

2015年6月1日

報道関係各位

GMO リサーチ株式会社

『訪日中国人の消費行動調査』を実施 ～嗜好品、ぜいたく品などのショッピングに高い期待～

GMOインターネットグループでインターネットリサーチ事業を展開するGMOリサーチ株式会社(代表取締役社長 細川 慎一 以下、GMO リサーチ)は、GMO リサーチが保有する中国の提携モニターを対象に「訪日中国人の消費行動調査」を実施いたしました。

- 調査テーマ: 訪日中国人の消費行動調査
- 調査地域: 中国
- 調査対象: 過去3年以内に訪日旅行経験のある男女 552名
過去に訪日経験はないものの、
今後3年以内に訪日旅行予定のある男女 540名
計 1,092名
- 調査期間: 2015年3月27日～2015年3月31日
- 調査方法: インターネット調査(クローズド調査)

【調査背景】

近年、アジアにおける中間所得者層の増加や円安といった背景を受け、訪日外国人旅行者が増加しています。特に現在、2020年に開催されるオリンピック・パラリンピック東京大会に向けて訪日プロモーションの展開や訪日客向けサービスの拡充が推進されており、ますますのインバウンド需要拡大が見込まれます。中でも、中国からの旅行者は年々増加傾向にあるだけでなく、「爆買い」というキーワードに象徴されるように、2014年の旅行消費額は前年の2倍を超える5,583億円(国土交通省観光庁「2014年訪日外国人消費動向調査」となっており、その消費額の高さに注目が集まっています。

そこでGMOリサーチは、訪日旅行経験・訪日旅行予定のある中国のモニターを対象に、日本への旅行に求めることや、滞在中の経験といった日本での消費行動に関し、生の声を聞くべく調査を実施いたしました。

【調査結果】

■訪日前に期待したこと、訪日中に実際にしたこと(図1)

- ・日本でどのような消費行動が行われているかを把握するべく、訪日旅行経験者を対象に、訪日前に期待したこと／実際にしたことを尋ねた。訪日前に日本に期待したことについては、「自然・景勝観光」(67.8%)、「日本食を食べる」(66.7%)、「ショッピング」(66.7%)がそれぞれ60%を超える結果となった。
- ・実際にしたことは「日本食を食べる」(68.7%)、「ショッピング」(67.4%)、「自然・景勝観光」(59.4%)と続き、上位の「日本食を食べる」「ショッピング」については、事前に期待はしていなかったものの、実際に日本を訪れることで行動を後押しされた人が少なからずいることがわかった。
- ・一方で、「日本の歴史・伝統文化体験」については、期待した人が58.2%と多かったのに対し、実際に行ったのは42.6%と15ポイント以上の差があり、日本の歴史や伝統文化との接触機会が持てていない結果となった。

■次回の訪日について(図 2～図 4)

- ・訪日旅行経験者を対象に日本への再来の意思について尋ねたところ、「大変そう思う」(53.8%)、「ややそう思う」(41.1%)を合わせて約 95%となり、ほとんどの人が日本にもう一度行きたいと感じていることがわかった。
- ・続いて、今後の日本のインバウンド需要を把握するべく、次回訪日の際にしたいことを調べた。訪日経験の有無で数値を比較したところ、訪日経験がある人はない人に比べて、項目全体で行動意欲が高いことが分かった。中でも「ショッピング」(訪日経験有り:66.7%、訪日経験無し:51.5%)についての割合は約 15 ポイント以上の開きとなり、全項目内で最も差があることから、日本での「ショッピング」に満足し、再来時にも「ショッピング」を希望していることがうかがえる。

■日本で購入したものの品について(図 5)

- ・「ショッピング」に関心が高い人が多いことから、実際に日本で購入したものについて調査したところ、日本で購入したものは「化粧品・香水」(66.7%)、「カメラ・ビデオカメラ」(52.2%)、「電気製品」(51.9%)、「服・かばん・靴」(50.0%)のカテゴリで 50%を超える結果となっており、日用品よりも嗜好品、ぜいたく品にカテゴリライズされる商品が上位 3 位を占めた。

