41.3	46.0	41.3	4.7
	女性-40代	103	42.7	35.0	36.9	30.1	41.7	38.8	38.8	49.5	39.8	9.7
	女性-50代	30	50.0	26.7	23.3	16.7	23.3	20.0	40.0	43.3	56.7	16.7

(性年代別)



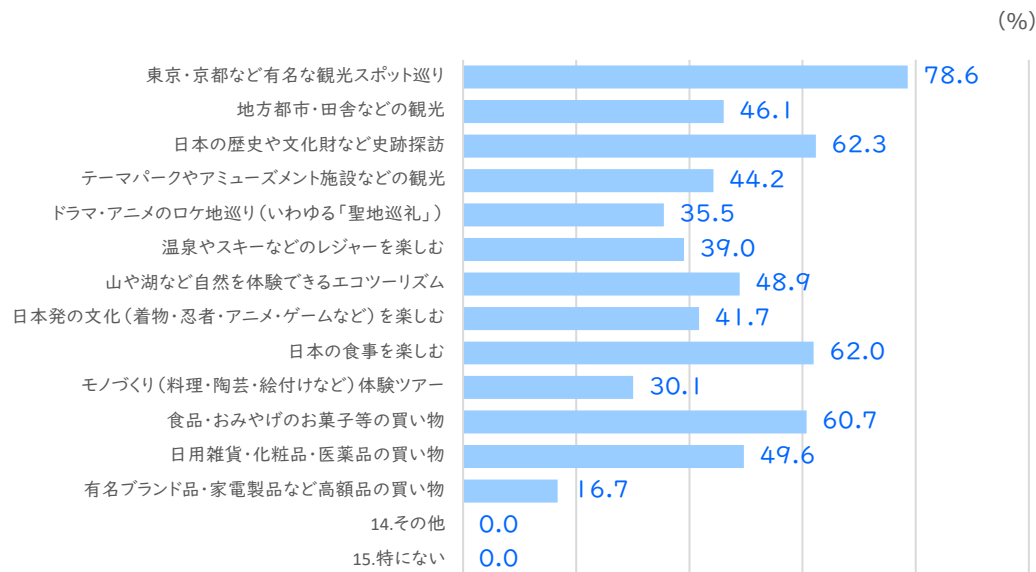
(%)



(%)

Q6.あなたが一番最近の日本訪問でしたことは何ですか。(MA)

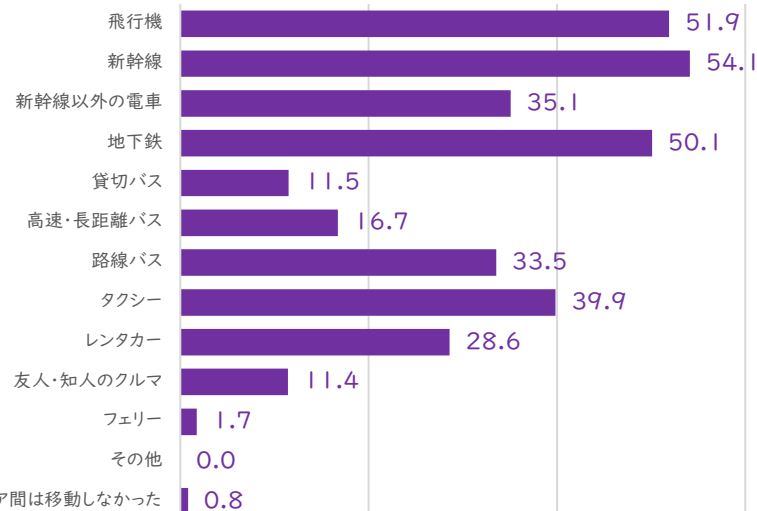
タイ (n=1094人)	人	%
東京・京都など有名な観光スポット巡り	860	78.6
地方都市・田舎などの観光	504	46.1
日本の歴史や文化財など史跡探訪	682	62.3
テーマパークやアミューズメント施設などの観光	484	44.2
ドラマ・アニメのロケ地巡り(いわゆる「聖地巡礼」)	388	35.5
温泉やスキーなどのレジャーを楽しむ	427	39.0
山や湖など自然を体験できるエコツーリズム	535	48.9
日本発の文化(着物・忍者・アニメ・ゲームなど)を楽しむ	456	41.7
日本の食事を楽しむ	678	62.0
モノづくり(料理・陶芸・絵付けなど)体験ツアー	329	30.1
食品・おみやげのお菓子等の買い物	664	60.7
日用雑貨・化粧品・医薬品の買い物	543	49.6
有名ブランド品・家電製品など高額品の買い物	183	16.7
14.その他	0	0.0
15.特にない	0	0.0



Q7. 日本を訪問したとき、日本国内での都市・エリア間の移動にどのような交通手段を使いましたか？(MA)

(%)

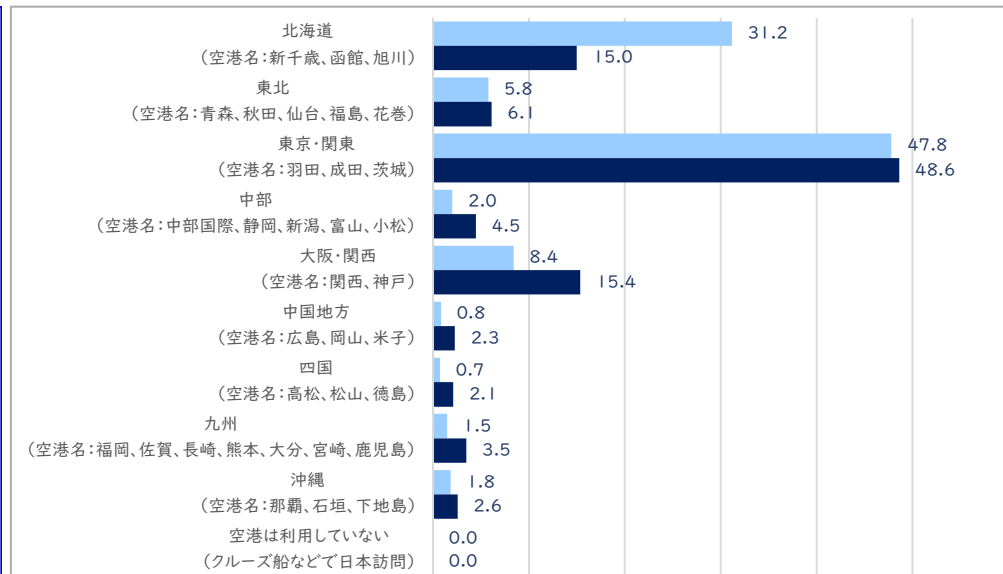
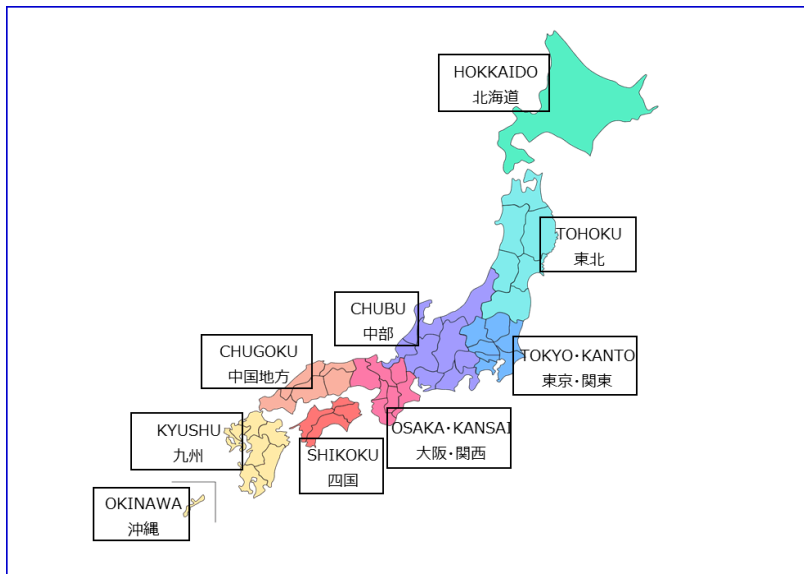
タイ (n=1094人)	人	%
飛行機	568	51.9
新幹線	592	54.1
新幹線以外の電車	384	35.1
地下鉄	548	50.1
貸切バス	126	11.5
高速・長距離バス	183	16.7
路線バス	367	33.5
タクシー	436	39.9
レンタカー	313	28.6
友人・知人のクルマ	125	11.4
フェリー	19	1.7
その他	0	0.0
都市・エリア間は移動しなかった	9	0.8



Q8. 日本を訪問したときには、どこの空港を利用しましたか？(1) 日本入国時の利用空港、(2) 日本出国時の利用空港、をそれぞれ教えてください。(SA)

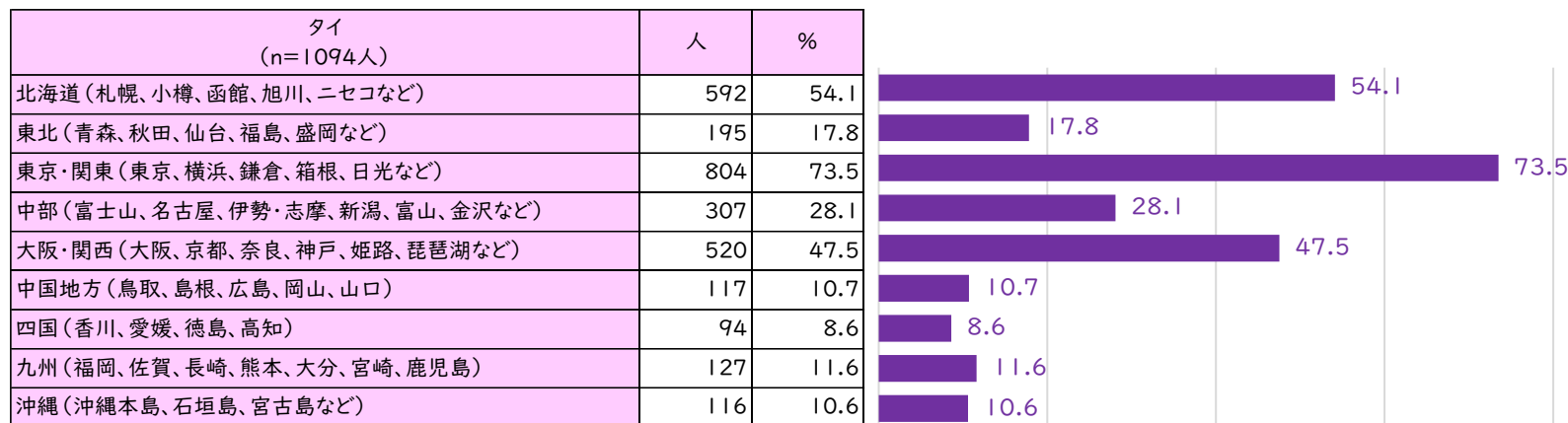
	全体	北海道 (空港名:新千歳、函館、旭川)	東北 (空港名:青森、秋田、仙台、福島、花巻)	東京・関東 (空港名:羽田、成田、茨城)	中部 (空港名:中部国際、静岡、新潟、富山、小松)	大阪・関西 (空港名:関西、神戸)	中国地方 (空港名:広島、岡山、米子)	四国 (空港名:高松、松山、徳島)	九州 (空港名:福岡、佐賀、長崎、熊本、大分、宮崎、鹿児島)	沖縄 (空港名:那覇、石垣、下地島)	空港は利用していない (クルーズ船などで日本訪問)
(1) 日本入国時の利用空港	1094	31.2	5.8	47.8	2.0	8.4	0.8	0.7	1.5	1.8	0.0
(2) 日本出国時の利用空港	1094	15.0	6.1	48.6	4.5	15.4	2.3	2.1	3.5	2.6	0.0

■ 日本入国時の利用空港 ■ 日本出国時の利用空港 (%)



Q9.あなたが一番最近、日本を訪問したときには、どの都市・エリアに行き(MA)

(%)



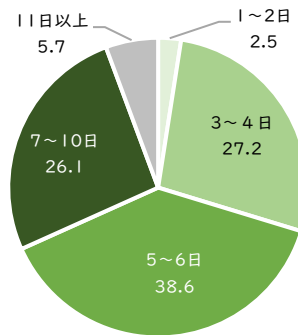
8. 滞在期間中訪問したエリア／都市・滞在日数

Q10. あなたが一番最近、日本を訪問したときの滞在日数を教えてください。(SA)

(1) 日本滞在日数の合計

(%)

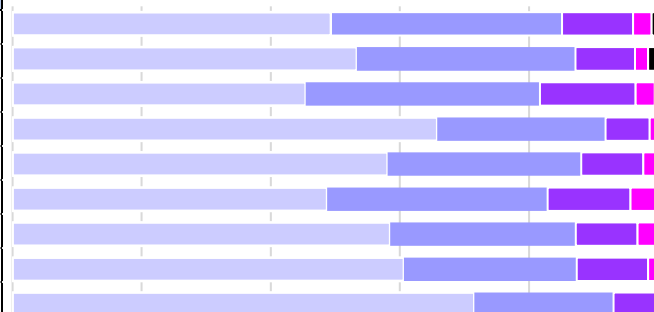
		1~2日	3~4日	5~6日	7~10日	11日以上
全体	1094人	2.5	27.2	38.6	26.1	5.7
男性	554人	3.2	26.9	37.5	27.3	5.1
女性	540人	1.7	27.6	39.6	24.8	6.3



(2) 各都市・エリアでの滞在日数

タイ	全体	1~2日	3~4日	5~6日	7~10日	11日以上
北海道(札幌、小樽、函館、旭川、ニセコなど)	592	49.3	35.8	11.0	2.9	1.0
東北(青森、秋田、仙台、福島、盛岡など)	195	53.3	33.8	9.2	2.1	1.5
東京・関東(東京、横浜、鎌倉、箱根、日光など)	804	45.4	36.3	14.8	3.0	0.5
中部(富士山、名古屋、伊勢・志摩、新潟、富山、金沢など)	307	65.8	26.1	6.8	1.3	0.0
大阪・関西(大阪、京都、奈良、神戸、姫路、琵琶湖など)	520	58.1	30.0	9.6	1.9	0.4
中国地方(鳥取、島根、広島、岡山、山口)	117	48.7	34.2	12.8	4.3	0.0
四国(香川、愛媛、徳島、高知)	94	58.5	28.7	9.6	3.2	0.0
九州(福岡、佐賀、長崎、熊本、大分、宮崎、鹿児島)	127	60.6	26.8	11.0	1.6	0.0
沖縄(沖縄本島、石垣島、宮古島など)	116	71.6	21.6	6.9	0.0	0.0

■ 1~2日 ■ 3~4日 ■ 5~6日 ■ 7~10日 ■ 11日以上

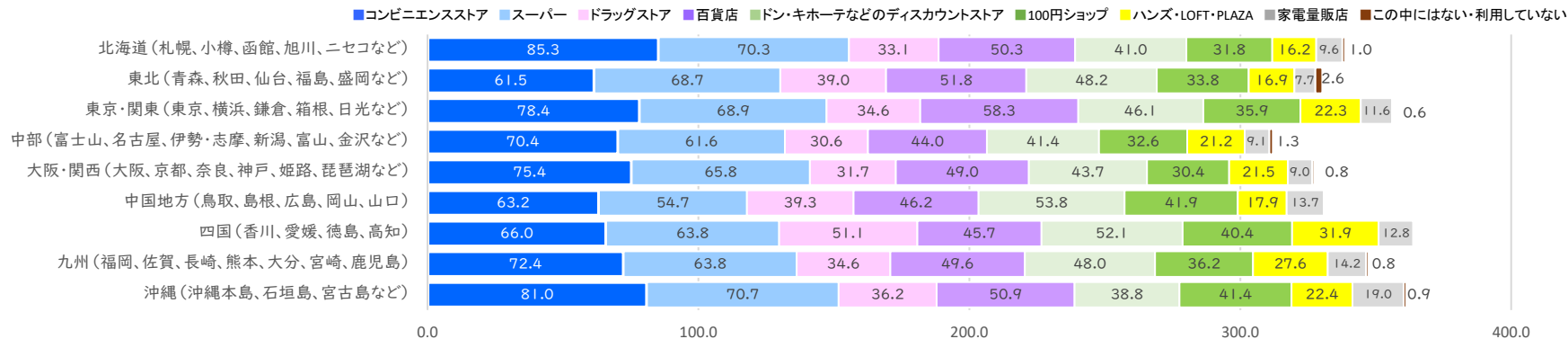


Q11. 日本を訪問したときに、どの都市・エリアのどんなお店で買物をしましたか？それぞれ利用したお店の種類を教えてください。(MA)

