

## ホットリンク、中国のSNS上のクチコミ分析から 「国慶節」での訪日中国人の消費動向を発表 ～コト消費需要が進むも、二人目ベビーブームがモノ消費をけん引～

### 【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、中国国内の大型商戦でもある「国慶節」(10月1日～7日)における訪日中国人による消費動向の調査結果を発表します。加えて、今年1月から国慶節が終了した10月までの訪日中国人によるインバウンド実態を調査しました。

### 《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。

### 【中国のSNS上の書き込みから国慶節を振り返る】

国慶節、コト消費需要がさらに顕著に。“二人目ブーム”でベビー・キッズ用品の需要が拡大！

トレンド Express では、中国 SNS 上の国慶節に日本旅行したと思われるユーザーの投稿を収集・分析したところ、約3割のユーザーが6日間に渡り日本に滞在していたことが分かりました。次いで5日間、4日間が多い結果となりました。モノ消費に関する投稿とコト消費に関するものを比較すると、6割を超える投稿がコト消費に関連したもので、滞在期間が長期化するほど、コト消費に費やす時間が増加することが推測されます。

また、日本で購入した商品を分析したところ、「コスメ・美容商品」が最も多く、2位「ベビー・キッズ用品」、3位「医薬品」という結果となりました。ベビー・キッズ用品は、昨年の一子政策が廃止になったことで、中国で2人目の子どもを生む“二人目ブーム”が起きていることが需要を拡大させている要因の一つと考えられます。

### 国慶節に日本で買ったもののランキング

順位	日本で買ったもの	クチコミ件数
1位	コスメ・美容	934
2位	ベビー・キッズ	763
3位	医薬品	453
4位	健康食品・サプリメント	338
5位	生活雑貨	302
5位	ファッション	273
7位	衛生・健康	212
8位	食品	172
9位	キッチン消耗品	143
10位	スナック菓子	123

新浪微博上で国慶節中に「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  
データ出所:トレンド Express 調べ

### 国慶節に行った都道府県ランキング

順位	都道府県	クチコミ件数
1位	京都府	172
2位	奈良県	165
3位	大阪府	134
4位	東京都	78
5位	福岡県	32
5位	鹿児島県	32
7位	大分県	28
7位	沖縄県	28
9位	北海道	27
10位	神奈川県	21
10位	愛知県	21

### 一歩リードする西日本人気！人気1位は「京都府」

SNS上の書き込みを集計し、国慶節に日本でいった場所を調べたところ、トップは「京都府」という結果になりました。また、2位「奈良県」、3位「大阪府」が続く結果となりました。4位に「東京都」がランクインしたものの、5位「福岡県」「鹿児島県」、7位「大分県」など九州のランクインも目立ち、西日本人気がうかがえる結果となりました。

新浪微博上で国慶節に日本旅行をしたと思われるユーザーのアカウントから行き先が断定できる書き込みを抽出集計し、ランキング化。  
データ出所:トレンド Express 調べ

「コト消費」の事前予約はさらに重要に

コト消費への需要が高まる訪日旅行ですが、訪日前に「日本で〇〇したい」と考えていた希望はどの程度実現されたのでしょうか。トレンド Express で、訪日前後でヒアリング調査を実施したところ右表の結果となりました。まず、国慶節に日本でしたこと1位は同率で「買い物をした」「日本料理を食べた」、3位は「着物を着た」という結果になりました。実現率をみると、「買い物をする」「日本料理を食べる」に加え「お寺に行く」「遊園地に行く」等の観光スポットを訪れるものは実現しやすいことが分かります。一方、「日本の伝統家屋に泊まる」「屋形船に乗る」「ろくろを回して壺を作る」等の事前予約が必要なものは実現しづらいようです。今後、こういった点を解消することで、これまで難しかった新しい体験にも訪日中国人を呼び込むことができる可能性があります。

新浪微博上で国慶節に日本旅行を予定していると思われる書き込みをしたユーザーに対し、訪日前後でヒアリング調査を実施  
データ出所:トレンド Express 調べ

国慶節に日本でしたことランキング

順位	日本でしたこと	件数	実現率(%)
1位	買い物をした	881	100
1位	日本料理を食べた	881	100
3位	着物を着た	254	90
4位	お寺に行った	223	100
5位	温泉に入った	199	91
6位	山登りをした	143	88
7位	和菓子を作った	78	55
8位	日本の伝統家屋に泊まった	32	44
9位	写真撮影をした	18	100
10位	遊園地に行った	17	81
11位	染物をした	14	78
12位	人間ドックに入った	13	72
13位	屋形船に乗った	12	38
14位	ろくろを回して壺を作る	11	39
14位	森林浴をした	11	44

【今年1月から10月までの振返り、訪日中国人によるインバウンドは終焉を迎えたのか SNS から探る】

SNS 上の日本商品数は2倍以上に！「食品類」「カルチャー」「生活雑貨」が今後さらなる人気に？！

今年1月から直近10月までに、中国のSNS上に「日本で〇〇を買った」と書き込まれた投稿数を、商品カテゴリーごとにまとめたものが下表です。総投稿数は増加傾向にあり、今年1月と10月を比較すると2倍以上増加したことが分かります。また、炊飯器や温水洗浄便座など爆買いのイメージのある「家電」カテゴリーでも約2倍と増加傾向にあります。しかし、レポート客の増加や、訪日旅行スタイルが団体旅行から個人旅行に変化したことで、大型家電は買われにくい傾向にあります。一方で、4倍～5倍増と伸び率が大きいカテゴリーである「食品類」「カルチャー」「生活雑貨」のように、移動時の持ち運びに不便を感じにくく、購入しやすい価格帯の商品が好まれる傾向にあることが見てとれます。また、「日本で買った」とつぶやかれる商品数が1月428種類だったのに対し、9月には526種類まで増加しており、購入される商品が多様化していることも分かりました。

