

中国の消費者の日本製品等意識調査(抜粋版)

2017年12月

日本貿易振興機構(ジェトロ)

海外調査部中国北アジア課

中国の消費者の日本製品等意識調査結果概要(1)

1. 日本に対し「礼儀正しい」「サービスが良い」「エコ」のイメージが定着(本編P8,9,10,20)

「技術力が高い」「ファッションナブル」をはじめとする9つの項目について、日本、中国、米国など9カ国の何れをイメージするかを回答してもらったところ、日本は「礼儀正しい(38.6%)」「サービスが良い(38.5%)」「エコ(省エネ、環境に優しい)(36.4%)」の3項目で第1位となった。これらは調査開始の2013年以来5年連続第1位であり、日本に対するイメージとして定着している。

「技術力が高い」については、米国(42.0%)、ドイツ(20.2%)に次いで日本(15.0%)が第3位という順位は5年間変わらないが、日本だけが初回調査の2013年(米国50.9%、ドイツ24.4%、日本9.9%)に比べポイントが上昇している。

N=1,224

〇〇のイメージの国は?(単一回答):上位3カ国

分野	1位	2位	3位	日本
技術力が高い	米国	ドイツ	日本	—
画期的、革新的	米国	日本	中国	—
高級品	米国	フランス	ドイツ	5位
ファッションナブル	フランス	イタリア	日本	—
エコ(省エネ・環境にやさしい)	日本	ドイツ	米国	—
安全・安心	ドイツ	日本	米国	—
文化的な影響力が大きい	中国	米国	日本	—
サービスが良い	日本	中国	ドイツ	—
礼儀正しい	日本	中国	英国	—

中国の消費者の日本製品等意識調査結果概要(2)

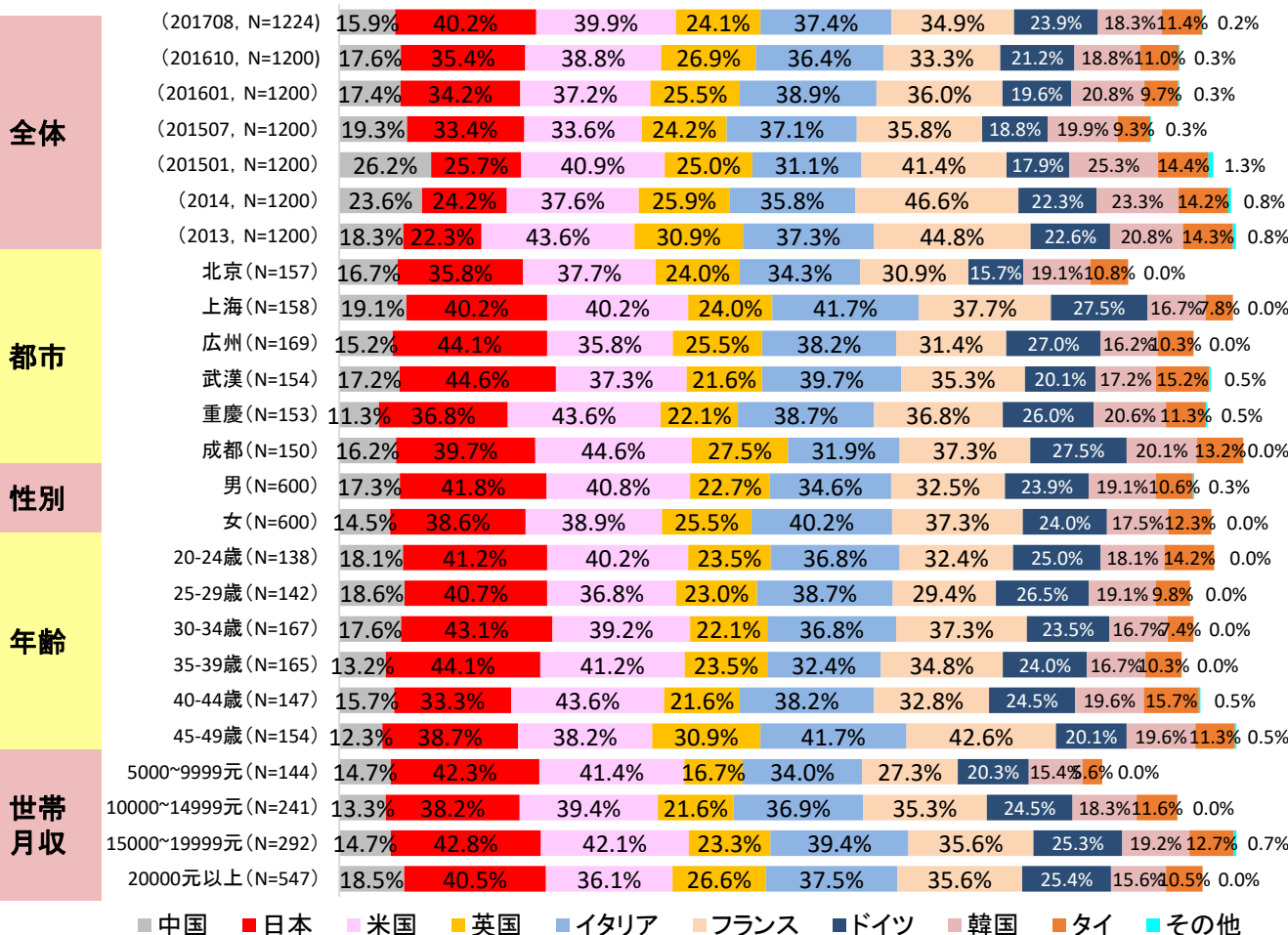
2. 今後行きたい国・地域で日本は初の第1位に(本編P45, 46, 48, 49)。