タイ	全体	コンビニエンスストア	スーパー	ドラッグストア	百貨店	ドン・キホーテなどのディスカウントストア	100円ショップ	ハンズ、LOFT、PLAZA	家電量販店	この中にはない・利用していない
北海道(札幌、小樽、函館、旭川、ニセコなど)	592	85.3	70.3	33.1	50.3	41.0	31.8	16.2	9.6	1.0
東北(青森、秋田、仙台、福島、盛岡など)	195	61.5	68.7	39.0	51.8	48.2	33.8	16.9	7.7	2.6
東京・関東(東京、横浜、鎌倉、箱根、日光など)	804	78.4	68.9	34.6	58.3	46.1	35.9	22.3	11.6	0.6
中部(富士山、名古屋、伊勢・志摩、新潟、富山、金沢など)	307	70.4	61.6	30.6	44.0	41.4	32.6	21.2	9.1	1.3
大阪・関西(大阪、京都、奈良、神戸、姫路、琵琶湖など)	520	75.4	65.8	31.7	49.0	43.7	30.4	21.5	9.0	0.8
中国地方(鳥取、島根、広島、岡山、山口)	117	63.2	54.7	39.3	46.2	53.8	41.9	17.9	13.7	0.0
四国(香川、愛媛、徳島、高知)	94	66.0	63.8	51.1	45.7	52.1	40.4	31.9	12.8	0.0
九州(福岡、佐賀、長崎、熊本、大分、宮崎、鹿児島)	127	72.4	63.8	34.6	49.6	48.0	36.2	27.6	14.2	0.8
沖縄(沖縄本島、石垣島、宮古島など)	116	81.0	70.7	36.2	50.9	38.8	41.4	22.4	19.0	0.9

(%)

(%)

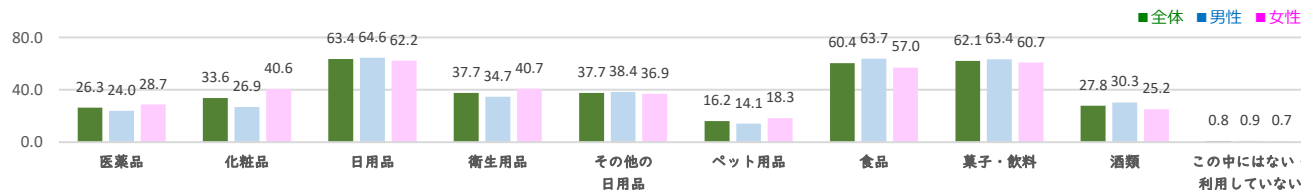


Q12. あなたは、一番最近の日本訪問のときに、お店で買物をしましたか？それぞれのお店について何を買ったのか教えてください。(MA)

(1) コンビニエンスストア

	医薬品	化粧品	日用品	衛生用品	その他の日用品	ペット用品	食品	菓子・飲料	酒類	この中にはない・利用していない
全体 1094人	26.3	33.6	63.4	37.7	37.7	16.2	60.4	62.1	27.8	0.8
男性 554人	24.0	26.9	64.6	34.7	38.4	14.1	63.7	63.4	30.3	0.9
女性 540人	28.7	40.6	62.2	40.7	36.9	18.3	57.0	60.7	25.2	0.7

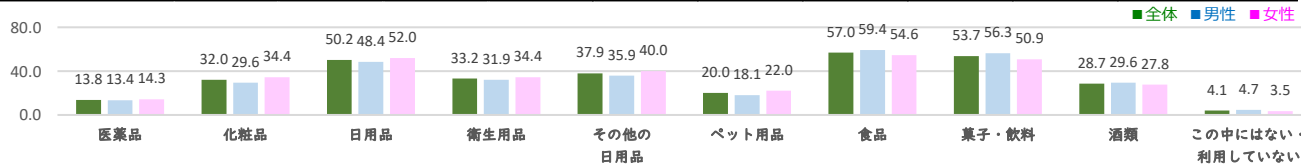
(%)



(2) スーパー

	医薬品	化粧品	日用品	衛生用品	その他の日用品	ペット用品	食品	菓子・飲料	酒類	この中にはない・利用していない
全体 1094人	13.8	32.0	50.2	33.2	37.9	20.0	57.0	53.7	28.7	4.1
男性 554人	13.4	29.6	48.4	31.9	35.9	18.1	59.4	56.3	29.6	4.7
女性 540人	14.3	34.4	52.0	34.4	40.0	22.0	54.6	50.9	27.8	3.5

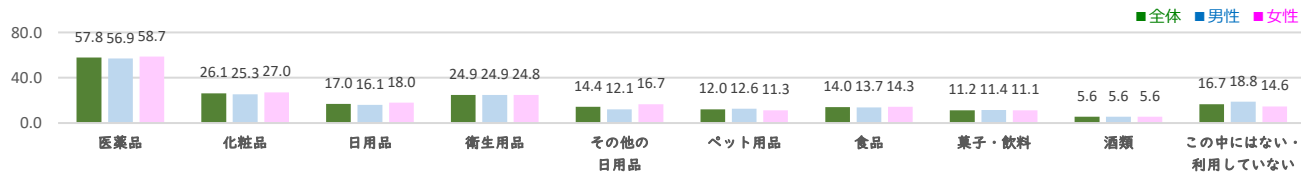
(%)



(3) ドラッグストア

(%)

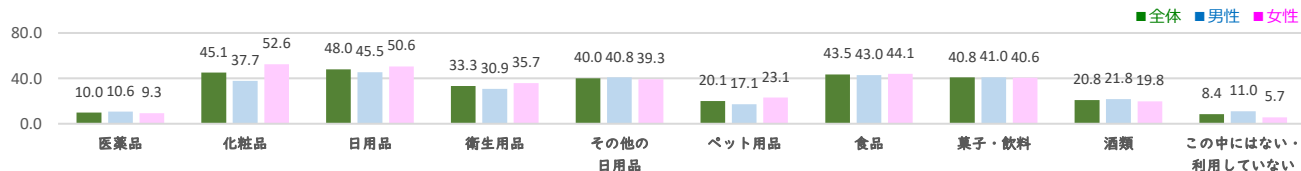
		医薬品	化粧品	日用品	衛生用品	その他の日用品	ペット用品	食品	菓子・飲料	酒類	この中にはない・利用していない
全体	1094人	57.8	26.1	17.0	24.9	14.4	12.0	14.0	11.2	5.6	16.7
男性	554人	56.9	25.3	16.1	24.9	12.1	12.6	13.7	11.4	5.6	18.8
女性	540人	58.7	27.0	18.0	24.8	16.7	11.3	14.3	11.1	5.6	14.6



(4) 百貨店

(%)

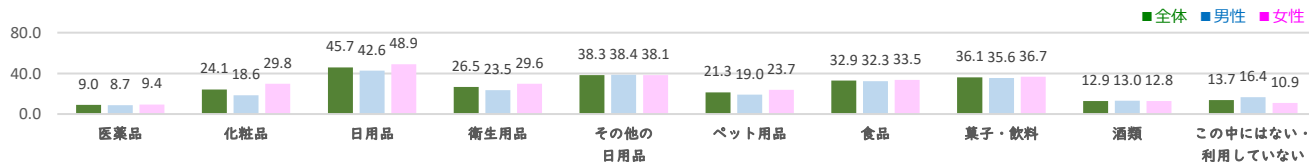
		医薬品	化粧品	日用品	衛生用品	その他の日用品	ペット用品	食品	菓子・飲料	酒類	この中にはない・利用していない
全体	1094人	10.0	45.1	48.0	33.3	40.0	20.1	43.5	40.8	20.8	8.4
男性	554人	10.6	37.7	45.5	30.9	40.8	17.1	43.0	41.0	21.8	11.0
女性	540人	9.3	52.6	50.6	35.7	39.3	23.1	44.1	40.6	19.8	5.7



(5) ドン・キホーテなどのディスカウントストア

(%)

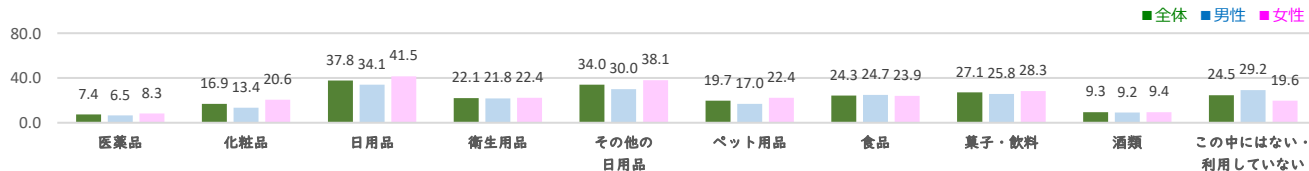
	医薬品	化粧品	日用品	衛生用品	その他の日用品	ペット用品	食品	菓子・飲料	酒類	この中にはない・利用していない
全体 1094人	9.0	24.1	45.7	26.5	38.3	21.3	32.9	36.1	12.9	13.7
男性 554人	8.7	18.6	42.6	23.5	38.4	19.0	32.3	35.6	13.0	16.4
女性 540人	9.4	29.8	48.9	29.6	38.1	23.7	33.5	36.7	12.8	10.9



(6) 100円ショップ

(%)

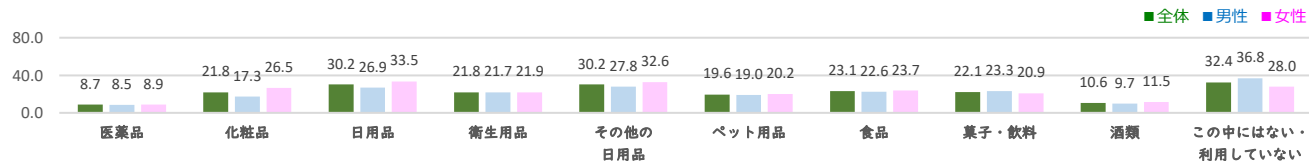
	医薬品	化粧品	日用品	衛生用品	その他の日用品	ペット用品	食品	菓子・飲料	酒類	この中にはない・利用していない
全体 1094人	7.4	16.9	37.8	22.1	34.0	19.7	24.3	27.1	9.3	24.5
男性 554人	6.5	13.4	34.1	21.8	30.0	17.0	24.7	25.8	9.2	29.2
女性 540人	8.3	20.6	41.5	22.4	38.1	22.4	23.9	28.3	9.4	19.6



(7) ハンズ、LOFT、PLAZA

(%)

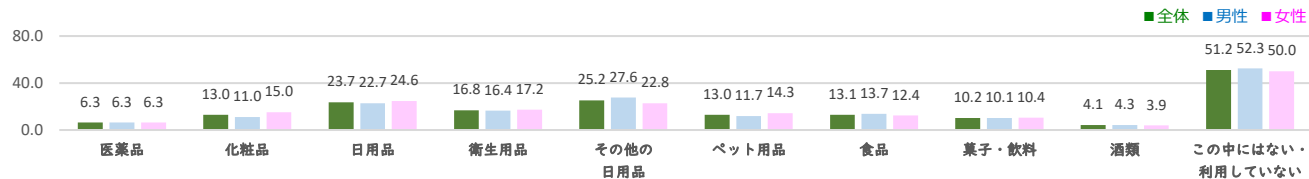
	医薬品	化粧品	日用品	衛生用品	その他の日用品	ペット用品	食品	菓子・飲料	酒類	この中にはない・利用していない
全体 1094人	8.7	21.8	30.2	21.8	30.2	19.6	23.1	22.1	10.6	32.4
男性 554人	8.5	17.3	26.9	21.7	27.8	19.0	22.6	23.3	9.7	36.8
女性 540人	8.9	26.5	33.5	21.9	32.6	20.2	23.7	20.9	11.5	28.0



(8) 家電量販店

(%)

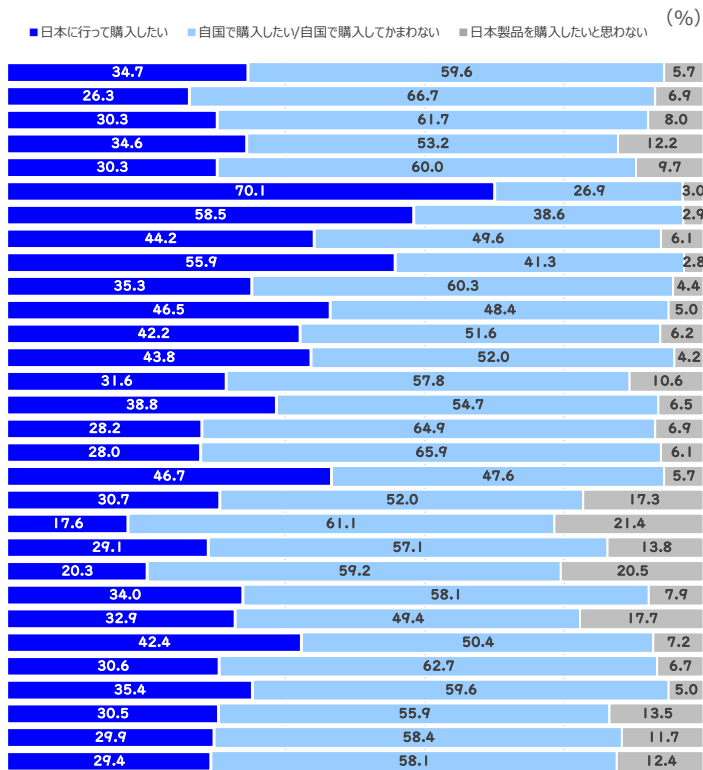
	医薬品	化粧品	日用品	衛生用品	その他の日用品	ペット用品	食品	菓子・飲料	酒類	この中にはない・利用していない
全体 1094人	6.3	13.0	23.7	16.8	25.2	13.0	13.1	10.2	4.1	51.2
男性 554人	6.3	11.0	22.7	16.4	27.6	11.7	13.7	10.1	4.3	52.3
女性 540人	6.3	15.0	24.6	17.2	22.8	14.3	12.4	10.4	3.9	50.0



10. 日本に訪問するとき、購入した商品について

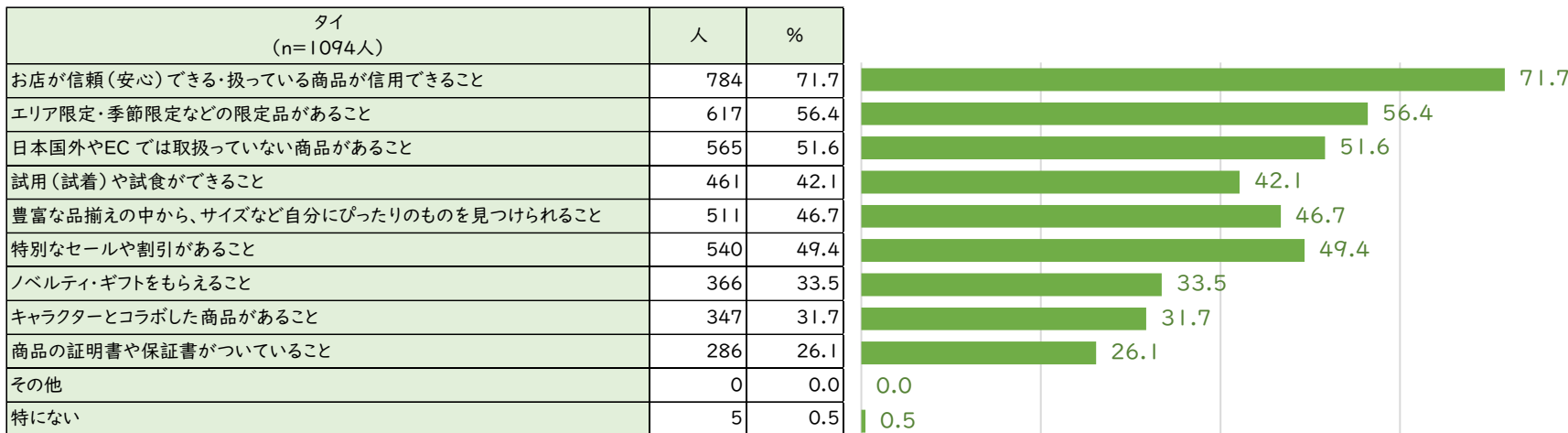
Q13. 次にあげる日本製品 (Made in Japan) について、「日本に行って購入したい」「自国で購入したい/自国で購入してかまわない」「日本製品を購入したいと思わない」のうち、あなたのお考えに近いものをそれぞれ教えてください。(SA)