■情報収集経路(日本での購入品上位 3 位について(図 6～図 7))

<情報収集経路>

- ・日本での購入品上位 3 位「化粧品・香水」「カメラ・ビデオカメラ」「電気製品」において、どのように販売店舗の情報を収集したかを調べた。
- ・化粧品・香水は「知人が教えてくれた」(35.1%)、「検索エンジンで調べた」(28.2%)、「旅行情報サイトで見た」(25.8%)と続いた。
- ・カメラ・ビデオカメラは「検索エンジンで調べた」(33.5%)、「知人が教えてくれた」(29.9%)、「ツアーコンダクターからの紹介」(24.7%)と続いた。
- ・電気製品は「知人が教えてくれた」(38.0%)、「旅行情報サイトで見た」(28.6%)、「検索エンジンで調べた」(28.1%)と続いた。そのほかにも「ガイドブックで見た」(25.5%)、「観光案内所からの紹介」(22.4%)などの割合が他 2 カテゴリより高く、「電気製品」については人から直接得た情報による影響が大きいことがうかがえる。
- ・3 カテゴリに共通して、「知人が教えてくれた」と「検索エンジンで調べた」という回答が多いことから、知人や現地の人からの受動的な情報と、検索により自主的に収集した情報の双方が販売店舗の選定に影響していると考えられる。

<購入決定理由について>

- ・化粧品は「品質がいいから」(51.2%)、「価格が手頃・自国より安いから」(41.9%)、「お土産にいいから・頼まれたから」(39.5%)と続いた。
- ・カメラ・ビデオカメラは「品質がいいから」(56.7%)、「価格が手頃・自国より安いから」(47.4%)、「好きなブランド・商品だから」「日本製であるから」(42.3%)と続いた。
- ・電気製品は「品質がいいから」(50.8%)、「日本製であるから」(49.2%)、「価格が手頃・自国より安いから」(42.5%)の順となった。
- ・いずれのカテゴリも、品質の高さと手頃な価格が購入に大きく影響しており、日本の製品へ高い信頼をおいていることがうかがえる。

【総論】

この度の調査で、中国人旅行者のインバウンド需要の高さと、今後のさらなる高まりが期待できる結果となりました。訪日経験のある中国人旅行者においては、ほとんどの人が日本に再来したいと考えており、訪日経験のない人と比較してもさまざまな項目で行動意欲が高いことから、今後リピーターとなる人も多いと考えられます。

また、特に関心の高い「ショッピング」においては、日本製品の品質に信頼が寄せられており、また販売店舗の情報は知人の口コミや自主的なインターネット検索など、複数の情報源から収集していることが分かりました。

今後、中国人旅行者の訪日およびインバウンド消費をさらに後押しするためには、旅行前の情報収集に活用できる中国人向けWebコンテンツの充実をはかるとともに、訪日時に日本製品のコストパフォーマンスの高さをアピールし、質の高い製品・サービスを提供することで、旅行後の口コミにつなげていくことが重要だと GMO リサーチは考えます。

【ご参考】

GMO リサーチは、2015 年 5 月 8 日に株式会社トリムとパートナーシップ契約を締結し、DIY 型リサーチシステム「GMO Market Observer^{マーケット オブザーバー}」において、「レポートングサービスオプション」の提供を開始しました(参考 URL: <http://www.gmo-research.jp/4063.html>)。

これに伴い、以下の URL より「訪日中国人の消費行動調査」シンプルレポート(性別、年代、訪日経験の有無を軸に集計したレポート)をダウンロードいただけます。

■レポートのダウンロード URL: <http://www.gmo-research.jp/report150529dl>

※レポート使用の際には必ず出典として「GMO リサーチ調べ」とご記載ください。

【GMO リサーチ株式会社について】

市場調査・分析および調査データを基にしたコンサルティングサービスを提供しております。従来通りの市場調査手法はもちろん、MROC やアイトラッキング、スキャナマインドなど、最先端の技術と手法を駆使した GMO リサーチの市場調査サービスは、企業の迅速かつ最適な意思決定のお手伝いをいたします。