海外旅行経験者は76.9%、うち日本へ行ったことがある人は61.1%と、回答対象の9カ国のうち第1位である(第2位は韓国48.8%、第3位は米国36.7%)。

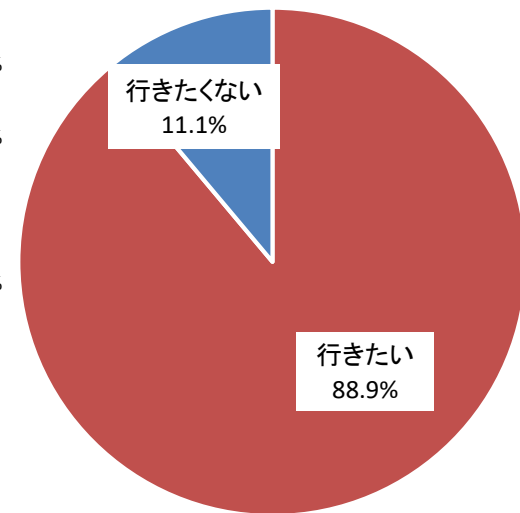
今後行きたい国・地域(3つまで複数回答)でも日本は40.2%で調査開始以来初の第1位となった。日本に旅行に行きたいか行きたくないかの2択の質問においても88.9%が日本に行きたいと答えるなど、海外旅行先として日本は強く支持されているといえる。

あなたが今後行きたい国を3つまでお答えください。(複数回答)

日本に旅行に行きたいですか？(2択)



N=1,224



■ 中国 ■ 日本 ■ 米国 ■ 英国 ■ イタリア ■ フランス ■ ドイツ ■ 韓国 ■ タイ ■ その他



中国の消費者の日本製品等意識調査結果概要(3)

3. 訪日目的のトップ3は「娯楽施設で遊ぶ」「食事」「買い物」。情報源は口コミ(本編P49, 50)

日本でしたいことを聞いたところ、「遊園地、テーマパーク、娯楽施設等で遊ぶ(60.8%)」が第1位となった。第2位は「食事(51.7%)」、第3位は「買い物(50.6%)」であった。また第4位には「桜鑑賞(42.3%)」が入り、季節限定のイベントながら人気の高さが示された。

旅行に関する情報源としては、中国にいる親族・友人、との回答が最も多かった。訪日経験者や日系企業勤務者等からの口コミが主たる情報源として有力なツールとなっていると思われる。なお、旅行会社や日本の観光案内所も比較的多かった。

