

中国/台湾/韓国/タイ 訪日予定客調査 自分用土産 予算 10万円以上 中国 4割、タイ 3割 各エリア約 8割は訪日前に商品下調べ

株式会社インテージ(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:檜垣 歩、以下インテージ)は、アジアからの主要な訪日国・エリアである中国、台湾、韓国、タイ 在住の20歳から49歳の男女約350名/エリアの日本旅行意向者を対象に実施した調査結果を公開します。

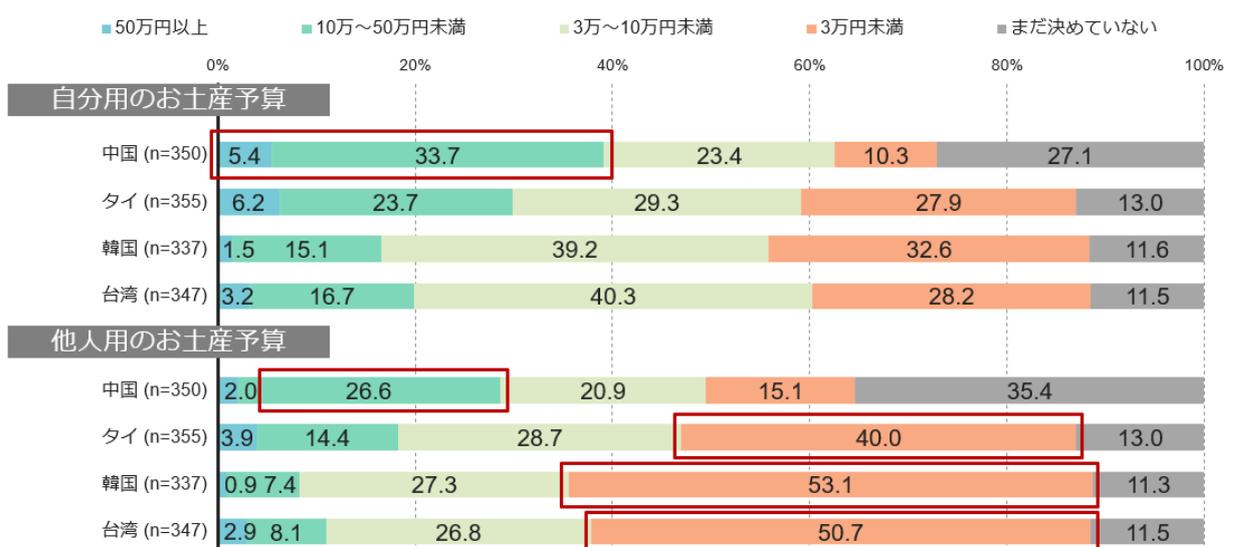
[ポイント]

- ・「自分用の買い物の予算10万円以上」は中国が約4割、タイが約3割。韓国、台湾は2割程度。
- ・生活雑貨の自分購入用1位は、男性は中国が洗顔料、タイ・韓国が化粧品・乳液・美容液、台湾はサプリ・健康食品。女性は中国・タイ・台湾が化粧品・乳液・美容液、韓国はメイク落とし。
- ・訪日予定者の約8割が、旅行前に買いたい商品の銘柄は調査済み。

日本政府による外国人観光客への入国制限が緩和され半年が経ちました。新型コロナウイルス感染拡大の影響により、日本への観光客数は大幅に減少していました。しかし今後は増加すると予想され、消費行動への期待が高まっています。

① 買い物の予算 -中国は「自分用へのお土産予算10万円以上」が約4割-

図表1 買い物の予算



自分用土産の予算は、タイ・韓国・台湾では「3万円以上～10万円未満」が最も多く、中国は「10万円以上」を考えている人が約4割いました。他人へのお土産はタイ・韓国・台湾では「3万円未満」が最も多く見られました。中国はまだ決めていない人が多いものの、決定者の中では「10～50万円未満」で検討している人が最も多く見られました。

② 日本で買いたいものは？ -自分のお土産用—生活雑貨編—

それでは訪日旅行客はどのようなものを購入したいと考えているのでしょうか。お土産に買いたいものを聴取した結果のうち、ここでは生活雑貨部門のお土産ランキングを紹介します(図表2)。

※生活雑貨のほかに、食品・嗜好品/耐久財とそれぞれの商品カテゴリ別のランキングはダウンロードレポートよりご覧ください。

図表2 自分用のお土産に日本で買いたいものランキング【生活雑貨部門】

	中国男性 n=106	タイ男性 n=188	韓国男性 n=163	台湾男性 n=156
1位	洗顔料(35.8)	化粧品・乳液・美容液(45.2)	化粧品・乳液・美容液(36.2)	サプリ・健康食品(36.5)
2位	フェイスパック(34.9)	日焼け止め(38.8)	メイク落とし(27.6)	胃薬(35.3)
3位	ヘアケア製品(34.0)	洗顔料(37.8)	サプリ・健康食品(18.4)	風邪薬(34.0)
4位	日焼け止め(34.0)	サプリ・健康食品(37.2)	フェイスパック(17.2)	洗顔料(31.4)
5位	化粧品・乳液・美容液(28.3)	歯ブラシ・歯磨き粉(27.7)	湿布・外用鎮痛消炎剤(16.6)	目薬(26.3)