また、GMO リサーチでは、アジア最大規模となる 1400 万人超の会員を保有する「ASIA Cloud Panel^{アジア クラウド パネル}」のネットワークを活用し、訪日経験者や訪日予定者を対象とした消費実態や動向調査を多数行っています。今後はインバウンド消費者調査に特化したサービスを展開し、お客様のインバウンドビジネスを支援してまいります。

■「インバウンド消費者調査サービス」URL: <http://www.gmo-research.jp/inboundlp/>

■「ASIA Cloud Panel」URL: <http://www.gmo-research.jp/acp>

以上

【報道関係お問い合わせ先】

●GMO リサーチ株式会社
サービスプロデュース本部 担当 白鳥
TEL: 03-5962-0037(代表)
E-mail: press@gmo-research.jp

●GMO インターネット株式会社
グループ広報・IR 部 細田・石井・島田
TEL: 03-5456-2695 FAX: 03-3780-2611
E-mail: pr@gmo.jp

【GMO リサーチ株式会社】(URL: <http://www.gmo-research.jp/>)

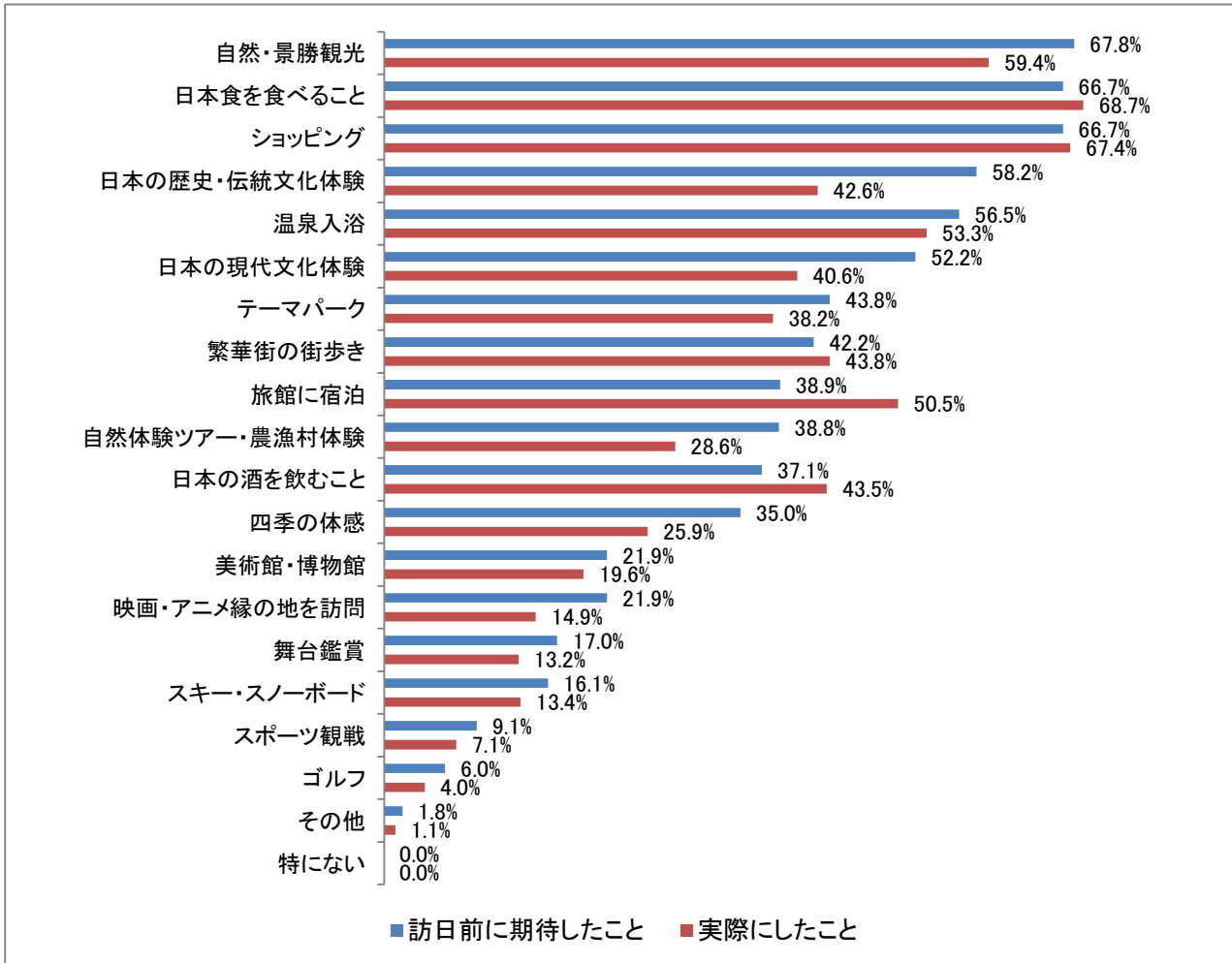
会 社 名	GMO リサーチ株式会社 (東証マザーズ 証券コード:3695)
所 在 地	東京都渋谷区桜丘町 26 番 1 号 セルリアンタワー
代 表 者	代表取締役社長 細川 慎一
事 業 内 容	■インターネットリサーチ事業

