

インバウンド消費を拡大させる 意識と行動 2025



本調査について

◇調査対象国・地域：①中国 沿岸部（北京、上海、広州、深セン、天津、大連、杭州、青島）
内陸部（成都、重慶、武漢、鄭州、西安、蘭州）

②台湾

③香港

◇調査対象：訪日経験1回以上、2022年10月～2025年2月（アンケート開始前まで）
訪日した18～59歳の男女

◇調査方法：インターネットリサーチ

◇調査期間：2025年2月7日（金）～20日（木）

◇調査対象国・地域およびサンプル数

中国	1,024名	沿岸部：501名（男性：267名、女性：234名） 内陸部：523名（男性：304名、女性：219名）
台湾	1,027名	男性：485名、女性：542名
香港	887名	男性：448名、女性：439名

◇調査質問

1. 自国での日常生活について
2. 日常生活の中で日本製品を購入・利用する状況
3. 現在、日本製品を購入・入手している方法
4. 日本製品（他国製品を含め）に対する顧客ロイヤルティ
5. 海外のブランドや新商品との出会いについて
6. 日本での滞在日数
7. 滞在期間中訪問した都市／エリア数
8. 日本を訪れる時、したいこと
9. 日本に訪問するとき、お買物の場所について
10. 日本に訪問するとき、購入した商品について
11. 今後の訪日意向

◇本調査における商品カテゴリ

医薬品	風邪薬、解熱鎮痛剤、胃腸薬、漢方薬、目薬など
化粧品	口紅、ファンデーション、化粧水、乳液など
日用品	ボディソープ、歯磨き粉、足用冷却シート、ホットアイマスク、ヘアケア用品、防虫剤、消臭剤、柔軟剤、ティッシュペーパー、使い捨てカイロなど
衛生用品	紙おむつ、生理用ナプキン、マスク、アルコール除菌スプレー、消毒剤、避妊用具など
その他の日用品	ベビー用品・粉ミルク・ベビーフード、健康食品・サプリメント・酵素、食器用洗剤などの生活雑貨
ペット用品	ペット用品・ペットフード・ペットのおやつ
食品	缶詰・瓶詰、生鮮・チルド・冷凍食品、乳製品・調味料・調味食品、麺類、スープ類など
菓子・飲料	ガム・キャンディー、チョコレート、ビスケット類、スナック菓子、和菓子、米菓、コーヒー・紅茶・緑茶、果汁飲料・ジュース類など
酒類	日本酒、焼酎、ビール類、ウイスキー・ブランデー、ワイン・スパークリングワインなど

中国

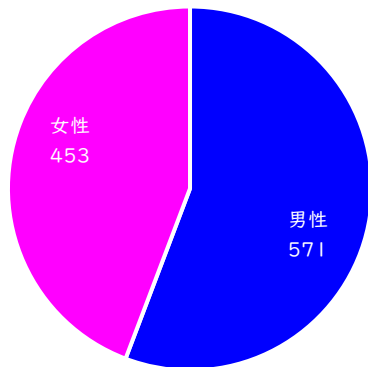
People's Republic of China

中華人民共和国	
面積	約960万km ² （日本の約26倍）
人口	約14億人
民族	漢民族（総人口の約92%）及び55の少数民族
公用語	中国語
宗教	仏教・イスラム教・キリスト教など
主要産業	第一次産業（名目GDPの7.3%）、第二次産業（同39.9%） 第三次産業（同52.8%）
GDP（名目）	約18兆1,000億ドル（2022年、IMF（推計値））
経済成長率（実質）	5.0%（2024年、中国国家统计局）
2024年訪日客数	6,981,200人 前年比：187.9% （JNTO推計値） （参考）2023年：2,425,157人 2019年：9,594,394人

外務省の公表データ、ならびに日本政府観光局の公表データより作成

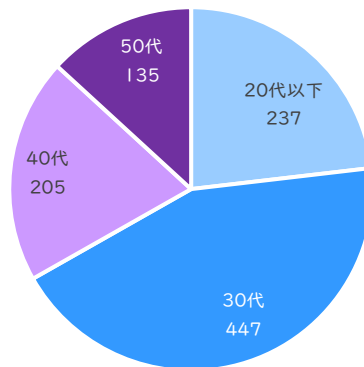
◇ 性別

(人)



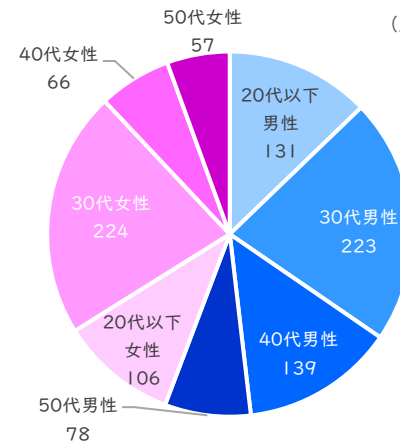
◇ 年代

(人)



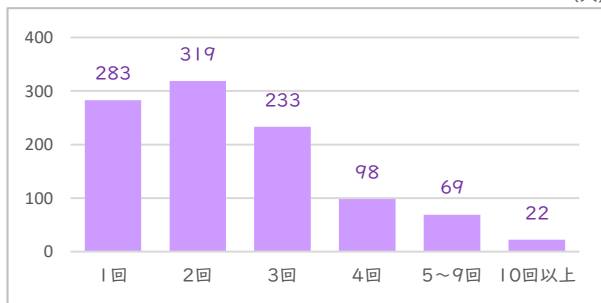
◇ 性別・年代

(人)



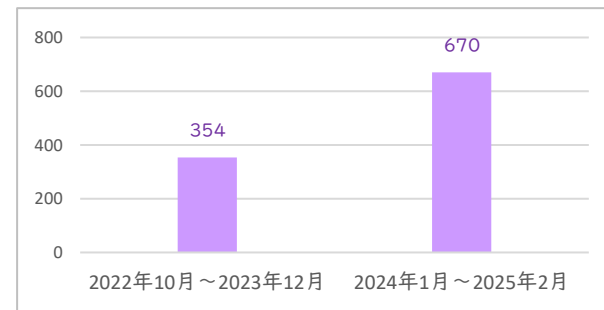
◇ 訪日回数

(人)

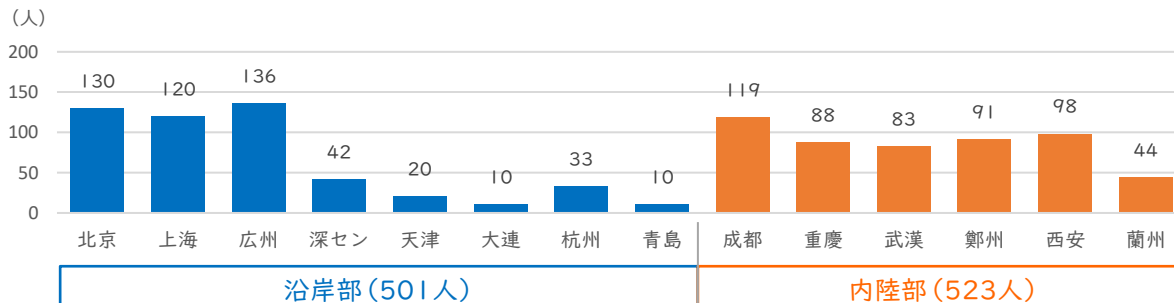


◇ 直近の訪日時期

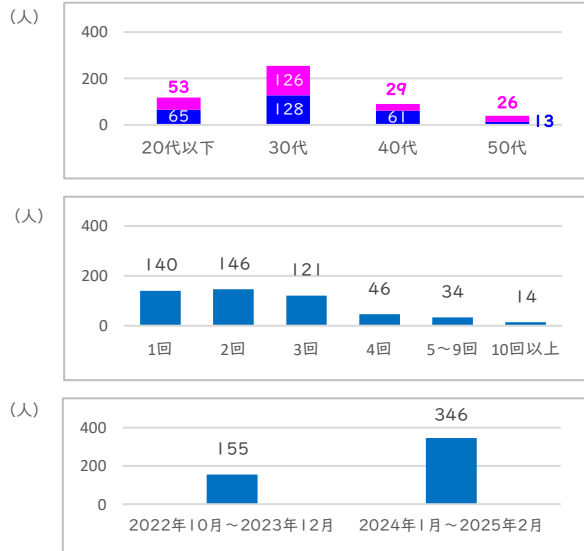
(人)



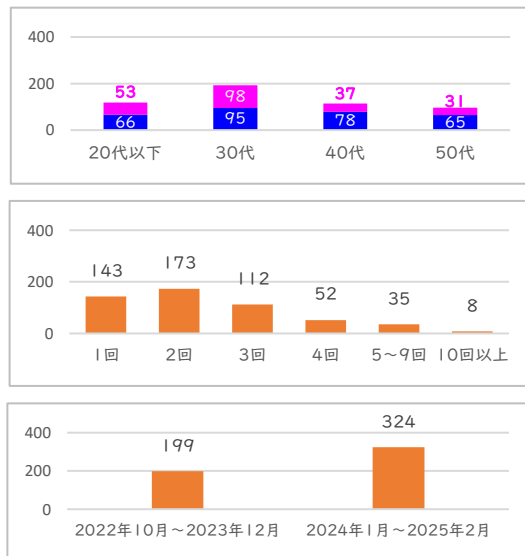
◇ 居住地域 ◇



沿岸部



(人)



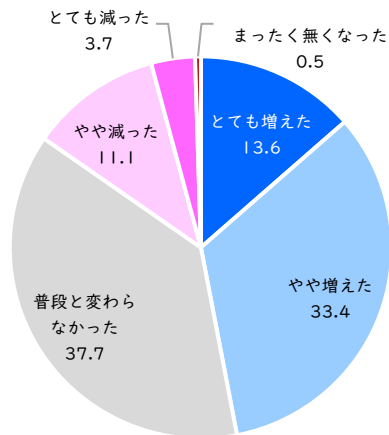
内陸部

Q1. 国内でのあなたの現在の日常生活について、次にあげる点は、コロナ禍の期間中（2020年2月～2022年9月ころ）に比べ増えましたか、減りましたか？(SA)

(1) 仕事

(%)

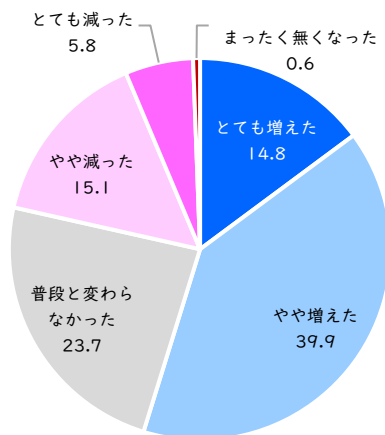
		とても増えた	やや増えた	普段と変わらなかった	やや減った	とても減った	まったく無くなった
全体	1024人	13.6	33.4	37.7	11.1	3.7	0.5
└ 沿岸部	501人	11.8	35.1	39.7	9.8	3.4	0.2
└ 内陸部	523人	15.3	31.7	35.8	12.4	4.0	0.8



(2) 収入

(%)

		とても増えた	やや増えた	普段と変わらなかった	やや減った	とても減った	まったく無くなった
全体	1024人	14.8	39.9	23.7	15.1	5.8	0.6
└ 沿岸部	501人	13.8	40.7	23.8	15.6	6.0	0.2
└ 内陸部	523人	15.9	39.2	23.7	14.7	5.5	1.0

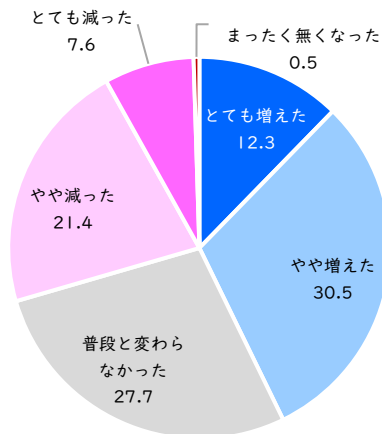


1. 本国での日常生活について

(3) お店での買物

(%)

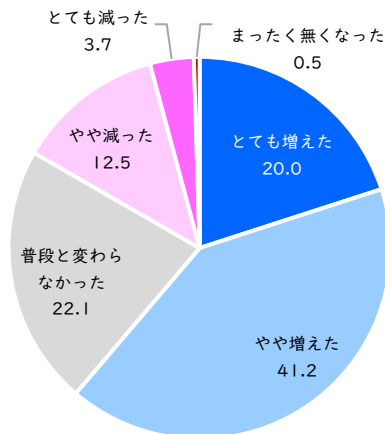
		とても増えた	やや増えた	普段と変わらなかった	やや減った	とても減った	まったく無くなった
全体	1024人	12.3	30.5	27.7	21.4	7.6	0.5
└ 沿岸部	501人	11.8	28.1	26.5	25.1	8.0	0.4
└ 内陸部	523人	12.8	32.7	28.9	17.8	7.3	0.6



(4) ネットでの買物

(%)

		とても増えた	やや増えた	普段と変わらなかった	やや減った	とても減った	まったく無くなった
全体	1024人	20.0	41.2	22.1	12.5	3.7	0.5
└ 沿岸部	501人	20.8	39.7	21.8	14.0	3.8	0.0
└ 内陸部	523人	19.3	42.6	22.4	11.1	3.6	1.0

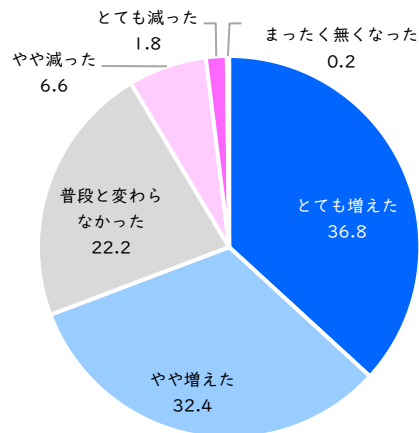


1. 自国での日常生活について

(5) 健康に関する意識・関心

(%)

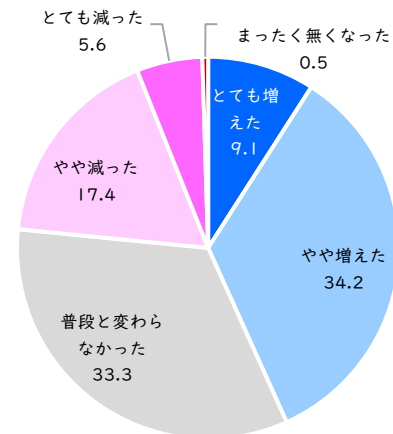
		とても増えた	やや増えた	普段と変わらなかった	やや減った	とても減った	まったく無くなった
全体	1024人	36.8	32.4	22.2	6.6	1.8	0.2
└ 沿岸部	501人	43.3	29.1	18.6	6.8	2.2	0.0
└ 内陸部	523人	30.6	35.6	25.6	6.5	1.3	0.4



(6) 経済的な余裕

(%)

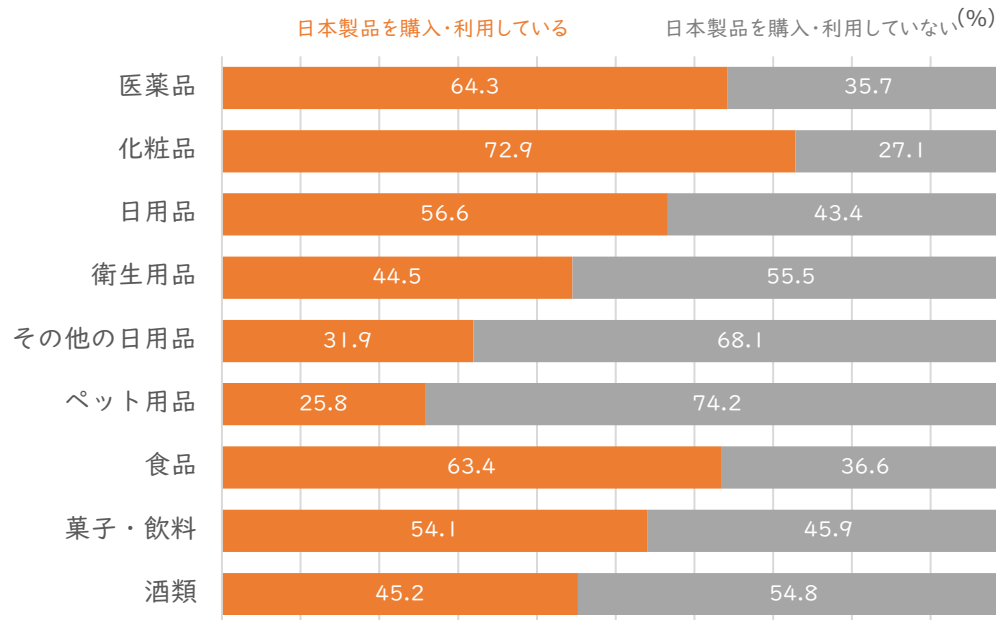
		とても増えた	やや増えた	普段と変わらなかった	やや減った	とても減った	まったく無くなった
全体	1024人	9.1	34.2	33.3	17.4	5.6	0.5
└ 沿岸部	501人	9.4	35.9	28.1	20.4	5.8	0.4
└ 内陸部	523人	8.8	32.5	38.2	14.5	5.4	0.6



Q2. 普段あなたのご家庭で日本製品 (Made in Japan) を、購入・利用していますか。(SA)

(%)

中国 (全体) n=1024人	日本製品を購入・利用 している	日本製品を購入・利用 していない
医薬品	64.3	35.7
化粧品	72.9	27.1
日用品	56.6	43.4
衛生用品	44.5	55.5
その他の日用品	31.9	68.1
ペット用品	25.8	74.2
食品	63.4	36.6
菓子・飲料	54.1	45.9
酒類	45.2	54.8



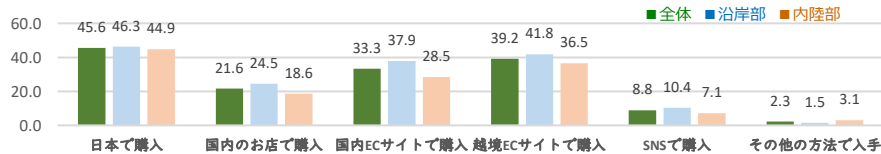
3. 現在、日本製品を購入・入手している方法

Q3. 現在、あなたのご家庭で購入・利用している日本製品 (Made in Japan) は、どのような方法で入手しましたか? (MA)

(1) 医薬品

(%)