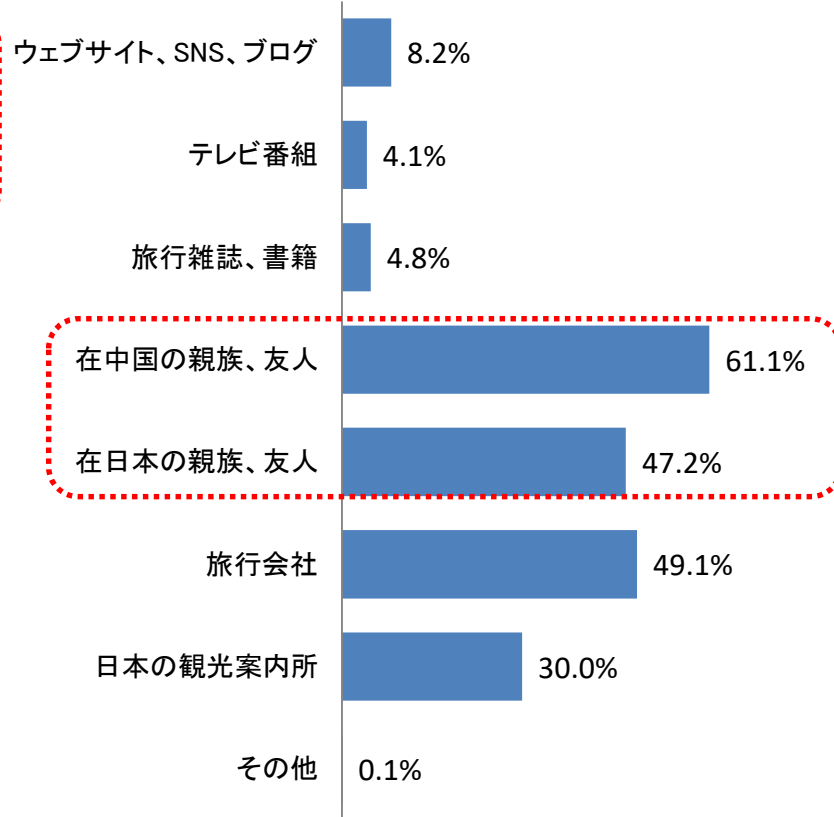
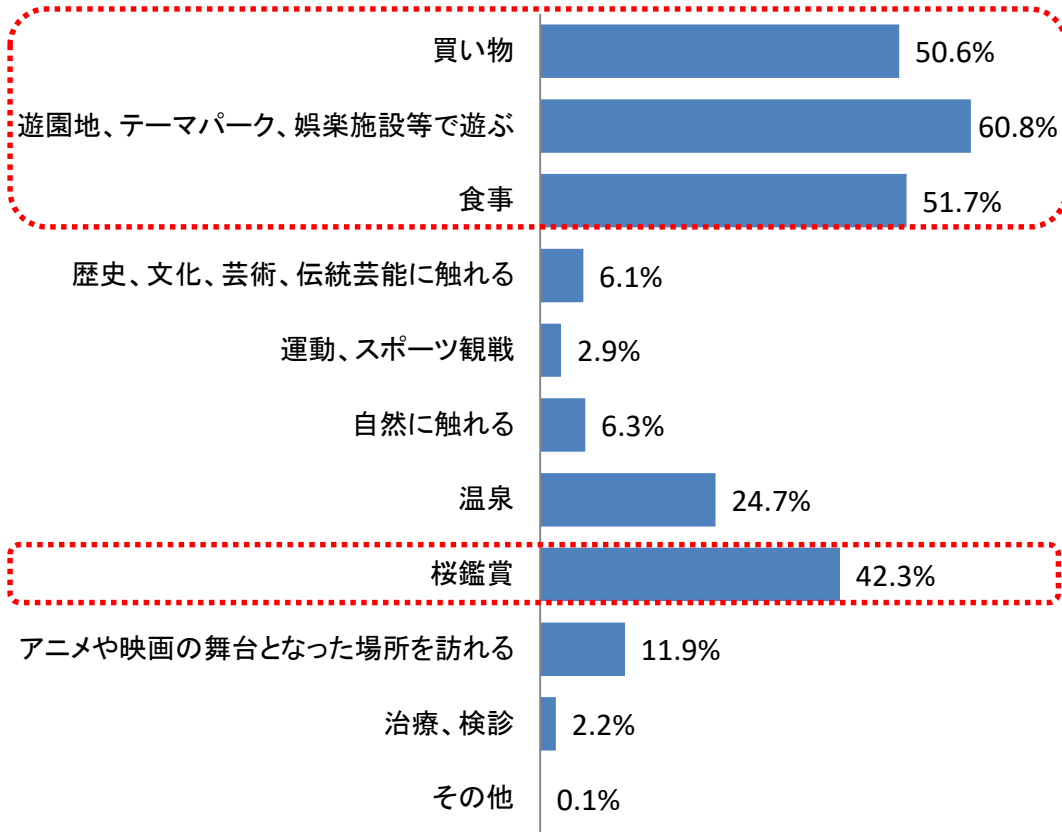
アンケート結果から見れば、中国人旅行客の誘致において、桜鑑賞を要素に取り入れた旅程の提案や、旅行関連情報を在中・在日の中国人の口コミに乗せることは、1つの有効な策と考えられる。

n=1,088

日本に旅行したら、何がしたいですか？ (日本旅行に行きたいと回答した人に聞いた設問、複数回答)

n=1,088

日本旅行の情報を、何から得ますか？ (複数回答)



中国の消費者の日本製品等意識調査結果概要(4)

