2017年9月

中国・台湾・タイ・ベトナム
アジア4エリア・訪日外国人の買い物と日本へのおもい

生活者研究センター
海外生活者研究室

2016年の訪日外国人旅行者数は過去最高の2403万9000人でした。5年連続で前年を上回り、なかでもアジアからの旅行者が引き続き増えています。彼らの訪日の目的の1つは「買い物」。今回は中国(上海)・台湾・タイ・ベトナムの4エリアからの訪日客に注目しました。購買行動観察やインタビューから、それぞれの買い物の特徴、買い物を通してふれた「日本」の印象、彼らが訪日して感じた日本へのおもいを報告します。

- ●化粧品やトイレタリー商品の購入率の高いアジアの4エリアに注目
- ●訪日時の買い物の特徴や印象に残った体験
- ●日本製品の品質や細やかな工夫も評価。日本人にふれあうこともコト体験
- ●日本人の心にふれ「日本っぽさ」を感じることが楽しい体験に

【調査概要】

対象エリア：中国(上海)・台湾・タイ・ベトナム

訪日旅行者数(ビジネス・留学目的以外)の伸長率と化粧品、医療品、トイレタリー商品の購入金額を参考にこのエリアを選択

「訪日時の買い物行動調査」

調査方法：4エリア共通／行動観察・インタビュー調査

「上海」
調査期間：2015年2月
調査対象：23～40歳
対象者数：10人(男性2人、女性8人)

「台湾」
調査期間：2016年5月
調査対象：22～34歳
対象者数：10人(男性3人、女性7人)

「タイ」
調査期間：2016年3月
調査対象：22～45歳
対象者数：10人(男性2人、女性8人)

「ベトナム」
調査期間：2016年3月
調査対象：25～59歳
対象者数：6人(男性1人、女性5人)

化粧品やトイレタリー商品の購入率の高い アジアの4エリアに注目

インバウンドによるいわゆる「爆買い」は収束傾向にあるといわれていますが、化粧品やトイレタリー商品、医薬品などは、アジアからの旅行者には依然人気の高いカテゴリーです。特に訪日客数の伸長率が高い中国（上海）・台湾・タイ・ベトナムからの訪日旅行者の「買い物」に注目すると、化粧品や医薬品、トイレタリー商品の購入金額と購入率が高いのが特徴です（表1）（表2）。そこでこのエリアからの訪日目的に「買い物」が含まれる人々を対象に調査を実施しました。

（表1）2015年国・地域別外国人旅行者数

	中国	台湾	タイ	ベトナム
人数(千人)	4,238	3,505	738	62
伸長率(%)	142	31	23	50
初訪日(%)	73	22	39	77

◆観光庁データ（観光／レジャー目的訪日者ベース）

（表2）2015年国・地域別外国人旅行者の化粧品／香水、医薬／トイレタリーの購入金額

	中国	台湾	タイ	ベトナム
化粧品/香水（円／人）	46,655	15,706	21,746	44,670
購入率(%)	87	42	57	61
医薬/トイレタリー（円／人）	41,183	18,701	14,039	29,770
購入率(%)	79	82	17	39

◆観光庁データ（観光／レジャー目的訪日者ベース）

訪日時の買い物の特徴や印象に残った体験

旅行者を対象に店頭での買い物行動を観察し、その後のインタビュー調査で購入した商品を提示してもらいながら、日本製品についての考えや選択理由などを聞きました。その中で、買い物を通してふれた「日本」や「日本人」の印象、彼らのおもいなどもみえてきました。

中国（上海）からの訪日旅行者:10人

日本を旅行先に選んだ理由

・日本の商品や文化が好き。
・日本の商品は品質が良いので興味があった。

日本製品のイメージや使用経験

・友達からマスク、かゆみ止め、化粧品などをもらって使ったことがあり、良いと思っていた。
・訪日前に事前に買い物リストを作成する。中国国内や口コミサイトで人気の商品を チェック。

それぞれの買い物の特徴

自分用にも友人用にも複数の商品をそれぞれ多数購入。

中国で人気の商品を多数購入

以前友人からもらって使用感の良かったものを購入

買い物を含む訪日時の体験談

店員さんのすすめで、化粧水、クリーム、乳液のセットを買った。（女性・43歳）

事前にスマホにリストアップした画像とお店での商品を見比べて間違えないように同じものを選ぶ。（女性・32歳）

日本人は夜、誰もいない暗い道でも、ちゃんと交通ルールを守って赤信号では止まって待っている。（男性・31歳）

日本は見るところがたくさんあって、何を食べても美味しくて、楽しい。（女性・36歳）

台湾からの訪日旅行者:10人

日本を旅行先に選んだ理由

・グルメと子供用品の買い物をしにきた。
・台湾で日本製品を買うと高い。日本で買ったほうが安く済む。
・ふだん日本のマンガなどを読んでいて、行ってみたいと思っていた。

日本製品のイメージや使用経験

・台湾にも似た商品はあるが、虫よけなどの製品は効果が日本品の方が良い。
・子供用ミルクなど、日本の製品は高品質だと思う。

それぞれの買い物の特徴

気に入った商品を自分用に1～2点購入。

医薬品を自分用に1つずつ

店頭で店員さんの説明を聞いて自分用に購入

ブランドは気にせず、台湾で買えないものをお店でみつけて買って試してみたい。　(男性・25歳)