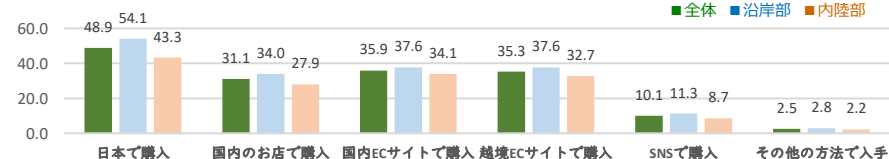
		日本で購入	国内のお店で購入	国内ECサイトで購入	越境ECサイトで購入	SNSで購入	その他の方法で入手
全体	658人	45.6	21.6	33.3	39.2	8.8	2.3
└ 沿岸部	335人	46.3	24.5	37.9	41.8	10.4	1.5
└ 内陸部	323人	44.9	18.6	28.5	36.5	7.1	3.1



(2) 化粧品

(%)

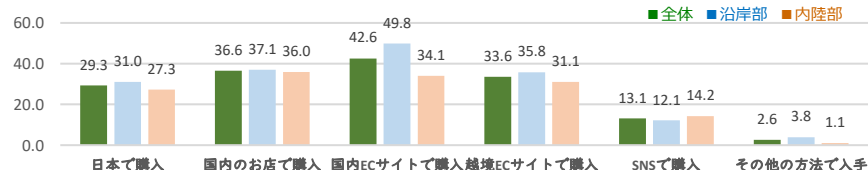
		日本で購入	国内のお店で購入	国内ECサイトで購入	越境ECサイトで購入	SNSで購入	その他の方法で入手
全体	746人	48.9	31.1	35.9	35.3	10.1	2.5
└ 沿岸部	388人	54.1	34.0	37.6	37.6	11.3	2.8
└ 内陸部	358人	43.3	27.9	34.1	32.7	8.7	2.2



(3) 日用品

(%)

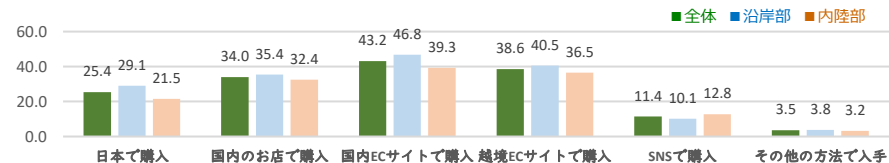
		日本で購入	国内のお店で購入	国内ECサイトで購入	越境ECサイトで購入	SNSで購入	その他の方法で入手
全体	580人	29.3	36.6	42.6	33.6	13.1	2.6
└ 沿岸部	313人	31.0	37.1	49.8	35.8	12.1	3.8
└ 内陸部	267人	27.3	36.0	34.1	31.1	14.2	1.1



(4) 衛生用品

(%)

		日本で購入	国内のお店で購入	国内ECサイトで購入	越境ECサイトで購入	SNSで購入	その他の方法で入手
全体	456人	25.4	34.0	43.2	38.6	11.4	3.5
└ 沿岸部	237人	29.1	35.4	46.8	40.5	10.1	3.8
└ 内陸部	219人	21.5	32.4	39.3	36.5	12.8	3.2

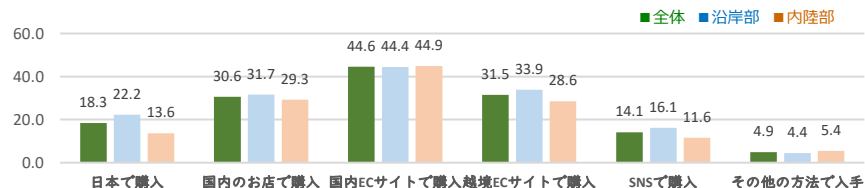


3. 現在、日本製品を購入・入手している方法

(5) その他の日用品

(%)

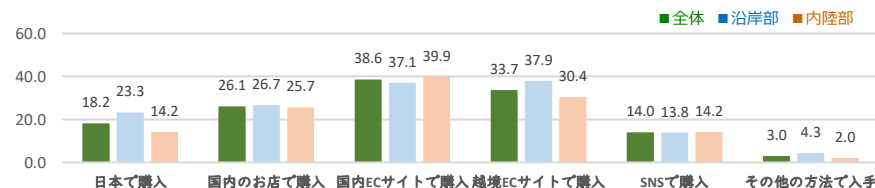
	日本で購入	国内のお店で 購入	国内ECサイト で購入	越境ECサイト で購入	SNSで購入	その他の方法 で入手	
全体	327人	18.3	30.6	44.6	31.5	14.1	4.9
└沿岸部	180人	22.2	31.7	44.4	33.9	16.1	4.4
└内陸部	147人	13.6	29.3	44.9	28.6	11.6	5.4



(6) ペット用品

(%)

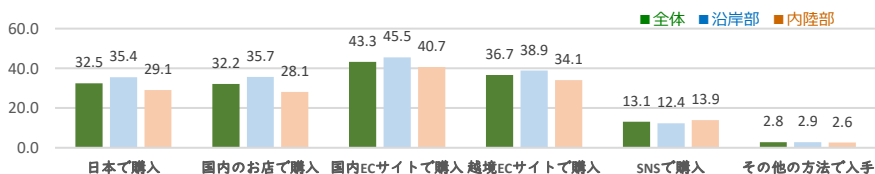
	日本で購入	国内のお店で 購入	国内ECサイト で購入	越境ECサイト で購入	SNSで購入	その他の方法 で入手	
全体	264人	18.2	26.1	38.6	33.7	14.0	3.0
└ 沿岸部	116人	23.3	26.7	37.1	37.9	13.8	4.3
└ 内陸部	148人	14.2	25.7	39.9	30.4	14.2	2.0



(7) 食品

(%)

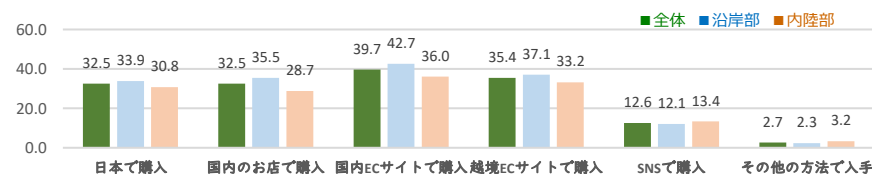
	日本で購入	国内のお店で 購入	国内ECサイト で購入	越境ECサイト で購入	SNSで購入	その他の方法 で入手	
全体	649人	32.5	32.2	43.3	36.7	13.1	2.8
└ 沿岸部	347人	35.4	35.7	45.5	38.9	12.4	2.9
└ 内陸部	302人	29.1	28.1	40.7	34.1	13.9	2.6



(8) 菓子・飲料

(%)

		日本で購入	国内のお店で 購入	国内ECサイト で購入	越境ECサイト で購入	SNSで購入	その他の方法 で入手
全体	554人	32.5	32.5	39.7	35.4	12.6	2.7
└ 沿岸部	307人	33.9	35.5	42.7	37.1	12.1	2.3
└ 内陸部	247人	30.8	28.7	36.0	33.2	13.4	3.2

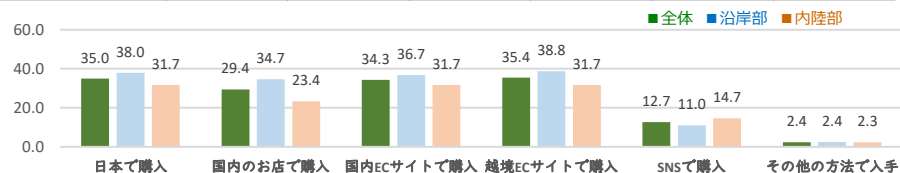


3. 現在、日本製品を購入・入手している方法

(9) 酒類

(%)

		日本で購入	国内のお店で 購入	国内ECサイト で購入	越境ECサイト で購入	SNSで購入	その他の方法 で入手
全体	463人	35.0	29.4	34.3	35.4	12.7	2.4
└ 沿岸部	245人	38.0	34.7	36.7	38.8	11.0	2.4
└ 内陸部	218人	31.7	23.4	31.7	31.7	14.7	2.3

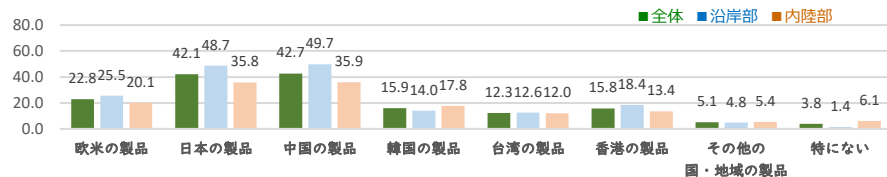


Q4. あなたの、好きな製品、お気に入りの製品はどこの国の製品ですか？(MA)

(1) 医薬品

(%)

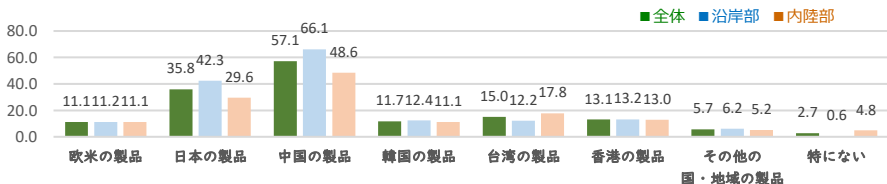
	欧米の製品	日本の製品	中国の製品	韓国の製品	台湾の製品	香港の製品	その他の 国・地域の 製品	特にな
全体 1024人	22.8	42.1	42.7	15.9	12.3	15.8	5.1	3.8
└ 沿岸部 501人	25.5	48.7	49.7	14.0	12.6	18.4	4.8	1.4
└ 内陸部 523人	20.1	35.8	35.9	17.8	12.0	13.4	5.4	6.1



(3) 日用品

(%)

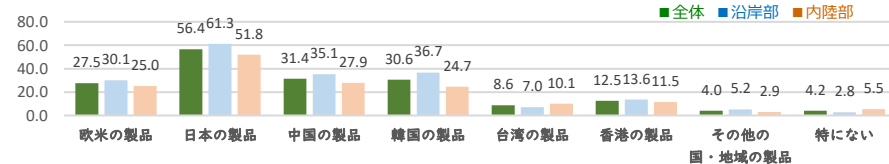
	欧米の製品	日本の製品	中国の製品	韓国の製品	台湾の製品	香港の製品	その他の 国・地域の 製品	特にな
全体 1024人	11.1	35.8	57.1	11.7	15.0	13.1	5.7	2.7
└ 沿岸部 501人	11.2	42.3	66.1	12.4	12.2	13.2	6.2	0.6
└ 内陸部 523人	11.1	29.6	48.6	11.1	17.8	13.0	5.2	4.8



(2) 化粧品

(%)

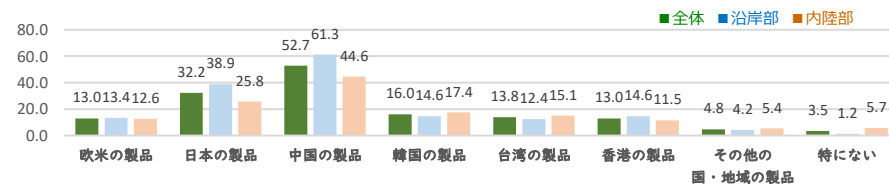
	欧米の製品	日本の製品	中国の製品	韓国の製品	台湾の製品	香港の製品	その他の 国・地域の 製品	特にな
全体 1024人	27.5	56.4	31.4	30.6	8.6	12.5	4.0	4.2
└ 沿岸部 501人	30.1	61.3	35.1	36.7	7.0	13.6	5.2	2.8
└ 内陸部 523人	25.0	51.8	27.9	24.7	10.1	11.5	2.9	5.5



(4) 衛生用品

(%)

	欧米の製品	日本の製品	中国の製品	韓国の製品	台湾の製品	香港の製品	その他の 国・地域の 製品	特にな
全体 1024人	13.0	32.2	52.7	16.0	13.8	13.0	4.8	3.5
└ 沿岸部 501人	13.4	38.9	61.3	14.6	12.4	14.6	4.2	1.2
└ 内陸部 523人	12.6	25.8	44.6	17.4	15.1	11.5	5.4	5.7

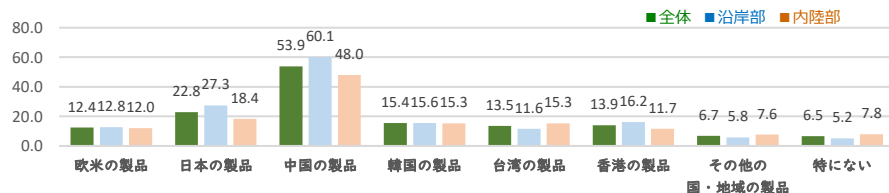


4. 日本製品（他国製品を含め）に対する顧客ロイヤルティ

(5) その他の日用品

(%)

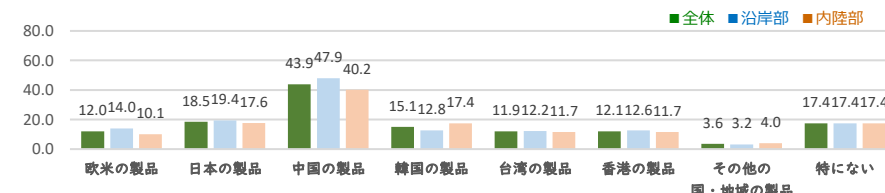
	欧米の製品	日本の製品	中国の製品	韓国の製品	台湾の製品	香港の製品	その他の 国・地域の 製品	特にな
全体 1024人	12.4	22.8	53.9	15.4	13.5	13.9	6.7	6.5
└ 沿岸部 501人	12.8	27.3	60.1	15.6	11.6	16.2	5.8	5.2
└ 内陸部 523人	12.0	18.4	48.0	15.3	15.3	11.7	7.6	7.8



(6) ペット用品

(%)

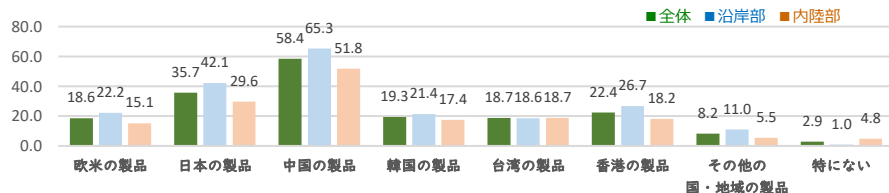
	欧米の製品	日本の製品	中国の製品	韓国の製品	台湾の製品	香港の製品	その他の 国・地域の 製品	特にな
全体 1024人	12.0	18.5	43.9	15.1	11.9	12.1	3.6	17.4
└ 沿岸部 501人	14.0	19.4	47.9	12.8	12.2	12.6	3.2	17.4
└ 内陸部 523人	10.1	17.6	40.2	17.4	11.7	11.7	4.0	17.4



(7) 食品

(%)

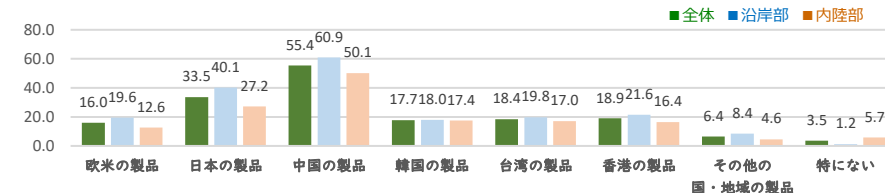
	欧米の製品	日本の製品	中国の製品	韓国の製品	台湾の製品	香港の製品	その他の 国・地域の 製品	特にな
全体 1024人	18.6	35.7	58.4	19.3	18.7	22.4	8.2	2.9
└ 沿岸部 501人	22.2	42.1	65.3	21.4	18.6	26.7	11.0	1.0
└ 内陸部 523人	15.1	29.6	51.8	17.4	18.7	18.2	5.5	4.8



(8) 菓子・飲料

(%)

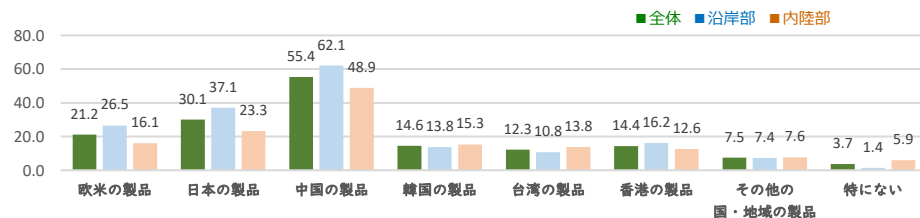
	欧米の製品	日本の製品	中国の製品	韓国の製品	台湾の製品	香港の製品	その他の 国・地域の 製品	特にな
全体 1024人	16.0	33.5	55.4	17.7	18.4	18.9	6.4	3.5
└ 沿岸部 501人	19.6	40.1	60.9	18.0	19.8	21.6	8.4	1.2
└ 内陸部 523人	12.6	27.2	50.1	17.4	17.0	16.4	4.6	5.7



(9) 酒類

(%)

		欧米の製品	日本の製品	中国の製品	韓国の製品	台湾の製品	香港の製品	その他の 国・地域の 製品	特にな
全体	1024人	21.2	30.1	55.4	14.6	12.3	14.4	7.5	3.7
└ 沿岸部	501人	26.5	37.1	62.1	13.8	10.8	16.2	7.4	1.4
└ 内陸部	523人	16.1	23.3	48.9	15.3	13.8	12.6	7.6	5.9

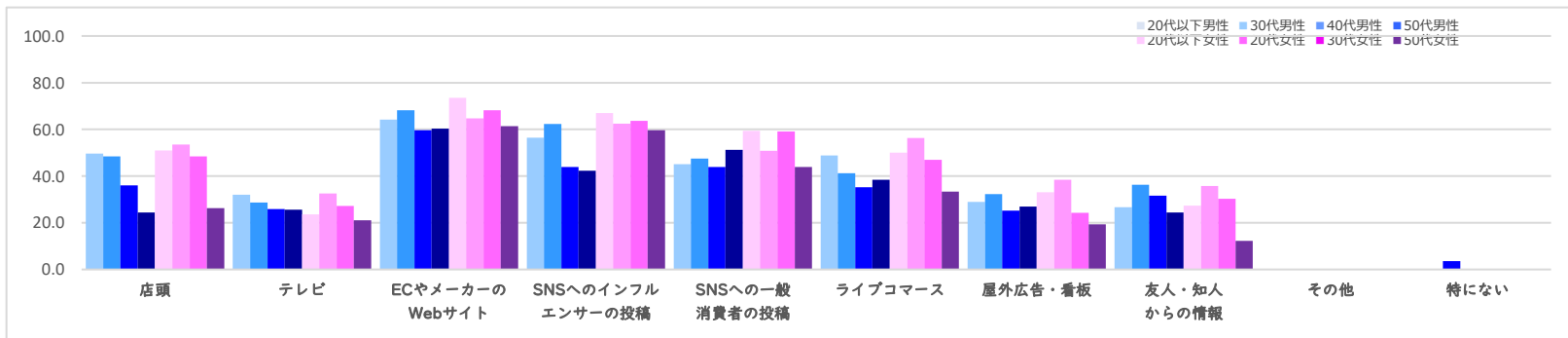


Q5. 海外のブランドや新しい商品について、普段どのようなところで出会いますか。(MA)