タイ	全体	日本に行って購入したい	自国で購入したい/ 自国で購入してかまわない	日本製品を購入したいと思わない
1.風邪薬(バブロン、ジキニンなど)	1094	34.7	59.6	5.7
2.解熱鎮痛剤(ロキソニンS、イブなど)	1094	26.3	66.7	6.9
3.胃腸薬(太田胃散、キャベジンコーワなど)	1094	30.3	61.7	8.0
4.漢方薬(ダスモック/清肺湯)、ナイトールなど)	1094	34.6	53.2	12.2
5.目薬	1094	30.3	60.0	9.7
6.メイクアップ化粧品(口紅、ファンデーションなど)	1094	70.1	26.9	3.0
7.基礎化粧品(化粧水、乳液など)	1094	58.5	38.6	2.9
8.化粧小物(爪切り、ビューラー、カミソリなど)	1094	44.2	49.6	6.1
9.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)	1094	55.9	41.3	2.8
10.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)	1094	35.3	60.3	4.4
11.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)	1094	46.5	48.4	5.0
12.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)	1094	42.2	51.6	6.2
13.ヘアケア用品(シャンプー、トリートメント、整髪剤など)	1094	43.8	52.0	4.2
14.防虫・殺虫剤(防虫剤、蚊取り線香、ゴキブリ捕獲器など)	1094	31.6	57.8	10.6
15.芳香・消臭剤(消臭剤、芳香剤、衣類消臭スプレーなど)	1094	38.8	54.7	6.5
16.衣料洗濯用品(洗濯洗剤、柔軟剤など)	1094	28.2	64.9	6.9
17.紙製品(ティッシュペーパー、トイレトペーパーなど)	1094	28.0	65.9	6.1
18.使い捨てカイロ、熱冷却シート(熱さまシート、冷えピタなど)	1094	46.7	47.6	5.7
19.紙おむつ(ベビー用)	1094	30.7	52.0	17.3
20.紙おむつ(大人用)	1094	17.6	61.1	21.4
21.生理用品(ナプキン、尿とりパッドなど)	1094	29.1	57.1	13.8
22.避妊用具	1094	20.3	59.2	20.5
23.マスク	1094	34.0	58.1	7.9
24.ベビー用品・粉ミルク・ベビーフード	1094	32.9	49.4	17.7
25.健康食品・サプリメント・酵素	1094	42.4	50.4	7.2
26.生活雑貨(食器用洗剤、住居用洗剤、スポンジなど)	1094	30.6	62.7	6.7
27.その他の日用品	1094	35.4	59.6	5.0
28.ペットフード	1094	30.5	55.9	13.5
29.ペットのおやつ	1094	29.9	58.4	11.7
30.ペット用品	1094	29.4	58.1	12.4



Q14. 日本を訪問したときに、「日本国内で日本製品 (Made in Japan) を購入したくなる」ためには、どのようなきっかけや付加価値があれば、購入したくなりますか。(MA)

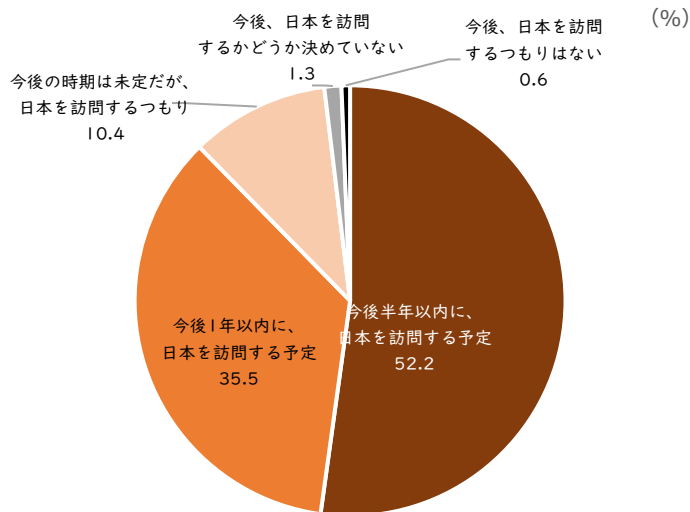
(%)



Q15.あなたは今後、日本を訪問したいと思いますか。(SA)

(%)

		今後半年以内に、 日本を訪問する予定	今後1年以内に、 日本を訪問する予定	今後の時期は未定だが、 日本を訪問するつもり	今後、日本を訪問 するかどうか決めていない	今後、日本を訪問 するつもりはない
全体	1094人	52.2	35.5	10.4	1.3	0.6
└男性	554人	44.0	40.4	12.8	1.8	0.9
└女性	540人	60.6	30.4	8.0	0.7	0.4



日常生活

◇ 仕事、収入ともに顕著な増加傾向

仕事については、「とても増えた」「やや増えた」が60.6%に対し、「とても減った」「やや減った」「まったく無くなった」はわずかに6.8%となり、増加の傾向にあることが伺える。仕事の増加に伴い、収入面でも、63.2%が増えたと回答しており、減ったという回答11.2%を大きく上回った。全体として、タイの消費者は仕事・収入ともに「増加」の実感が非常に強く、中国と比較してもよりポジティブな経済状況にあることが伺える。

◇ 店舗での買い物からネットでの買い物へ大きくシフト

タイにおいても「お店での買い物」から「ネットでの買い物」へのシフトが顕著に現れる結果となった。「お店での買い物」については、「とても減った」「やや減った」「まったく無くなった」の回答が合計で14.7%となり、逆に、「ネットでの買い物」では、「とても増えた」「やや増えた」が合計で76.9%となり、中国(74.6%)をも凌ぐ勢いだ。

◇ 健康に関する意識・関心は3か国で最も強い上昇志向

健康に関する意識・関心では、「とても増えた」「やや増えた」の回答が合計で82.8%となった。健康への関心の高まりが最も顕著だ。

◇ 経済的な余裕が減った人が約15%

経済的な余裕については、「とても増えた」「やや増えた」が57.5%に対し、「とても減った」「やや減った」「まったく無くなった」は15%となっており、全体としては購買力が維持・向上している傾向にある。

日本製品の購入・利用

◇ タイでは日本製品が深く浸透

タイでは、菓子・飲料(89.9%)、食品(88.4%)、化粧品(84.7%)、日用品(82.4%)という順となり、8割以上の人が日常的にこれらのカテゴリの日本製品を購入・利用している。

◇ 多くの日本の一般消費財がタイに普及

化粧品、日用品以外の一般消費財をみても、その他の日用品69.6%、衛生用品67.2%、医薬品54.2%と非常に多くの方が日本製品を愛用していることが見て取れる。

◇ 日本製品の購入は国内のお店で

タイでは「国内のお店」で日本製品が購入されている。化粧品、ペット用品以外、医薬品(61.7%)、日用品(64%)、衛生用品(62.2%)、食品などといずれも6割を超えており、最も主要な入手方法となっている。また、「国内ECサイト」からの購入も多く、店舗でもECでも簡単に購入できることが伺える。

各国製品の顧客ロイヤルティ

◇ 化粧品をはじめ多くのカテゴリで日本製品が高い支持を得る

タイのお気に入りの製品は、化粧品では日本製品が76.7%と非常に高い回答を得ている。そのほか、食品、菓子・飲料、日用品でも70%以上の人から日本製品がお気に入りとの評価を得られている。全てのカテゴリにおいて、中国製品の人気が少ないことも特徴的である。

海外ブランドや商品情報の入手方法

◇ 訪日前は「ECやメーカーのWebサイト」と「知人・友人」、滞在中は「広告」が情報源

訪日前の情報源としてトップは、「ECやメーカーのWebサイト」66.1%で、次いで「知人・友人からの情報」63.1%となっており、信頼性の高い情報収集が中心であることが伺える。

滞在中は、「空港・駅構内や周辺の広告」が50.7%、「小売りの店頭」が50.5%の回答を得ている。

日本に訪問するとき、したいこと

◇ 王道ルートは日本への旅行の大きな目的

日本でしたいことの上位は、東京・京都など有名な観光スポット巡り (78.6%) となり、最大の目的であり、「日本の歴史や文化財など史跡探訪 (62.3%) で、中国 (47.0%) やベトナム (55.1%) よりも高く、日本の伝統文化への関心が強いことが伺える。

次いで「日本の食事を楽しむ」62.0%、「食品・おみやげのお菓子等の買い物」60.7%、「日用雑貨・化粧品・医薬品の買い物」49.6%という結果となった。

滞在期間中移動手段・出入国時利用空港

◇ 日本国内の移動は新幹線、飛行機、地下鉄の利用が上位

日本国内での移動手段は、新幹線(54.1%)、飛行機(51.9%)、地下鉄(50.1%)の利用が半数を超えており、都市・エリア間の移動において、公共交通機関が非常に高い利用率を示している。

◇ 出入国時の利用空港は、旅の入口(北海道)、旅の出口(関東・関西)

入国空港として「北海道」(31.2%)が極めて高く、東京・関東(47.8%)に次ぐ人気だ。一方で、出国時は15.0%に下がるため、「北海道から入国し、本州を南下して帰国するというルートが推測できる。関西・中部エリアでは、出国時には「大阪・関西」(15.4%)、「中部(4.5%)」の割合が増加し、旅の終盤を西日本での買い物や観光で締めくくる層が一定数存在することが伺える。

滞在期間中訪問したエリア／都市・滞在日数

◇ トータル滞在日数は5～6日

訪日中トータル滞在日数については、「5～6日」が38.6%で最も多い。次いで「3～4日」が27.2%、「7～10日」が26.1%となっている。11日以上滞在する層も5.7%存在し、タイ人回答者の多くが、日本で中長期間を過ごすようだ。

◇ 訪問エリア／都市

沖縄(71.6%)、中部(65.8%)、九州(60.6%)など、多くの地方エリアでは「1～2日」の滞在が中心。これらは拠点都市からレンタカー(Q7で28.6%が利用)等で足を伸ばす周遊先となっていることが伺える。東京・関東の訪問者の36.3%が「3～4日」、14.8%が「5～6日」滞在しており、ショッピングや観光のメイン拠点として機能している。

訪問時に利用した店舗の種類(都市・エリア別)

◇ エリア別

「北海道エリア」: コンビニエンスストア(85.3%)、スーパー(70.3%) 百貨店(50.3%)が上位となっており、
「東京・関東エリア」「大阪・関西エリア」: 百貨店の利用が高い(東京58.3%、大阪49.0%)。
「四国エリア」: ドラッグストアの利用率が(51.1%)に達した。

日本に訪問するとき、お買物の場所

◇ 「コンビニエンスストア」「スーパー」「百貨店」「ドン・キホーテなどのディスカウントストア」の利用が上位

「コンビニエンスストア」(99.2%)がトップ、ついで「スーパー」(95.9%)、「百貨店」(91.6%)、
「ドン・キホーテなどのディスカウントストア」(86.3%)という順位となった。

店舗業態別でみると、

「コンビニエンスストア」では、日用品(63.4%)、菓子・飲料(62.1%)、食品(60.4%)、が上位となっており、
「スーパー」では、食品(57.0%)がトップ、次いで菓子・飲料(53.7%)、日用品(50.2%)という順位となっており、
「百貨店」では、日用品(48.0%)、化粧品(45.1%)、食品(43.5%)、菓子・飲料(40.8%)が上位となっており、
「ドン・キホーテなどのディスカウントストア」では、日用品(45.7%)、その他の日用品(38.3%)、菓子・飲料(36.1%)の購入が多い結果となった。

日本製品に対する購入意向

◇ 日本に行って購入したい商品

メイクアップ化粧品が70.1%と断トツ1位で、次いで基礎化粧品58.5%、ボディケア用品(55.9%)が半数以上を超えており、その他、レッグ・フットケア用品(46.5%)、使い捨てカイロ・冷却シート(46.7%)が上位となった。

タイの訪日ゲストは日本で日本の化粧品や日本独自のアイテム商品などを好んで購入していることが見て取れる。

◇ 自国で購入しても構わない商品

解熱鎮痛剤(66.7%)、胃腸薬(61.7%)、風邪薬(59.6%)、紙製品(65.9%)、口腔ケア(60.3%)、防虫・殺虫剤(57.8%)などが目立っており、これらのカテゴリ商品は自国で調達する傾向のようだ。

タイ国内でも日本の医薬品が流通していることから、日常的なニーズは自国で満たされている。

日本で日本製品を購入したくなる動機・付加価値

◇ お店が信頼(安心)できる・取り扱っている商品が信用できるが上位

「お店が信頼(安心)できる・扱っている商品が信用できる」(71.7%)がトップで、次いで「エリア限定・季節限定などの限定品があること」(56.4%)、「日本国外やECでは取り扱っていない商品があること」(51.6%)、「特別なセールや割引があること」(49.4%)、「豊富な品揃えの中から、サイズなど自分にぴったりのものを見つけれること」(46.7%)という順位となった。

タイの訪日客は、中国(65.9%)以上に店舗を信頼しており、さらに「限定性」や「希少性」といったプレミアムな価値に惹かれる傾向がある。

今後の訪日意向

◇ 半数以上が半年以内に訪日予定

「今後半年以内に日本を訪問する予定がある」(52.2%)と「今後、1年以内に日本を訪問する予定がある」(35.5%)を加えると87.7%に達している。8割以上の回答者は、近い将来の再訪を計画していることが伺える。

「今後の時期は未定だが、日本を訪問するつもり」を含めて、98.1%の人が今後日本に訪問する意向がある結果となった。

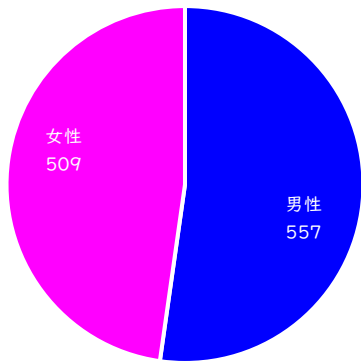
ベトナム

Socialist Republic of Vietnam

ベトナム社会主義共和国	
面積	約329,241km ²
人口	約1億30万人（2023年）（越統計総局）
民族	キン族（越人）（約86%）、他に53の少数民族
公用語	ベトナム語
宗教	仏教・カトリック・カオダイ教など
主要産業	農林水産業、鉱工業・建築業、サービス業
GDP（名目）	4,300億米ドル（2023年、越統計総局）
経済成長率（実質）	7.1%（2024年、越統計総局）
2025年訪日客数	678,500人 前年比：9.2%（JNTO推計値） （参考）2024年：621,173人 2019年：495,100人

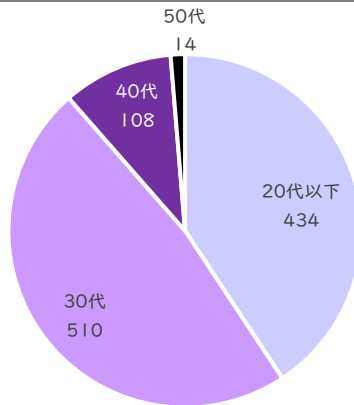
◇ 性別

(人)



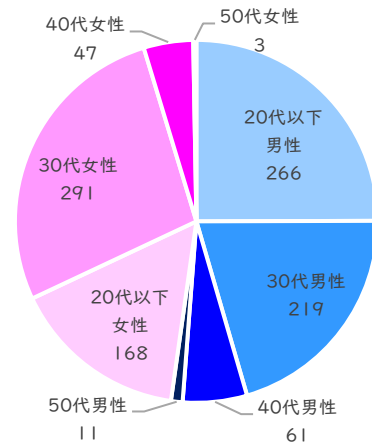
◇ 年代

(人)



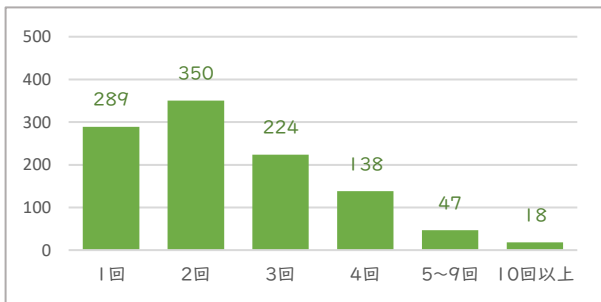
◇ 性別・年代

(人)



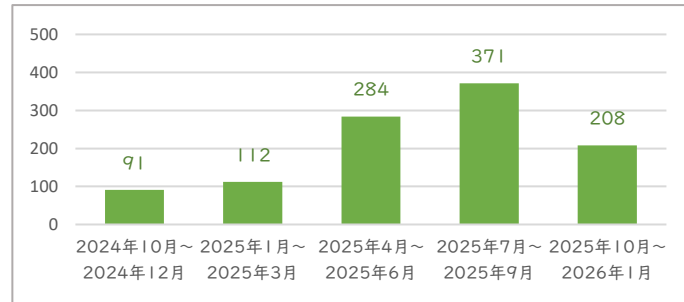
◇ 訪日回数

(人)