【GMO インターネット株式会社】(URL: <http://www.gmo.jp/>)

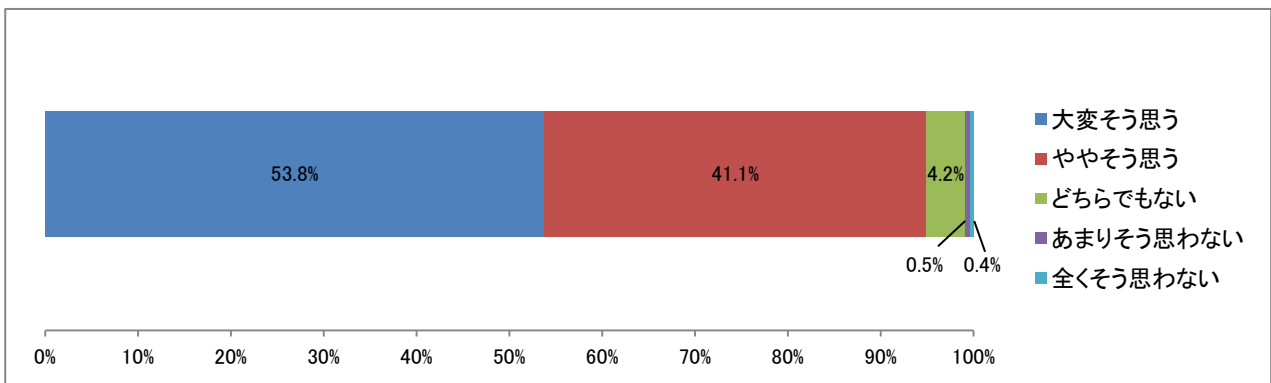
会 社 名	GMO インターネット株式会社 (東証第一部 証券コード:9449)
所 在 地	東京都渋谷区桜丘町 26 番 1 号 セルリアンタワー
代 表 者	代表取締役会長兼社長・グループ代表 熊谷 正寿
事 業 内 容	■インターネットインフラ事業 ■インターネット広告・メディア事業 ■インターネット証券事業 ■モバイルエンターテインメント事業

【参考資料】

(図 1) 訪日前に期待したこと、訪日中に実際にしたこと[過去 3 年以内の訪日中国人旅行者 N=552 複数回答]