(性年代別)

		合計 (人)	店頭	テレビ	ECやメーカーの Webサイト	SNSへのインフル エンサーの投稿	SNSへの一般 消費者の投稿	ライブコマース	屋外広告・看板	友人・知人 からの情報	その他	特にない
全体		1024	45.2	28.3	65.3	58.0	49.5	45.3	30.7	30.8	0.0	0.5
	性別	571	42.4	28.4	64.1	53.8	46.6	41.2	29.1	31.3	0.0	0.9
	女性	453	48.8	28.3	66.9	63.4	53.2	50.6	32.7	30.0	0.0	0.0
	年代	237	50.2	28.3	68.4	61.2	51.5	49.4	30.8	27.0	0.0	0.0
	20代以下	447	51.0	30.6	66.4	62.4	49.2	48.8	35.3	36.0	0.0	0.0
	30代	205	40.0	26.3	62.4	50.2	48.8	39.0	24.9	31.2	0.0	2.4
	40代	135	25.2	23.7	60.7	49.6	48.1	36.3	23.7	19.3	0.0	0.0
	50代											
性別×年代	男性-20代以下	131	49.6	32.1	64.1	56.5	45.0	48.9	29.0	26.7	0.0	0.0
	男性-30代	223	48.4	28.7	68.2	62.3	47.5	41.3	32.3	36.3	0.0	0.0
	男性-40代	139	36.0	25.9	59.7	43.9	43.9	35.3	25.2	31.7	0.0	3.6
	男性-50代	78	24.4	25.6	60.3	42.3	51.3	38.5	26.9	24.4	0.0	0.0
	女性-20代以下	106	50.9	23.6	73.6	67.0	59.4	50.0	33.0	27.4	0.0	0.0
	女性-30代	224	53.6	32.6	64.7	62.5	50.9	56.3	38.4	35.7	0.0	0.0
	女性-40代	66	48.5	27.3	68.2	63.6	59.1	47.0	24.2	30.3	0.0	0.0
	女性-50代	57	26.3	21.1	61.4	59.6	43.9	33.3	19.3	12.3	0.0	0.0

(%)

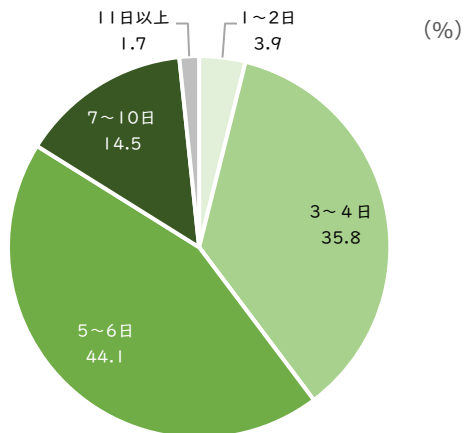


Q6. あなたが一番最近、日本を訪問したときの、日本での滞在日数を教えてください。(SA)

Q7. あなたが一番最近、日本を訪問したときには、いくつの都市・エリアに行きましたか。(SA)

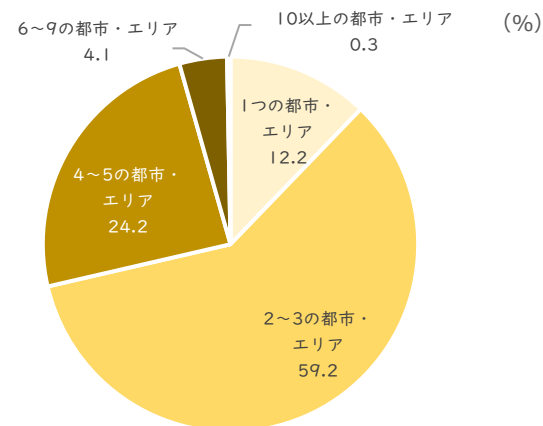
(%)

		1～2日	3～4日	5～6日	7～10日	11日以上
全体	1024人	3.9	35.8	44.1	14.5	1.7
└ 沿岸部	501人	2.4	35.1	43.9	16.4	2.2
└ 内陸部	523人	5.4	36.5	44.4	12.6	1.1



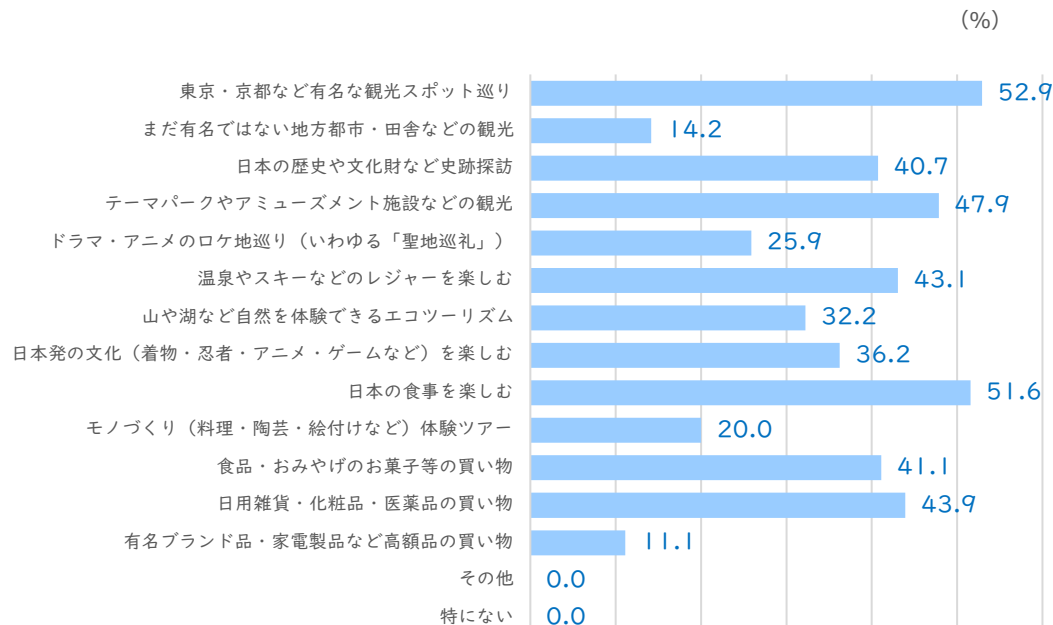
(%)

		1つの都市・エリア	2～3の都市・エリア	4～5の都市・エリア	6～9の都市・エリア	10以上の都市・エリア
全体	1024人	12.2	59.2	24.2	4.1	0.3
└ 沿岸部	501人	8.6	69.5	19.2	2.6	0.2
└ 内陸部	523人	15.7	49.3	29.1	5.5	0.4



Q8.あなたが一番最近の日本訪問でしたことは何ですか。(MA)

中国（全体） n=1024	人	%
東京・京都など有名な観光スポット巡り	542	52.9
まだ有名ではない地方都市・田舎などの観光	145	14.2
日本の歴史や文化財など史跡探訪	417	40.7
テーマパークやアミューズメント施設などの観光	490	47.9
ドラマ・アニメのロケ地巡り（いわゆる「聖地巡礼」）	265	25.9
温泉やスキーなどのレジャーを楽しむ	441	43.1
山や湖など自然を体験できるエコツアー	330	32.2
日本発の文化（着物・忍者・アニメ・ゲームなど）を楽しむ	371	36.2
日本の食事を楽しむ	528	51.6
モノづくり（料理・陶芸・絵付けなど）体験ツアー	205	20.0
食品・おみやげのお菓子等の買い物	421	41.1
日用雑貨・化粧品・医薬品の買い物	450	43.9
有名ブランド品・家電製品など高額品の買い物	114	11.1
その他	0	0.0
特になし	0	0.0



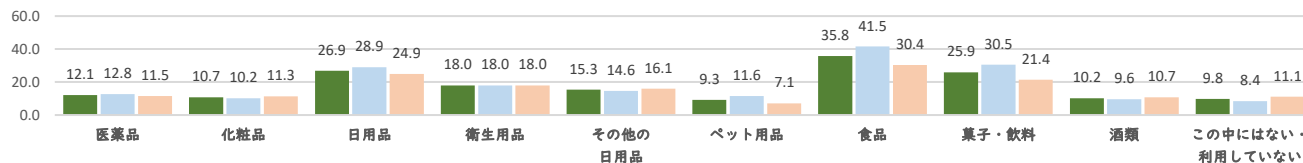
9. 日本に訪問するとき、お買物の場所について

Q9. あなたは、一番最近の日本訪問のときに、お店で買物をしましたか？それぞれのお店について何を買ったのか教えてください。(MA)

(1) コンビニエンスストア

(%)

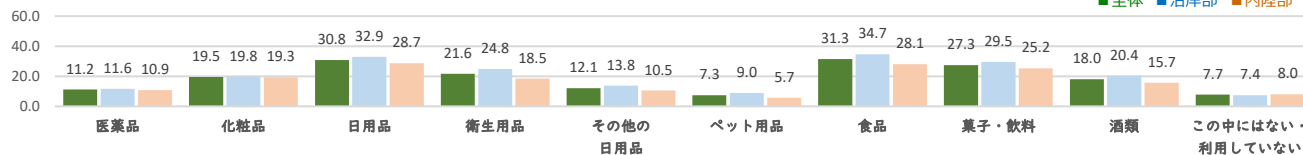
	医薬品	化粧品	日用品	衛生用品	その他の日用品	ペット用品	食品	菓子・飲料	酒類	この中にはない・利用していない
全体 1024人	12.1	10.7	26.9	18.0	15.3	9.3	35.8	25.9	10.2	9.8
└ 沿岸部 501人	12.8	10.2	28.9	18.0	14.6	11.6	41.5	30.5	9.6	8.4
└ 内陸部 523人	11.5	11.3	24.9	18.0	16.1	7.1	30.4	21.4	10.7	11.1



(2) スーパー

(%)

	医薬品	化粧品	日用品	衛生用品	その他の日用品	ペット用品	食品	菓子・飲料	酒類	この中にはない・利用していない
全体 1024人	11.2	19.5	30.8	21.6	12.1	7.3	31.3	27.3	18.0	7.7
└ 沿岸部 501人	11.6	19.8	32.9	24.8	13.8	9.0	34.7	29.5	20.4	7.4
└ 内陸部 523人	10.9	19.3	28.7	18.5	10.5	5.7	28.1	25.2	15.7	8.0

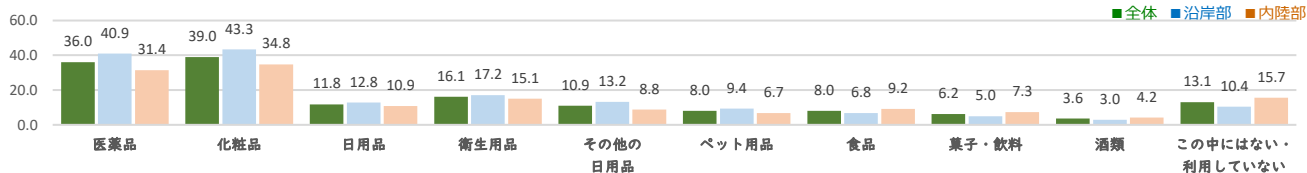


9. 日本に訪問するとき、お買物の場所について

(3) ドラッグストア

(%)

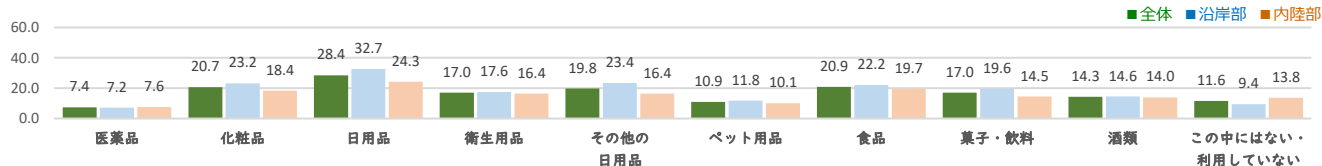
		医薬品	化粧品	日用品	衛生用品	その他の日用品	ペット用品	食品	菓子・飲料	酒類	この中にはない・利用していない
全体	1024人	36.0	39.0	11.8	16.1	10.9	8.0	8.0	6.2	3.6	13.1
└ 沿岸部	501人	40.9	43.3	12.8	17.2	13.2	9.4	6.8	5.0	3.0	10.4
└ 内陸部	523人	31.4	34.8	10.9	15.1	8.8	6.7	9.2	7.3	4.2	15.7



(4) 百貨店

(%)

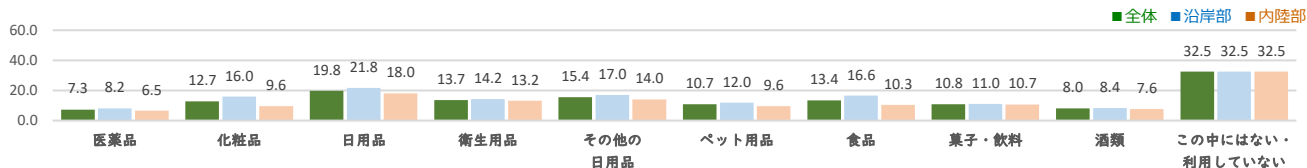
		医薬品	化粧品	日用品	衛生用品	その他の日用品	ペット用品	食品	菓子・飲料	酒類	この中にはない・利用していない
全体	1024人	7.4	20.7	28.4	17.0	19.8	10.9	20.9	17.0	14.3	11.6
└ 沿岸部	501人	7.2	23.2	32.7	17.6	23.4	11.8	22.2	19.6	14.6	9.4
└ 内陸部	523人	7.6	18.4	24.3	16.4	16.4	10.1	19.7	14.5	14.0	13.8



(5) ドン・キホーテなどのディスカウントストア

(%)

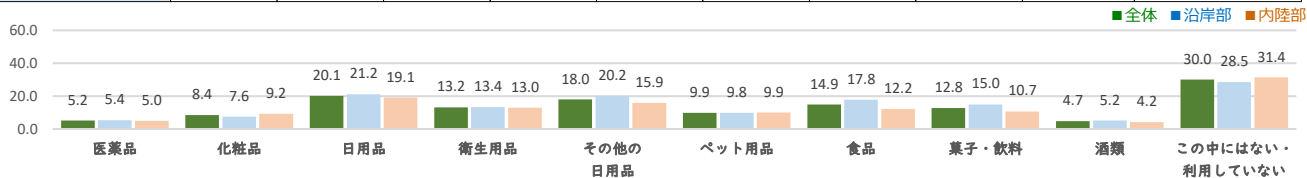
	医薬品	化粧品	日用品	衛生用品	その他の日用品	ペット用品	食品	菓子・飲料	酒類	この中にはない・利用していない
全体 1024人	7.3	12.7	19.8	13.7	15.4	10.7	13.4	10.8	8.0	32.5
└ 沿岸部 501人	8.2	16.0	21.8	14.2	17.0	12.0	16.6	11.0	8.4	32.5
└ 内陸部 523人	6.5	9.6	18.0	13.2	14.0	9.6	10.3	10.7	7.6	32.5



(6) 100円ショップ

(%)

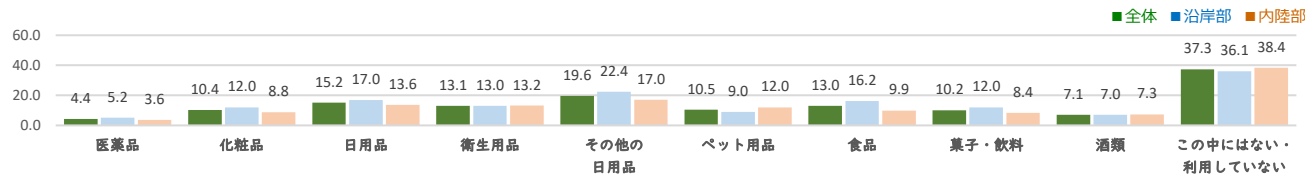
	医薬品	化粧品	日用品	衛生用品	その他の日用品	ペット用品	食品	菓子・飲料	酒類	この中にはない・利用していない
全体 1024人	5.2	8.4	20.1	13.2	18.0	9.9	14.9	12.8	4.7	30.0
└ 沿岸部 501人	5.4	7.6	21.2	13.4	20.2	9.8	17.8	15.0	5.2	28.5
└ 内陸部 523人	5.0	9.2	19.1	13.0	15.9	9.9	12.2	10.7	4.2	31.4



(7) ハンズ、LOFT、PLAZA

(%)

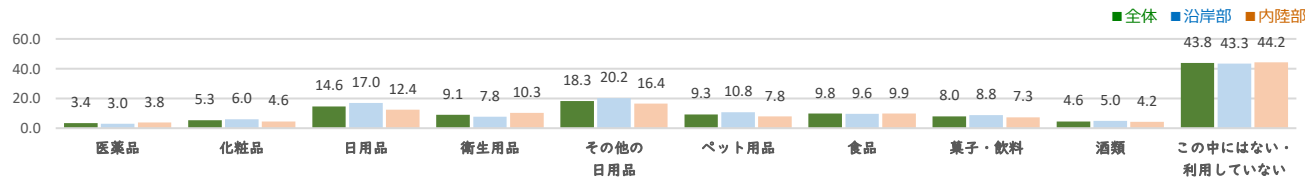
		医薬品	化粧品	日用品	衛生用品	その他の日用品	ペット用品	食品	菓子・飲料	酒類	この中にはない・利用していない
全体	1024人	4.4	10.4	15.2	13.1	19.6	10.5	13.0	10.2	7.1	37.3
└ 沿岸部	501人	5.2	12.0	17.0	13.0	22.4	9.0	16.2	12.0	7.0	36.1
└ 内陸部	523人	3.6	8.8	13.6	13.2	17.0	12.0	9.9	8.4	7.3	38.4



(8) 家電量販店

(%)

		医薬品	化粧品	日用品	衛生用品	その他の日用品	ペット用品	食品	菓子・飲料	酒類	この中にはない・利用していない
全体	1024人	3.4	5.3	14.6	9.1	18.3	9.3	9.8	8.0	4.6	43.8
└ 沿岸部	501人	3.0	6.0	17.0	7.8	20.2	10.8	9.6	8.8	5.0	43.3
└ 内陸部	523人	3.8	4.6	12.4	10.3	16.4	7.8	9.9	7.3	4.2	44.2