◇ 直近の訪日時期

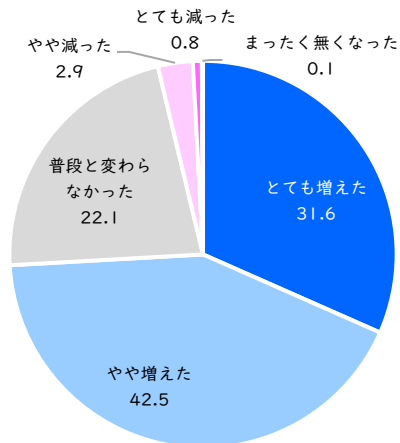
(人)



Q1. 国内でのあなたの現在の日常生活について、次にあげる点は、1~2年前に比べ増えましたか、減りましたか？(SA)

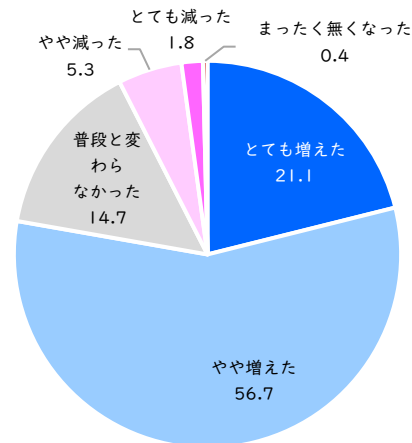
(1) 仕事 (%)

	とても増えた	やや増えた	普段と変わらなかった	やや減った	とても減った	まったく無くなった
全体 1066人	31.6	42.5	22.1	2.9	0.8	0.1
男性 557人	22.3	47.0	26.6	2.9	1.1	0.2
女性 509人	41.8	37.5	17.3	2.9	0.4	0.0



(2) 収入 (%)

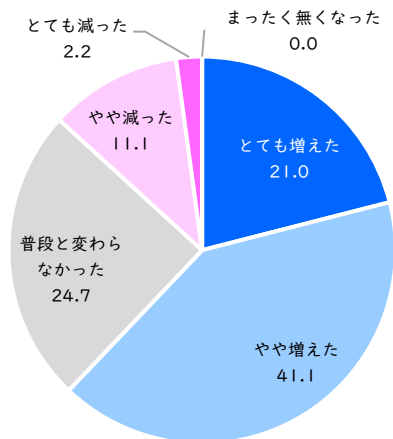
	とても増えた	やや増えた	普段と変わらなかった	やや減った	とても減った	まったく無くなった
全体 1066人	21.1	56.7	14.7	5.3	1.8	0.4
男性 557人	18.3	60.0	15.1	4.1	2.3	0.2
女性 509人	24.2	53.0	14.3	6.7	1.2	0.6



(3) お店での買物

(%)

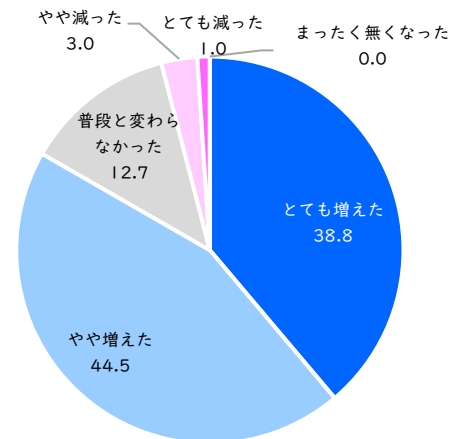
		とても増えた	やや増えた	普段と変わらなかった	やや減った	とても減った	まったく無くなった
全体	1066人	21.0	41.1	24.7	11.1	2.2	0.0
男性	557人	15.6	41.8	28.9	11.5	2.2	0.0
女性	509人	26.9	40.3	20.0	10.6	2.2	0.0



(4) ネットでの買物

(%)

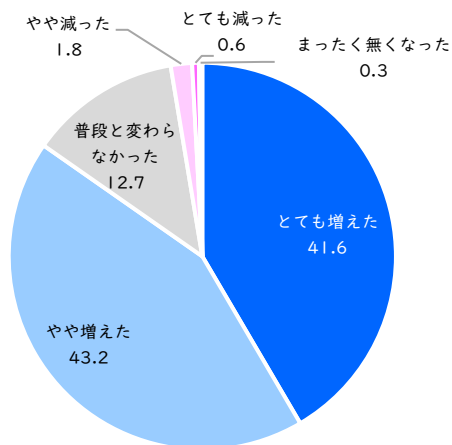
		とても増えた	やや増えた	普段と変わらなかった	やや減った	とても減った	まったく無くなった
全体	1066人	38.8	44.5	12.7	3.0	1.0	0.0
男性	557人	33.4	46.1	15.3	4.1	1.1	0.0
女性	509人	44.8	42.6	9.8	1.8	1.0	0.0



(5) 健康に関する意識・関心

(%)

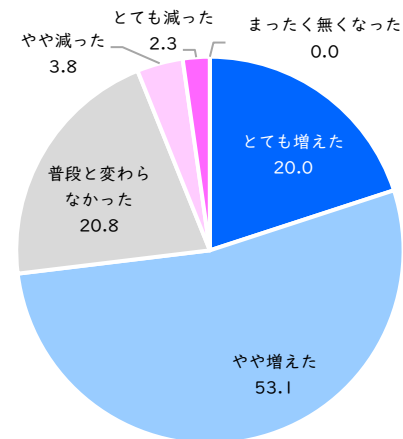
	とも増えた	やや増えた	普段と変わらなかった	やや減った	とも減った	まったく無くなった
全体 1066人	41.6	43.2	12.7	1.8	0.6	0.3
男性 557人	44.7	39.7	12.7	2.5	0.2	0.2
女性 509人	38.1	47.0	12.6	1.0	1.0	0.4



(6) 経済的な余裕

(%)

	とも増えた	やや増えた	普段と変わらなかった	やや減った	とも減った	まったく無くなった
全体 1066人	20.0	53.1	20.8	3.8	2.3	0.0
男性 557人	14.0	56.2	22.1	5.0	2.7	0.0
女性 509人	26.5	49.7	19.4	2.6	1.8	0.0

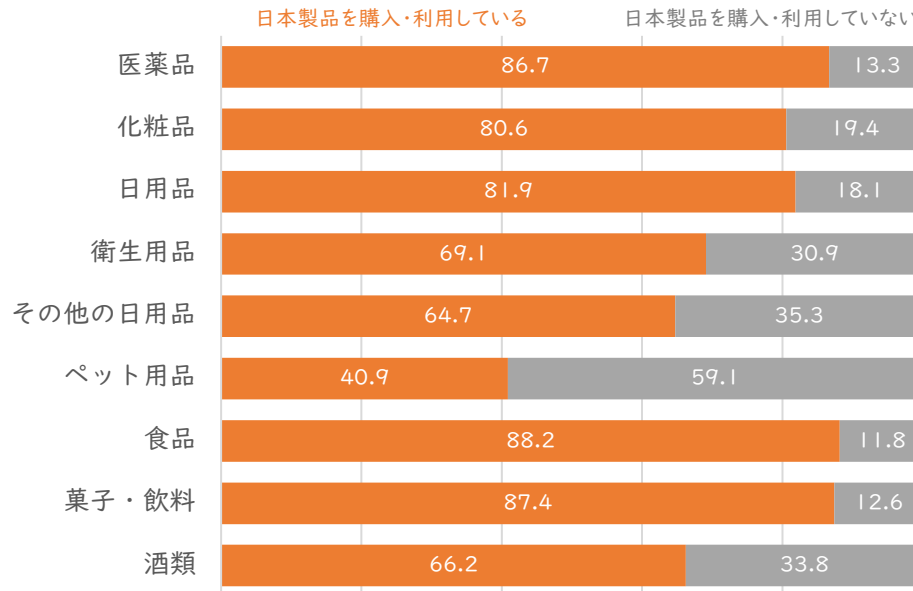


Q2. 普段あなたのご家庭で日本製品 (Made in Japan) を、購入・利用していますか。(SA)

(%)

ベトナム n=1066人	日本製品を購入・利用 している	日本製品を購入・利用 していない
医薬品	86.7	13.3
化粧品	80.6	19.4
日用品	81.9	18.1
衛生用品	69.1	30.9
その他の日用品	64.7	35.3
ペット用品	40.9	59.1
食品	88.2	11.8
菓子・飲料	87.4	12.6
酒類	66.2	33.8

(%)

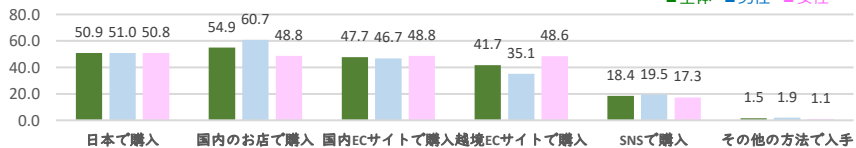


Q3. 現在、あなたのご家庭で購入・利用している日本製品 (Made in Japan) は、どのような方法で入手しましたか? (MA)

(1) 医薬品

(%)

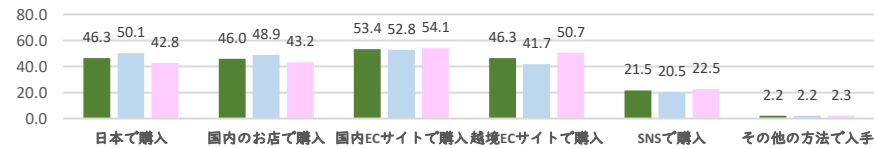
	日本で購入	国内のお店で購入	国内ECサイトで購入	越境ECサイトで購入	SNSで購入	その他の方法で入手	
全体	924人	50.9	54.9	47.7	41.7	18.4	1.5
男性	473人	51.0	60.7	46.7	35.1	19.5	1.9
女性	451人	50.8	48.8	48.8	48.6	17.3	1.1



(2) 化粧品

(%)

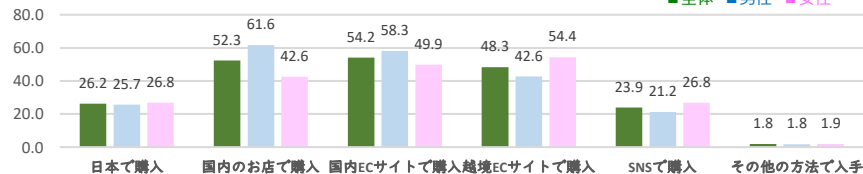
	日本で購入	国内のお店で購入	国内ECサイトで購入	越境ECサイトで購入	SNSで購入	その他の方法で入手	
全体	859人	46.3	46.0	53.4	46.3	21.5	2.2
男性	415人	50.1	48.9	52.8	41.7	20.5	2.2
女性	444人	42.8	43.2	54.1	50.7	22.5	2.3



(3) 日用品

(%)

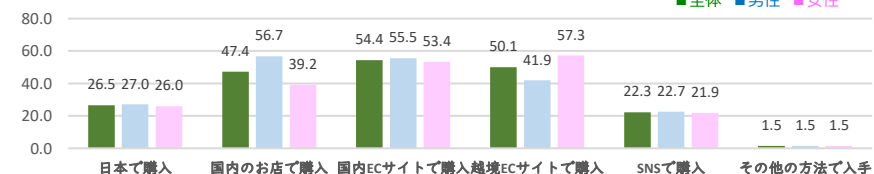
	日本で購入	国内のお店で購入	国内ECサイトで購入	越境ECサイトで購入	SNSで購入	その他の方法で入手	
全体	873人	26.2	52.3	54.2	48.3	23.9	1.8
男性	448人	25.7	61.6	58.3	42.6	21.2	1.8
女性	425人	26.8	42.6	49.9	54.4	26.8	1.9



(4) 衛生用品

(%)

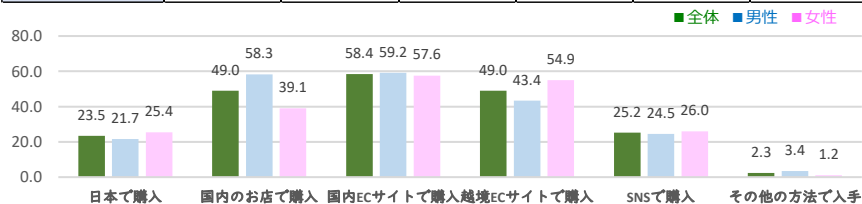
	日本で購入	国内のお店で購入	国内ECサイトで購入	越境ECサイトで購入	SNSで購入	その他の方法で入手	
全体	737人	26.5	47.4	54.4	50.1	22.3	1.5
男性	344人	27.0	56.7	55.5	41.9	22.7	1.5
女性	393人	26.0	39.2	53.4	57.3	21.9	1.5



(5) その他の日用品

(%)

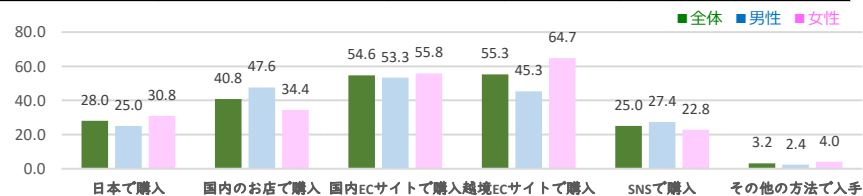
	日本で購入	国内のお店で 購入	国内ECサイト で購入	越境ECサイト で購入	SNSで購入	その他の方法 で入手	
全体	690人	23.5	49.0	58.4	49.0	25.2	2.3
男性	355人	21.7	58.3	59.2	43.4	24.5	3.4
女性	335人	25.4	39.1	57.6	54.9	26.0	1.2



(6) ペット用品

(%)

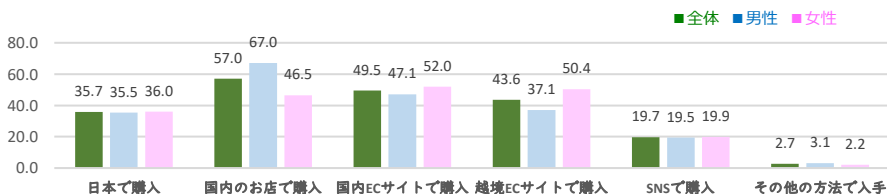
	日本で購入	国内のお店で 購入	国内ECサイト で購入	越境ECサイト で購入	SNSで購入	その他の方法 で入手	
全体	436人	28.0	40.8	54.6	55.3	25.0	3.2
男性	212人	25.0	47.6	53.3	45.3	27.4	2.4
女性	224人	30.8	34.4	55.8	64.7	22.8	4.0



(7) 食品

(%)

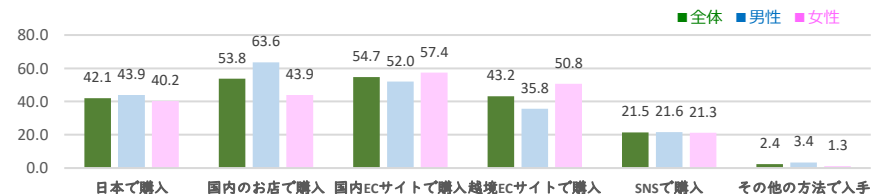
	日本で購入	国内のお店で 購入	国内ECサイト で購入	越境ECサイト で購入	SNSで購入	その他の方法 で入手	
全体	940人	35.7	57.0	49.5	43.6	19.7	2.7
男性	482人	35.5	67.0	47.1	37.1	19.5	3.1
女性	458人	36.0	46.5	52.0	50.4	19.9	2.2



(8) 菓子・飲料

(%)

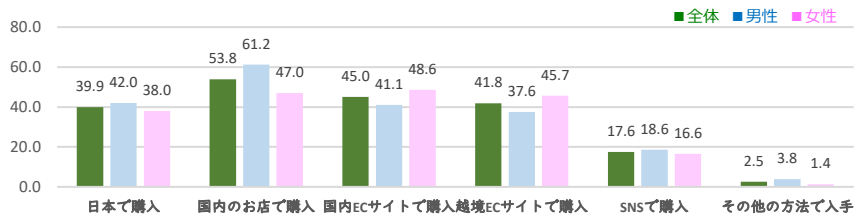
	日本で購入	国内のお店で 購入	国内ECサイト で購入	越境ECサイト で購入	SNSで購入	その他の方法 で入手	
全体	932人	42.1	53.8	54.7	43.2	21.5	2.4
男性	467人	43.9	63.6	52.0	35.8	21.6	3.4
女性	465人	40.2	43.9	57.4	50.8	21.3	1.3



(9) 酒類

(%)