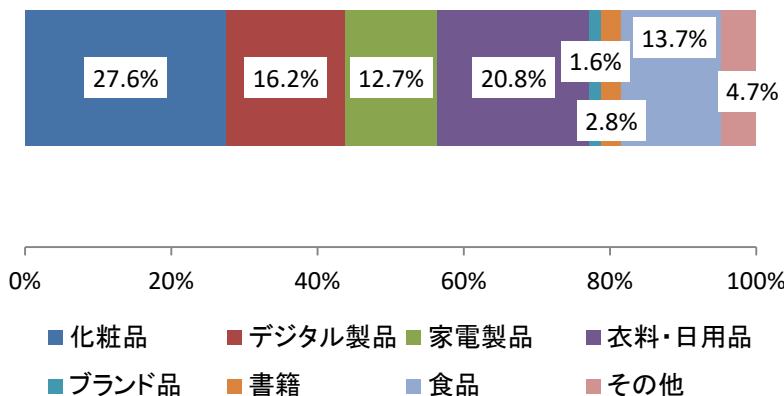
4. 日本製品は「使い方がわかりにくい」との指摘も、購入場所は「百貨店」「家電量販店」などが上位に(本編P51, 52, 53)

日本旅行経験者が日本で最も買いたいものとしては「化粧品」「衣料・日用品」「デジタル製品」「食品」「家電製品」などが挙げられた。購入場所は「百貨店」「家電量販店」「免税店」「ドラッグストア」などが上位となった。

他方、日本製品を選ばず外国製品を買った人もいる。その理由として多かったのは「使い方、機能、効能がわかりにくかった」「値段が高すぎた」などの点であった。そのほか、「製品にストーリー性がない」との意見もあった。これらの点は中国人への日本製品拡販のヒントと言える。

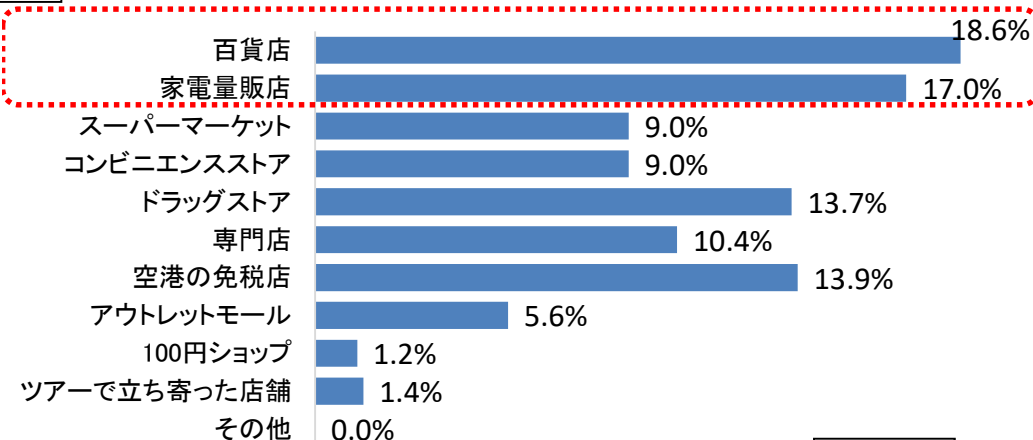
日本で最も買いたかったものは何ですか？(単一回答)

N=576



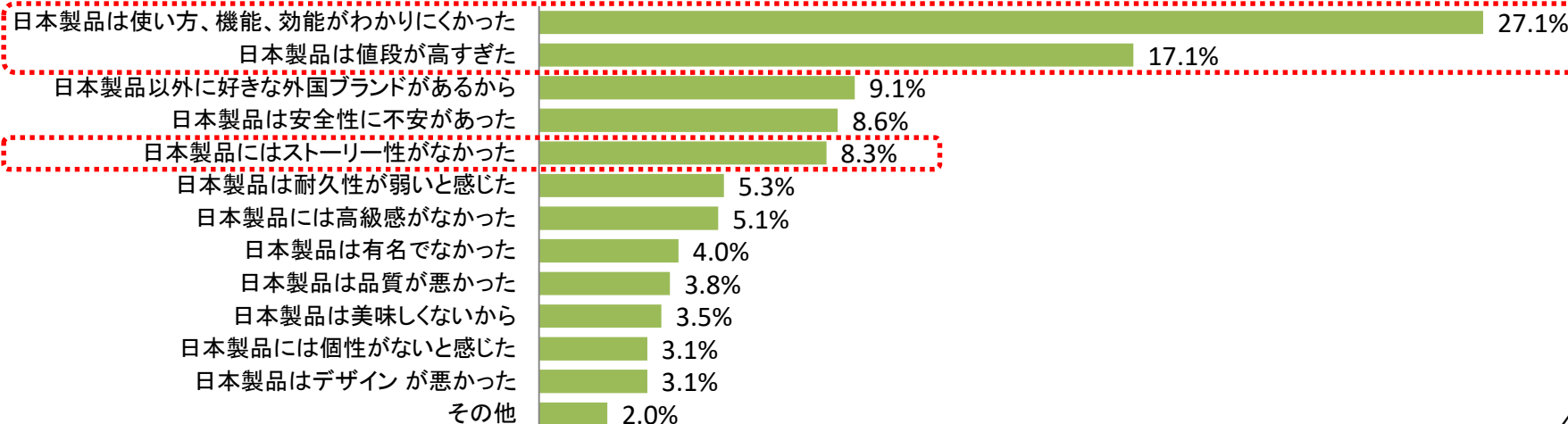
N=575

日本で最も買いたかったものをどこで買いましたか？(単一回答)