	中国女性 n=244	タイ女性 n=167	韓国女性 n=174	台湾女性 n=191
1位	化粧品・乳液・美容液(38.9)	化粧品・乳液・美容液(53.9)	メイク落とし(33.9)	化粧品・乳液・美容液(58.1)
2位	洗顔料(33.6)	日焼け止め(47.9)	ポイントメイク(27.6)	洗顔料(38.2)
3位	ヘアケア製品(28.3)	ポイントメイク(43.7)	化粧品・乳液・美容液(27.0)	リップクリーム(37.2)
4位	日焼け止め(27.9)	サプリ・健康食品(39.5)	湿布・外用鎮痛消炎剤(24.7)	フェイスパック(35.6)
5位	フェイスパック(26.6)	フェイスパック(39.5)	洗顔料(21.8)	目薬(35.1)

※複数回答



ベース：中国・台湾・韓国・タイ在住の20～49歳の男女のうち、2023年日本訪問意向者

サンプルサイズは表中に記載

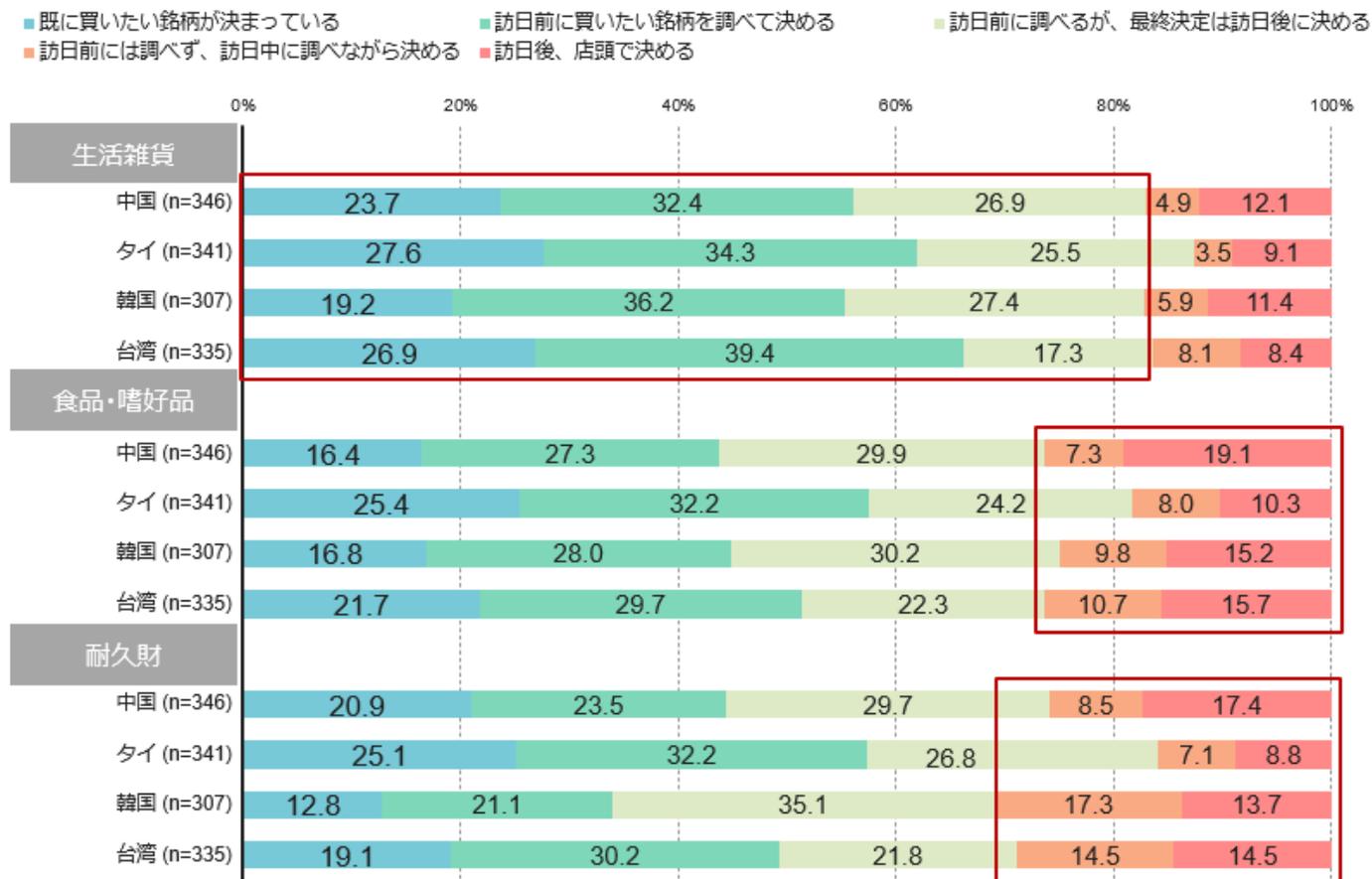
中国男性は「洗顔料」、タイ・韓国男性は「化粧品・乳液・美容液」、台湾男性は「サプリ・健康食品」がランキング1位でした。中国・タイ・台湾女性は「化粧品・乳液・美容液」がトップで、韓国女性は「メイク落とし」が1位でした。スキンケアは、男女ともに基本的な習慣として認識されてきているようです。特に20代は見た目を整えるため、30代は老化を防ぐためという目的があると思われます。一方、ベースメイクをしている人たちはスキンケアを日常的なものとして捉えていると推察されます。