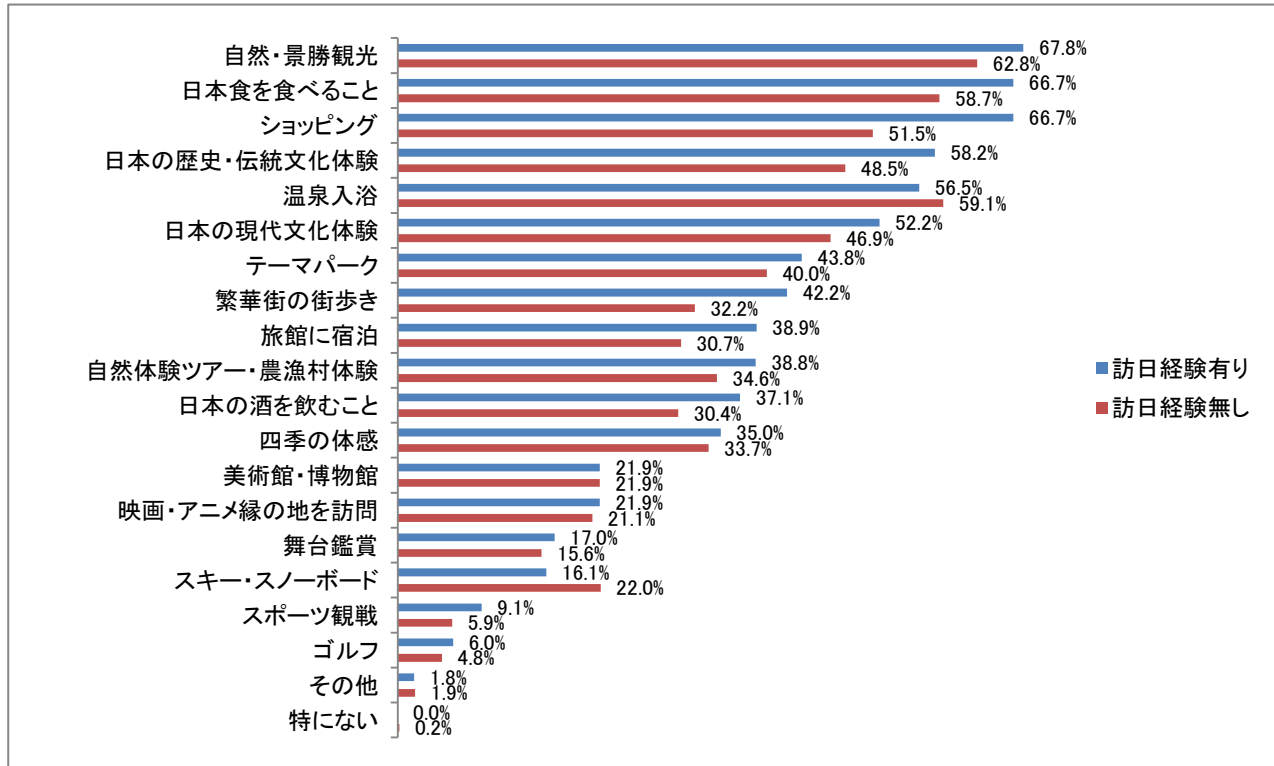


(図 2) 日本への再来意向[過去 3 年以内の訪日中国人旅行者 N=552 単一回答]