日本製品を選ばず、外国製品を買った理由として、最も大きかったのは次のうち、どれですか？(単一回答)

N=1,224



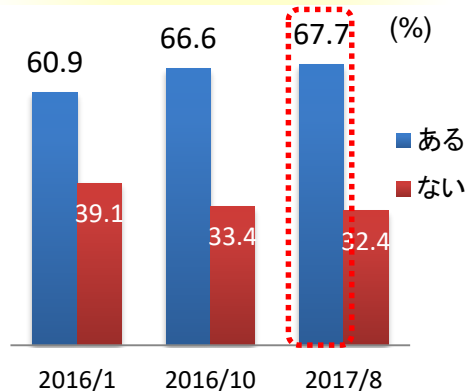
中国の消費者の日本製品等意識調査結果概要(5)

5. 越境ECでの日本商品購入経験者は約7割、訪日旅行で気に入った品を再購入(本編P57)

越境ECでの日本商品の購入経験の有無を聞いたところ、67.7%が「購入したことがある」と回答。また、「ない」と答えた人も4割以上が今後購入したいと答えており、越境ECを通じた日本商品購入のニーズは強い。越境ECを使う理由としては、「中国の店頭で販売されていない製品だから」「日本に旅行をしたときに購入して気に入った製品だから」「ニセモノではないから」「価格が安いから」などが挙げられた。特に、「日本に旅行をしたときに購入して気に入った製品だから」を理由として挙げた人が前回調査時の22.7%から40.4%と17.7ポイントも増加しており、越境EC対策には訪日旅行者の取り込みが重要であることがわかる。購入商品の上位3位は化粧品、食品、医薬品であるが、今後購入したい商品のトップには電気製品が挙げられた。

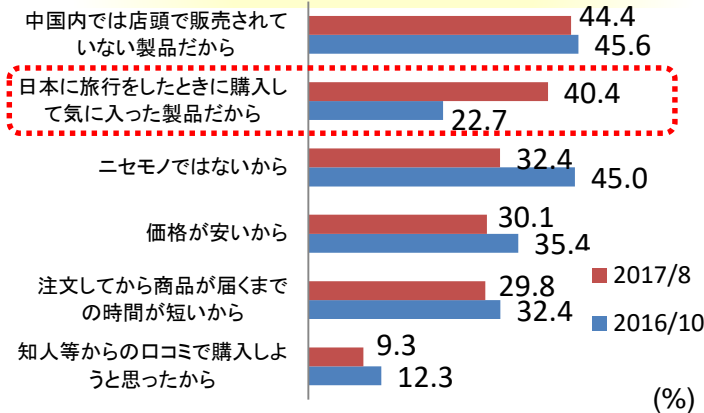
越境ECでの日本輸入品の購入経験の有無

(単数選択、n=1,200(2016/1,2016/10)、1,224(2017/8))



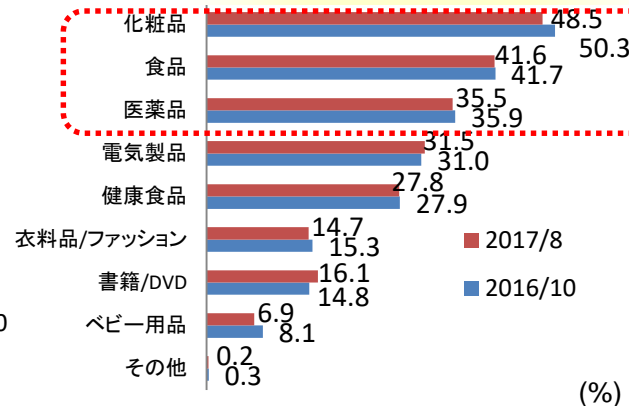
越境ECで商品を購入する理由

(複数選択、n=962(2016/10)、992(2017/8))