	日本で購入	国内のお店で 購入	国内ECサイト で購入	越境ECサイト で購入	SNSで購入	その他の方法 で入手
全体	706人	39.9	53.8	45.0	41.8	17.6
男性	338人	42.0	61.2	41.1	37.6	18.6
女性	368人	38.0	47.0	48.6	45.7	16.6

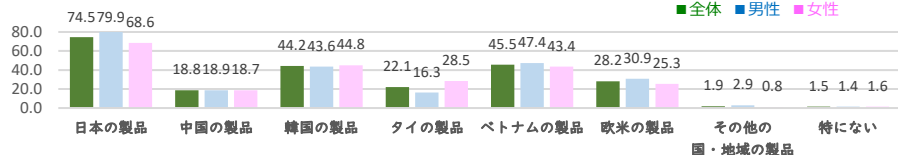


Q4. あなたの、好きな製品、お気に入りの製品はどこの国の製品ですか？(MA)

(1) 医薬品

(%)

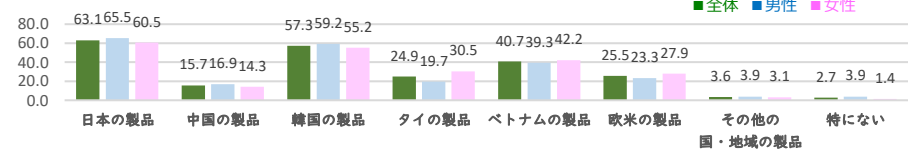
	日本の製品	中国の製品	韓国の製品	タイの製品	ベトナムの製品	欧米の製品	その他の国・地域の製品	特にな
全体 1066人	74.5	18.8	44.2	22.1	45.5	28.2	1.9	1.5
男性 557人	79.9	18.9	43.6	16.3	47.4	30.9	2.9	1.4
女性 509人	68.6	18.7	44.8	28.5	43.4	25.3	0.8	1.6



(2) 化粧品

(%)

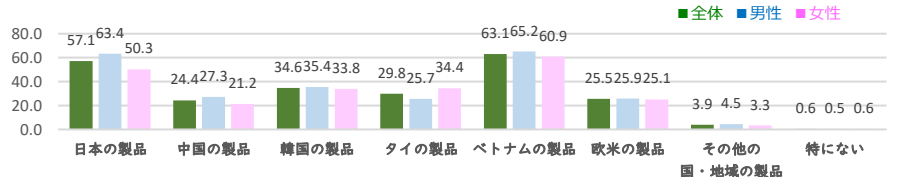
	日本の製品	中国の製品	韓国の製品	タイの製品	ベトナムの製品	欧米の製品	その他の国・地域の製品	特にな
全体 1066人	63.1	15.7	57.3	24.9	40.7	25.5	3.6	2.7
男性 557人	65.5	16.9	59.2	19.7	39.3	23.3	3.9	3.9
女性 509人	60.5	14.3	55.2	30.5	42.2	27.9	3.1	1.4



(3) 日用品

(%)

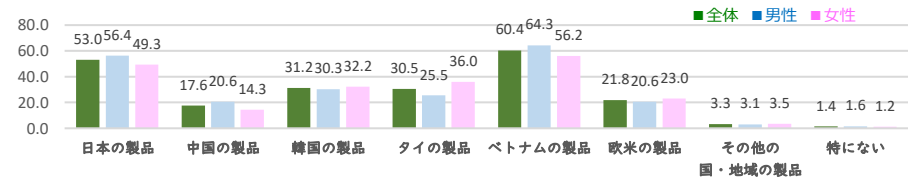
	日本の製品	中国の製品	韓国の製品	タイの製品	ベトナムの製品	欧米の製品	その他の国・地域の製品	特にな
全体 1066人	57.1	24.4	34.6	29.8	63.1	25.5	3.9	0.6
男性 557人	63.4	27.3	35.4	25.7	65.2	25.9	4.5	0.5
女性 509人	50.3	21.2	33.8	34.4	60.9	25.1	3.3	0.6



(4) 衛生用品

(%)

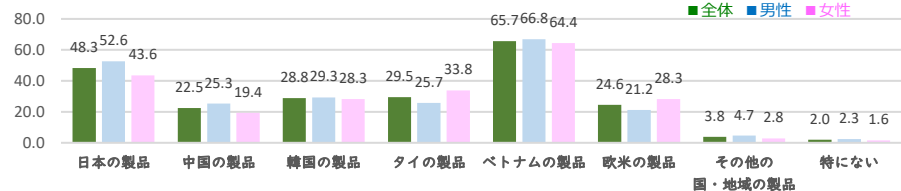
	日本の製品	中国の製品	韓国の製品	タイの製品	ベトナムの製品	欧米の製品	その他の国・地域の製品	特にな
全体 1066人	53.0	17.6	31.2	30.5	60.4	21.8	3.3	1.4
男性 557人	56.4	20.6	30.3	25.5	64.3	20.6	3.1	1.6
女性 509人	49.3	14.3	32.2	36.0	56.2	23.0	3.5	1.2



(5) その他の日用品

(%)

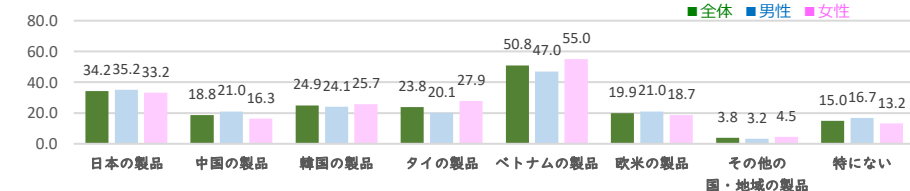
	日本の製品	中国の製品	韓国の製品	タイの製品	ベトナムの製品	欧米の製品	その他の国・地域の製品	特にな	
全体	1066人	48.3	22.5	28.8	29.5	65.7	24.6	3.8	2.0
男性	557人	52.6	25.3	29.3	25.7	66.8	21.2	4.7	2.3
女性	509人	43.6	19.4	28.3	33.8	64.4	28.3	2.8	1.6



(6) ペット用品

(%)

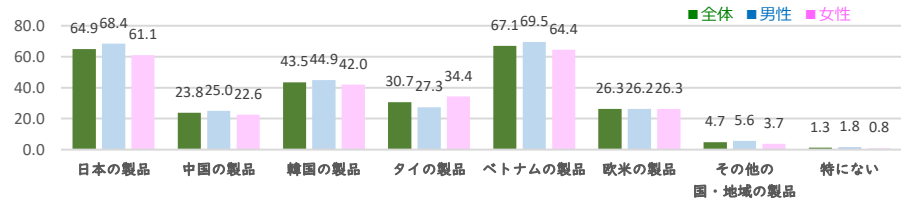
	日本の製品	中国の製品	韓国の製品	タイの製品	ベトナムの製品	欧米の製品	その他の国・地域の製品	特にな	
全体	1066人	34.2	18.8	24.9	23.8	50.8	19.9	3.8	15.0
男性	557人	35.2	21.0	24.1	20.1	47.0	21.0	3.2	16.7
女性	509人	33.2	16.3	25.7	27.9	55.0	18.7	4.5	13.2



(7) 食品

(%)

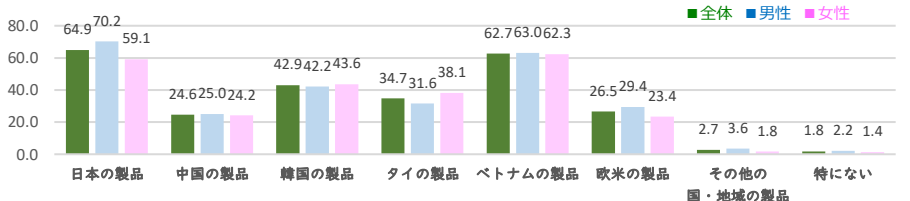
	日本の製品	中国の製品	韓国の製品	タイの製品	ベトナムの製品	欧米の製品	その他の国・地域の製品	特にな	
全体	1066人	64.9	23.8	43.5	30.7	67.1	26.3	4.7	1.3
男性	557人	68.4	25.0	44.9	27.3	69.5	26.2	5.6	1.8
女性	509人	61.1	22.6	42.0	34.4	64.4	26.3	3.7	0.8



(8) 菓子・飲料

(%)

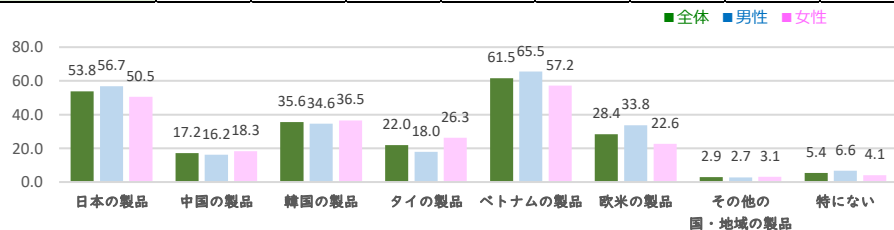
	日本の製品	中国の製品	韓国の製品	タイの製品	ベトナムの製品	欧米の製品	その他の国・地域の製品	特にな	
全体	1066人	64.9	24.6	42.9	34.7	62.7	26.5	2.7	1.8
男性	557人	70.2	25.0	42.2	31.6	63.0	29.4	3.6	2.2
女性	509人	59.1	24.2	43.6	38.1	62.3	23.4	1.8	1.4



(9) 酒類

(%)

	日本の製品	中国の製品	韓国の製品	タイの製品	ベトナムの製品	欧米の製品	その他の国・地域の製品	特にない
全体 1066人	53.8	17.2	35.6	22.0	61.5	28.4	2.9	5.4
男性 557人	56.7	16.2	34.6	18.0	65.5	33.8	2.7	6.6
女性 509人	50.5	18.3	36.5	26.3	57.2	22.6	3.1	4.1

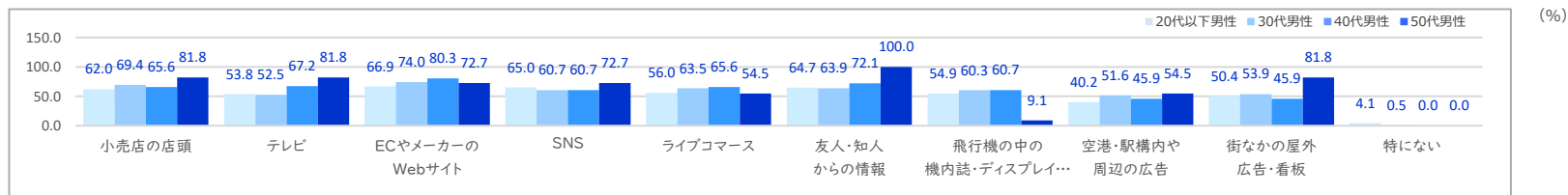


Q5. 日本を訪問したときに購入した「日本製品」(Made in Japan)について、どのようなところから情報を得ましたか？(MA)

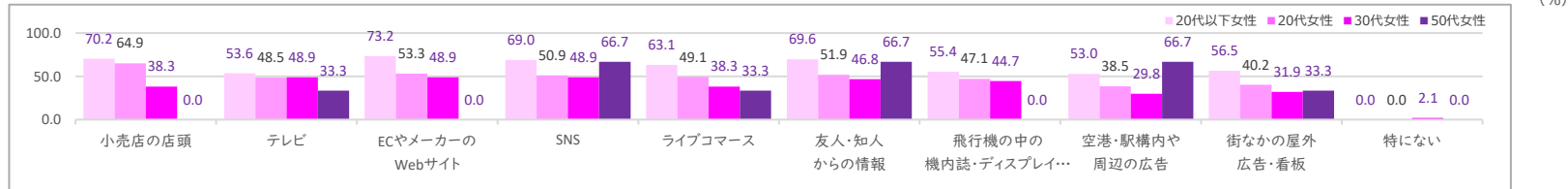
(1) 日本訪問前の情報

		合計	小売店の店頭	テレビ	ECやメーカーのWebサイト	SNS	ライブコマース	友人・知人からの情報	飛行機の中の機内誌・ディスプレイ画面広告	空港・駅構内や周辺の広告	街なかの屋外広告・看板	特にない
全体		1066	64.8	52.8	65.5	60.0	56.5	61.8	53.2	44.2	48.5	1.2
性別	男性	557	65.7	55.3	71.3	63.0	60.0	65.9	56.7	45.6	51.9	2.2
	女性	509	63.9	50.1	59.1	56.8	52.7	57.4	49.3	42.6	44.8	0.2
年代	20代以下	434	65.2	53.7	69.4	66.6	58.8	66.6	55.1	45.2	52.8	2.5
	30代	510	66.9	50.2	62.2	55.1	55.3	57.1	52.7	44.1	46.1	0.2
	40代	108	53.7	59.3	66.7	55.6	53.7	61.1	53.7	38.9	39.8	0.9
	50代	14	64.3	71.4	57.1	71.4	50.0	92.9	7.1	57.1	71.4	0.0
性別×年代	男性-20代以下	266	62.0	53.8	66.9	65.0	56.0	64.7	54.9	40.2	50.4	4.1
	男性-30代	219	69.4	52.5	74.0	60.7	63.5	63.9	60.3	51.6	53.9	0.5
	男性-40代	61	65.6	67.2	80.3	60.7	65.6	72.1	60.7	45.9	45.9	0.0
	男性-50代	11	81.8	81.8	72.7	72.7	54.5	100.0	9.1	54.5	81.8	0.0
	女性-20代以下	168	70.2	53.6	73.2	69.0	63.1	69.6	55.4	53.0	56.5	0.0
	女性-30代	291	64.9	48.5	53.3	50.9	49.1	51.9	47.1	38.5	40.2	0.0
	女性-40代	47	38.3	48.9	48.9	48.9	38.3	46.8	44.7	29.8	31.9	2.1
	女性-50代	3	0.0	33.3	0.0	66.7	33.3	66.7	0.0	66.7	33.3	0.0

(性年代別)



(%)

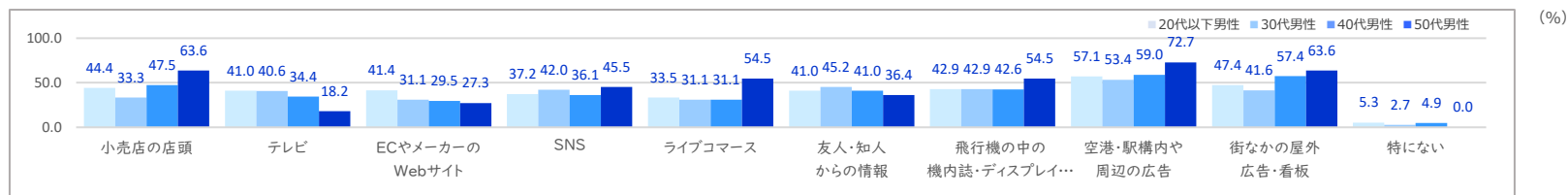


(%)

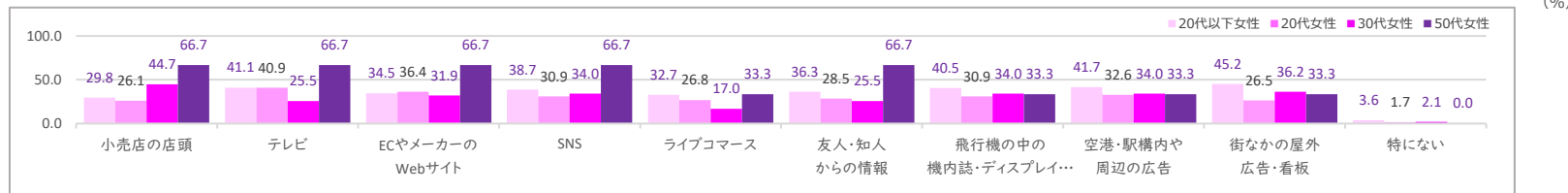
(2) 日本滞在中の情報

		合計	小売店の店頭	テレビ	ECやメーカーのWebサイト	SNS	ライブコマース	友人・知人からの情報	飛行機の中の機内誌・ディスプレイ画面広告	空港・駅構内や周辺の広告	街なかの屋外広告・看板	特にない
全体		1066	35.3	39.7	35.6	36.7	30.4	37.1	38.9	46.4	40.3	3.3
性別	男性	557	40.8	39.7	35.7	39.1	32.7	42.5	43.1	56.2	46.5	4.1
	女性	509	29.3	39.7	35.6	34.0	27.9	31.0	34.4	35.8	33.6	2.4
年代	20代以下	434	38.7	41.0	38.7	37.8	33.2	39.2	41.9	51.2	46.5	4.6
	30代	510	29.2	40.8	34.1	35.7	28.6	35.7	36.1	41.6	32.9	2.2
	40代	108	46.3	30.6	30.6	35.2	25.0	34.3	38.9	48.1	48.1	3.7
	50代	14	64.3	28.6	35.7	50.0	50.0	42.9	50.0	64.3	57.1	0.0
性別×年代	男性-20代以下	266	44.4	41.0	41.4	37.2	33.5	41.0	42.9	57.1	47.4	5.3
	男性-30代	219	33.3	40.6	31.1	42.0	31.1	45.2	42.9	53.4	41.6	2.7
	男性-40代	61	47.5	34.4	29.5	36.1	31.1	41.0	42.6	59.0	57.4	4.9
	男性-50代	11	63.6	18.2	27.3	45.5	54.5	36.4	54.5	72.7	63.6	0.0
	女性-20代以下	168	29.8	41.1	34.5	38.7	32.7	36.3	40.5	41.7	45.2	3.6
	女性-30代	291	26.1	40.9	36.4	30.9	26.8	28.5	30.9	32.6	26.5	1.7
	女性-40代	47	44.7	25.5	31.9	34.0	17.0	25.5	34.0	34.0	36.2	2.1
女性-50代	3	66.7	66.7	66.7	66.7	66.7	33.3	66.7	33.3	33.3	33.3	0.0