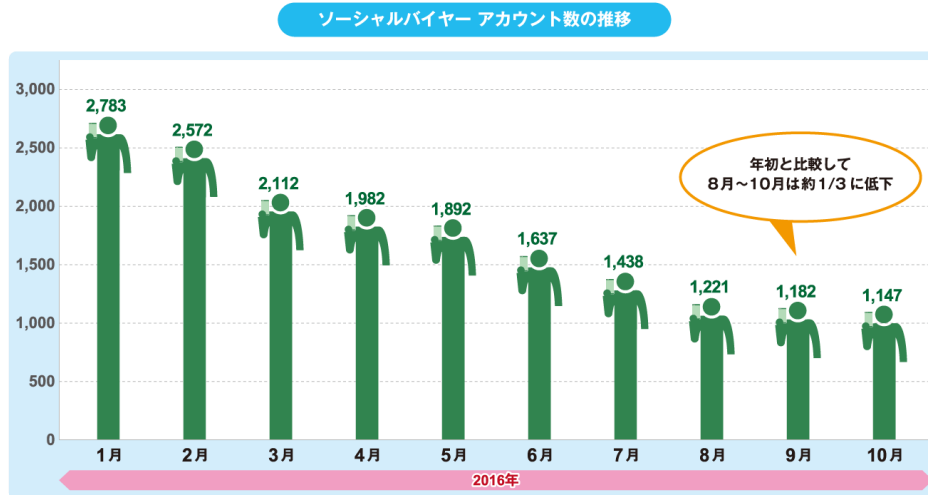
カテゴリー別の「日本で〇〇を買った」と書き込まれた投稿数推移

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	合計
カルチャー	608	1,621	3,237	3,837	4,626	2,633	2,495	3,086	2,222	2,833	27,198
キッチン用品	9,737	9,586	17,715	21,973	27,803	20,013	19,826	24,572	20,053	21,882	193,160
コスメ・美容	79,894	77,013	142,007	213,635	273,284	204,140	207,027	265,172	218,414	227,822	1,908,408
スポーツ・レジャー	678	697	1,415	2,095	1,952	1,509	1,748	2,110	1,550	1,584	15,338
ファッション	8,721	9,527	15,946	18,905	21,686	15,146	14,914	17,243	13,867	12,882	148,837
ベビー・キッズ	9,881	8,629	17,662	26,445	32,675	23,193	23,283	26,450	19,807	28,271	216,296
医薬品	45,431	41,063	66,409	85,849	107,128	78,561	78,583	94,903	76,356	75,884	750,167
衛生・健康	36,899	37,871	67,743	86,868	109,230	80,241	81,001	100,789	81,520	78,993	761,155
家電	9,166	7,296	17,077	27,304	32,782	24,091	24,301	30,919	23,784	18,992	215,712
食品類	7,774	6,212	13,772	23,298	31,127	25,359	25,725	33,511	28,156	38,922	233,856
生活雑貨	7,880	6,703	17,489	28,221	35,726	26,393	27,028	38,607	33,204	34,444	255,695
合計	216,669	206,218	380,472	538,430	678,019	501,279	505,931	637,362	518,933	542,509	4,725,822

2016年1月～10月に、新浪微博上で「日本で〇〇を買った」と書き込まれた投稿を収集し、カテゴリー別に集計。データ出所:トレンド Express 調べ

## 関税強化の影響でソーシャルバイヤーは1/3に激減！

日本のメディアで大量買いする姿がよく報道され、爆買いの火付け役とも呼ばれるソーシャルバイヤー（中国語で「代購」、日本で人気の商品を仕入れ中国国内で SNS 等を介し販売する人たちのこと）ですが、中国の SNS 上におけるアカウント数を調べたところ、年初約 2,800 あったアカウントが 10 月には 1,000 件程度と、ほぼ 1/3 に減少していることが分かりました。その要因に、今年 4 月の課税強化があげられます。



データ出所：2016年1月から10月の新浪微博を対象に収集、集計。対象ワードは、「日本、代購」

### 【トレンド Express 編集長コメント】

#### 何もせずに売れる時代は終わり、インバウンドの流れを捉える努力を

今年に入り爆買いの状況は大きく変化しています。しかし、日本政府観光局 (JNTO) の発表の通り、訪日外国人数や訪日中国人数は増加傾向にあり、インバウンドが終焉をむかえていると考えるのは時期尚早です。今回の SNS 分析では、「課税強化によるソーシャルバイヤーの減少」「ソーシャルバイヤー減少による大量買いの減少」「高額商品購入から小額商品購入へ移行」「購入商品の多様化による分散」という現状が浮き彫りとなりました。とは言え、訪日中国人の需要は変化に富み、何もせずに売れるという時代は終わりを迎えたと言えるのではないのでしょうか。今後は、変化するインバウンドの流れをしっかりと捉え、適切な対応とコミュニケーションが必要と言えます。



株式会社トレンド Express  
編集長 四家 章裕

#### ■ 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 桧野 安弘  
企業サイト: <http://www.trendexpress.jp/>  
Twitter: [https://twitter.com/trendexpress\\_jp](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](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