Q10. あなたが一番最近の日本訪問のときに買ったものは何ですか？次にあげる商品について、「購入して、日本滞在中に消費した」「お土産用として購入した」それぞれあてはまるものをすべて選んでください。(MA)

(医薬品、化粧品、日用品)

(%)

中国(全体) n=1024	購入して、日本 滞在中に消費した	お土産用として 購入した	この商品は購入 しなかった
風邪薬(パブロン、ジキニンなど)	31.0	30.2	43.1
解熱鎮痛剤(ロキソニンS、イブなど)	29.8	26.5	45.8
胃腸薬(太田胃散、キャベジンコーワなど)	24.2	26.8	52.4
漢方薬(ダスモック〈清肺湯〉、ナイシトルなど)	16.5	30.6	56.0
目薬	26.4	28.0	48.7
メイクアップ化粧品(口紅、ファンデーションなど)	39.5	45.3	25.3
基礎化粧品(化粧水、乳液など)	40.3	47.3	20.9
化粧小物(爪切り、ビューラー、カミソリなど)	25.5	30.5	48.6
ボディケア用品(ボディソープ、ハンドクリーム、制汗剤など)	39.9	40.1	26.9
口腔内ケア用品(歯ブラシ、歯磨き粉、マウスウォッシュなど)	45.1	30.0	29.1
レッグ・フットケア用品(足用冷却シート「休足時間」、脱毛剤など)	22.1	24.7	55.9
アイケア用品(目の洗浄剤、ホットアイマスク「めぐりズム」など)	28.4	29.6	46.0
ヘアケア用品(シャンプー、トリートメント、整髪剤など)	31.6	33.9	38.8
防虫・殺虫剤(防虫剤、蚊取り線香、ゴキブリ捕獲器など)	19.1	24.1	58.5
芳香・消臭剤(消臭剤、芳香剤、衣類消臭スプレーなど)	22.8	25.2	55.2
衣料洗濯用品(洗濯洗剤、柔軟剤など)	24.1	25.0	52.9
紙製品(ティッシュペーパー、トイレットペーパーなど)	37.7	21.2	43.4
使い捨てカイロ、熱冷却シート(熱さまシート、冷えピタなど)	24.7	31.2	47.4
紙おむつ(ベビー用)	17.7	18.6	64.5
紙おむつ(大人用)	13.0	18.8	69.0
生理用品(ナプキン、尿とりパッドなど)	28.6	22.3	52.1
避妊用具	19.0	19.6	63.1
マスク	36.2	21.1	45.7
ベビー用品・粉ミルク・ベビーフード	14.5	27.3	59.6
健康食品・サプリメント・酵素	30.9	32.0	42.8
生活雑貨(食器用洗剤、住居用洗剤、スポンジなど)	23.7	24.9	53.5
その他の日用品	25.5	23.0	53.3
ペットフード	15.4	21.5	64.4
ペットのおやつ	14.8	23.1	63.8
ペット用品	13.1	21.3	66.5

(%)

25%以上購入

40%以上購入

50%以上購入しなかった

(食品・その他)

(%)

25%以上購入

40%以上購入

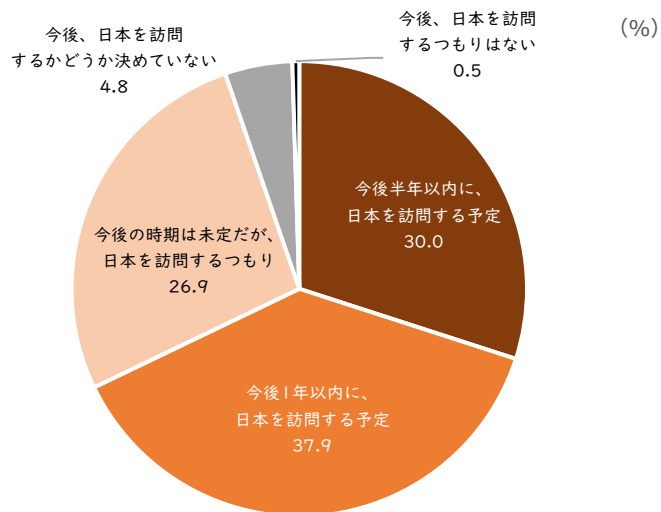
50%以上購入しなかった

中国(全体) n=1024	購入して、日本 滞在中に消費した	お土産用として 購入した	この商品は購入 しなかった
缶詰・瓶詰、乾物などの加工食品	39.7	39.3	27.8
生鮮・チルド・冷凍食品・乳製品	37.0	23.1	42.6
調味料・調味食品(しょうゆ、ドレッシングなど)	20.5	23.6	58.3
麺類(カップめん、袋めんなど)	46.1	26.9	31.8
スープ類(インスタントスープ、みそ汁など)	39.6	24.8	38.8
おにぎり・サンドイッチ・お弁当	54.2	21.8	26.4
その他の食品	25.0	26.3	50.9
ガム・キャンディー	42.1	40.5	28.8
チョコレート	45.2	46.5	19.9
ビスケット類	42.1	37.6	28.3
スナック菓子(ポテトチップスなど)	38.4	26.0	40.4
和菓子(まんじゅう、だんごなど)	42.4	30.9	31.3
米菓(せんべいなど)	31.6	26.4	45.8
アイスクリーム・スイーツ(ケーキなど)	47.1	20.2	34.9
コーヒー・紅茶(豆・茶葉加工品)	38.8	29.3	36.7
緑茶・日本茶(茶葉加工品)	34.3	34.5	36.1
果汁飲料・ジュース類	44.9	23.3	33.5
清涼飲料(炭酸飲料、各種ペット飲料など)	35.1	23.6	43.8
その他の菓子・飲料	25.8	31.3	47.4
日本酒	42.8	31.3	32.1
焼酎	30.4	22.7	50.1
ビール類	33.1	20.5	47.7
ウィスキー・ブランデーなど	19.3	28.4	54.8
ワイン・スパークリングワイン	22.5	23.5	56.0
その他の酒類	15.6	19.0	66.0

Q11. あなたは今後、日本を訪問したいと思いますか。(SA)

(%)

		今後半年以内に、 日本を訪問する予定	今後1年以内に、 日本を訪問する予定	今後の時期は未定だが、 日本を訪問するつもり	今後、日本を訪問 するかどうか決めていない	今後、日本を訪問 するつもりはない
全体	1024人	30.0	37.9	26.9	4.8	0.5
└ 沿岸部	501人	28.3	40.5	25.9	5.0	0.2
└ 内陸部	523人	31.5	35.4	27.7	4.6	0.8



日常生活

◇ 仕事と収入は増加傾向

仕事については、「とても増えた」「やや増えた」が47%に対し、「とても減った」「やや減った」「まったく無くなった」は15.3%となり、増加の傾向にあることが伺える。それに比例して収入面においても、54.7%が増えたと回答しており、減ったという回答21.5%を大きく上回った。

◇ ネットでの買い物が伸長

普段の買い物については、2023年の調査に続き、「お店での買い物」から「ネットでの買い物」へのシフトが進んでいる。特に、「お店での買い物」については、「とても減った」「やや減った」「まったく無くなった」の回答が29.5%となっており、リアル店舗で買い物をする機会は減少傾向となっている。一方で、「ネットでの買物」については、増えたとの回答が61.2%となっており、ネットでの買い物が依然として高い比率にある。

◇ 健康に関する意識・関心は高い水準

健康に関する意識・関心では、「とても増えた」との回答が36.8%となり、「やや増えた」と合わせると69.2%にまで達し、高い水準となっている。

◇ 経済的な余裕が減った人が約20%

経済的な余裕については、「とても増えた」「やや増えた」との回答が43.3%に対し、「とても減った」「やや減った」「まったく無くなった」との回答は23.5%であった。
一昨年調査では、「とても増えた」「やや増えた」が38.1%であったことも考慮すると、経済成長の鈍化が現われてきているようである。

日本製品の購入・利用

◇ 中国の日常生活の中では日本製品が浸透

中国の日常生活の中では、日本製品が深く浸透している。医薬品、化粧品、日用品、食品、菓子・飲料のカテゴリでは、半数以上の方が、何らかの日本製品を購入・利用しているという回答となった。

中でも、化粧品は72.9%、医薬品は64.3%となっており、多くの人に日常から利用されていることが確認できた。

◇ 日本製品はECサイトからの購入が定着

中国における日本製品の購入は国内ECサイト、越境ECサイトが中心となっている。

一般貿易による輸入ができない製品も越境ECサイトから手軽に購入できるのが中国市場の大きな特徴であり、今回の調査でも上手に使い分けしていることが分かる結果となった。

コロナ禍を経て、医薬品、化粧品のカテゴリでは、45%以上の方が「日本で購入」という結果になったが、いずれのカテゴリにおいても、30%以上の方が越境ECサイトから日本製品を購入しており、購入手段として定着していることが伺える。

各国製品の顧客ロイヤルティ

◇ 自国（中国）製品に次いで日本製品を支持

化粧品を除くカテゴリでは、自国（中国）の製品に対する支持が非常に高いが、その次に日本製品が選ばれている。

特に、医薬品、日用品、衛生用品、食品においては、30%以上の方々から支持されており、コロナ禍を経ても日本製品への顧客ロイヤルティは高く維持されていると言える。

また、化粧品では、日本製品56.4%、自国（中国）製品31.4%、韓国製品30.6%となっており、日本の化粧品の高い人気が見られる結果となった。

海外ブランドや新商品との出会い

◇ ネットとSNSが情報源

海外ブランドや新商品との出会いの場所は、ECやメーカーのWebサイト、SNS、ライブコマースといったネットと、店頭が高い数値となっている。

特に、「ECやメーカーのWebサイト」は65.3%と圧倒に高く、中国においてはネットの影響力は大きいようである。また、「SNSへのインフルエンサーの投稿」58.0%、「SNSへの一般消費者の投稿」49.5%と回答しており、約半数以上の人が選択しており、商品を認知してもらう手段としては有効なようだ。

滞在日数および訪問都市／エリア

◇ 約95%が3日以上滞在

日本での滞在日数は、「5～6日」44.1%がトップで、次いで、「3～4日」35.8%、「7～10日」14.5%という結果となった。「1～2日」(3.9%)を除く、3日以上滞りは、96.1%となっている。

◇ 約60%が2～3の都市・エリア訪問

滞在期間中、「2～3の都市・エリア」に訪問したとの回答が59.2%で最も多く、次いで「4～5の都市・エリア」24.2%で、「1の都市・エリア」12.2%、「6～9の都市・エリア」4.1%、「10以上の都市・エリア」0.3%という結果となった。

日本に訪問するとき、したいこと

◇ 観光、食事、レジャーに次いで買い物

訪日中にしたいことは、「東京・京都など有名な観光スポット巡り」「日本の食事を楽しむ」「テーマパークやアミューズメント施設などの観光」が上位3位を占めているが、「日用雑貨・化粧品・医薬品の買い物」が43.9%で4位となっており、40%以上の人々が日本での一般消費財の買い物も楽しみにしていることが分かる。円安の進行で日本での買い物はお得感もあるため、新しい買物傾向が形成されていくと考えられる。

日本に訪問するとき、お買物の場所

◇ 「スーパー」「コンビニエンスストア」「百貨店」「ドラッグストア」の利用が上位

「スーパー」(92.3%)、「コンビニエンスストア」(90.2%)、「百貨店」(88.4%)。「ドラッグストア」(86.9%)の利用が多い。

店舗業態別でみると、

「スーパー」では、食品(31.3%)がトップ、次いで日用品(30.8%)、菓子・飲料(27.3%)という順位となっており、「コンビニエンスストア」では、食品(35.8%)、日用品(26.9%)、菓子・飲料(25.9%)が上位となっており、「百貨店」では、日用品(28.4%)、食品(20.9%)、化粧品(20.7%)が上位となっており、「ドラッグストア」では、化粧品(39.0%)、医薬品(36.0%)、衛生用品(16.1%)の購入が多い結果となった。

日本で購入した商品について

◇ 日用品では、化粧品の購入が圧倒的に多い

医薬品、化粧品、日用品カテゴリでは、「購入して、日本滞在中に消費した」と「お土産用として購入した」併せて、基礎化粧品が87.6%でトップ、次いでメイクアップ化粧品が84.8%、口腔内ケア用品が80.0%となっており、化粧品の購入が圧倒的に多い結果となった。

食品・その他のカテゴリでは、チョコレートが91.7%でトップ、ガム・キャンディーが82.6%、ビスケット類が79.7%となっている。

◇ お土産用として購入した

医薬品、化粧品、日用品カテゴリでは、基礎化粧品（47.3%）がトップで、次いでメイクアップ化粧品（45.3%）、ボディケア用品（40.1%）、ヘアケア（33.9%）が上位となった。

食品・その他のカテゴリでは、チョコレート（46.5%）がトップ、ガム・キャンディー（40.5%）、缶詰・瓶詰、乾物などの加工食品（39.3%）が上位という結果となった。

中国ではECや越境ECによって日常的に多くの日本製品が購入できる環境ではあるが、訪日旅行中に新しい商品と出会って、旅アトでもそのファンになってほしいものである。

今後の訪日意向

◇ 30%が半年以内に訪日予定

「今後半年以内に日本を訪問する予定がある」（30.0%）と「今後、1年以内に日本を訪問する予定がある」（37.9%）を加えると67.9%に達している。

「今後の時期は未定だが、日本を訪問するつもり」を含めて、94.7%の人が今後日本に訪問する意向がある結果となった。

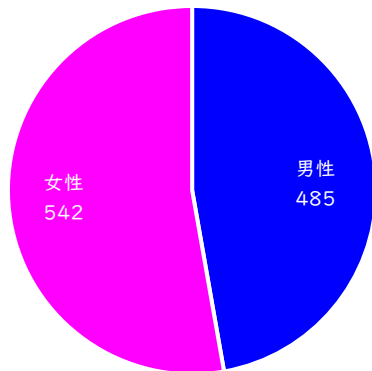
台湾

Taiwan

中華民国	
面積	約36,000km ² （九州よりやや小さい）
人口	約2,342万人（2024年1月）
民族	台湾漢民族（96.6%）、台湾原住民（2.3%）
公用語	中国語、台湾語
宗教	仏教、道教、キリスト教など
主要産業	電子部品、化学品、鉄鋼金属、機械
GDP（名目）	7,560億米ドル（2023年、台湾行政院主計処）
経済成長率（実質）	1.42%（2023年、台湾行政院主計処）
2024年訪日客数	6,044,400人 前年比：43.8%（JNTO推計値） （参考）2023年：4,202,434人 2019年：4,890,602人

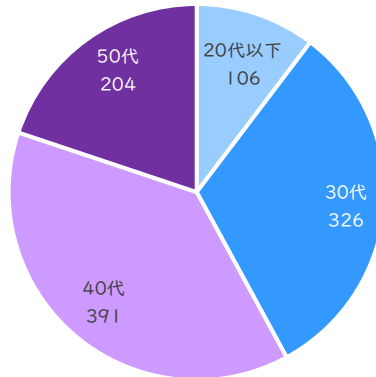
◇ 性別

(人)



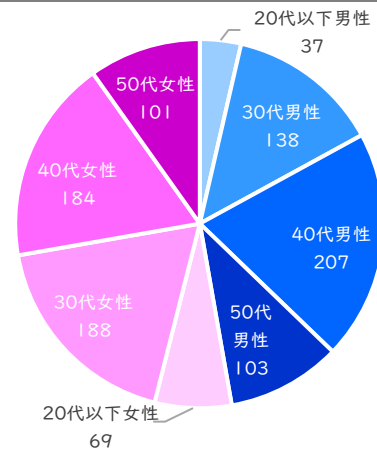
◇ 年代

(人)



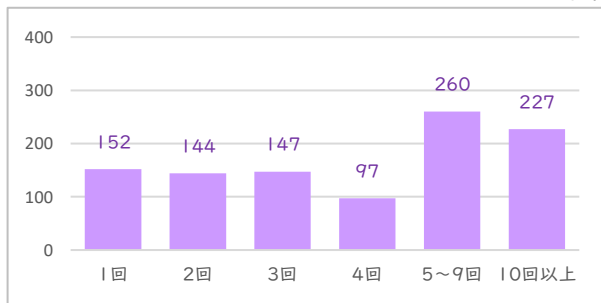
◇ 性別・年代

(人)



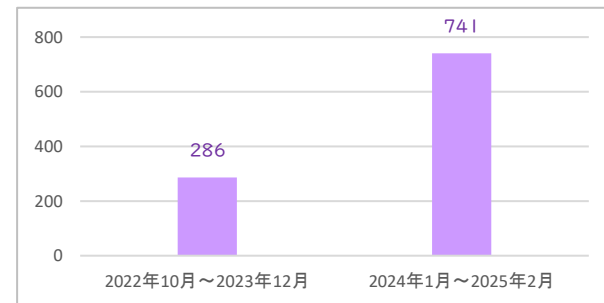
◇ 訪日回数

(人)



◇ 直近の訪日時期

(人)



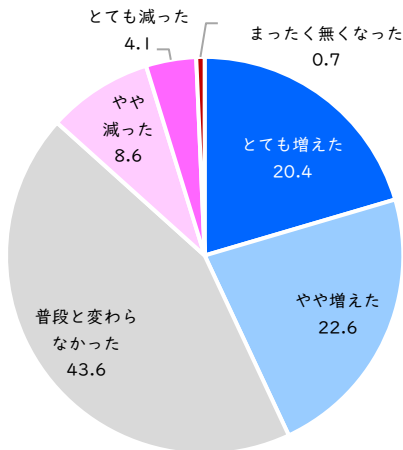
1. 本国での日常生活について

Q1. 国内でのあなたの現在の日常生活について、次にあげる点は、コロナ禍の期間中（2020年2月～2022年9月ごろ）に比べ増えましたか、減りましたか？(SA)

(1) 仕事

(%)

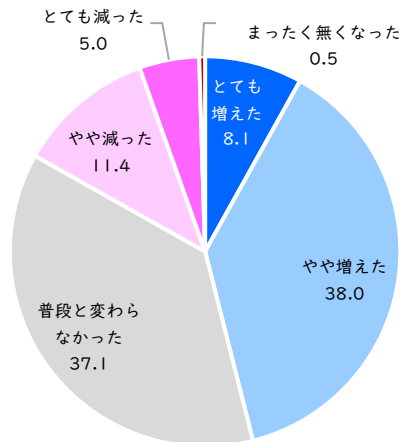
		とても増えた	やや増えた	普段と変わらなかった	やや減った	とても減った	まったく無くなった
全体	1027人	20.4	22.6	43.6	8.6	4.1	0.7
男性	485人	22.1	24.7	40.4	9.1	3.3	0.4
女性	542人	19.0	20.7	46.5	8.1	4.8	0.9