(性年代別)



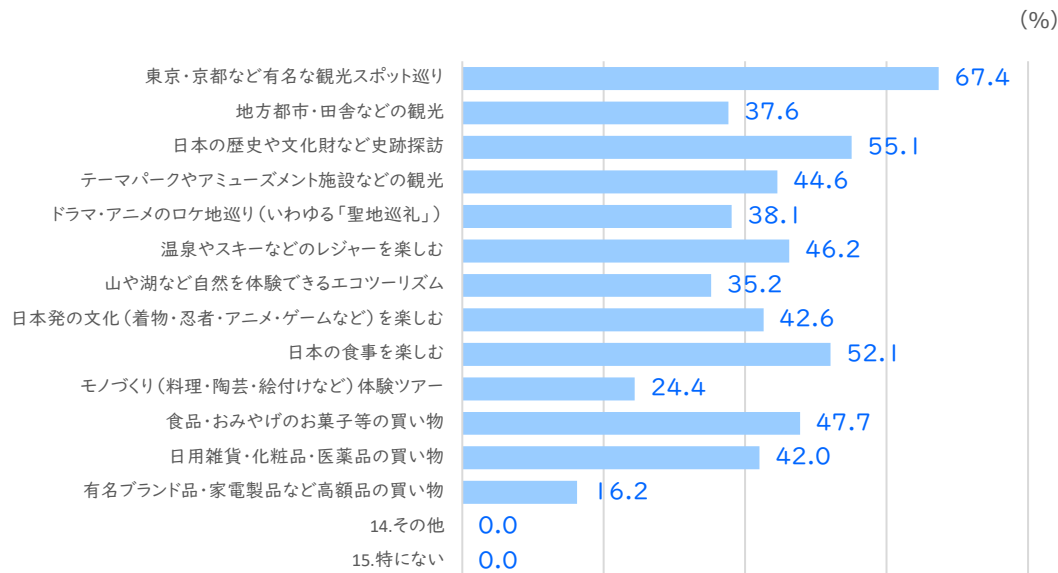
(%)



(%)

Q6.あなたが一番最近の日本訪問でしたことは何ですか。(MA)

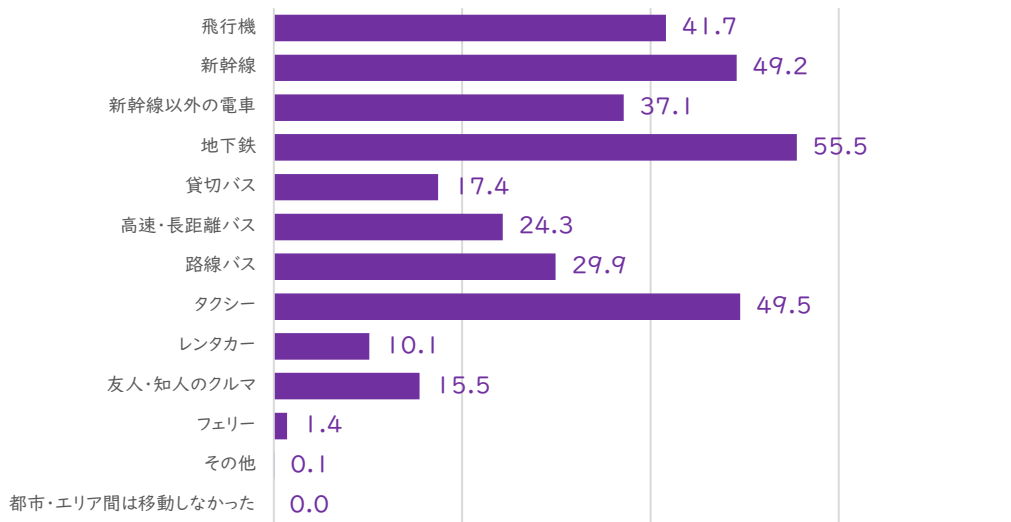
ベトナム (n=1066人)	人	%
東京・京都など有名な観光スポット巡り	718	67.4
地方都市・田舎などの観光	401	37.6
日本の歴史や文化財など史跡探訪	587	55.1
テーマパークやアミューズメント施設などの観光	475	44.6
ドラマ・アニメのロケ地巡り(いわゆる「聖地巡礼」)	406	38.1
温泉やスキーなどのレジャーを楽しむ	493	46.2
山や湖など自然を体験できるエコツーリズム	375	35.2
日本発の文化(着物・忍者・アニメ・ゲームなど)を楽しむ	454	42.6
日本の食事を楽しむ	555	52.1
モノづくり(料理・陶芸・絵付けなど)体験ツアー	260	24.4
食品・おみやげのお菓子等の買い物	509	47.7
日用雑貨・化粧品・医薬品の買い物	448	42.0
有名ブランド品・家電製品など高額品の買い物	173	16.2
14.その他	0	0.0
15.特にない	0	0.0



Q7. 日本を訪問したとき、日本国内での都市・エリア間の移動にどのような交通手段を使用しましたか？(MA)

(%)

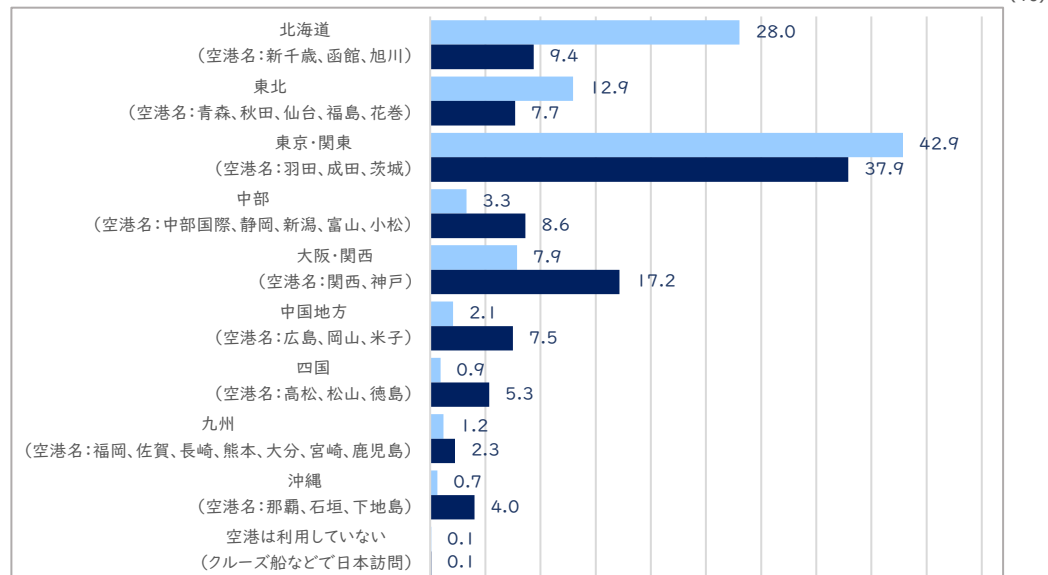
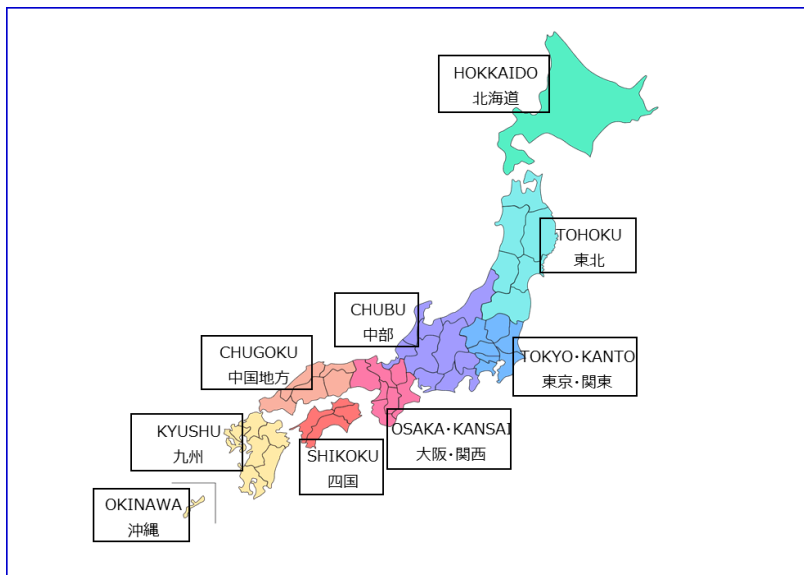
ベトナム (n=1066人)	人	%
飛行機	444	41.7
新幹線	524	49.2
新幹線以外の電車	396	37.1
地下鉄	592	55.5
貸切バス	186	17.4
高速・長距離バス	259	24.3
路線バス	319	29.9
タクシー	528	49.5
レンタカー	108	10.1
友人・知人のクルマ	165	15.5
フェリー	15	1.4
その他	1	0.1
都市・エリア間は移動しなかった	0	0.0



Q8. 日本を訪問したときには、どこの空港を利用しましたか？(1) 日本入国時の利用空港、(2) 日本出国時の利用空港、をそれぞれ教えてください。(SA)

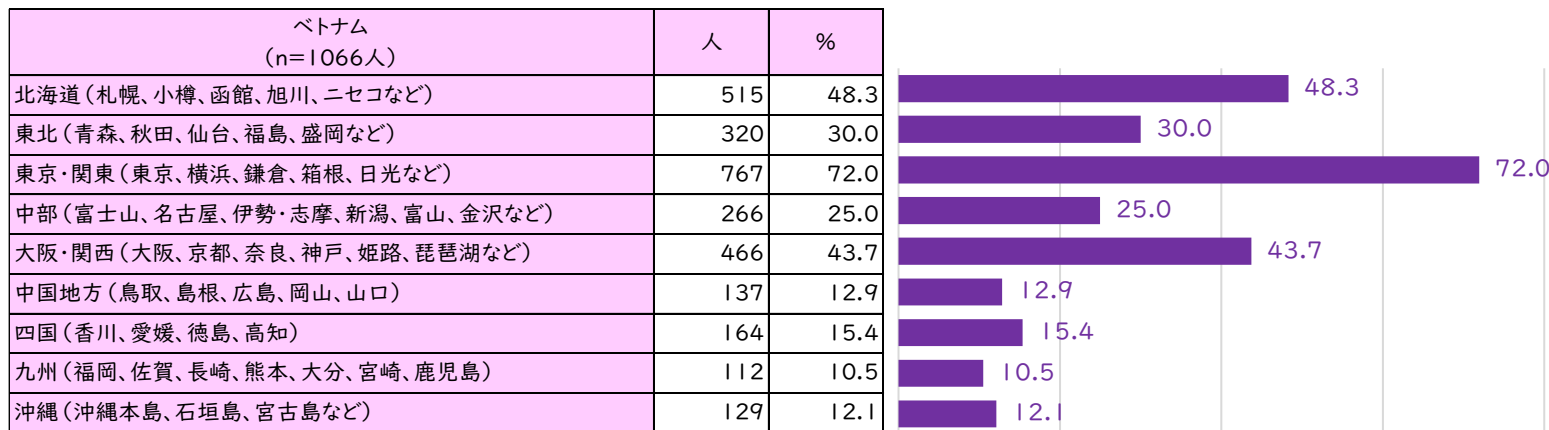
	全体	北海道 (空港名:新千歳、函館、旭川)	東北 (空港名:青森、秋田、仙台、福島、花巻)	東京・関東 (空港名:羽田、成田、茨城)	中部 (空港名:中部国際、静岡、新潟、富山、小松)	大阪・関西 (空港名:関西、神戸)	中国地方 (空港名:広島、岡山、米子)	四国 (空港名:高松、松山、徳島)	九州 (空港名:福岡、佐賀、長崎、熊本、大分、宮崎、鹿児島)	沖縄 (空港名:那覇、石垣、下地島)	空港は利用していない (クルーズ船などで日本訪問)
(1) 日本入国時の利用空港	1066	28.0	12.9	42.9	3.3	7.9	2.1	0.9	1.2	0.7	0.1
(2) 日本出国時の利用空港	1066	9.4	7.7	37.9	8.6	17.2	7.5	5.3	2.3	4.0	0.1

■ 日本入国時の利用空港 ■ 日本出国時の利用空港 (%)



Q9.あなたが一番最近、日本を訪問したときには、どの都市・エリアに行き(MA)

(%)

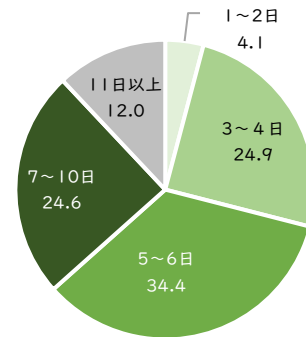


Q10. あなたが一番最近、日本を訪問したときの滞在日数を教えてください。(SA)

(1) 日本滞在日数の合計

(%)

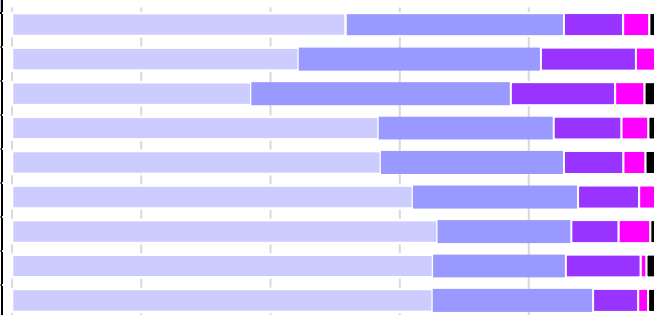
		1~2日	3~4日	5~6日	7~10日	11日以上
全体	1066人	4.1	24.9	34.4	24.6	12.0
男性	557人	4.5	20.6	32.0	28.4	14.5
女性	509人	3.7	29.5	37.1	20.4	9.2



(2) 各都市・エリアでの滞在日数

ベトナム	全体	1~2日	3~4日	5~6日	7~10日	11日以上
北海道(札幌、小樽、函館、旭川、ニセコなど)	515	51.7	33.8	9.1	4.1	1.4
東北(青森、秋田、仙台、福島、盛岡など)	320	44.4	37.5	14.7	3.1	0.3
東京・関東(東京、横浜、鎌倉、箱根、日光など)	767	37.0	40.2	16.2	4.6	2.1
中部(富士山、名古屋、伊勢・志摩、新潟、富山、金沢など)	266	56.8	27.1	10.5	4.1	1.5
大阪・関西(大阪、京都、奈良、神戸、姫路、琵琶湖など)	466	57.1	28.3	9.2	3.4	1.9
中国地方(鳥取、島根、広島、岡山、山口)	137	62.0	25.5	9.5	2.9	0.0
四国(香川、愛媛、徳島、高知)	164	65.9	20.7	7.3	4.9	1.2
九州(福岡、佐賀、長崎、熊本、大分、宮崎、鹿児島)	112	65.2	20.5	11.6	0.9	1.8
沖縄(沖縄本島、石垣島、宮古島など)	129	65.1	24.8	7.0	1.6	1.6

