

“美”をテーマにした中国人女性へのマーケティングでは、世代間の差に要注意。

中国人女性の美容に対する意識と支出金額調査

- ◆ お肌や髪のお手入れを大切にする中国人女性。ムダ毛はあまり気にならない？
- ◆ ミレニアル世代以降は“外見の美”、ミレニアル世代以前は“内面の美”を比較的意識しやすい。
- ◆ 化粧品により多くのお金を使うのは 35 歳未満の若い世代。

2018 年 11 月 20 日
株式会社ヴァリュース

アンケートとインターネット行動ログデータを組み合わせた市場調査および事業成長支援サービスを提供する株式会社ヴァリュース（本社：東京都港区、代表取締役社長：辻本 秀幸）は、中国本土でインターネットリサーチを実施し、中国人女性の美容に対する意識と支出金額について調査しました。

年々増え続け、2017 年には延べ 700 万人以上が日本を訪れた(*1)中国人の消費は、「爆買い」が落ち着いてからもインバウンド産業の最大のターゲット層であり続けています。最近では中国人の中でも旅行先として日本の人気が高まっており、中国の旅行予約サイト大手、携程旅行網（シートリップ）が発表した今年の国慶節期間中の人気旅行先ランキングでは、日本が初めて首位に立ちました(*2)。

直近のヴァリュースの調査では、訪日中国人が日本滞在中に購入する品目の中で最も多くの人に購入されているのは化粧品でした。また、日本滞在中に限らず、帰国後の越境 EC での購入率も化粧品が 1 位となっています。中国人は美容について何を意識し、化粧品を購入しているのでしょうか。本調査では、中国人女性の美容に対する意識や化粧品への支出金額を探りました。

*1 月別・年別統計データ（訪日外国人・出国日本人） | 統計・データ | 日本政府観光局（JNTO）
https://www.jnto.go.jp/jpn/statistics/since2003_tourists.pdf

*2 中国人の「国慶節」人気旅行先、日本が初の首位（写真=共同） : 日本経済新聞
<https://www.nikkei.com/article/DGXMZO3553935019092018FFE000/>

【調査概要】

中国本土の大手市場調査会社モニター会員の協力のもと、越境 EC の利用習慣があり、かつ過去 1 年間に訪日経験のある中国人女性に対して、化粧品ブランドの認知、購買状況や越境 EC の利用状況、美容に対する意識等についてアンケート調査を実施しました。

- ※ 回答期間: 2018 年 6 月 28 日～2018 年 7 月 9 日
- ※ 全体回答者数: 4,112 人
- ※ 本調査対象者数: 1,059 人
- ※ 性年代別インターネット人口に則したウェイトバック集計後の有効サンプルサイズ: 1,032 ss

● 結果サマリー ●

◆ お肌や髪のお手入れを大切にしている中国人女性。ムダ毛はあまり気にならない？

越境 EC の利用習慣があり、かつ過去 1 年間に訪日経験のある中国人女性に対して美容のために普段意識していることを聴取したところ【図 1】、意識している人の多い順に、顔のスキンケア、UV 対策、ヘアケア・頭皮ケア、保湿・加湿、ボディのスキンケア、となりました。特に顔のスキンケアと UV 対策については意識していると答えた人が 8 割を超えており、中国人女性にとっては顔の美白が美容に関する最大の関心事のようです。

一方、意識していると答えた人が最も少なかった項目はムダ毛の処理でした。日本人女性では気にする人の多いムダ毛ですが、中国人女性はまだあまり気にしない人が多いようです。

【図1】 中国人女性(*)が美容のために意識していること (* 越境ECの利用習慣と訪日経験のある方)

ランク	女性が意識していること	n=647	ランク	女性が意識していること	構成比 (%)
1位	スキンケア(顔)をする	87.1	11位	歯のケアをする	46.8
2位	UV(紫外線)対策をとる	83.7	12位	唇のケアをする	36.6
3位	ヘアケア・頭皮ケアをする	71.5	13位	眉毛・髭・まつ毛などをケアする	30.7
4位	保湿・加湿をする	70.6	14位	サプリメントを摂取する	28.9
5位	スキンケア(ボディ)をする	67.2	15位	マッサージする	27.5
6位	水分をしっかりとる	64.7	16位	爪のケアをする	27.1
7位	運動・ストレッチ・筋トレをする	59.2	17位	便秘や冷え性対策をとる	26.8
8位	睡眠を7時間以上とる	58.2	18位	入浴する	21.6
9位	体重を管理する	58.0	19位	ムダ毛の処理、脱毛をする	20.5
10位	1日3食食べる	56.6			

©VALUES, Inc.

