

ホットリンク、中国のSNS上のクチコミを分析 訪日中国人の日本旅行に関するクチコミ数 500万件強 ～最も買ったとつぶやかれたのは「雪肌精 (KOSE)」～

【概要】

ホットリンクグループである、株式会社トレンド Express(本社:東京都千代田区、代表取締役社長 桧野安弘、以下トレンド Express)は、中国のSNS上のクチコミをもとに、2016年における訪日中国人によるインバウンド消費動向を調査し、『2016年訪日中国人消費動向まとめ』として結果を発表します。

《引用・転載時のクレジット表記のお願い》

本リリースの引用・転載時には、必ず「出所:ホットリンク「図解中国トレンド Express」」もしくは「トレンド Express 調べ」と明記ください。

【「日本で買った」というクチコミは1年間で5,106,658件！最もクチコミされたのは「雪肌精」】

2015年12月末から2016年11月上旬までの約1年間に、中国のSNS上で「日本で買った」と書き込まれたクチコミ数は、5,106,658件でした。商品別に集計したところ、1位「雪肌精ホワイト洗顔クリーム」、2位「サンテボーティエ」、3位「クリアターンホワイトマスク(ヒアルロン酸)」となりました。20位中7商品がランクインした「コスメ・美容用品」カテゴリーは、カテゴリー別でも圧倒的なクチコミ数で1位となり、日本で購入される定番商品であることが分かります。また、カテゴリー別のランキングでは2位「衛生・健康用品」カテゴリー、3位「医薬品」が続く結果となりました。このように肌に触れる、口に入る商品カテゴリーが上位を占める点から、“安心・安全”であることが強く求められていることが分かります。

また、注目すべき点は、上位カテゴリーの商品が並ぶ中、13位にランクインした「無印良品 服飾」です。「ファッション」カテゴリーは9位と高い順位ではないにもかかわらず、クチコミをみると無印良品の服飾は、その簡潔で時代の流行を追いかけないスタイルや着心地のよさという点で特に訪日中国人の支持を集めています。「muji(無印良品)に行くといつ服を買ってしまう」というようにリピートするファンがいることも関係しているそうです。また子どもに購入したり、両親に購入したりといった家族と一緒にのシーンもSNS上で見られました。

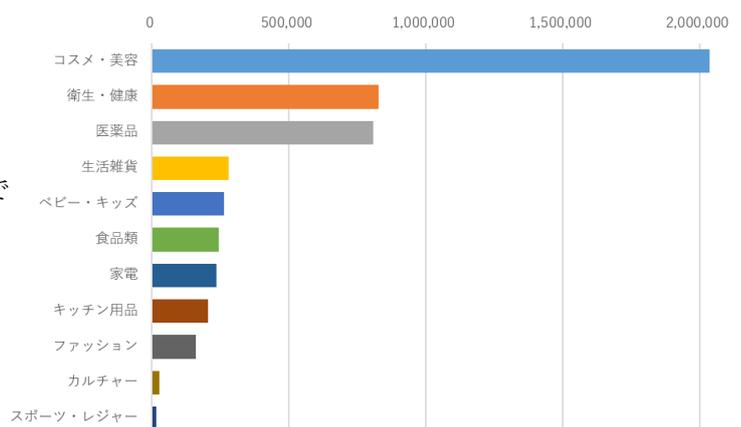
右グラフ
新浪微博上「日本で〇〇を買った」と書き込まれた投稿を収集、集計し
ランキング化
調査期間:2015年12月30日から2016年11月9日
データ出所:トレンド Express 調べ

2016年 日本で買ったものランキング

順位	商品名	メーカー
1位	雪肌精 ホワイト洗顔 クリーム	KOSE
2位	サンテ ボーティエ	参天製薬
3位	クリアターン ホワイト マスク (ヒアルロン酸)	KOSE
4位	雪肌精	KOSE
5位	サンテFX	参天製薬
6位	足すっきりシート 休足時間	ライオン
7位	龍角散ダイレクト	大協薬品工業
8位	プレミアムプレサ ゴールデンジュレマスク ヒアルロン酸	ウテナ
9位	大麦若葉 粉末100%	山本漢方製薬
10位	ヒロインメイク スムースリキッドアイライナー スーパーキープ	伊勢半

新浪微博上「日本で〇〇を買った」と書き込まれた投稿を収集、集計しランキング化
調査期間:2015年12月30日から2016年11月9日
データ出所:トレンド Express 調べ

カテゴリー別日本で買ったものクチコミ数



【2017年注目の商品は、「ベビー・キッズ用品」と「カルチャーグッズ」】

「コスメ・美容用品」「衛生・健康用品」「医薬品」カテゴリーの商品が、訪日中国人の間で定番商品として多くのクチコミを集める一方で、今後は他のどのカテゴリーの需要が高まっていくのでしょうか。昨年、一人っ子政策が廃止されすべての夫婦で二人目の出産が可能となった「二人っ子政策」の施行により、子どもが増加することを踏まえると、今後は「ベビー・キッズ」商品の需要が増加することが予想されます。そこで、今年、「ベビー・キッズ用品」カテゴリーの商品