「サプリ・健康食品」について台湾のリサーチャーによると、台湾では現地で販売している同じ日本製の医薬品よりも日本で販売しているものの方が有効成分が高いというイメージがあると分析されています。そのため健康食品やサプリメントに関しても日本製品が人気が高いと推察されます。

③ 情報収集-4 エリアすべての訪日予定者の約8割が、旅行前に買いたい商品の銘柄は下調べ済み-

日本で最も購入したいと回答した商品について、購入銘柄をどのタイミングで決めるのか聴取しました(図表3)。

図表3 購入したいものの銘柄を選定するタイミング



ベース：中国・台湾・韓国・タイ在住の20~49歳の男女のうち、2023年日本訪問意向者で購入したいものがある人ベース
サンプルサイズは表中に記載

結果、生活雑貨については、大半の人が訪日前に下調べをして決める傾向があることがわかりました。一方、食品・嗜好品、耐久財についても、大半の人は訪日前に下調べをして決める傾向があるものの、生活雑貨と比較すると、訪日中に調べながら決める人も一定存在します。総じて、訪日予定者の多くが事前に調べてきているため、商品を購入してもらうためには、訪日前に銘柄を認知してもらえるようなアプローチが極めて重要であると考えます。

今回インテージでは日本での消費行動、特に自分用やお土産用に関心するものを中心にアンケート調査を行いました。各国の現地リサーチャーに今回の調査結果に関する見解を求めたところ、お土産選びには、越境 EC (国をまたいで行うネット販売) では購入できないような「日本だからこそ買えるもの」が注目されています。

本調査レポートでは上述の内容に加えて、以下のような分析も行っています。どうぞダウンロードしてご覧ください。

- ・ 買い物意欲別での買い物に行きたい場所

- ・日本に行きたい理由/日本でやりたいこと
- ・宿泊したい場所の形態
- ・行きたい場所
- ・日本で食べたいもの
- ・コロナ前と比べて日本旅行の計画で変わったこと など

無料レポートのダウンロードはこちらから: <https://www.global-market-surfer.com/report/detail/179/>

使用したデータ

【インテージのネットリサーチによる自主調査データ】 <https://www.intage.co.jp/service/research/net/>

調査地域: 中国、台湾、韓国、タイ

対象者条件: 20~49歳の男女

標本抽出方法: 弊社「Asian Panel モニター」より抽出しアンケート配信

標本サイズ: n=各地域約 350

調査実施時期: 2022年12月23日(金)~26日(月)

【株式会社インテージ】 <https://www.intage.co.jp/>

株式会社インテージは1960年に創業。世界9の国と地域に拠点をもちマーケティングリサーチ/インサイト事業でアジアNo.1*のインテージグループを牽引し、国内外の企業・団体のマーケティング活動をトータルサポートしています。

「生活者理解の深化」と「データ活用の高度化」により顧客ビジネスの未来創造を支え、「Create Consumer-centric Values ~お客様企業のマーケティングに寄り添い、共に生活者の幸せを実現する」という事業ビジョンの実現を目指しています。

*「ESOMAR's Global Top-50 Insights Companies 2022」に基づく(グループ連結売上高ベース)

【本件に関するお問い合わせ】

■株式会社インテージ 経営推進本部 / カスタマービジネスドライブ本部

担当: 辰田(たつだ) / 山本(やまもと)

お問い合わせ先: global-market-surfer@intage.com

【報道機関からのお問い合わせ先】

■株式会社インテージ 広報担当: 下河原(しもがわら)

TEL: 03-5294-6000

サイト「お問い合わせフォーム」 <https://www.intage.co.jp/contact/>