歯みがきのチューブに緑色で草花の絵が描いてあり"口臭がフレッシュになる"と感じ購入。日本のパッケージは本当に可愛い。　(女性・32歳)

効果効能の高い医薬品、気に入った日用品を1点ずつ買う。(女性・25歳)

買い物を含む訪日時の体験談

日本人はよく「可愛い」と言うが、日本には商品だけでなく、あちこちに可愛いキャラクターがある。連呼するのがよくわかった。　(女性・22歳)

日本人はギャップがあってびっくり。昼はとても礼儀正しく、夜お酒を飲むと陽気に楽しむ様子が面白いと思った。　(女性・31歳)

タイからの訪日旅行者:10人

日本を旅行先に選んだ理由

・ビザなしで来ることができる。観光する所が多い。
・化粧品の品質が良くて、自国で買うより安い。
・桜の季節が良いと日本に行った友達から話を聞いて、見てみたくなった。

日本製品のイメージや使用経験

・日本人の肌はきれいだから、きっと美肌・美白・保湿の技術が高いと思う。
・使用経験がないものを買うときは、実際に店頭で商品を肌につけて確かめる。

それぞれの買い物の特徴

気に入った商品を自分用に複数購入。肌のためのサプリメントが多数。

気に入っているものをいくつも購入

サプリも肌のため

美白・美肌のために化粧水やアイクリームなどスキンケア商品を探したい。（女性・41歳）

スキンケア商品だけでなく、サプリも美肌に良いと思うから買う。（女性・25歳）

以前使って良かったので、今回はたくさん買っていきたい。（女性・41歳）

買い物を含む訪日時の体験談

奈良で買ったイチゴが美味しかったので、東京でもまた買って食べました。（女性・35歳）

北海道新幹線ができたと聞いて、乗ることを楽しみにしてきた。（男性・45歳）

ベトナムからの訪日旅行者:6人

日本を旅行先に選んだ理由

・息子の大学卒業&大学院入学式の参列。
・日本人の生活について見てみたい。息子と娘の家に宿泊。

日本製品のイメージや使用経験

・日本の食品ならば衛生的で何でも安心して食べられる。
・日本に住んでいる子供の話や新聞、テレビを見て、日本のものは良いと思っている。

それぞれの買い物の特徴

試して良いと思ったものを自分用・友人用に多数購入。

同じ商品をまとめて購入

日用品も色や香りを楽しみたい

日本製品はいろいろな色や香りがあって楽しい。
(女性・25歳)

お店では品揃えが豊富で、楽しいけど迷っちゃう。しっかり試して、自分が良いと思ったものを買いたい。
(女性・48歳)

お土産を含めたくさん購入するので購入金額が高くなる。
(男性・59歳)

買い物を含む訪日時の体験談

街が清潔できれいだからどこで写真を撮っても「ここは日本」とわかる。
(男性・50歳)

渋谷に行ったら、女の子たちが学生なのにメイクしていることに驚いた。
(女性・48歳)

日本製品の品質や細やかな工夫も評価。日本人にふれあうこともコト体験

日本製品について聞いてみると「品質が良い」「安心して使える」「使用成分が信頼できる」など品質への信頼の厚さは共通していました。さらに「日用品の使い勝手や品質へのこだわりがすごい(上海)」「選択肢が多い。デザインがきれい。細かいところにまで気遣いがある(台湾)」「すべての分野において技術が高い。便利を追求する技術が高い(タイ)」「容器の使いやすさなど細かい工夫でも品質を保っている(ベトナム)」といった声が多く、品質だけでなく、使いやすさや自国にないパッケージデザインなど、細部にわたって日本製品の良さを認識していることがわかりました。

店頭での様子は「品ぞろえが豊富で選ぶだけでも楽しい」など、おもいおもいに買い物を楽しんでいました。また、「レジの人のおつりの返し方が丁寧」「袋への詰め方に至るまで接客が細やか」など買い物を通してふれた日本人の対応も好印象・高評価でした。そうした日本人が作るものだから信頼できるといった意見も多数聞かれました。日本人の印象が日本製品への信頼にもつながっているようです。彼らにとって日本での買い物は、単に品質の良いものを買うという物理的なことだけでなく、選ぶ行為そのものや、店頭での日本人とのやりとりなども含め「モノ」だけではない、楽しい「コト」体験となっていたようです。

日本人の心に触れ「日本っぽさ」を感じることが楽しい体験に

訪日で感じた日本人の印象は「積極的で真面目に仕事をしている」「マナーの意識が高い」「ルールを守るから街がきれい」「他人にも常に周囲に気を配っていて親切」など、ふだん私たちには当たり前になっている場面にも日本人の良さを感じとってくれていました。また訪日時の心に残ったことを聞くと「観光地が充実している」「どこに行っても街や景色がきれい」などで、そのようなところに「日本っぽさ」を感じ、好感を持ってくれたようです。今回の調査では、彼らが「モノ」だけでなく、日本人の心や文化にふれて「日本」を楽しんでいたことがわかりました。大げさなことではなく、私たちの笑顔やちょっとした心配りが彼らの日本での楽しい体験につながっているようにみうけられました。

●お問い合わせ・ご意見は　花王株式会社 生活者研究センター

〒131-8501 東京都墨田区文花 2-1-3　TEL. 03-5630-9963(月～金 9:00 ～17:00)　FAX. 03-5630-9584

くらしの研究　http://www.kao.co.jp/lifei/

※掲載の記事・写真の無断掲載・複写を禁じます。