「ベビー・キッズ」カテゴリー買ったランキング

順位	日本で買ったもの	メーカー
1位	メリーズ	花王
2位	moony	ユニ・チャーム
3位	ベビーバーユマドンナ	マドンナ
4位	明治ステップ	明治
5位	ミキハウス 子供用靴	三起商行

新浪微博上「日本で〇〇を買った」と書き込まれた投稿のうち「ベビー・キッズ」に分類される商品を集集、集計しランキング化
調査期間:2015年12月30日から2016年11月9日
データ出所:トレンドExpress調べ

で「買った」と書き込みされた商品を集計したところ、1位「メリーズ」2位「moony」となり紙オムツが特に人気を集める結果となりました。SNS上には、『実は日本語の成分表示なんてよくわからないけど、みんなが花王がいいというからそれにしよう（メリーズ）』『日本の産院の助産師が推薦！着色料・香料・防腐剤全て不使用！（ベビーバーユマドンナ）』『ミキハウスの服はデザインも質も最高！』といったコメントが複数の写真とともに投稿されています。「安心」「高品質」に加えてクチコミが商品購入の決定要素であることがうかがえます。

「カルチャーグッズ」カテゴリー 買ったランキング

順位	日本で買ったもの	メーカー
1位	キティーちゃんグッズ	サンリオ
2位	ガンダムプラモデル	バンダイ
3位	レゴブロック	レゴ
4位	トミカ(ミニカー)	タカラトミー
5位	女性誌	出版各社

新浪微博上「日本で〇〇を買った」と書き込まれた投稿のうち「カルチャー」に分類される商品を集集、集計しランキング化
調査期間:2015年12月30日から2016年11月9日
データ出所:トレンドExpress調べ

ゴリーの商品は「キティーちゃんグッズ」となり、2位「ガンダムプラモデル」3位「レゴブロック」が続く結果となりました。特に、1位2位の商品は常に一定数のクチコミがみられ、安定したファン層が形成されつつあることがうかがえます。

また、インバウンド需要を占う上で今後重要な存在となるのが“90后（ジウリンホウ）”と呼ばれる90年以降生まれの若者世代の存在です。トレンドExpressの調査によると、これらの世代は趣味性が高く、個人の好みが強くなる商品をお土産に購入する傾向があり、今後、若者世代が訪日旅行の中心となってくることを考慮すると「カルチャーグッズ」カテゴリーの商品需要が高まる可能性が高いと言えます。

2016年に最も人気を集めた「カルチャーグッズ」カテ

【訪日中国人の訪問先、今年は関西の年】

今年、最も訪日中国人が訪れた場所について、SNS上に「〇〇に行った」と書き込まれた投稿を集計したところ、1位は「沖縄」という結果になりました。また、2位「心齋橋」3位「道頓堀」をはじめとし、20位以内に大阪のスポットが4カ所もランクインしました。SNS上に投稿された大阪についての書き込みには、『大阪に戻ったら心齋橋で買い物だ！』『子連れにいい街。街歩きも食べ歩きも遊ぶのも。』等がみられ、百貨店やドラッグストア、ディスカウントショップなどの買い物スポットが密集しているだけでなく、独自の食文化までが一つの地域で楽しめる点で支持を集めているようです。また、4位「清水寺」9位「祇園」といった京都のスポットもランクインし、2016年は特に関西が人気を博したといえるでしょう。投稿の多くは、複数の写真をあわせるものが目立ち、桜やイルミネーション等の写真映えする光景や景色が情報発信のきっかけとなっていることが分かります。

2016年日本で行った場所ランキング

順位	日本で行った場所	クチコミ件数
1位	沖縄	268,213
2位	心齋橋	76,801
3位	道頓堀	52,424
4位	清水寺	49,375
5位	札幌	46,216
6位	銀座三越	34,709
7位	LAOX	31,861
8位	ドン・キホーテ	30,252
9位	祇園	29,900
10位	浅草寺	29,120

新浪微博上「日本で〇〇に行った」と書き込まれた投稿を集集、集計しランキング化、調査期間:2015年12月30日から2016年11月9日
データ出所:トレンドExpress調べ

【広がる体験需要、満足度向上には事前予約が壁に】

2016年日本でしたいことランキング

順位	日本でしたいこと	クチコミ件数
1位	買い物したい	219,917
2位	日本料理を食べたい	131,294
3位	温泉に入りたい	80,315
4位	着物を着たい	36,821
5位	桜を見たい	25,374
6位	お寺に行きたい	16,901
7位	日本料理を作りたい	14,803
8位	富士山に登りたい	11,270
9位	ドライブしたい	10,625
10位	雪を見たい	8,858

新浪微博上「日本で〇〇をしたい」と書き込まれた投稿を収集、集計しランキング化、調査期間：2015年12月30日から2016年11月9日
データ出所：トレンドExpress調べ