■ 1~2日 ■ 3~4日 ■ 5~6日 ■ 7~10日 ■ 11日以上



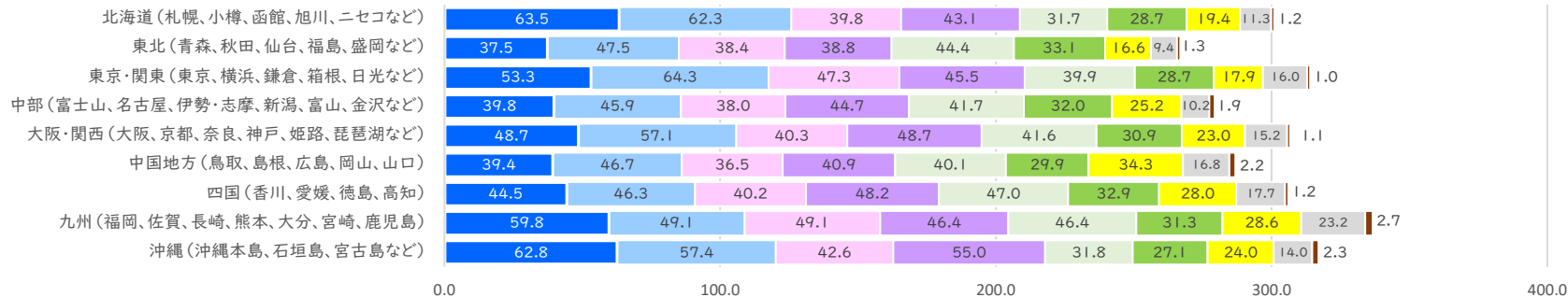
Q11. 日本を訪問したときに、どの都市・エリアのどんなお店で買物をしましたか？それぞれ利用したお店の種類を教えてください。(MA)

ベトナム	全体	コンビニエンスストア	スーパー	ドラッグストア	百貨店	ドン・キホーテなどのディスカウントストア	100円ショップ	ハンズ、LOFT、PLAZA	家電量販店	この中にはない・利用していない
北海道(札幌、小樽、函館、旭川、ニセコなど)	515	63.5	62.3	39.8	43.1	31.7	28.7	19.4	11.3	1.2
東北(青森、秋田、仙台、福島、盛岡など)	320	37.5	47.5	38.4	38.8	44.4	33.1	16.6	9.4	1.3
東京・関東(東京、横浜、鎌倉、箱根、日光など)	767	53.3	64.3	47.3	45.5	39.9	28.7	17.9	16.0	1.0
中部(富士山、名古屋、伊勢・志摩、新潟、富山、金沢など)	266	39.8	45.9	38.0	44.7	41.7	32.0	25.2	10.2	1.9
大阪・関西(大阪、京都、奈良、神戸、姫路、琵琶湖など)	466	48.7	57.1	40.3	48.7	41.6	30.9	23.0	15.2	1.1
中国地方(鳥取、島根、広島、岡山、山口)	137	39.4	46.7	36.5	40.9	40.1	29.9	34.3	16.8	2.2
四国(香川、愛媛、徳島、高知)	164	44.5	46.3	40.2	48.2	47.0	32.9	28.0	17.7	1.2
九州(福岡、佐賀、長崎、熊本、大分、宮崎、鹿児島)	112	59.8	49.1	49.1	46.4	46.4	31.3	28.6	23.2	2.7
沖縄(沖縄本島、石垣島、宮古島など)	129	62.8	57.4	42.6	55.0	31.8	27.1	24.0	14.0	2.3

(%)

(%)

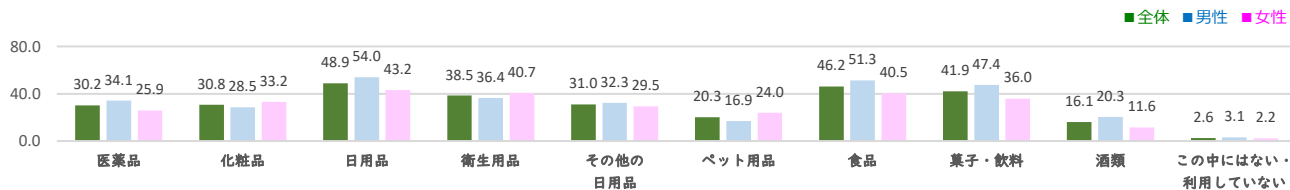
■コンビニエンスストア ■スーパー ■ドラッグストア ■百貨店 ■ドン・キホーテなどのディスカウントストア ■100円ショップ ■ハンズ・LOFT・PLAZA ■家電量販店 ■この中にはない・利用していない



Q12. あなたは、一番最近の日本訪問のときに、お店で買物をしましたか？それぞれのお店について何を買ったのか教えてください。(MA)

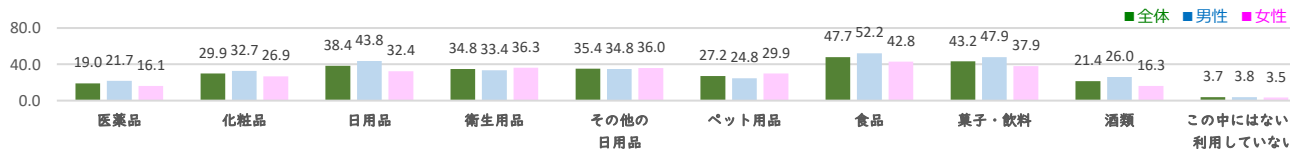
(1) コンビニエンスストア

	医薬品	化粧品	日用品	衛生用品	その他の日用品	ペット用品	食品	菓子・飲料	酒類	この中にはない・利用していない
全体 1066人	30.2	30.8	48.9	38.5	31.0	20.3	46.2	41.9	16.1	2.6
男性 557人	34.1	28.5	54.0	36.4	32.3	16.9	51.3	47.4	20.3	3.1
女性 509人	25.9	33.2	43.2	40.7	29.5	24.0	40.5	36.0	11.6	2.2



(2) スーパー

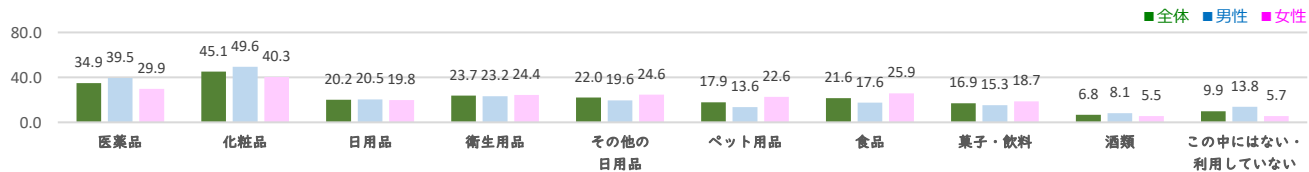
	医薬品	化粧品	日用品	衛生用品	その他の日用品	ペット用品	食品	菓子・飲料	酒類	この中にはない・利用していない
全体 1066人	19.0	29.9	38.4	34.8	35.4	27.2	47.7	43.2	21.4	3.7
男性 557人	21.7	32.7	43.8	33.4	34.8	24.8	52.2	47.9	26.0	3.8
女性 509人	16.1	26.9	32.4	36.3	36.0	29.9	42.8	37.9	16.3	3.5



(3) ドラッグストア

(%)

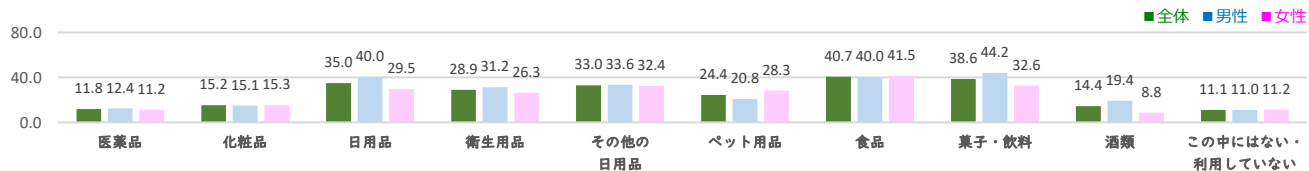
	医薬品	化粧品	日用品	衛生用品	その他の日用品	ペット用品	食品	菓子・飲料	酒類	この中にはない・利用していない
全体 1066人	34.9	45.1	20.2	23.7	22.0	17.9	21.6	16.9	6.8	9.9
男性 557人	39.5	49.6	20.5	23.2	19.6	13.6	17.6	15.3	8.1	13.8
女性 509人	29.9	40.3	19.8	24.4	24.6	22.6	25.9	18.7	5.5	5.7



(4) 百貨店

(%)

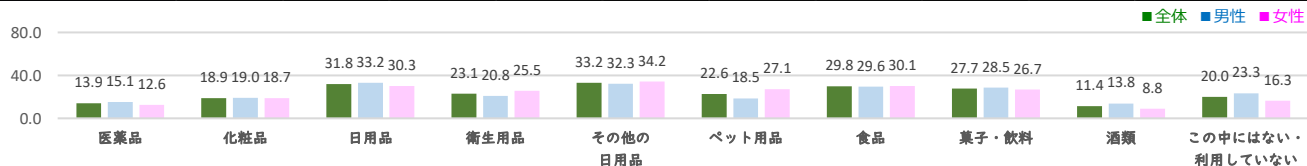
	医薬品	化粧品	日用品	衛生用品	その他の日用品	ペット用品	食品	菓子・飲料	酒類	この中にはない・利用していない
全体 1066人	11.8	15.2	35.0	28.9	33.0	24.4	40.7	38.6	14.4	11.1
男性 557人	12.4	15.1	40.0	31.2	33.6	20.8	40.0	44.2	19.4	11.0
女性 509人	11.2	15.3	29.5	26.3	32.4	28.3	41.5	32.6	8.8	11.2



(5) ドン・キホーテなどのディスカウントストア

(%)

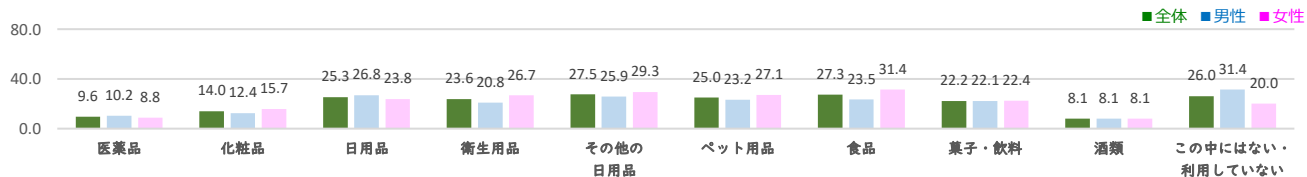
	医薬品	化粧品	日用品	衛生用品	その他の日用品	ペット用品	食品	菓子・飲料	酒類	この中にはない・利用していない
全体 1066人	13.9	18.9	31.8	23.1	33.2	22.6	29.8	27.7	11.4	20.0
男性 557人	15.1	19.0	33.2	20.8	32.3	18.5	29.6	28.5	13.8	23.3
女性 509人	12.6	18.7	30.3	25.5	34.2	27.1	30.1	26.7	8.8	16.3



(6) 100円ショップ

(%)

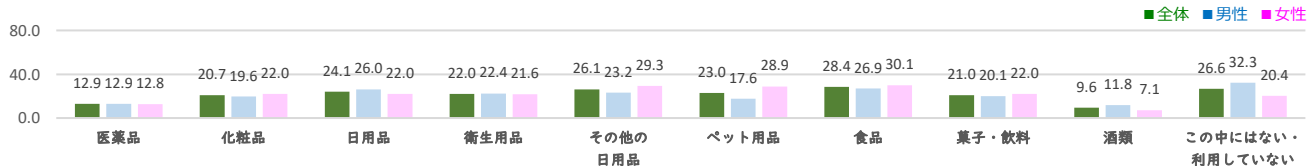
	医薬品	化粧品	日用品	衛生用品	その他の日用品	ペット用品	食品	菓子・飲料	酒類	この中にはない・利用していない
全体 1066人	9.6	14.0	25.3	23.6	27.5	25.0	27.3	22.2	8.1	26.0
男性 557人	10.2	12.4	26.8	20.8	25.9	23.2	23.5	22.1	8.1	31.4
女性 509人	8.8	15.7	23.8	26.7	29.3	27.1	31.4	22.4	8.1	20.0



(7) ハンズ、LOFT、PLAZA

(%)

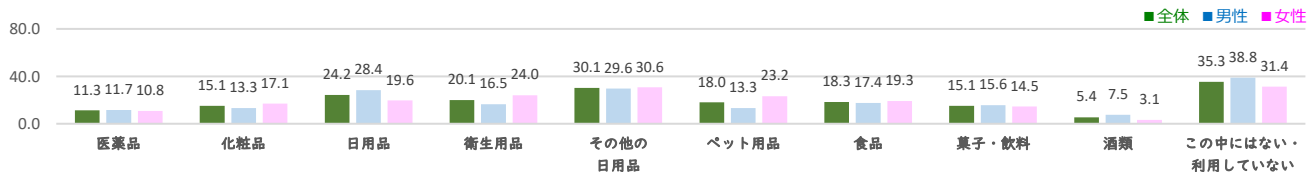
	医薬品	化粧品	日用品	衛生用品	その他の日用品	ペット用品	食品	菓子・飲料	酒類	この中にはない・利用していない
全体 1066人	12.9	20.7	24.1	22.0	26.1	23.0	28.4	21.0	9.6	26.6
男性 557人	12.9	19.6	26.0	22.4	23.2	17.6	26.9	20.1	11.8	32.3
女性 509人	12.8	22.0	22.0	21.6	29.3	28.9	30.1	22.0	7.1	20.4



(8) 家電量販店

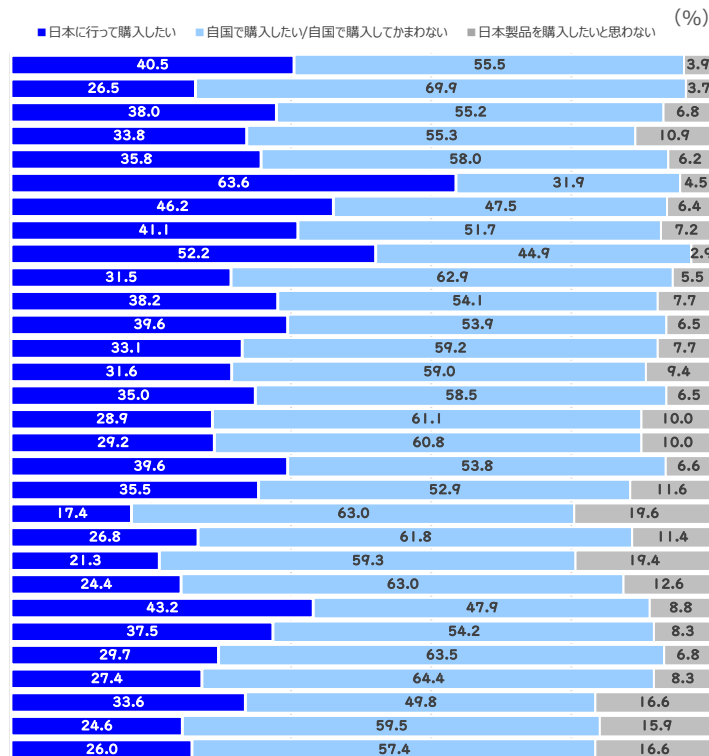
(%)

	医薬品	化粧品	日用品	衛生用品	その他の日用品	ペット用品	食品	菓子・飲料	酒類	この中にはない・利用していない
全体 1066人	11.3	15.1	24.2	20.1	30.1	18.0	18.3	15.1	5.4	35.3
男性 557人	11.7	13.3	28.4	16.5	29.6	13.3	17.4	15.6	7.5	38.8
女性 509人	10.8	17.1	19.6	24.0	30.6	23.2	19.3	14.5	3.1	31.4



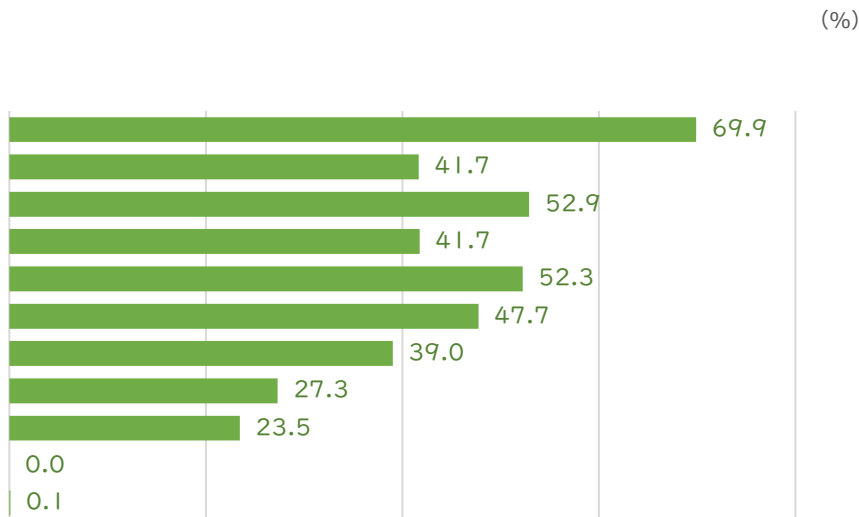
Q13. 次にあげる日本製品 (Made in Japan) について、「日本に行つて購入したい」「自国で購入したい/自国で購入してかまわない」「日本製品を購入したいと思わない」のうち、あなたのお考えに近いものをそれぞれ教えてください。(SA)