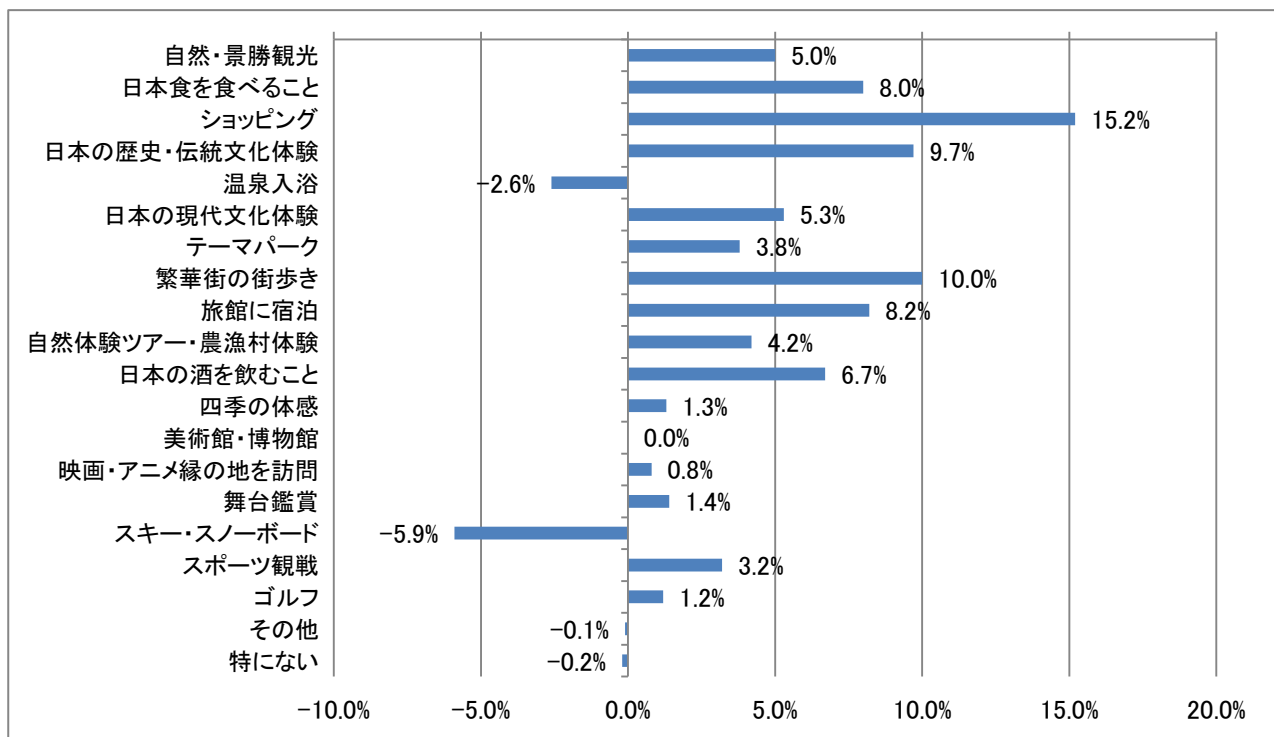
(図 3) 次回訪日の際に日本でしたいこと

[過去 3 年以内の訪日中国人旅行者 N=552、今後 3 年以内の訪日中国人旅行予定者 N=540 複数回答]

