

中国大都市圏在住女性の約 8 割が、日本製化粧品の使用経験あり！ インタセクト、中国からの訪日団体旅行の解禁にあわせて 中国消費者の化粧品に関する独自調査の結果を発表 ～日本製化粧品の購入経験者のうち、5 人に 1 人が日本旅行時に購入～

中国・台湾などの海外プロモーション・インバウンド支援を行うインタセクト・コミュニケーションズ株式会社（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：譚 玉峰、以下 インタセクト）は、中国からの訪日団体旅行の解禁にあわせて、中国消費者の動向を調査する新サービスの提供を 8 月に開始しました。それに先駆け、今年 6 月に 20 歳以上の女性を対象に中国現地で化粧品に関するアンケート調査を実施しました。本ニュースリリースでは、その調査結果を発表いたします。

本調査は、テンセント社が提供するメッセージングアプリ「Wechat」上のアンケート機能を使用し、2023 年 6 月 8 日～10 日の期間、中国本土の大都市圏（上海、北京、深セン、重慶、広州、蘇州、成都、武漢、杭州、南京）に在住の 20 歳以上の女性（回答者数：計 522 人）を対象に実施しました。

■回答者の属性について

調査に参加した方の属性は、20～25 歳が 8.62%（45 人）、25～29 歳が 38.12%（199 人）、30～34 歳が 26.05%（136 人）、35～39 歳が 10.73%（56 人）、40～44 歳が 4.79%（25 人）、45～49 歳が 3.26%（17 人）、50 歳以上が 8.43%（44 人）で、全回答者数は 522 人です。月収は、6 万円以下が 10.15%（53 人）、6 万円～12 万円が 28.16%（147 人）、12 万円～20 万円が 32.57%（170 人）、20 万円～40 万円が 22.80%（119 人）、40 万円以上が 6.32%（33 人）でした。

※2023 年 5 月 中国国家统计局の発表では、2022 年、中国都市部の非民間事業所就業者の平均月収は約 9,500 元（約 19 万円）、民間事業所就業者の平均月収は約 5,436 元（約 10 万 8635 円）。

■中国大都市圏在住女性の日本製化粧品の使用経験は約 8 割

今回の調査では、日本製化粧品の使用経験について 78.9%（412 人）が「使用したことがある」と回答。そのうち 37.7%（197 人）が「今も使用している」、残りの 41.2%（215 人）が「使用したことがあるが今は使っていない」と回答しました。「使用したことがない」と回答した人は 21.1%（110 人）でした。

また、「今も使用している」、「使用したことがあるが今は使っていない」と回答した 412 人に、日本製化粧品をどこで購入したかを尋ねたところ（EC を含む。複数回答）で、最も多かったのが中国の EC サイトで 62.4%（257 人）でした。続いて多かったのが、海外越境 EC サイトで 36.7%（151 人）。**「日本旅行時に購入」は 21.6%（89 人）**で、中国国内でのショッピングモールでの購入と並んで 3 番目に多い回答でした。コロナ禍で約 3 年間、日本を訪れることが容易ではない状況が続いていたことを踏まえると、大きな割合を占めていると考えられます。

日本製化粧品をどこで購入しましたか？ ※複数選択（n=412）

※「今も使用している」「使用したことがあるが今は使っていない」人のみ

	人数	割合
(中国) EC サイト	257	62.4%
(海外) 越境 EC サイト	151	36.7%
日本旅行時に購入	89	21.6%
(中国) ショッピングモール	89	21.6%
(中国) 専門店	78	18.9%
(中国) 百貨店	54	13.1%
(中国) その他、中国国内店舗	45	10.9%
(中国) 薬局・ドラッグストア	29	7.0%