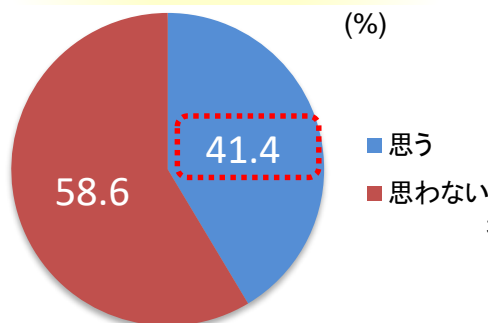
越境ECで購入した商品

(複数選択、n=799(2016/10)、828(2017/8))



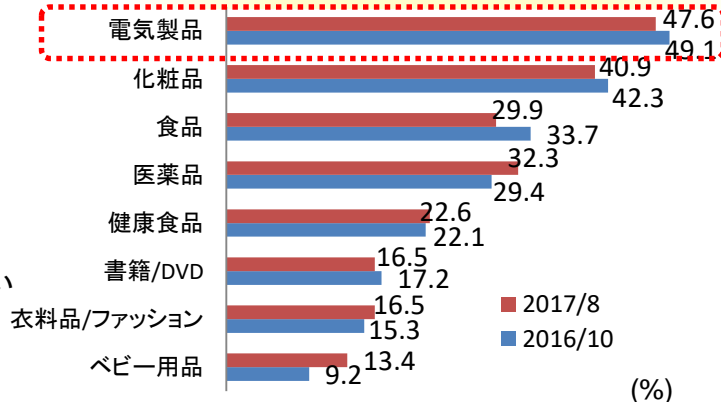
今後越境ECで日本輸入品を購入したいか

(購入経験がない人に質問、単数選択、n=396(2017/8))

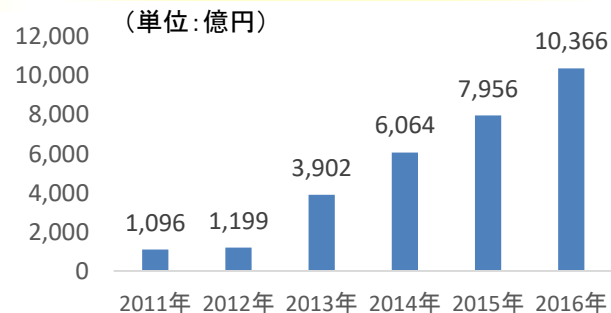


今後越境ECで購入したい商品

(複数選択、n=163(2016/10)、164(2017/8))



中国の越境ECでの購入額(対日本)推計値



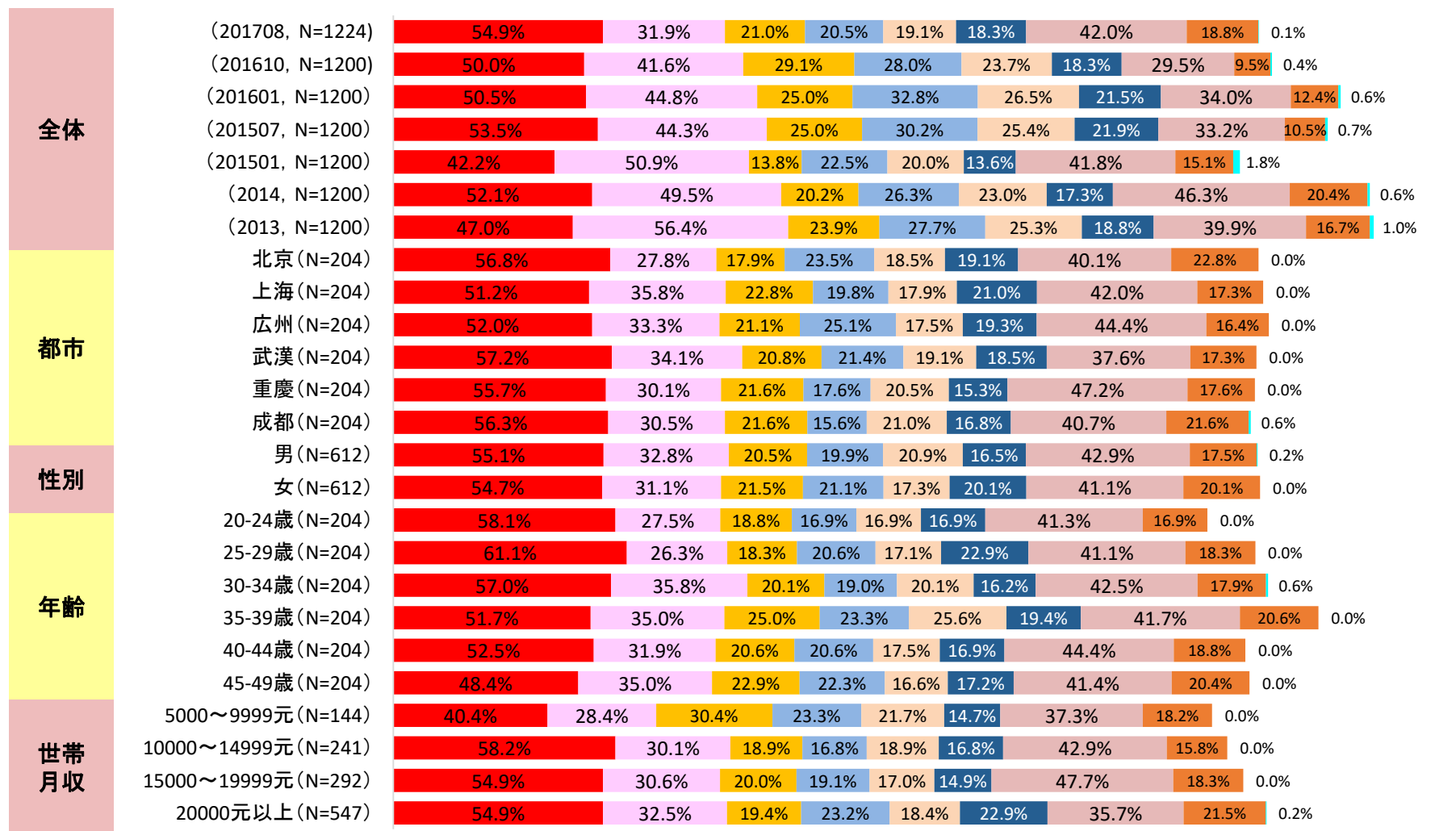
(出所) 経済産業省「我が国経済社会の情報化・サービス化に係る基盤整備(電子商取引に関する市場調査)調査」各年度版