(2) 収入

(%)

		とても増えた	やや増えた	普段と変わらなかった	やや減った	とても減った	まったく無くなった
全体	1027人	8.1	38.0	37.1	11.4	5.0	0.5
男性	485人	9.5	39.4	33.2	13.4	4.1	0.4
女性	542人	6.8	36.7	40.6	9.6	5.7	0.6

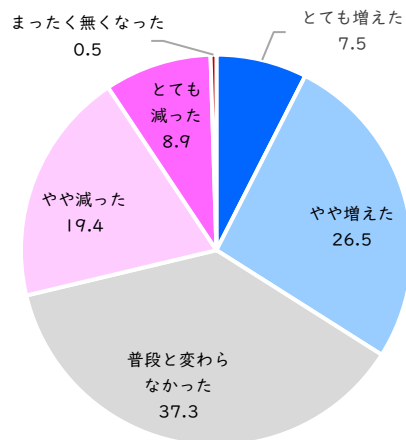


1. 本国での日常生活について

(3) お店での買物

(%)

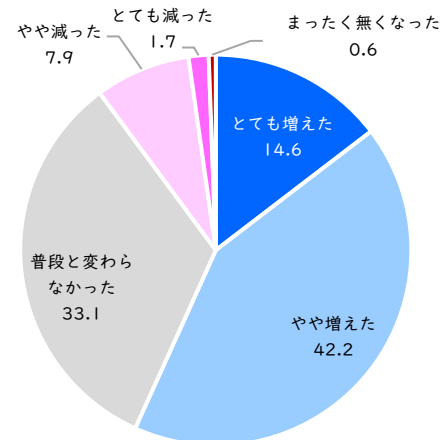
		とても増えた	やや増えた	普段と変わらなかった	やや減った	とても減った	まったく無くなった
全体	1027人	7.5	26.5	37.3	19.4	8.9	0.5
男性	485人	8.0	26.8	41.0	16.9	6.8	0.4
女性	542人	7.0	26.2	33.9	21.6	10.7	0.6



(4) ネットでの買物

(%)

		とても増えた	やや増えた	普段と変わらなかった	やや減った	とても減った	まったく無くなった
全体	1027人	14.6	42.2	33.1	7.9	1.7	0.6
男性	485人	13.0	41.4	35.5	7.6	2.1	0.4
女性	542人	16.1	42.8	31.0	8.1	1.3	0.7

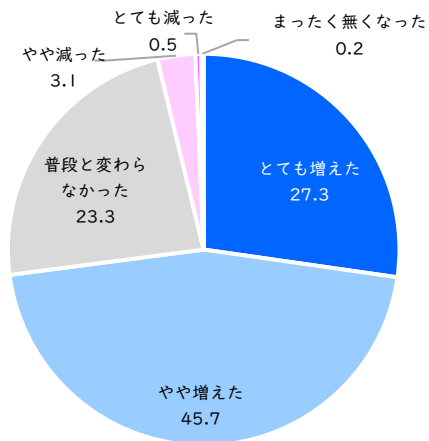


1. 本国での日常生活について

(5) 健康に関する意識・関心

(%)

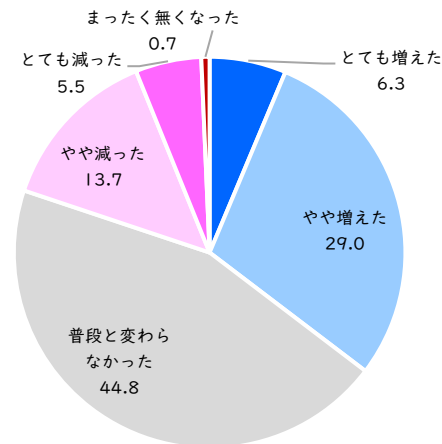
		とても増えた	やや増えた	普段と変わらなかった	やや減った	とても減った	まったく無くなった
全体	1027人	27.3	45.7	23.3	3.1	0.5	0.2
男性	485人	24.5	45.2	25.6	3.7	0.8	0.2
女性	542人	29.7	46.1	21.2	2.6	0.2	0.2



(6) 経済的な余裕

(%)

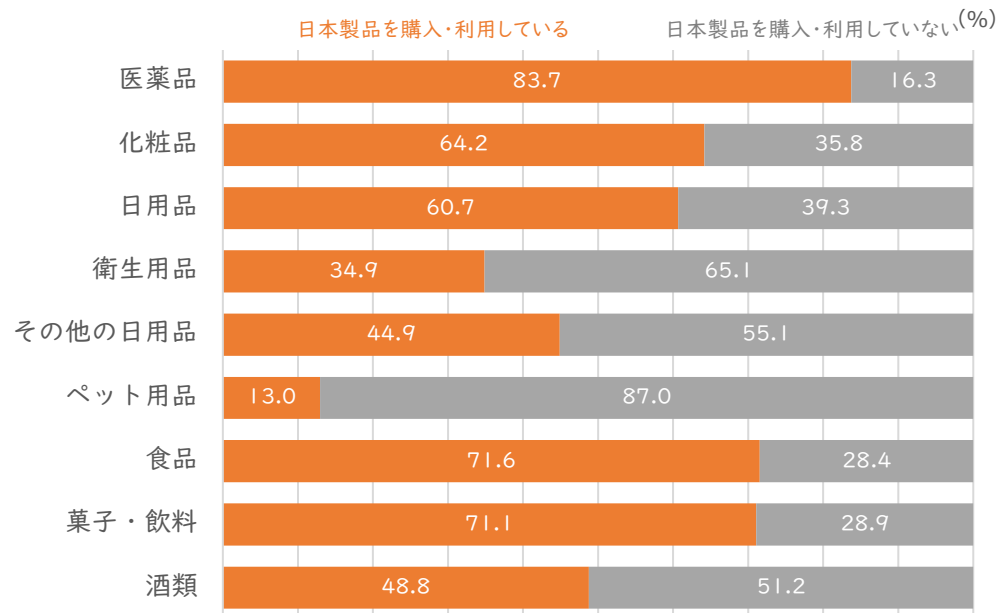
		とても増えた	やや増えた	普段と変わらなかった	やや減った	とても減った	まったく無くなった
全体	1027人	6.3	29.0	44.8	13.7	5.5	0.7
男性	485人	6.6	33.0	40.4	14.0	4.9	1.0
女性	542人	6.1	25.5	48.7	13.5	5.9	0.4



Q2. 普段あなたのご家庭で日本製品 (Made in Japan) を、購入・利用していますか。(SA)

(%)

台湾 n=1027人	日本製品を購入・利用 している	日本製品を購入・利用 していない
医薬品	83.7	16.3
化粧品	64.2	35.8
日用品	60.7	39.3
衛生用品	34.9	65.1
その他の日用品	44.9	55.1
ペット用品	13.0	87.0
食品	71.6	28.4
菓子・飲料	71.1	28.9
酒類	48.8	51.2

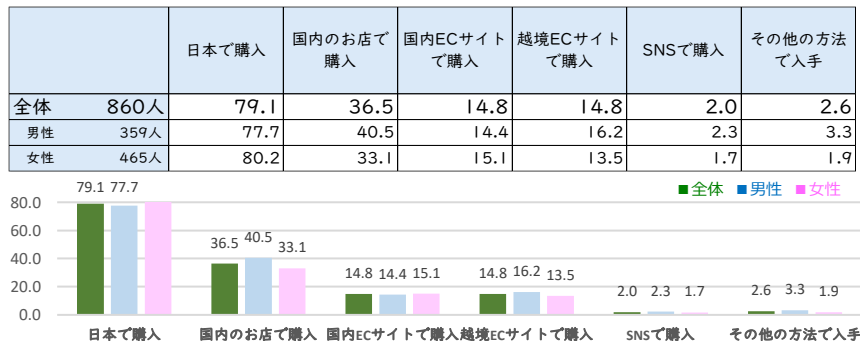


3. 現在、日本製品を購入・入手している方法

Q3. 現在、あなたのご家庭で購入・利用している日本製品 (Made in Japan) は、どのような方法で入手しましたか? (MA)

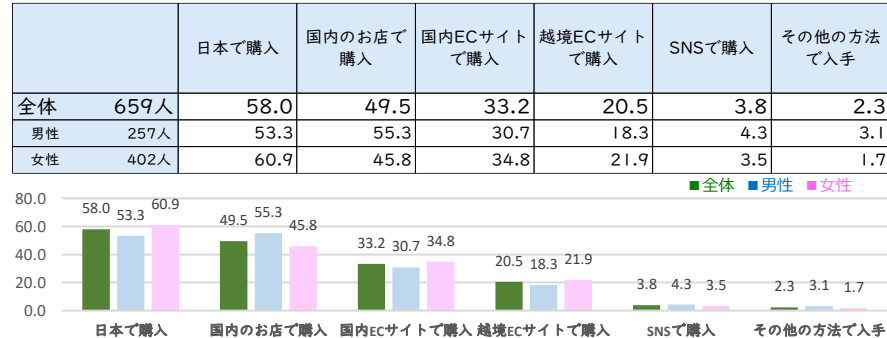
(1) 医薬品

(%)



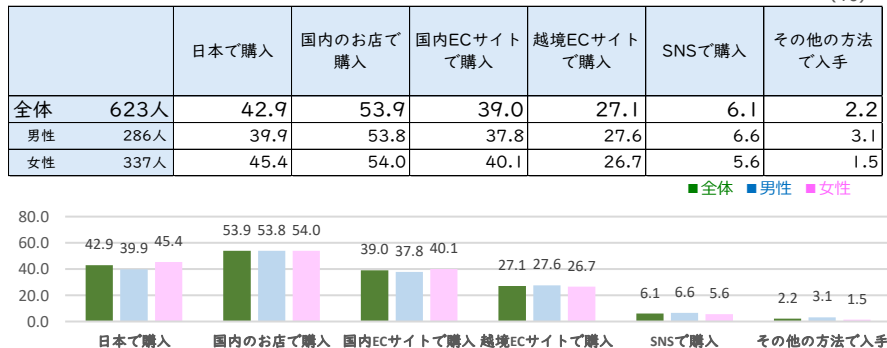
(2) 化粧品

(%)



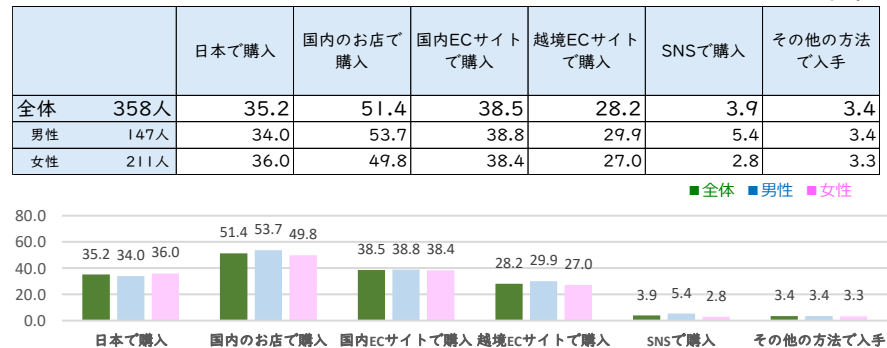
(3) 日用品

(%)



(4) 衛生用品

(%)

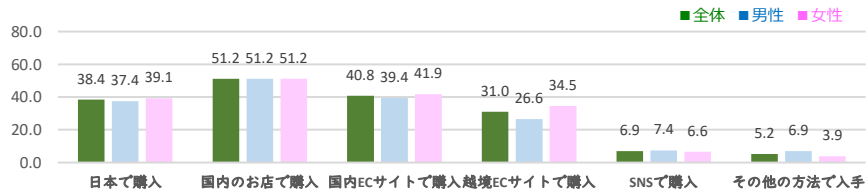


3. 現在、日本製品を購入・入手している方法

(5) その他の日用品

(%)

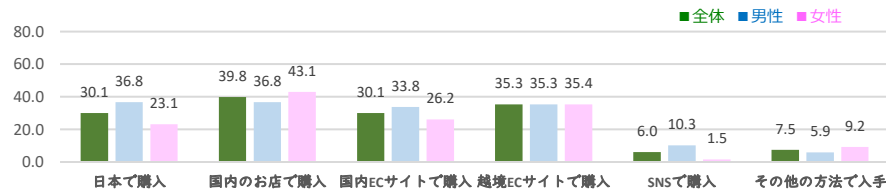
		日本で購入	国内のお店で 購入	国内ECサイト で購入	越境ECサイト で購入	SNSで購入	その他の方法 で入手
全体	461人	38.4	51.2	40.8	31.0	6.9	5.2
男性	203人	37.4	51.2	39.4	26.6	7.4	6.9
女性	258人	39.1	51.2	41.9	34.5	6.6	3.9



(6) ペット用品

(%)

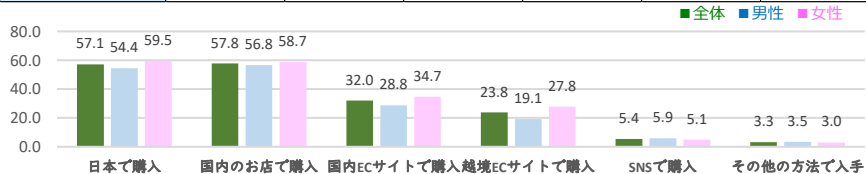
		日本で購入	国内のお店で 購入	国内ECサイト で購入	越境ECサイト で購入	SNSで購入	その他の方法 で入手
全体	133人	30.1	39.8	30.1	35.3	6.0	7.5
男性	68人	36.8	36.8	33.8	35.3	10.3	5.9
女性	65人	23.1	43.1	26.2	35.4	1.5	9.2



(7) 食品

(%)

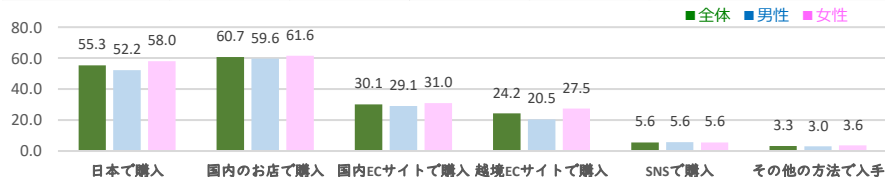
		日本で購入	国内のお店で 購入	国内ECサイト で購入	越境ECサイト で購入	SNSで購入	その他の方法 で入手
全体	735人	57.1	57.8	32.0	23.8	5.4	3.3
男性	340人	54.4	56.8	28.8	19.1	5.9	3.5
女性	395人	59.5	58.7	34.7	27.8	5.1	3.0



(8) 菓子・飲料

(%)

		日本で購入	国内のお店で 購入	国内ECサイト で購入	越境ECサイト で購入	SNSで購入	その他の方法 で入手
全体	730人	55.3	60.7	30.1	24.2	5.6	3.3
男性	337人	52.2	59.6	29.1	20.5	5.6	3.0
女性	393人	58.0	61.6	31.0	27.5	5.6	3.6

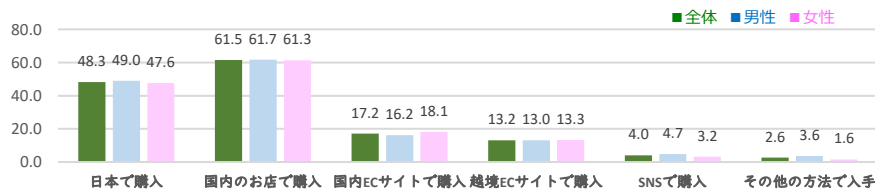


3. 現在、日本製品を購入・入手している方法

(9) 酒類

(%)

		日本で購入	国内のお店で 購入	国内ECサイト で購入	越境ECサイト で購入	SNSで購入	その他の方法 で入手
全体	501人	48.3	61.5	17.2	13.2	4.0	2.6
男性	253人	49.0	61.7	16.2	13.0	4.7	3.6
女性	248人	47.6	61.3	18.1	13.3	3.2	1.6



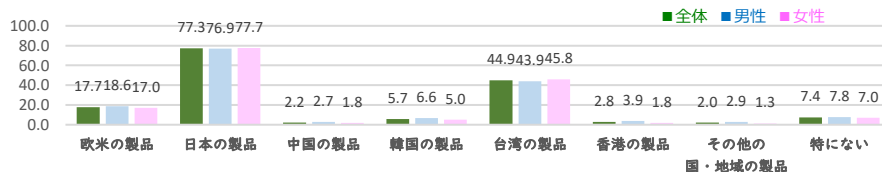
4. 日本製品（他国製品を含め）に対する顧客ロイヤルティ

Q4. あなたの、好きな製品、お気に入りの製品はどこの国の製品ですか？(MA)

(1) 医薬品

(%)

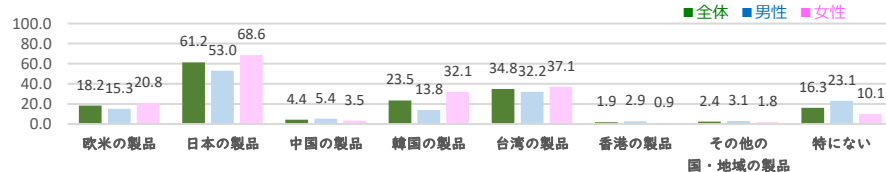
		欧米の製品	日本の製品	中国の製品	韓国の製品	台湾の製品	香港の製品	その他の 国・地域の 製品	特にない
全体	1027人	17.7	77.3	2.2	5.7	44.9	2.8	2.0	7.4
男性	485人	18.6	76.9	2.7	6.6	43.9	3.9	2.9	7.8
女性	542人	17.0	77.7	1.8	5.0	45.8	1.8	1.3	7.0



(2) 化粧品

(%)

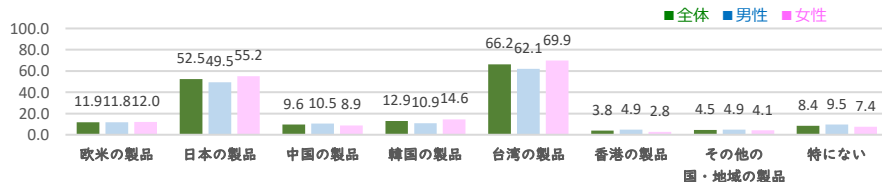
		欧米の製品	日本の製品	中国の製品	韓国の製品	台湾の製品	香港の製品	その他の 国・地域の 製品	特にない
全体	1027人	18.2	61.2	4.4	23.5	34.8	1.9	2.4	16.3
男性	485人	15.3	53.0	5.4	13.8	32.2	2.9	3.1	23.1
女性	542人	20.8	68.6	3.5	32.1	37.1	0.9	1.8	10.1



(3) 日用品

(%)