◆ ミレニアル世代以降は“外見の美”、ミレニアル世代以前は“内面の美”を比較的意識しやすい。

続いて 9 つの項目について、意識している人の割合を年代別で比べてみました【図 2】。眉毛・髭・まつ毛のケアやムダ毛の処理については年齢が低くなるほど意識している人の割合が高く、中国人女性の中でも若い人には意識されている項目であることがわかりました。一方、睡眠やサプリメントについては比較的年齢の高い層で意識している人の割合が高くなっています。

中国人女性の美容に対する意識は年代による違いが大きく、ミレニアル世代以降(20代~30代)は比較的“外見の美”を、ミレニアル世代以前(40代以上)は比較的“内面の美”を重視しやすい様子がうかがえます。

【図2】 中国人女性(*)の美容に関する年代別意識項目 (* 越境ECの利用習慣と訪日経験のある方)

		アヘアケ アヘアケ アヘアケ 頭皮ケ	スキンケア スキンケア スキンケア ヘア	と睡眠を 7時間以上	唇のケア をする	眉毛・髭 ・まつ毛 ケアする	取るサ プリメント を撮	爪のケア をする	入浴する	ムダ毛の 処理、脱	
女性全体		647	71.5	67.2	58.2	36.6	30.7	28.9	27.1	21.6	20.5
女性 年代別	24歳以下	92	69.6	73.2	43.5	45.8	38.7	19.6	25.6	19.0	38.7
	25～30歳未満	114	69.6	65.7	56.5	36.2	34.3	28.5	30.4	21.3	27.5
	30～35歳未満	259	69.4	72.3	61.7	37.4	30.6	30.6	30.6	25.1	20.4
	35～40歳未満	90	75.6	72.0	54.9	36.6	30.5	37.8	29.3	20.7	11.0
	40歳以上	91	78.1	43.8	68.8	25.0	18.8	25.0	12.5	15.6	3.1

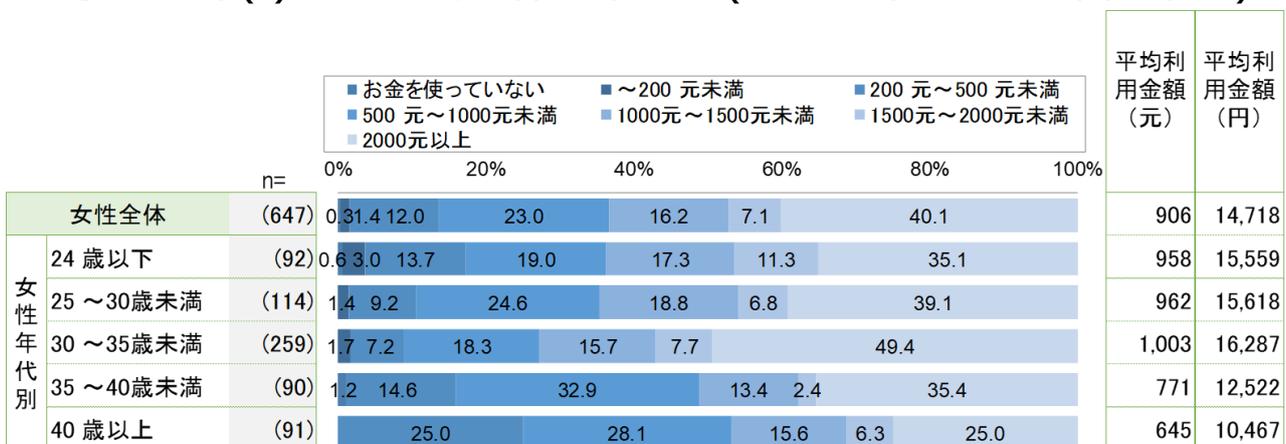
©VALUES, Inc.

◆ **化粧品により多くのお金を使うのは 35歳未満の若い世代。**

さらに意識だけでなく、化粧品に対する1か月あたりの支出金額についても聴取しました【図3】。化粧品に対する支出金額には30代半ばを境に大きな差が見られます。35歳未満では1か月あたり1,000元以上使っていると答えた人が6割を超える一方、35以上では半数程度に留まっており、若い世代が化粧品により多くのお金を使っていることがわかりました。

“外見の美”に対する意識の強さが、化粧品に対する支出金額にも表れている様子がうかがえます。中国人女性に対して“美”をテーマにしたマーケティングを行う際には、年代による大きな違いを考慮する必要があります。

【図3】 中国人女性(*)の化粧品に対する年代別月間支出額 (* 越境ECの利用習慣と訪日経験のある方)



※1元 = 16.24円 (2018年8月8日時点)

©VALUES, Inc.

■ 中国人の消費、Web市場の実態がわかる！中国市場調査サービスについて

当社の中国市場調査サービスでは、本調査の内容に限らず中国人の消費生活全般について様々なテーマのマーケティング調査をご提供いたします。訪日旅行をテーマとした定期調査レポートの刊行や、ECモール上での購買状況データの販売も行っているほか、過去の調査結果をふまえた中国市場セミナーも定期開催しております。

- 中国市場調査サービスの概要はこちら

<https://www.valuesccg.com/service/china/>

- 中国市場セミナーの情報はこちら

https://www.valuesccg.com/information/detail/seminar_1002

■ 株式会社ヴァリューズについて

株式会社ヴァリューズは、マーケティングノウハウとIT先端技術を活用して、新たな市場価値の創造をサポートする、事業成長支援企業です。モニター会員の協力により、行動ログとデモグラフィック（属性）情報を活用した次世代マーケティング手法「VALUES eMark+」（ヴァリューズ イーマークプラス）サービス提供のほか、経営課題のコンサルティングから、課題解決、販売促進の支援まで、独自のノウハウとソリューションで多くの企業を支援しています。

株式会社ヴァリューズ ホームページ <https://www.valuesccg.com/>

本調査のより詳細なレポートもご提供可能です。

【本件に関するお問い合わせ先】

株式会社ヴァリューズ 杉山 TEL: 03-6277-6812 E-mail: press@valuesccg.com