中国の SNS 上で「日本で〇〇したい」という書き込みを集計したところ、最もクチコミ数が多かったのは「買い物をしたい」という結果になりました。一方、今年の訪日中国人によるインバウンド消費の変化を象徴するワードの一つに“モノからコトへ”があげられますが、どのようなコト消費が人気を集めたのでしょうか。3位「温泉に入りたい」、4位「着物を着たい」6位「お寺を見に行きたい」といった日本独自の習慣や文化だけでなく、5位「桜を見たい」8位「富士山に登りたい」10位「雪を見たい」といった季節折々の自然にも高い需要があることが分かります。また、11位以下には「新幹線に乗りたい」「美容院に行きたい」「エステに行きたい」といった日本ならではの技術やサービスがランクインし、訪日中国人の需要が多岐に渡ることが分かります。SNS 上のクチコミや報道等により日本の魅力について認知が進む一方で、トレンド Express が調査したところ事前予約が必要な需要の実現率が低く、今後は高まるニーズを消費に結び付けられるかが、日本が訪問に値するかどうかの判断ポイントとなると言えそうです。

【トレンド Express 編集長コメント】

訪日外客のうち中国人は、夏の盛り上がりののちは前年比較で微増。今後は中国人の心をつかむ仕組み作りを。

日本政府観光局(JNTO)発表の訪日外客数の数字は5月まで横ばい、6月から8月にかけて増加し、9月から11月はまた5月以前の水準に戻っています。増加率という観点でいえば、1月に見られた爆発的な増加は見られないものの、前年と比べ増加傾向だったというのが本年11月までの訪日中国人数の傾向と言えそうです。SNS 上では4月に「日本で買いたい」のクチコミ数が激増し、その後は一定の水準を保っています。「日本で〇〇したい」の不動のトップが「買い物」であることは明らかであり、その中で今後日本旅行に更なる価値を与えるのが「コト消費」であることは間違いありません。「コト消費」を楽しみに来日する中国人が実際にそのアクティビティを経験できる環境を整えることはもちろんですが、具体的にどんな手順でその体験にたどり着くことができるのか認知されることが重要です。「日本で〇〇したい」「日本で〇〇を買いたい」という中国人に、それを手に入れるまでの道筋を示すこと、その方策も含めた仕組み作りを注力することが、今インバウンドを取り込むプレイヤーに求められていると言えそうです。

■ 図解中国トレンドExpressについて (<http://www.hottolink.co.jp/hb/lp/trendexpress/>)

週1回、月4回配信。中国 SNS 上の日本旅行に関するクチコミを集計、分析することで訪日中国人需要の半歩先を知るレポートサービスです。春節や国慶節などの節前には、その節ごとの動向予測を特集。分析レポートは見やすい図解やグラフとセットでご提供します。レポート内容を見やすくわかりやすくビジュアル化しているため、直観的でスムーズな把握が可能になります。

今なら無料サンプルレポートを差し上げています！お申し込みは今すぐ！

[■■ 無料サンプルレポート申込みはこちらから ■■](#)

■株式会社トレンド Express について

株式会社トレンド Express は、ホットリンクグループの強みを活かし、ソーシャル・ビッグデータを核としたインバウンド消費に関する情報だけでなく、ビジネスモデルの策定や具体化のソリューションを提供いたします。

【事業内容】

- ・世界各国ソーシャル・ビッグデータを使ったマーケット調査・インバウンド消費に関する需要予測・分析・レポートニング
- ・図解トレンド Express の編集・発行

設 立 日: 2015 年 11 月
資 本 金: 1,000 万円(2015 年 11 月 1 日現在)
代 表 者: 代表取締役社長 梶野 安弘
企業サイト: <http://www.trendexpress.jp/>
Twitter: https://twitter.com/trendexpress_jp

■株式会社ホットリンクについて(証券コード:3680 東証マザーズ)

ホットリンクは、グローバルでのソーシャル・ビッグデータの流通と分析ソリューションの提供により、ソーシャル・ビッグデータを価値化する企業です。市場や自社・競合、またお客様の声やキャンペーン反響などの各種調査、ターゲットユーザーのプロファイリング、ブームの兆し発見などマーケティング ROI 向上や製品改善、経営革新や予測、また高まるインバウンド消費に関する需要予測・分析・レポートニングなど、ビジネスにおけるソーシャル・ビッグデータの幅広い活用を支援します。

ホットリンクは、グローバルにおけるデータ流通に加え、世界におけるインバウンド消費支援サービスの拡大により、今後のさらなる成長を実現します

設 立 日: 2000 年 6 月 26 日
資 本 金: 1,243 百万円(2016 年 9 月末時点)
代 表 者: 代表取締役社長 CEO 内山 幸樹
企業サイト: <http://www.hottolink.co.jp/>
公式ブログ: <http://www.hottolink.co.jp/blog>
Twitter: http://twitter.com/hottolink_pr
Facebook: <https://www.facebook.com/hottolink.inc>

■お問い合わせ

株式会社ホットリンク 経営推進本部 コーポレートコミュニケーション部
東京都千代田区富士見一丁目 3 番 11 号 富士見デュープレックスビズ TEL:03-6261-6932