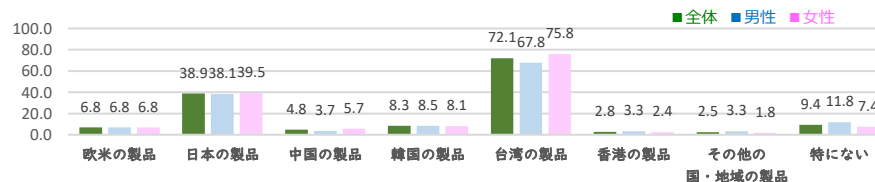
		欧米の製品	日本の製品	中国の製品	韓国の製品	台湾の製品	香港の製品	その他の 国・地域の 製品	特にない
全体	1027人	11.9	52.5	9.6	12.9	66.2	3.8	4.5	8.4
男性	485人	11.8	49.5	10.5	10.9	62.1	4.9	4.9	9.5
女性	542人	12.0	55.2	8.9	14.6	69.9	2.8	4.1	7.4



(4) 衛生用品

(%)

		欧米の製品	日本の製品	中国の製品	韓国の製品	台湾の製品	香港の製品	その他の 国・地域の 製品	特にない
全体	1027人	6.8	38.9	4.8	8.3	72.1	2.8	2.5	9.4
男性	485人	6.8	38.1	3.7	8.5	67.8	3.3	3.3	11.8
女性	542人	6.8	39.5	5.7	8.1	75.8	2.4	1.8	7.4

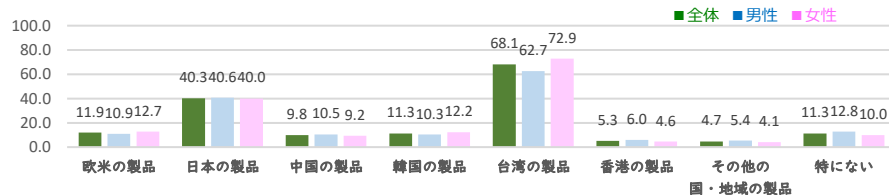


4. 日本製品（他国製品を含め）に対する顧客ロイヤルティ

(5) その他の日用品

(%)

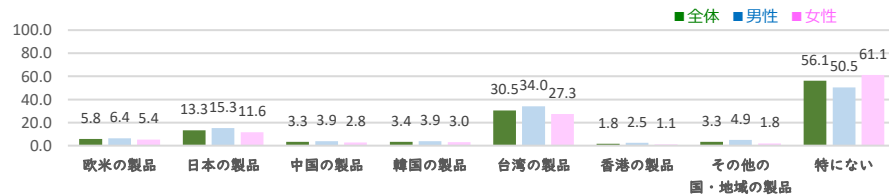
	欧米の製品	日本の製品	中国の製品	韓国の製品	台湾の製品	香港の製品	その他の 国・地域の 製品	特にな
全体 1027人	11.9	40.3	9.8	11.3	68.1	5.3	4.7	11.3
男性 485人	10.9	40.6	10.5	10.3	62.7	6.0	5.4	12.8
女性 542人	12.7	40.0	9.2	12.2	72.9	4.6	4.1	10.0



(6) ペット用品

(%)

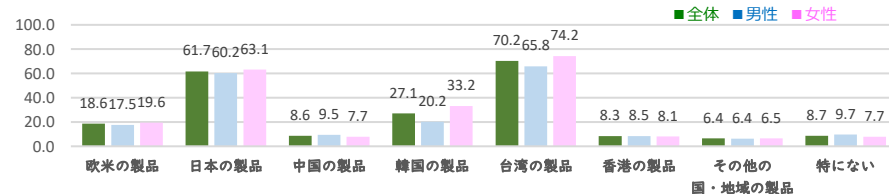
	欧米の製品	日本の製品	中国の製品	韓国の製品	台湾の製品	香港の製品	その他の 国・地域の 製品	特にな
全体 1027人	5.8	13.3	3.3	3.4	30.5	1.8	3.3	56.1
男性 485人	6.4	15.3	3.9	3.9	34.0	2.5	4.9	50.5
女性 542人	5.4	11.6	2.8	3.0	27.3	1.1	1.8	61.1



(7) 食品

(%)

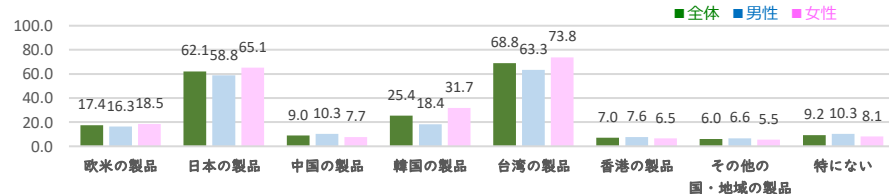
	欧米の製品	日本の製品	中国の製品	韓国の製品	台湾の製品	香港の製品	その他の 国・地域の 製品	特にな
全体 1027人	18.6	61.7	8.6	27.1	70.2	8.3	6.4	8.7
男性 485人	17.5	60.2	9.5	20.2	65.8	8.5	6.4	9.7
女性 542人	19.6	63.1	7.7	33.2	74.2	8.1	6.5	7.7



(8) 菓子・飲料

(%)

	欧米の製品	日本の製品	中国の製品	韓国の製品	台湾の製品	香港の製品	その他の 国・地域の 製品	特にな
全体 1027人	17.4	62.1	9.0	25.4	68.8	7.0	6.0	9.2
男性 485人	16.3	58.8	10.3	18.4	63.3	7.6	6.6	10.3
女性 542人	18.5	65.1	7.7	31.7	73.8	6.5	5.5	8.1

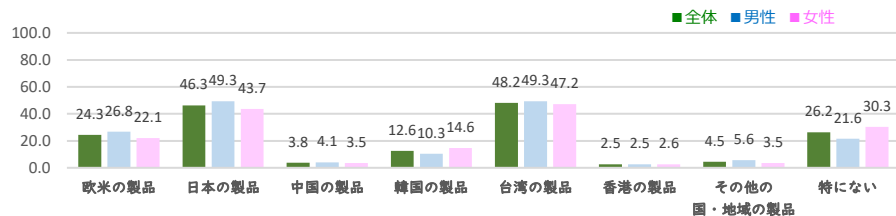


4. 日本製品（他国製品を含め）に対する顧客ロイヤルティ

(9) 酒類

(%)

		欧米の製品	日本の製品	中国の製品	韓国の製品	台湾の製品	香港の製品	その他の 国・地域の 製品	特にない
全体	1027人	24.3	46.3	3.8	12.6	48.2	2.5	4.5	26.2
男性	485人	26.8	49.3	4.1	10.3	49.3	2.5	5.6	21.6
女性	542人	22.1	43.7	3.5	14.6	47.2	2.6	3.5	30.3



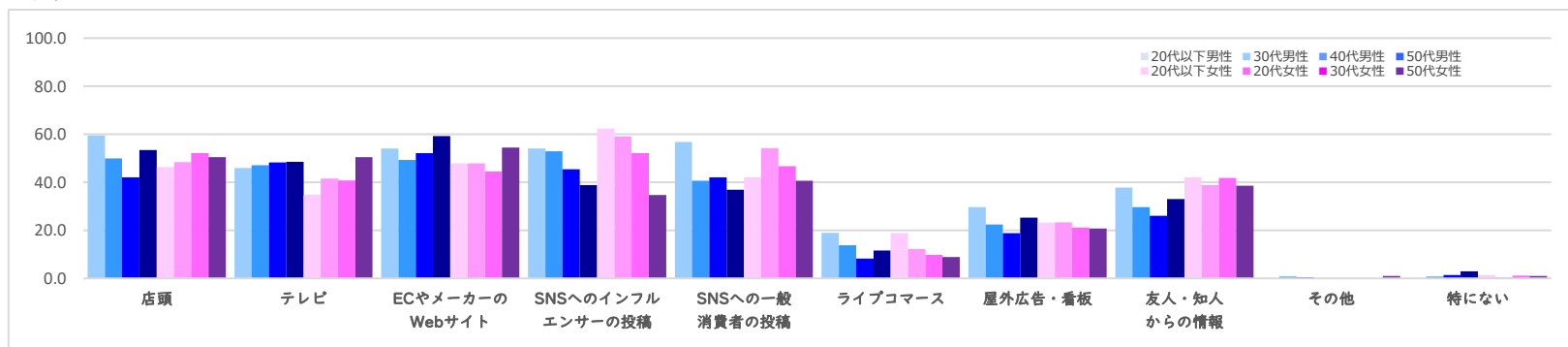
5. 海外のブランドや新商品との出会いについて

Q5.海外のブランドや新しい商品について、普段どのようなところで出会いますか。(MA)

(性年代別)

		合計 (人)	店頭	テレビ	ECやメーカーの Webサイト	SNSへのインフル エンサーの投稿	SNSへの一般 消費者の投稿	ライブコマース	屋外広告・看板	友人・知人 からの情報	その他	特にな
性別	全体	1027	49.0	44.8	50.3	49.9	44.8	11.5	22.1	35.2	0.3	1.2
	男性	485	48.0	47.8	53.0	46.8	41.6	11.3	22.1	29.5	0.4	1.4
	女性	542	49.8	42.1	48.0	52.6	47.6	11.6	22.1	40.2	0.2	0.9
年代	20代以下	106	50.9	38.7	50.0	59.4	47.2	18.9	25.5	40.6	0.0	0.9
	30代	326	49.1	43.9	48.5	56.4	48.5	12.9	23.0	35.0	0.3	0.6
	40代	391	46.8	44.8	48.6	48.6	44.2	9.0	19.9	33.5	0.3	1.3
	50代	204	52.0	49.5	56.9	36.8	38.7	10.3	23.0	35.8	0.5	2.0
性別×年代	男性-20代以下	37	59.5	45.9	54.1	54.1	56.8	18.9	29.7	37.8	0.0	0.0
	男性-30代	138	50.0	47.1	49.3	52.9	40.6	13.8	22.5	29.7	0.7	0.7
	男性-40代	207	42.0	48.3	52.2	45.4	42.0	8.2	18.8	26.1	0.5	1.4
	男性-50代	103	53.4	48.5	59.2	38.8	36.9	11.7	25.2	33.0	0.0	2.9
	女性-20代以下	69	46.4	34.8	47.8	62.3	42.0	18.8	23.2	42.0	0.0	1.4
	女性-30代	188	48.4	41.5	47.9	59.0	54.3	12.2	23.4	38.8	0.0	0.5
	女性-40代	184	52.2	40.8	44.6	52.2	46.7	9.8	21.2	41.8	0.0	1.1
	女性-50代	101	50.5	50.5	54.5	34.7	40.6	8.9	20.8	38.6	1.0	1.0

(%)

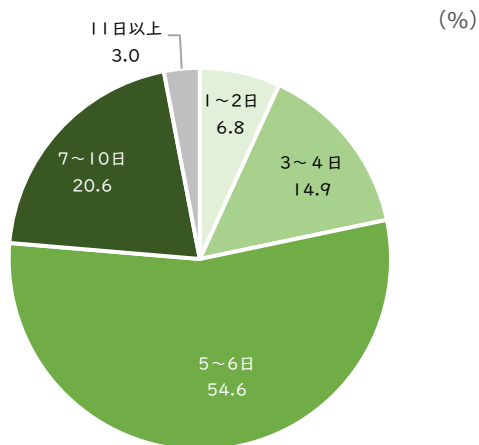


Q6. あなたが一番最近、日本を訪問したときの、日本での滞在日数を教えてください。(SA)

Q7. あなたが一番最近、日本を訪問したときには、いくつの都市・エリアに行きましたか。(SA)

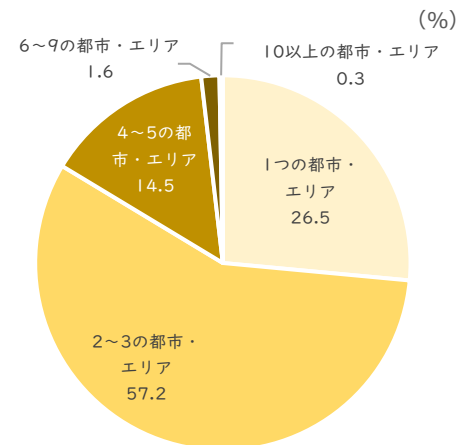
(%)

		1～2日	3～4日	5～6日	7～10日	11日以上
全体	1027人	6.8	14.9	54.6	20.6	3.0
男性	485人	7.0	16.1	53.0	20.8	3.1
女性	542人	6.6	13.8	56.1	20.5	3.0



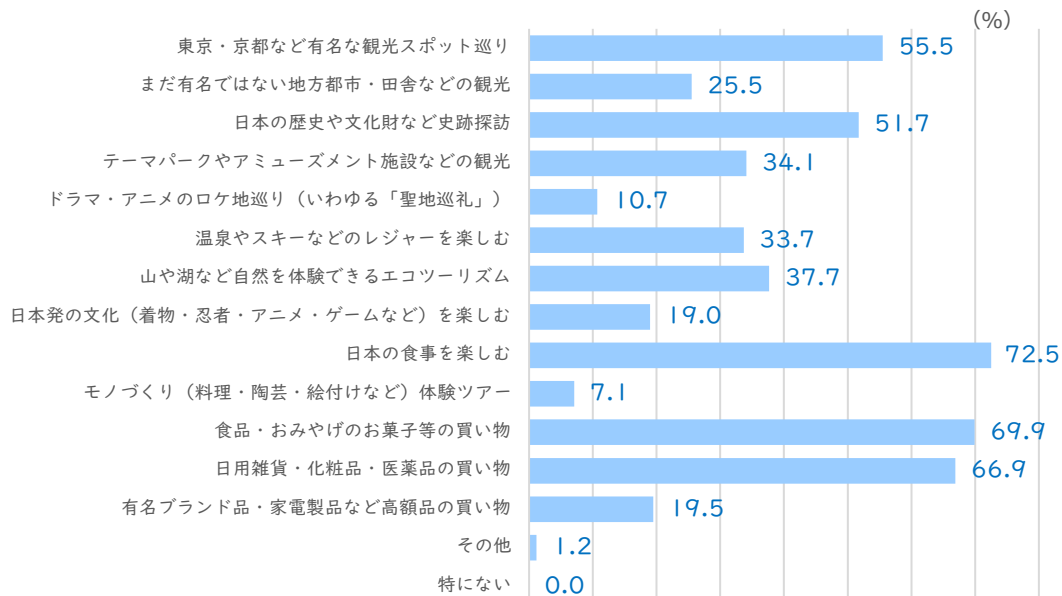
(%)

		1つの都市・エリア	2～3の都市・エリア	4～5の都市・エリア	6～9の都市・エリア	10以上の都市・エリア
全体	1027人	26.5	57.2	14.5	1.6	0.3
男性	485人	25.8	57.9	14.2	1.9	0.2
女性	542人	27.1	56.5	14.8	1.3	0.4



Q8.あなたが一番最近の日本訪問でしたことは何ですか。(MA)

台湾 (n=1027)	人	%
東京・京都など有名な観光スポット巡り	570	55.5
まだ有名ではない地方都市・田舎などの観光	262	25.5
日本の歴史や文化財など史跡探訪	531	51.7
テーマパークやアミューズメント施設などの観光	350	34.1
ドラマ・アニメのロケ地巡り（いわゆる「聖地巡礼」）	110	10.7
温泉やスキーなどのレジャーを楽しむ	346	33.7
山や湖など自然を体験できるエコツアーリズム	387	37.7
日本発の文化（着物・忍者・アニメ・ゲームなど）を楽しむ	195	19.0
日本の食事を楽しむ	745	72.5
モノづくり（料理・陶芸・絵付けなど）体験ツアー	73	7.1
食品・おみやげのお菓子等の買い物	718	69.9
日用雑貨・化粧品・医薬品の買い物	687	66.9
有名ブランド品・家電製品など高額品の買い物	200	19.5
その他	12	1.2
特にない	0	0.0



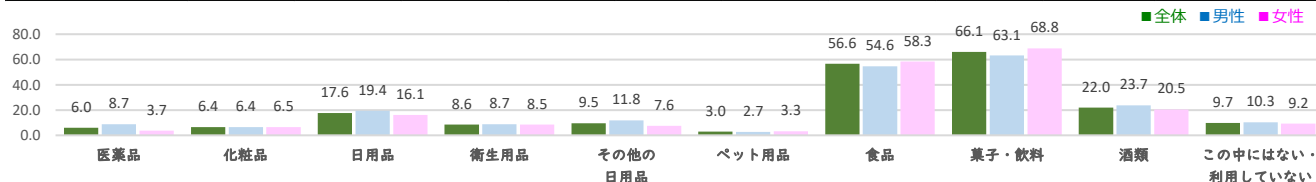
9. 日本に訪問するとき、お買物の場所について

Q9. あなたは、一番最近の日本訪問のときに、お店で買物をしましたか？それぞれのお店について何を買ったのか教えてください。(MA)

(1) コンビニエンスストア

(%)

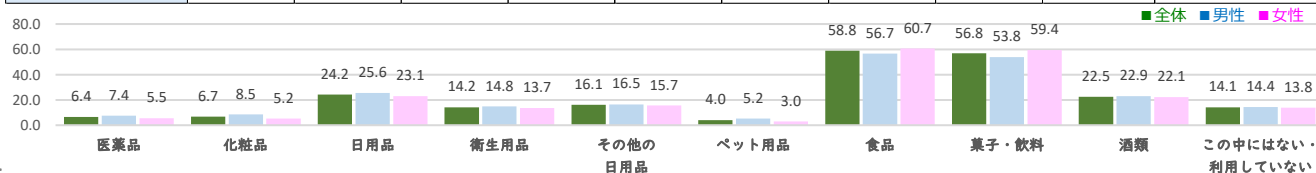
		医薬品	化粧品	日用品	衛生用品	その他の日用品	ペット用品	食品	菓子・飲料	酒類	この中にはない・利用していない
全体	1027人	6.0	6.4	17.6	8.6	9.5	3.0	56.6	66.1	22.0	9.7
男性	485人	8.7	6.4	19.4	8.7	11.8	2.7	54.6	63.1	23.7	10.3
女性	542人	3.7	6.5	16.1	8.5	7.6	3.3	58.3	68.8	20.5	9.2



(2) スーパー

(%)