ベトナム	全体	日本に行つて購入したい	自国で購入したい/ 自国で購入してかまわない	日本製品を購入したいと思わない
1.風邪薬(パブロン、ジキニンなど)	1066	40.5	55.5	3.9
2.解熱鎮痛剤(ロキソニンS、イブなど)	1066	26.5	69.9	3.7
3.胃腸薬(太田胃散、キャベジンコーワなど)	1066	38.0	55.2	6.8
4.漢方薬(ダスモック〈清肺湯〉、ナイトールなど)	1066	33.8	55.3	10.9
5.目薬	1066	35.8	58.0	6.2
6.メイクアップ化粧品(口紅、ファンデーションなど)	1066	63.6	31.9	4.5
7.基礎化粧品(化粧水、乳液など)	1066	46.2	47.5	6.4
8.化粧小物(爪切り、ビューラー、カミソリなど)	1066	41.1	51.7	7.2
9.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)	1066	52.2	44.9	2.9
10.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)	1066	31.5	62.9	5.5
11.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)	1066	38.2	54.1	7.7
12.アイケア用品(目の洗浄剤、ホットアイマスク「めぐリズム」など)	1066	39.6	53.9	6.5
13.ヘアケア用品(シャンプー、トリートメント、整髪剤など)	1066	33.1	59.2	7.7
14.防虫・消虫剤(防虫剤、蚊取り線香、ゴキブリ捕獲器など)	1066	31.6	59.0	9.4
15.芳香・消臭剤(消臭剤、芳香剤、衣類消臭スプレーなど)	1066	35.0	58.5	6.5
16.衣料洗濯用品(洗濯洗剤、柔軟剤など)	1066	28.9	61.1	10.0
17.紙製品(ティッシュペーパー、トイレットペーパーなど)	1066	29.2	60.8	10.0
18.使い捨てカイロ、熱冷却シート(熱さまシート、冷えピタなど)	1066	39.6	53.8	6.6
19.紙おむつ(ベビー用)	1066	35.5	52.9	11.6
20.紙おむつ(大人用)	1066	17.4	63.0	19.6
21.生理用品(ナプキン、尿とりパッドなど)	1066	26.8	61.8	11.4
22.避妊用具	1066	21.3	59.3	19.4
23.マスク	1066	24.4	63.0	12.6
24.ベビー用品・粉ミルク・ベビーフード	1066	43.2	47.9	8.8
25.健康食品・サプリメント・酵素	1066	37.5	54.2	8.3
26.生活雑貨(食器用洗剤、住居用洗剤、スポンジなど)	1066	29.7	63.5	6.8
27.その他の日用品	1066	27.4	64.4	8.3
28.ペットフード	1066	33.6	49.8	16.6
29.ペットのおやつ	1066	24.6	59.5	15.9
30.ペット用品	1066	26.0	57.4	16.6



Q14. 日本を訪問したときに、「日本国内で日本製品 (Made in Japan) を購入したくなる」ためには、どのようなきっかけや付加価値があれば、購入したくなりますか。(MA)

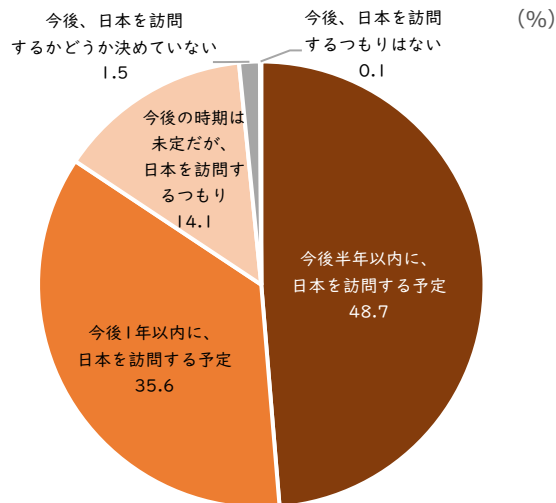
ベトナム (n=1066人)	人	%
お店が信頼(安心)できる・扱っている商品が信用できること	745	69.9
エリア限定・季節限定などの限定品があること	444	41.7
日本国外やEC では取扱っていない商品があること	564	52.9
試用(試着)や試食ができること	445	41.7
豊富な品揃えの中から、サイズなど自分にぴったりのものを見つけられること	557	52.3
特別なセールや割引があること	509	47.7
ノベルティ・ギフトをもらえること	416	39.0
キャラクターとコラボした商品があること	291	27.3
商品の証明書や保証書がついていること	250	23.5
その他	0	0.0
特にない	1	0.1



Q15.あなたは今後、日本を訪問したいと思いますか。(SA)

(%)

		今後半年以内に、 日本を訪問する予定	今後1年以内に、 日本を訪問する予定	今後の時期は未定だが、 日本を訪問するつもり	今後、日本を訪問 するかどうか決めていない	今後、日本を訪問 するつもりはない
全体	1066人	48.7	35.6	14.1	1.5	0.1
男性	557人	40.6	39.7	17.4	2.2	0.2
女性	509人	57.6	31.2	10.4	0.8	0.0



日常生活

◇ 70%以上仕事と収入は増加

仕事については、「とても増えた」「やや増えた」が74.1%に対し、「とても減った」「やや減った」「まったく無くなった」はわずか3.8%という結果だった。それに比例して収入面においても、77.8%が増えたと回答しており、減ったという回答7.5%を大きく上回った。ベトナムは、調査対象3カ国（中国・タイ・ベトナム）の中でも、仕事と収入の「増加実感」が最も強く、経済成長のエネルギーがダイレクトに個人の生活に反映されている市場と言える。

◇ ネットでの買い物が伸長

「お店での買い物」が増えたと回答した人が、半数以上の62.1%となっており、一方で「ネットでの買い物」が増えたと回答した人が83.3%という結果だった。普段の買い物は、ネットでの買い物が最も進行し、かつお店での買い物も極めて高い「ハイブリッドかつアクティブな消費市場」であることが鮮明になった。

◇ 健康に関する意識・関心は高い水準

健康に関する意識・関心が増えた人は、84.8%と高い数値となっている。減った層はわずか2.4%であり、健康志向は一時的なブームではなく不可逆的な生活様式の変化と言える。

◇ 経済的な余裕は3か国で最高の増加実感

経済的な余裕については、「とても増えた」「やや増えた」との回答が73.1%となり、中国（50.5%）、タイ（57.5%）を大きく引き離している結果だった。「とても減った」「やや減った」「まったく無くなった」との回答はわずか6.1%となっており、ベトナム経済の成長が強く現れている。

日本製品の購入・利用

◇ ペット用品以外、60%以上日本製品を購入・利用している

ペット用品以外のいずれのカテゴリにおいて、約半数の人は普段から日本製品を購入・利用していることが確認できた。医薬品、食品、菓子・飲料、化粧品、日用品は80%以上、衛生用品、その他の日用品、酒類においても60%以上の人は日本製品を購入・利用しているようである。

◇ 日本製品はベトナム国内ECで購入が主

ベトナムでの日本製品の購入場所は、「国内ECサイト」が40%~40%で最も多い。普段から利用している日本製品は、ベトナム国内ECで十分に販売されていることが分かる。化粧品(53.4%)、日用品(54.2%)、衛生用品(54.4%)といずれもEC利用率が5割を超え、中国、タイと比較しても国内ECの存在感が大きい。医薬品については、日本へ訪れた際に購入している人が50.5%おり、訪日中にドラッグストアへ立ち寄ることも多いと考えられる。

各国製品の顧客ロイヤルティ

◇ 医薬品においては日本製品が圧倒的に気に入り

医薬品(74.5%)において、日本製品は自国製品(45.5%)を大きく引き離し、圧倒的な信頼を得ている結果となった。ペット用品、その他の日用品を除くと、どのカテゴリにおいても5割以上の割合で日本製品が支持されている結果となった。

海外ブランドや商品情報の入手方法

◇ ECサイト、店頭、友人・知人が情報源

訪問前の海外ブランドや商品情報との出会いの場所は、ECやメーカーのWebサイト(65.5%)が最も多い、スペックや公式情報を重視する傾向が伺える。次いで小売りの店頭(64.8%)、「友人・知人からの情報」(61.8%)が高い数値となっている。

滞在中は、訪日前と比較して全体的に数値が下がるが、40代女性は「小売店の店頭(44.7%)」を滞在中も情報源として活用しており、現地での実物確認を重視していることが分かる。

日本に訪問するとき、したいこと

◇ ゴールデンルート観光が主な訪日目的

訪日中にしたいことは、「東京・京都など有名な観光スポット巡り」(67.4%)、「日本の歴史や文化財など史跡探訪」(55.1%)が上位となっており、ゴールデンルートを中心とした観光が主流だと伺える。次いで「日本の食事を楽しむ」(52.1%)、「食品・お土産のお菓子等の買い物(47.7%)」、「温泉やスキーなどのレジャーを楽しむ」(46.2%)、「日本発の文化(着物・忍者・アニメ・ゲームなどを楽しむ」(42.6%)という結果となっている。

ベトナム訪日ゲストは「有名スポットを回りつつ、日本食と文化体験を重視し、実用的なお土産をしっかりと買うという、非常にバランスの良い観光スタイルを持っていると言えそう。

滞在期間中移動手段・出入国時利用空港

◇ 日本国内の移動は地下鉄、タクシーの利用が上位

日本国内での移動手段は、地下鉄(55.5%)、タクシー(49.5%)の利用が約半数を占めており、都市・エリア間の移動において、非常に高い利用率を示している。

◇ 出入国時の利用空港

「東京・関東」入国時42.9%、出国時37.9%と最大の拠点だと分かる。「北海道」入国時は28.0%と非常に高いが、出国時は9.4%まで低下した。一方で「大阪・関西」では、入国時7.9%に対し、出国時は17.2%と倍増していることが分かった。ベトナムの訪日ゲストは、北海道から入国し、東京を経て大阪から出国するというルートが黄金パターン化していることが見て取れる。

滞在期間中訪問したエリア／都市・滞在日数

◇ 滞在日数は5日以上が約7割

訪日中のトータル滞在日数は、「5~6日」が34.4%で最も多い。「7~10日」が24.6%、11日以上滞在する層も12%に達しており、中国(7.5%)、タイ(5.7%)と比べても多く、ベトナムの訪日ゲストは日本でゆっくり中長期間を過ごすようだ。

◇ 訪問エリア／都市

「東京・関東」(40.2%)が3~4日、「北海道」では(33.8%)が3~4日、東北エリアでも(37.5%)が多い結果となった。地方エリアの中国地方(62.0%)、四国(65.9%)、沖縄(65.1%)では、1~2日の滞在が中心という結果となった。

訪問時に利用した店舗の種類（都市・エリア別）

◇ エリア別

「北海道エリア」：コンビニエンスストア（63.5%）、スーパー（62.3%）が上位となっており、

「四国・九州エリア」：ドラッグストアの利用率が（四国40.2%、九州49.1%）と高い。

「中国地方エリア」：「ハンズ、LOFT、PLAZA」の利用が34.3%で、中国、タイより突出して高い結果となった。

日本に訪問するとき、お買物の場所

◇ 「コンビニエンスストア」「スーパー」「ドラッグストア」「百貨店」の利用が上位

「コンビニエンスストア」（97.4%）がトップ、ついで「スーパー」（96.3%）、「ドラッグストア」（90.1%）、「百貨店」（88.9%）という順位となった。

店舗業態別でみると、

「コンビニエンスストア」では、日用品（48.9%）、食品（46.2%）、菓子・飲料（41.9%）が上位となっており、

「スーパー」では、食品（47.7%）がトップ、次いで菓子・飲料（43.2%）、日用品（38.4%）という順位となっており、

「ドラッグストア」では、化粧品（45.1%）、医薬品（34.9%）、衛生用品（23.7%）が上位となっており、

「百貨店」では、食品（40.7%）、菓子・飲料（38.6%）、日用品（35.0%）、その他の日用品（33.0%）の購入が多い結果となった。

日本製品に対する購入意向

◇ 日本に行って購入したい商品

メイクアップ化粧品が(63.6%)とトップで、次いでボディケア用品(52.2%)基礎化粧品(46.2%)となっており、その他、ベビー用品・粉ミルク・ベビーフード(43.2%)、化粧小物(41.1%)が上位となった。

ベトナムの訪日ゲストは日本で日本の化粧品やベビー用品などを好んで購入していることが見て取れる。

◇ 自国で購入しても構わない商品

解熱鎮痛剤(69.9%)、マスク(63.0%)、口腔ケア(62.9%)、紙製品(60.8%)、ペットのおやつ(59.5%)などが目立っており、これらのカテゴリ商品は自国で調達する傾向のようだ。

ベトナムはタイと同様に、自国でも日本の医薬品、日用品が流通しており、それらの商品は自国で購入意向が高い。

日本で日本製品を購入したくなる動機・付加価値

◇ お店が信頼(安心)できる・取り扱っている商品が信用できるがトップ

「お店が信頼(安心)できる・扱っている商品が信用できる」(69.9%)がトップで、次いで「日本国外やECでは取り扱っていない商品があること」(52.9%)、「豊富な品揃えの中から、サイズなど自分にぴったりのものを見つけられること」(52.3%)、「特別なセールや割引があること」(47.7%)という順位となった。

ベトナムの訪日客は、店舗を信頼しており、日本での体験を通じて、どこにもない特別な価値を持ち帰りたいという意欲が高いようだ。

今後の訪日意向

◇ ほぼすべての回答者が再訪予定

「今後半年以内に日本を訪問する予定がある」(48.7%)と「今後、1年以内に日本を訪問する予定がある」(35.6%)を加えると84.3%に達している。8割以上の回答者は、近い将来の再訪を計画していることが伺える。

「今後の時期は未定だが、日本を訪問するつもり」を含めて、98.4%の人が今後日本に訪問する意向がある結果となった。

本レポートのご利用に関して

(1) 制作目的

本レポートは、日本の消費財流通に携わる方々の事業発展に寄与すべく、訪日外国人における一般消費財の購買・利用実態、ならびに今後の訪日の意向等を調査し、その結果をまとめたものです。

(2) 著作権その他の知的財産権

本レポート及び本レポート作成のために当社が利用したデータの著作権その他の知的財産権は、個別に明示がない限り、すべて発行元である、株式会社プラネットに帰属します。

(3) 引用

- ・ 本レポートの内容を業務資料又は学術論文に引用する場合は、出典を明記の上、著作権法第 32 条で認められた「引用」の範囲内でご利用ください。
(出典の記載例)
出典:株式会社プラネット『インバウンド消費を拡大させる意識と行動2026』P.〇〇
- ・ 新聞、雑誌、書籍、パンフレットなどの商業出版物、ウェブコンテンツやテレビ番組など、前記業務資料又は学術論文以外の用途での引用を希望される場合は、お問い合わせ先に記載の当社窓口にてメールにて詳細をご連絡ください。

(4) 禁止事項

本レポートに関し、以下の行為を禁止します。

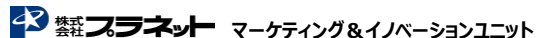
- ・ 前記引用の範囲を超えた、発行元の著作権および知的財産権を侵害する一切の利用行為
- ・ 公序良俗に反する方法での利用行為
- ・ その他、本レポートの制作目的にそぐわないと発行元が判断した行為

(5) 免責事項

- ・ 本レポートを作成するにあたり細心の注意を払っておりますが、本レポート記載の内容については真実性・正確性を保証するものではありません。
- ・ 本レポート記載の内容に関して、重要な事項の記載が欠けていないことの保証はいたしません。
- ・ 本レポートの内容は全て作成時点のものであり、その後の環境の変化により、状況が変更している可能性があります。
- ・ 本レポートの内容は状況の変更に応じて、今後予告なく変更されることがあります。
- ・ 本レポートに含まれる情報は、いかなる目的で使用される場合においても、閲覧者の判断と責任においてご使用ください。
- ・ 本レポートに含まれる情報の使用による行為から生じたいかなる損害に対しても、発行元は責任を負いません。

お問い合わせ先

本レポートの記載内容に関してご不明な点、業務資料又は学術論文以外の用途での引用ご希望などございましたら、以下の窓口までお問い合わせください。



E-mail. ri@planet-van.co.jp