中国の消費者の日本製品等意識調査結果概要(6)

6. 日本産食品の購入経験者は5割を超え、原産国別で3年連続第1位(本編P55, 56)

輸入食品を購入したことがある中国人は82.6%。さらにその輸入食品の原産国について、日本、米国、英国、韓国など8カ国の何れかを回答してもらったところ、日本産食品の購入率は54.9%となり、原産国別で3年連続第1位となった。第2位は韓国(42.0%)、第3位は米国(31.9%)が続いた。日本は初回調査の2013年(47.0%)からの上昇幅が7.9ポイントと調査対象国のなかで最も大きかったほか、属性別でも全ての層で第1位となっている。

あなたがよく購入する輸入食品の原産国をお答えください。(複数回答)

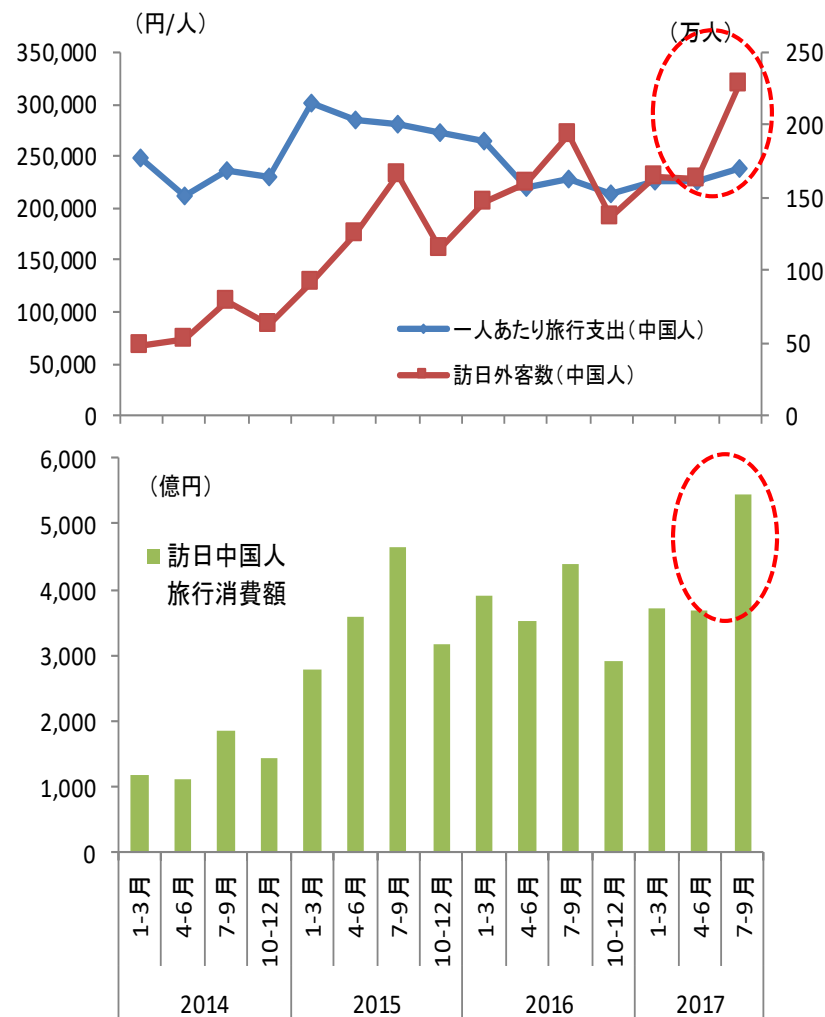


(参考1) 訪日中国人の消費動向: 旅行者増で消費総額にも増加の兆し

【 訪日中国人数と消費額の推移 】

	一人あたり旅行支出(中国人)		訪日外客数(中国人)		訪日中国人旅行消費額	
	円	前年同期比、%	人	前年同期比、%	億円	前年同期比、%
2014 1-3月	248,432	21.5	478,205	87.2	1,188	127.4
4-6月	211,784	-3.9	531,258	89.2	1,125	81.9
7-9月	236,353	18.7	781,309	70.4	1,847	102.3
10-12月	230,154	4.3	620,714	94.1	1,429	102.5
2015 1-3月	300,434	20.9	923,514	93.2	2,775	133.7
4-6月	285,306	34.7	1,255,231	137.1	3,581	219.4
7-9月	280,788	18.8	1,659,568	112.4	4,660	152.4
10-12月	273,298	18.7	1,155,662	86.2	3,158	121.1
2016 1-3月	264,997	-11.8	1,472,116	59.4	3,901	40.6
4-6月	219,996	-22.9	1,604,567	27.8	3,530	-1.5
7-9月	227,821	-18.9	1,930,686	16.3	4,398	-5.6
10-12月	214,136	-12.6	1,366,459	18.3	2,926	-7.3
2017 1-3月	225,489	-14.9	1,648,670	12.0	3,718	-4.7
4-6月	225,485	2.5	1,633,081	1.8	3,682	4.3
7-9月	238,385	4.6	2,278,771	18.1	5,432	23.5

(出所) 観光庁「訪日外国人消費動向調査」



(資料) 観光庁「訪日外国人消費動向調査」



(参考2) 訪日中国人の消費動向: 支出の変化

【 費目別に見た訪日中国人1人当たり旅行支出 】買物代は一人当たりでは増えず

(円/人)