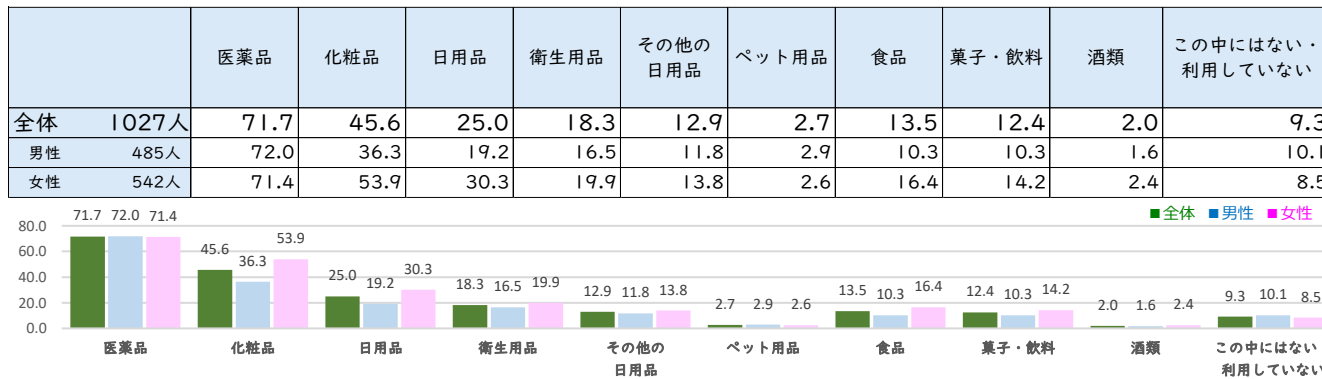
		医薬品	化粧品	日用品	衛生用品	その他の日用品	ペット用品	食品	菓子・飲料	酒類	この中にはない・利用していない
全体	1027人	6.4	6.7	24.2	14.2	16.1	4.0	58.8	56.8	22.5	14.1
男性	485人	7.4	8.5	25.6	14.8	16.5	5.2	56.7	53.8	22.9	14.4
女性	542人	5.5	5.2	23.1	13.7	15.7	3.0	60.7	59.4	22.1	13.8



9. 日本に訪問するとき、お買物の場所について

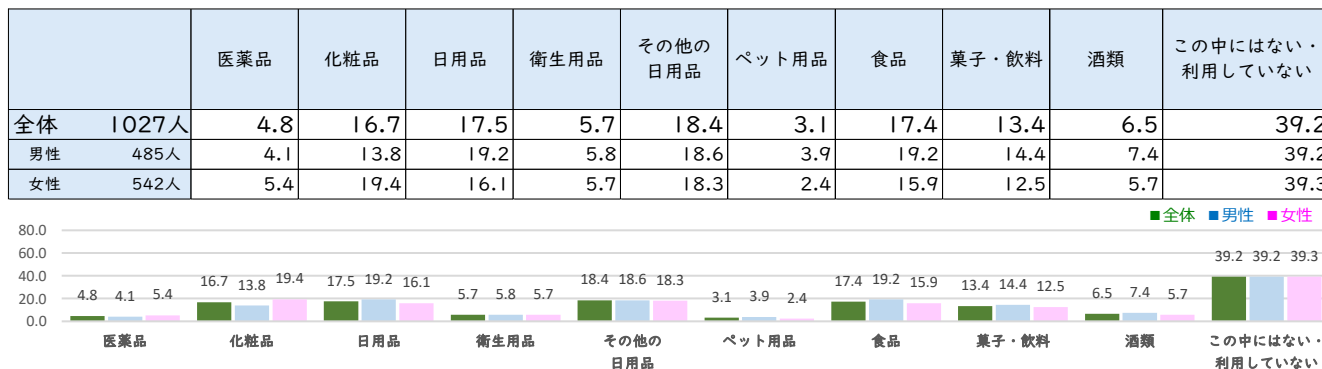
(3) ドラッグストア

(%)



(4) 百貨店

(%)

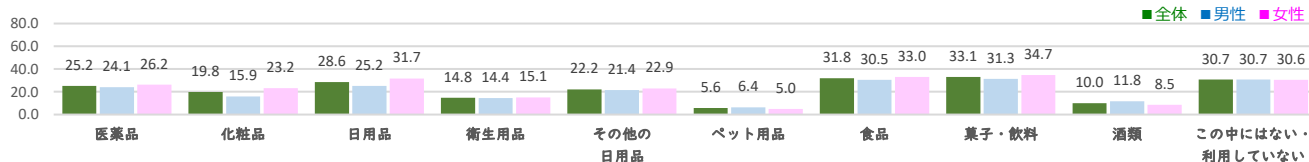


9. 日本に訪問するとき、お買物の場所について

(5) ドン・キホーテなどのディスカウントストア

(%)

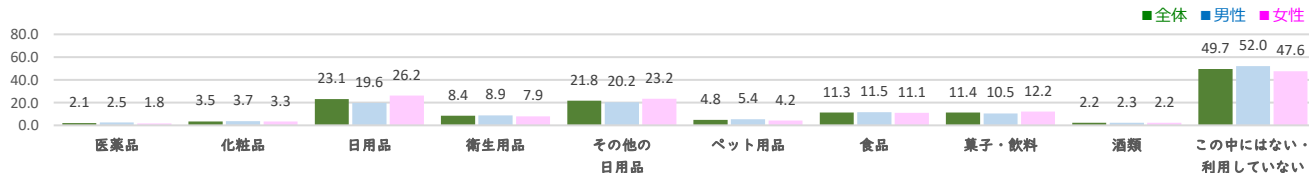
		医薬品	化粧品	日用品	衛生用品	その他の日用品	ペット用品	食品	菓子・飲料	酒類	この中にはない・利用していない
全体	1027人	25.2	19.8	28.6	14.8	22.2	5.6	31.8	33.1	10.0	30.7
男性	485人	24.1	15.9	25.2	14.4	21.4	6.4	30.5	31.3	11.8	30.7
女性	542人	26.2	23.2	31.7	15.1	22.9	5.0	33.0	34.7	8.5	30.6



(6) 100円ショップ

(%)

		医薬品	化粧品	日用品	衛生用品	その他の日用品	ペット用品	食品	菓子・飲料	酒類	この中にはない・利用していない
全体	1027人	2.1	3.5	23.1	8.4	21.8	4.8	11.3	11.4	2.2	49.7
男性	485人	2.5	3.7	19.6	8.9	20.2	5.4	11.5	10.5	2.3	52.0
女性	542人	1.8	3.3	26.2	7.9	23.2	4.2	11.1	12.2	2.2	47.6

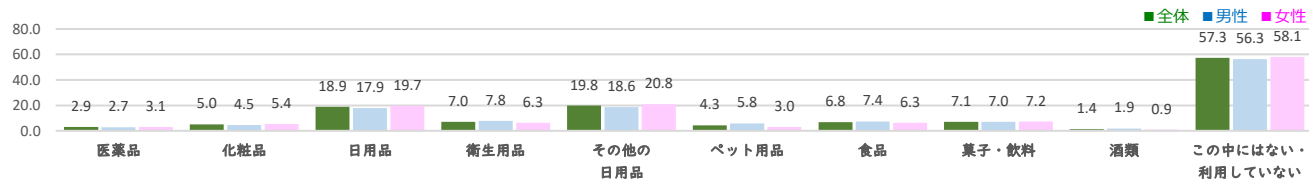


9. 日本に訪問するとき、お買物の場所について

(7) ハンズ、LOFT、PLAZA

(%)

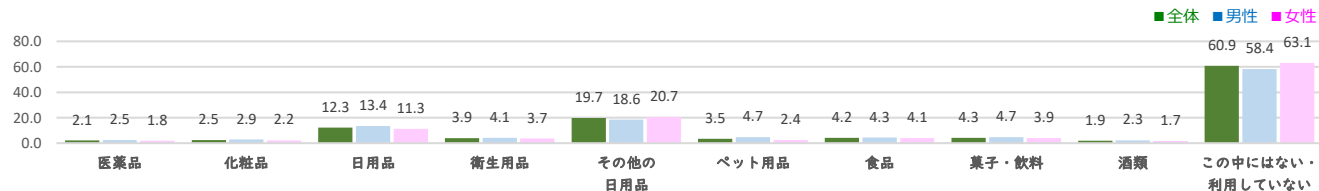
		医薬品	化粧品	日用品	衛生用品	その他の日用品	ペット用品	食品	菓子・飲料	酒類	この中にはない・利用していない
全体	1027人	2.9	5.0	18.9	7.0	19.8	4.3	6.8	7.1	1.4	57.3
男性	485人	2.7	4.5	17.9	7.8	18.6	5.8	7.4	7.0	1.9	56.3
女性	542人	3.1	5.4	19.7	6.3	20.8	3.0	6.3	7.2	0.9	58.1



(8) 家電量販店

(%)

		医薬品	化粧品	日用品	衛生用品	その他の日用品	ペット用品	食品	菓子・飲料	酒類	この中にはない・利用していない
全体	1027人	2.1	2.5	12.3	3.9	19.7	3.5	4.2	4.3	1.9	60.9
男性	485人	2.5	2.9	13.4	4.1	18.6	4.7	4.3	4.7	2.3	58.4
女性	542人	1.8	2.2	11.3	3.7	20.7	2.4	4.1	3.9	1.7	63.1



Q10. あなたが一番最近の日本訪問のときに買ったものは何ですか？次にあげる商品について、「購入して、日本滞在中に消費した」「お土産用として購入した」それぞれあてはまるものをすべて選んでください。(MA)

(医薬品、化粧品、日用品)

(%)

25%以上購入

40%以上購入

50%以上購入しなかった

台湾 n=1027	購入して、日本 滞在中に消費した	お土産用として 購入した	この商品は購入 しなかった
風邪薬(パブロン、ジキニンなど)	22.3	40.0	41.4
解熱鎮痛剤(ロキソニンS、イブなど)	17.1	32.7	52.9
胃腸薬(太田胃散、キャベジンコーワなど)	20.5	39.5	43.3
漢方薬(ダスモック〈清肺湯〉、ナイトールなど)	7.5	12.9	81.4
目薬	21.8	36.8	46.6
メイクアップ化粧品(口紅、ファンデーションなど)	18.3	30.0	55.9
基礎化粧品(化粧水、乳液など)	23.5	42.4	39.6
化粧小物(爪切り、ビューラー、カミソリなど)	14.6	24.5	64.7
ボディケア用品(ボディソープ、ハンドクリーム、制汗剤など)	21.8	32.0	50.0
口腔内ケア用品(歯ブラシ、歯磨き粉、マウスウォッシュなど)	19.3	29.5	54.0
レッグ・フットケア用品(足用冷却シート「休足時間」、脱毛剤など)	21.5	28.3	54.4
アイケア用品(目の洗浄剤、ホットアイマスク「めぐりズム」など)	17.0	28.5	58.0
ヘアケア用品(シャンプー、トリートメント、整髪剤など)	15.1	24.3	63.2
防虫・殺虫剤(防虫剤、蚊取り線香、ゴキブリ捕獲器など)	8.5	14.0	78.6
芳香・消臭剤(消臭剤、芳香剤、衣類消臭スプレーなど)	9.1	14.3	78.2
衣料洗濯用品(洗濯洗剤、柔軟剤など)	8.8	11.7	80.7
紙製品(ティッシュペーパー、トイレットペーパーなど)	13.0	12.3	76.2
使い捨てカイロ、熱冷却シート(熱さまシート、冷えピタなど)	17.5	18.4	66.9
紙おむつ(ベビー用)	4.4	6.1	90.1
紙おむつ(大人用)	3.2	6.2	90.8
生理用品(ナプキン、尿とりパッドなど)	11.1	11.3	79.1
避妊用具	5.2	6.2	89.2
マスク	14.7	14.4	73.6
ベビー用品・粉ミルク・ベビーフード	5.2	6.8	88.8
健康食品・サプリメント・酵素	20.1	39.0	48.3
生活雑貨(食器用洗剤、住居用洗剤、スポンジなど)	11.2	19.6	71.5
その他の日用品	15.2	30.4	57.7
ペットフード	4.6	7.7	88.6
ペットのおやつ	4.1	9.0	87.5
ペット用品	5.2	8.4	87.0

10. 日本に訪問するとき、購入した商品について

(食品・その他)

(%)

25%以上購入

40%以上購入

50%以上購入しなかった

台湾 n=1027	購入して、日本 滞在中に消費した	お土産用として 購入した	この商品は購入 しなかった
缶詰・瓶詰、乾物などの加工食品	31.7	44.5	34.2
生鮮・チルド・冷凍食品・乳製品	46.3	12.8	44.2
調味料・調味食品(しょうゆ、ドレッシングなど)	15.3	28.9	57.8
麺類(カップめん、袋めんなど)	40.3	34.6	36.5
スープ類(インスタントスープ、みそ汁など)	29.6	21.4	53.3
おにぎり・サンドイッチ・お弁当	65.3	10.2	26.5
その他の食品	42.8	27.1	38.9
ガム・キャンディー	31.5	38.2	42.7
チョコレート	37.2	53.5	27.5
ビスケット類	46.6	62.5	13.6
スナック菓子(ポテトチップスなど)	47.4	50.8	22.3
和菓子(まんじゅう、だんごなど)	44.1	35.0	32.4
米菓(せんべいなど)	35.7	44.4	34.0
アイスクリーム・スイーツ(ケーキなど)	61.7	14.4	28.4
コーヒー・紅茶(豆・茶葉加工品)	52.8	21.6	33.2
緑茶・日本茶(茶葉加工品)	48.9	24.1	33.9
果汁飲料・ジュース類	51.7	14.1	37.8
清涼飲料(炭酸飲料、各種ペット飲料など)	53.1	11.6	39.0
その他の菓子・飲料	44.7	32.6	35.8
日本酒	23.9	22.8	57.7
焼酎	17.9	13.7	70.4
ビール類	36.0	12.8	54.3
ウイスキー・ブランデーなど	10.4	12.9	78.5
ワイン・スパークリングワイン	15.6	12.5	74.5
その他の酒類	13.4	10.4	78.2

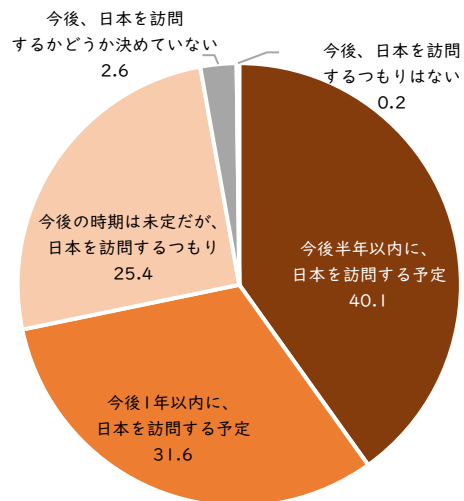
11. 今後の訪日意向

Q.あなたは今後、日本を訪問したいと思いますか。(SA)

(%)

		今後半年以内に、 日本を訪問する予定	今後1年以内に、 日本を訪問する予定	今後の時期は未定だが、 日本を訪問するつもり	今後、日本を訪問 するかどうか決めていない	今後、日本を訪問 するつもりはない
全体	1027人	40.1	31.6	25.4	2.6	0.2
男性	485人	44.1	32.4	21.9	1.4	0.2
女性	542人	36.5	31.0	28.6	3.7	0.2

(%)



日常生活

◇ 仕事、収入ともに増加傾向

仕事については、「とても増えた」「やや増えた」が43.0%に対し、「とても減った」「やや減った」「まったく無くなった」は13.4%となり、増加の傾向にあることが伺える。それに比例して収入面においても、46.1%が増えたと回答しており、減ったという回答16.9%を大きく上回った。

◇ 店舗での買い物からネットでの買い物へ大きくシフト

台湾においても「お店での買い物」から「ネットでの買い物」へのシフトが顕著に現れる結果となった。「お店での買い物」については、「とても減った」「やや減った」「まったく無くなった」の回答が合計で28.8%となり、逆に、「ネットでの買い物」では、「とても増えた」「やや増えた」が合計で56.8%と急速に増加しているようである。

◇ 健康に関する意識・関心は高い水準

健康に関する意識・関心では、「とても増えた」「やや増えた」の回答が合計で73.0%となり、2023年の調査に続き、高い水準を保っている。

◇ 経済的な余裕が減った人が約20%

経済的な余裕については、「普段と変わらなかった」との回答が44.8%であったが、「とても減った」「やや減った」「まったく無くなった」という人が19.9%おり、2023年の調査で28.1%より回復傾向ではあるが、コロナ禍の経済への影響がまだ残っていると推測される。

日本製品の購入・利用

◇ 台湾では日本の医薬品が深く浸透

台湾では、83.7%もの人が日常的に日本の医薬品を購入・利用しているという結果となった。

◇ 多くの日本の一般消費財が台湾に普及

医薬品以外の一般消費財をみても、食品71.6%、菓子・飲料71.1%、化粧品64.2%、日用品60.7%と非常に多くの方が日本製品を愛用していることが見て取れる。

◇ 日本製品の購入は国内のお店で

台湾では「国内のお店」で日本製品が購入されている。医薬品、ペット用品を除いて、多くのカテゴリで、50～60%が台湾の店舗で日本製品を購入しているという結果となった。また、「国内ECサイト」からの購入も多く、店舗でもECでも簡単に購入できることが伺える。

各国製品の顧客ロイヤルティ

◇ 医薬品をはじめ多くのカテゴリで日本製品が高い支持を得る

台湾の人達のお気に入りの製品は、医薬品では日本製品が77.3%と非常に高い回答を得ている。そのほか、化粧品、食品、菓子・飲料でも60%以上の人から日本製品がお気に入りとの評価を得られている。全てのカテゴリにおいて、中国製品の人気が少ないことも特徴的である。

海外ブランドや新商品との出会い

◇ ネット、店頭とテレビが情報源

台湾では、一昨年調査結果と同様に、多様なメディアと店頭がバランスよく海外ブランドや新商品との出会いの場となっているようだ。

トップは、「ECやメーカーのWebサイト」で50.3%だが、「SNSへのインフルエンサーの投稿」「店頭」「SNSへの一般消費者の投稿」「テレビ」までが44%以上の回答を得ている。

◇ SNSは若年層、ECやWebサイトは中高年層

台湾では、若年層ではSNSから、中高年層ではECやメーカーのWebサイトから新しい製品との出会っている割合が高くなっていることも一つの特徴となっている。

ネットの中でも利用するサイトやサービスは年齢によって異なっていることが確認できる。

滞在日数および訪問都市／エリア

◇ 約78%が5日以上滞在

日本での滞在日数は、「5～6日」54.6%がトップで、次いで、「7～10日」20.6%、「3～4日」14.9%という結果となった。
11日以上滞在も3.0%あった。

◇ 2～3の都市・エリア訪問がトップ

滞在期間中、「2～3の都市・エリア」に訪問したとの回答が57.2%で最も多く、次いで「1つの都市・エリア」26.5%で、「4～5の都市・エリア」14.5%、「6～9の都市・エリア」1.6%、「10以上の都市・エリア」0.3%という結果となった。