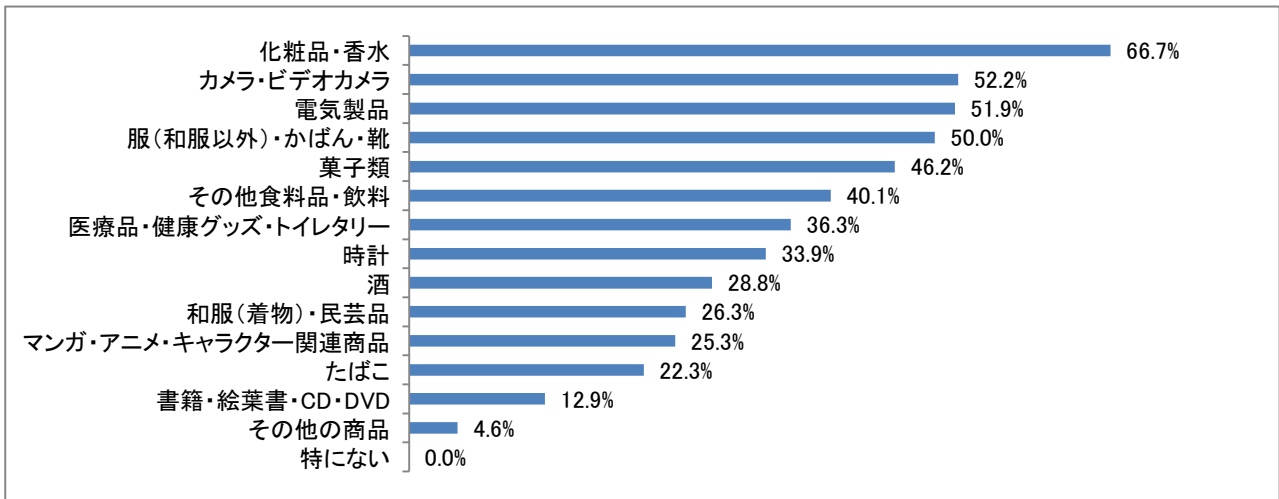


(図 4) 次回訪日の際に日本でしたいこと 〈訪日経験の有無間の数値差〉

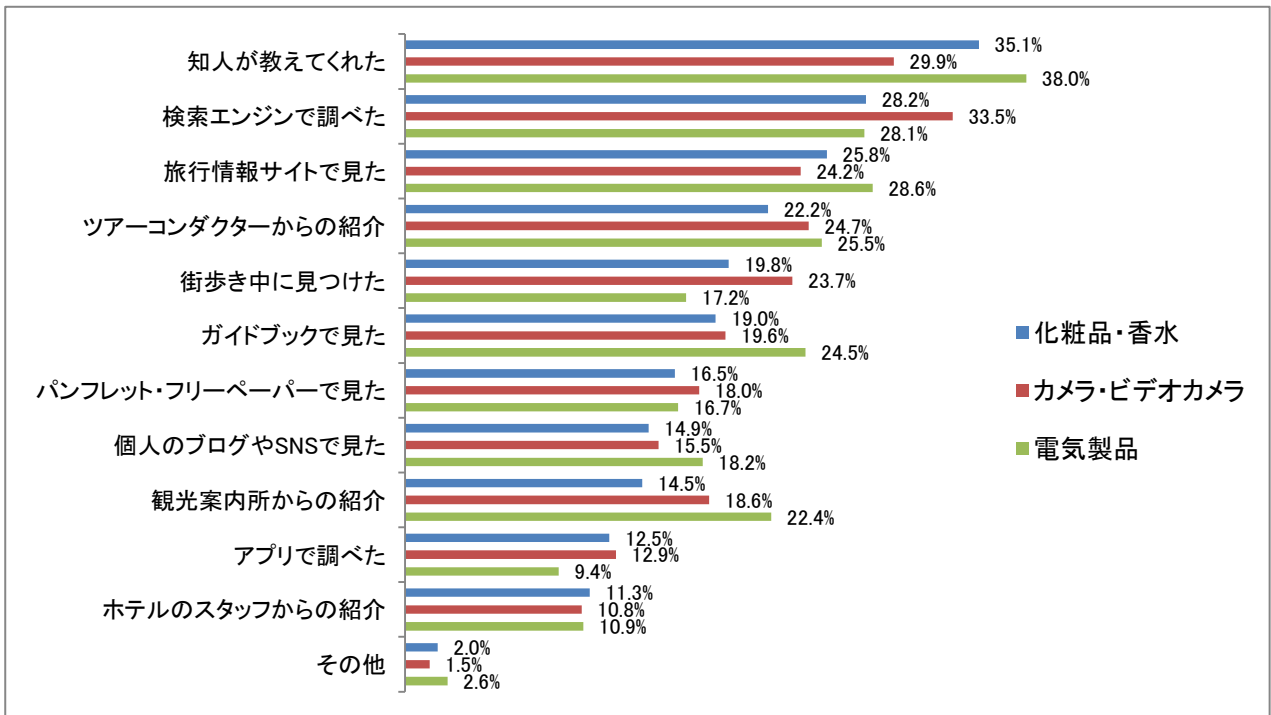
[訪日の際にショッピングをしたと回答した方 N=372 複数回答]



(図 5) 日本で購入したもの [訪日の際にショッピングをしたと回答した方 N=372 複数回答]



(図 6) 情報収集経路 [化粧品購入者 N=248、カメラ購入者 N=194、電気製品購入者 N=192 複数回答]



(図 7) 購入決定理由[化粧品購入者 N=248、カメラ購入者 N=194、電気製品購入者 N=192 複数回答]