※「日本旅行時に購入」には、免税店、ドラッグストア、百貨店、その他が含まれます。

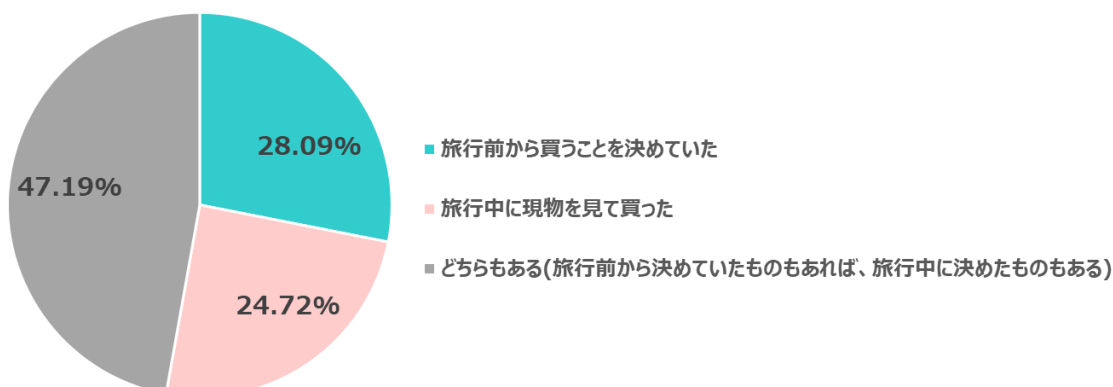
■免税店での購入が75.3%、ドラッグストアも利用者は多い

日本旅行時に購入した上記89人のうち、利用者が最も多かった店舗（ECを含む。複数回答）は、免税店で75.3%（67人）。2番目に多かったのがドラッグストアで42.7%（38人）、百貨店が22.5%（20人）でした。

	人数	割合
日本旅行時に購入（免税店）	67	75.3%
日本旅行時に購入（ドラッグストア）	38	42.7%
日本旅行時に購入（百貨店）	20	22.5%
日本旅行時に購入（その他）	9	10.1%

また、日本製化粧品の購入を決めたタイミングについては、「旅行前から買うことを決めていた」が28.1%（25人）、「旅行中に現物を見て買った」が24.7%（22人）と、ほぼ同数でした。「どちらもある」と回答した人が47.2%（42人）で最も多く、マーケティングに関しては、旅行前だけでなく、旅行中も効果的だと考えられます。

日本製化粧品を日本で購入するとき、購入を決めたタイミングについて教えてください。 ※単一選択（n=89）



■ 1ヶ月の化粧品関連予算は約 6割が 1万円以下

調査に回答した 522 人の女性が 1 ヶ月に化粧品関連に使うお金は、1 万円以下が 63.8% (333 人、2,000 円以下を含む) で最多でした。一方で、2 万円以上使う、と回答した人も 12.6% (66 人) と、一定の割合でいることがわかりました。2,000 円以下と答えた人は 6.5% (34 人) で 3 万円以上と回答した人の 7.1% (37 人) とほぼ同数でした。

1ヶ月にかける化粧品関連費用の総額はいくらですか？ ※単一選択 (n=522)

	2,000 円以下	2,000 円～1 万円	1 万円～1.5 万円	1.5 万円～2 万円	2 万円～3 万円	3 万円～4 万円	4 万円～
人数	34	299	68	55	29	15	22
割合	6.5%	57.3%	13.0%	10.5%	5.6%	2.9%	4.2%

※金額は 1 元 20 円で日本円に換算しています。

■ スキンケア・基礎化粧品、日焼け対策・UV ケアが人気

回答した 522 人のほとんどが購入している商品が「スキンケア・基礎化粧品」、「日焼け対策・UV ケア」でそれぞれ 97.7% (510 人)、94.5% (493 人) でした。どちらもボリュームゾーンは 2,000 円～1 万円以下で「スキンケア・基礎化粧品」が 52.9% (276 人)、「日焼け対策・UV ケア」が 69.7% (364 人) でした。また、高額商品で人気の高いものも「スキンケア・基礎化粧品」で 2 万円以上の商品を購入する人は 6.5% (34 人) でした。どのカテゴリにおいても 2,000 円～1 万円の金額がボリュームゾーンでした。

購入するアイテムの 1 個あたりの平均価格はいくらですか？ (n=522)

	購入しない	2,000 円以下	2,000 円～1 万円	1 万円～1.5 万円	1.5 万円～2 万円	2 万円～3 万円	3 万円～4 万円	4 万円～
スキンケア・基礎化粧品	12	45	276	86	69	2	9	23
	2.3%	8.6%	52.9%	16.5%	13.2%	0.4%	1.7%	4.4%
日焼け対策・UV ケア	29	95	364	24	7	0	0	3
	5.6%	18.2%	69.7%	4.6%	1.3%	0.0%	0.0%	0.6%
メイクアップ化粧品	144	58	231	62	19	0	0	8
	27.6%	11.1%	44.3%	11.9%	3.6%	0.0%	0.0%	1.5%
ベースメイク	115	57	256	64	29	0	0	1
	22.0%	10.9%	49.1%	12.3%	5.6%	0.0%	0.0%	0.2%
ヘアケア・スタイリング	89	91	270	36	24	0	3	9
	17.1%	17.4%	51.7%	6.9%	4.6%	0.0%	0.6%	1.7%
ボディケア	94	131	255	29	5	0	1	7
	18.0%	25.1%	48.9%	5.6%	1.0%	0.0%	0.2%	1.3%