	費目別旅行支出						
	旅行支出 総額	宿泊料金	飲食費	交通費	娯楽サー ビス費	買物代	その他
2015 1-3月	300,434	52,868	43,501	20,256	5,184	176,975	1,651
4-6月	285,306	48,199	40,101	19,480	3,811	173,404	311
7-9月	280,788	54,267	45,398	25,928	9,307	143,620	2,267
10-12月	273,298	43,997	39,285	20,077	5,609	163,928	402
2016 1-3月	264,997	46,975	39,311	21,829	5,130	151,293	459
4-6月	219,996	39,860	35,408	17,104	3,614	123,597	412
7-9月	227,821	51,029	44,769	22,665	6,291	101,964	1,102
10-12月	214,136	36,315	34,467	17,279	4,730	121,041	304
2017 1-3月	225,489	42,641	36,246	19,165	5,786	119,909	1,739
4-6月	225,485	40,556	33,257	15,915	4,430	131,128	198
7-9月	238,385	58,393	44,561	21,381	7,287	104,970	1,792

【 費目別購入率と購入単価 】「カメラ・ビデオカメラ・時計」の購入が減少、「化粧品・香水」は増加。

	①2016/7-9月		②2017/7-9月		①→②	
	購入率 (%)	購入者単価 (円)	購入率 (%)	購入者単価 (円)	購入率の 変化	購入者単 価の変化
菓子類	69.1	9,968	71.1	9,220	2.0	-748
その他食料品・飲料・酒・たばこ	58.3	13,777	61.2	12,317	2.9	-1,460
カメラ・ビデオカメラ・時計	17.4	65,524	15.0	49,240	-2.4	-16,284
電気製品	28.6	32,988	28.6	29,224	0.0	-3,764
化粧品・香水	74.1	36,938	79.1	42,783	5.0	5,845
医薬品・健康グッズ・トイレタリー	71.9	25,871	72.4	24,484	0.5	-1,387
和服(着物)・民芸品	6.9	7,819	8.3	9,428	1.4	1,609
服(和服以外)・かばん・靴	41.7	37,170	44.8	34,616	3.1	-2,554
マンガ・アニメ・キャラクター関連商品	18.5	13,813	18.3	12,701	-0.2	-1,112
書籍・絵葉書・CD・DVD	13.6	8,031	13.9	9,731	0.3	1,700

(注) 購入単価は、その費目を購入した人における当該費目の1人当たり平均支出。

(資料) 観光庁「訪日外国人消費動向調査」