※金額は 1 元 20 円で日本円に換算しています。

■まとめ

本調査では、約 8 割の人が日本製化粧品を使用した経験があることや、コロナ禍で両国間を行き来することが不自由だったにも関わらず、日本旅行時に購入した商品を使用している人が少なくないなど、中国在住の女性が日本製化粧品に高い関心を示していることがわかりました。また、訪日前から購入する商品を決めている人だけでなく、「旅行中に現物を見て買った人」や、「訪日前に購入する商品を決めている、旅行中に現物を見て買う、の両方」としている人が多いこともあり、インバウンドニーズを獲得するためには、旅行中の観光客にも積極的にアプローチしていく必要があるようです。

■中国消費者の動向を調査する新サービスの概要

・中国現地 WEB アンケート

中国現地向けのアンケートサービスを活用し、中国現地消費者の意識調査を安価で行います。
費用／最低金額：59,800 円～（プラン A、ローデータのみ[日本語翻訳済]）

<調査費用>

回答者数目安	プラン A ローデータのみ (日本語翻訳済)	プラン B 簡易集計表付 (日本語翻訳済)	プラン C 簡易集計表＋ レポート付
100 名	59,800 円 (税別) ★最安プラン★	98,000 円 (税別)	198,000 円 (税別)
300 名	119,800 円 (税別)	198,000 円 (税別)	298,000 円 (税別)
500 名	179,800 円 (税別)	298,000 円 (税別)	398,000 円 (税別)
1,000 名	239,800 円 (税別)	398,000 円 (税別)	498,000 円 (税別)

・在日中国人サンプリングリサーチ (※1)

日本に在住する中国人の方にサンプル商品をお渡しして体験いただき、商品の感想のレポートやグループインタビューなどを行います。

・在中中国人サンプリングリサーチ (※2)

中国現地在住の方にサンプル商品をお渡しして体験いただき、商品の感想をレポートいたします。

※1、2 詳細につきましては、当社 海外広告推進グループ 多言語プロモーションチームにお問合せください。

■会社概要

商号 : インタセクト・コミュニケーションズ株式会社
 代表者 : 代表取締役社長 譚玉峰
 所在地 : 〒101-0052 東京都千代田区神田小川町 3 丁目 1 番地 B・Mビル 2F
 設立 : 2000 年 11 月
 事業内容 : 中国本土・台湾を主軸とした海外プロモーション・インバウンド(訪日誘客)支援、
 中国向け越境 EC、アフィリエイト運用代行、アフィリエイトサイトパトロール、
 システム開発など
 資本金 : 9,856 万円
 URL : <https://www.intasect.com/>

中国本土・台湾を主軸とした海外向けインバウンドプロモーション事業として百度広告の基幹代理店、中国 No.1 シェアの旅行ソーシャルメディア「馬蜂窝（マーフオンウォー）」の公式日本総代理店業務等の集客支援、KOL・動画施策、越境 EC 支援、WeChat Pay・Alipay 等のマルチ決済「IntaPay」、他にも SNS 投稿監視、アフィリエイト大規模運用改善、アフィリエイトサイトパトロール、オフショア開発、電子契約等のワークスタイル改革、AI・ヘルスケア IoT 関連の研究開発など、最先端の技術を武器として、国内外で幅広い事業を展開中です。

【本レポートに関して、または中国本土・台湾市場への認知・訪日誘客施策に関するお問い合わせ】

インタセクト・コミュニケーションズ株式会社 海外広告推進グループ

電話[東京]：03-3233-3527 (東日本対応拠点／札幌・東京)

電話[大阪]：06-6316-8211 (西日本対応拠点／京都・大阪) ともに平日 9:00～18:00

お問い合わせフォーム：<https://www.intasect.com/contact/>

同メールアドレス：contact_overseas@ml.intasect.co.jp