日本に訪問するとき、したいこと

◇ 買い物は日本への旅行の大きな目的

日本でしたいことの上位は、「日本の食事を楽しむ」72.5%、その次が、「食品・おみやげのお菓子等の買い物」69.9%、「日用雑貨・化粧品・医薬品の買い物」66.9%であり、台湾からの訪日ゲストは日本での買い物も大きな目的となっているよう。

日本に訪問するとき、お買物の場所

◇ 「ドラッグストア」「コンビニエンスストア」「スーパー」の利用が上位

「ドラッグストア」(90.7%)、「コンビニエンスストア」(90.3%)、「スーパー」(85.9%)の利用が多い。

店舗業態別でみると、

「ドラッグストア」では、医薬品(71.7%)、化粧品(45.6%)、日用品(25.0%)が上位となり、

「コンビニエンスストア」では、菓子・飲料(66.1%)、食品(56.6%)、酒類(22.0%)、が上位となっており、

「スーパー」では、食品(58.8%)がトップ、次いで菓子・飲料(56.8%)、日用品(24.2%)の購入が多い結果となった。

日本で購入した商品について

◇ 日用品では、医薬品、健康食品の購入が多い

医薬品、化粧品、日用品カテゴリでは、「購入して、日本滞在中に消費した」と「お土産用として購入した」併せて、基礎化粧品が65.9%でトップ、次いで風邪薬が62.3%、胃腸薬が60.0%、健康食品・サプリメント・酵素が59.1%となっており、医薬品、健康食品の購入が目立っている。
食品・その他のカテゴリでは、ビスケット類がトップで、次いでスナック菓子、チョコレートの順となっている。

◇ お土産用として購入した

医薬品、化粧品、日用品カテゴリでは、基礎化粧品（42.4%）がトップで、次いで風邪薬（40.0%）、胃腸薬（39.5%）、健康食品・サプリメント・酵素（39.0%）が上位となった。
食品・その他のカテゴリでは、ビスケット（62.5%）が最も多く、チョコレート（53.5%）、スナック菓子（50.8%）、缶詰・瓶詰、乾物などの加工食品（44.5%）、米菓子（44.4%）が上位という結果となった。

今後の訪日意向

◇ 40%が半年以内に訪日予定

「今後半年以内に日本を訪問する予定がある」（40.1%）と「今後、1年以内に日本を訪問する予定がある」（31.6%）を加えると71.6%に達している。

「今後の時期は未定だが、日本を訪問するつもり」を含めて、97.2%の人が今後日本に訪問する意向がある結果となった。

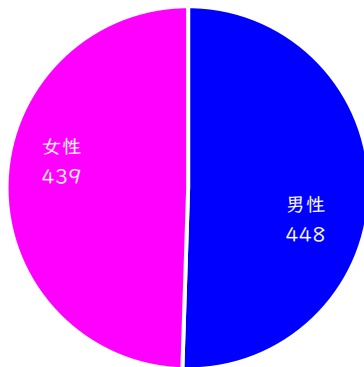
香港

Hong Kong

香港	
面積	約1,110km ² （東京都の約半分）
人口	約753万人（2024年）（香港政府統計処）
民族	中国系（約92%）
公用語	広東語、英語、中国語
宗教	仏教・道教・カトリック・イスラム教など
主要産業	金融業・不動産業・観光業・貿易業
GDP（名目）	2兆8,697億香港ドル（2021年、香港政府統計処）
経済成長率（実質）	2.4%（2024年、香港政府統計処）
2024年訪日客数	2,683,500人 前年比：26.9%（JNTO推計値） （参考）2023年：2,114,402人 2019年：2,290,792人

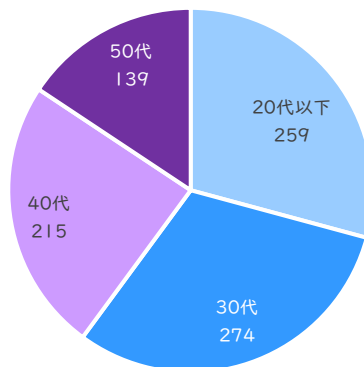
◇ 性別

(人)



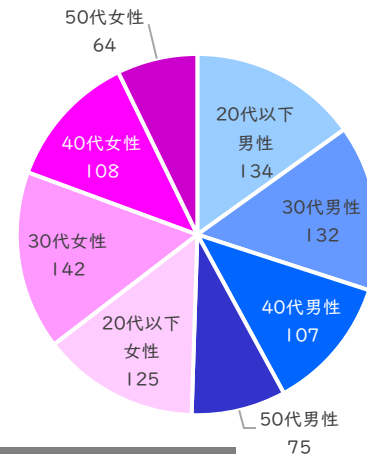
◇ 年代

(人)



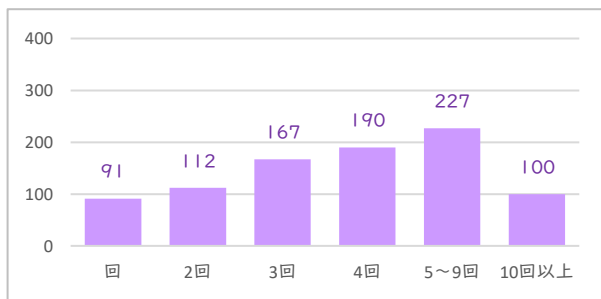
◇ 性別・年代

(人)



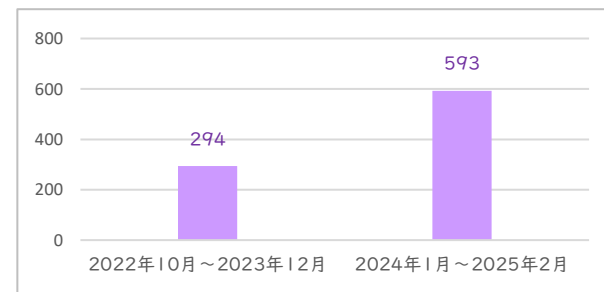
◇ 訪日回数

(人)



◇ 直近の訪日時期

(人)



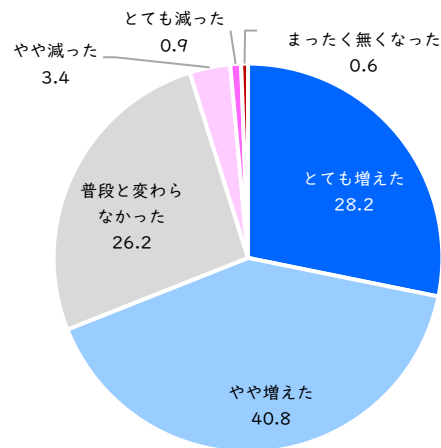
1. 本国での日常生活について

Q1. 国内でのあなたの現在の日常生活について、次にあげる点は、コロナ禍の期間中（2020年2月～2022年9月ころ）に比べ増えましたか、減りましたか？(SA)

(1) 仕事

(%)

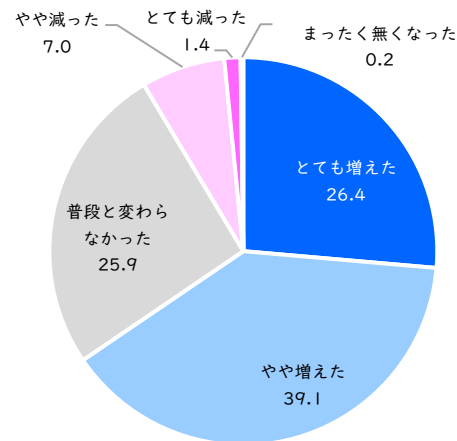
		とても増えた	やや増えた	普段と変わらなかった	やや減った	とても減った	まったく無くなった
全体	887人	28.2	40.8	26.2	3.4	0.9	0.6
男性	448人	29.9	39.7	26.6	2.5	1.1	0.2
女性	439人	26.4	41.9	25.7	4.3	0.7	0.9



(2) 収入

(%)

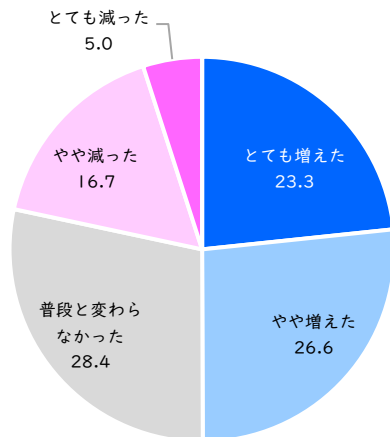
		とても増えた	やや増えた	普段と変わらなかった	やや減った	とても減った	まったく無くなった
全体	887人	26.4	39.1	25.9	7.0	1.4	0.2
男性	448人	28.6	39.7	23.0	7.8	0.9	0.0
女性	439人	24.1	38.5	28.9	6.2	1.8	0.5



(3) お店での買物

(%)

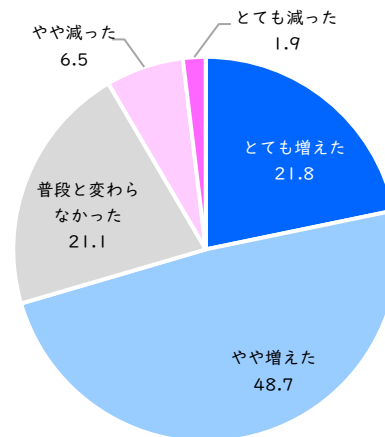
		とても増えた	やや増えた	普段と変わらなかった	やや減った	とても減った	まったく無くなった
全体	887人	23.3	26.6	28.4	16.7	5.0	0.0
男性	448人	23.4	28.1	25.7	19.0	3.8	0.0
女性	439人	23.2	25.1	31.2	14.4	6.2	0.0



(4) ネットでの買物

(%)

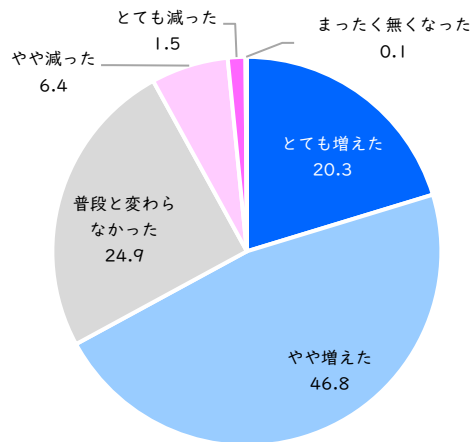
		とても増えた	やや増えた	普段と変わらなかった	やや減った	とても減った	まったく無くなった
全体	887人	21.8	48.7	21.1	6.5	1.9	0.0
男性	448人	20.3	54.5	17.6	6.0	1.6	0.0
女性	439人	23.2	42.8	24.6	7.1	2.3	0.0



(5) 健康に関する意識・関心

(%)

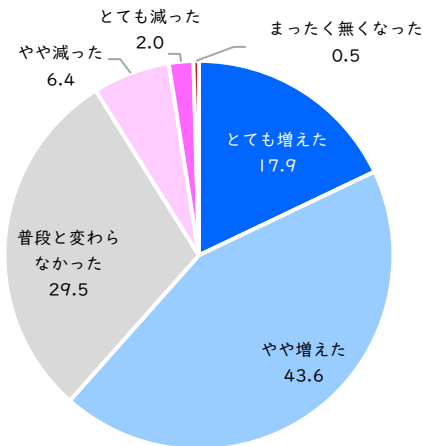
		とても増えた	やや増えた	普段と変わらなかった	やや減った	とても減った	まったく無くなった
全体	887人	20.3	46.8	24.9	6.4	1.5	0.1
男性	448人	22.1	47.1	23.7	5.6	1.6	0.0
女性	439人	18.5	46.5	26.2	7.3	1.4	0.2



(6) 経済的な余裕

(%)

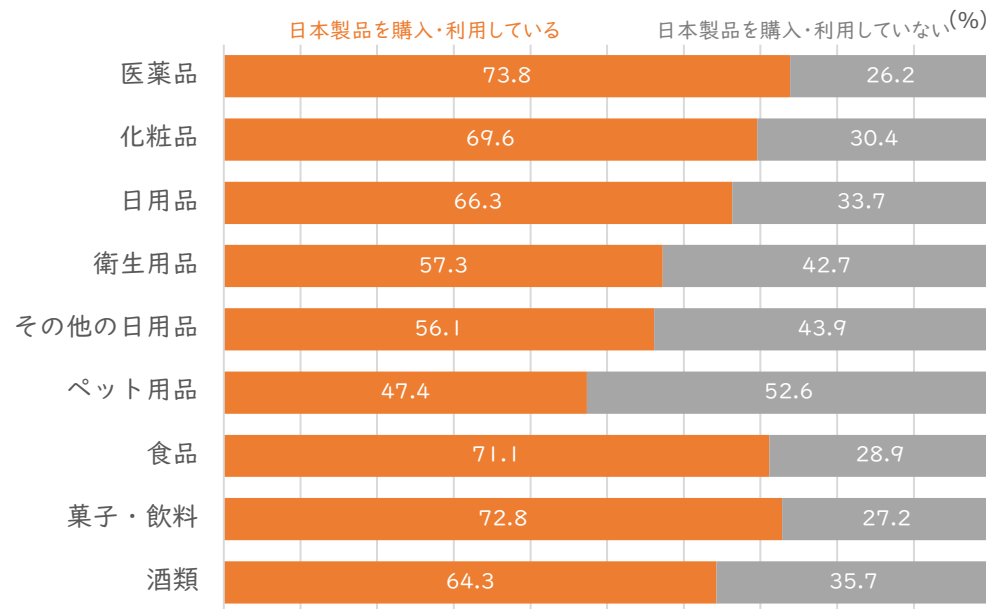
		とても増えた	やや増えた	普段と変わらなかった	やや減った	とても減った	まったく無くなった
全体	887人	17.9	43.6	29.5	6.4	2.0	0.5
男性	448人	19.9	44.6	27.2	6.0	1.8	0.4
女性	439人	15.9	42.6	31.9	6.8	2.3	0.5



Q2. 普段あなたのご家庭で日本製品 (Made in Japan) を、購入・利用していますか。(SA)

(%)

香港 n=887人	日本製品を購入・利用 している	日本製品を購入・利用 していない
医薬品	73.8	26.2
化粧品	69.6	30.4
日用品	66.3	33.7
衛生用品	57.3	42.7
その他の日用品	56.1	43.9
ペット用品	47.4	52.6
食品	71.1	28.9
菓子・飲料	72.8	27.2
酒類	64.3	35.7



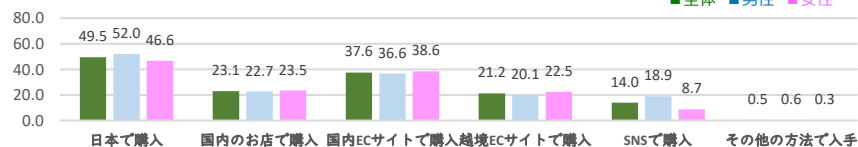
3. 現在、日本製品を購入・入手している方法

Q3. 現在、あなたのご家庭で購入・利用している日本製品 (Made in Japan) は、どのような方法で入手しましたか? (MA)

(1) 医薬品

(%)

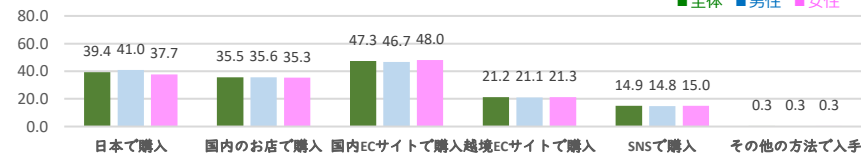
		日本で購入	国内のお店で 購入	国内ECサイト で購入	越境ECサイト で購入	SNSで購入	その他の方法 で入手
全体	655人	49.5	23.1	37.6	21.2	14.0	0.5
男性	344人	52.0	22.7	36.6	20.1	18.9	0.6
女性	311人	46.6	23.5	38.6	22.5	8.7	0.3



(2) 化粧品

(%)

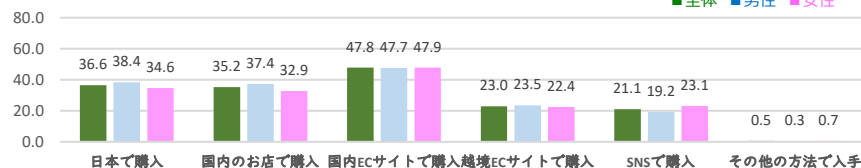
		日本で購入	国内のお店で 購入	国内ECサイト で購入	越境ECサイト で購入	SNSで購入	その他の方法 で入手
全体	617人	39.4	35.5	47.3	21.2	14.9	0.3
男性	317人	41.0	35.6	46.7	21.1	14.8	0.3
女性	300人	37.7	35.3	48.0	21.3	15.0	0.3



(3) 日用品

(%)

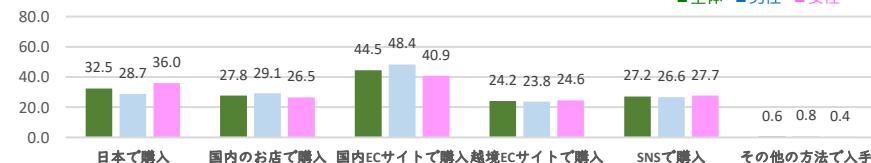
		日本で購入	国内のお店で 購入	国内ECサイト で購入	越境ECサイト で購入	SNSで購入	その他の方法 で入手
全体	588人	36.6	35.2	47.8	23.0	21.1	0.5
男性	302人	38.4	37.4	47.7	23.5	19.2	0.3
女性	286人	34.6	32.9	47.9	22.4	23.1	0.7



(4) 衛生用品

(%)

		日本で購入	国内のお店で 購入	国内ECサイト で購入	越境ECサイト で購入	SNSで購入	その他の方法 で入手
全体	508人	32.5	27.8	44.5	24.2	27.2	0.6
男性	244人	28.7	29.1	48.4	23.8	26.6	0.8
女性	264人	36.0	26.5	40.9	24.6	27.7	0.4



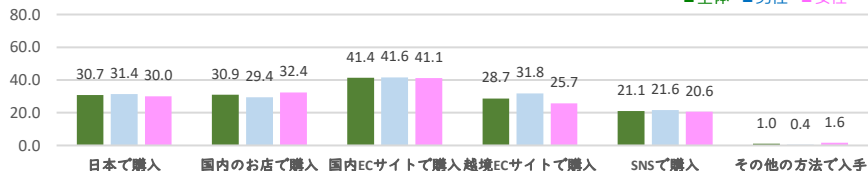
3. 現在、日本製品を購入・入手している方法

(5) その他の日用品

(%)

		日本で購入	国内のお店で購入	国内ECサイトで購入	越境ECサイトで購入	SNSで購入	その他の方法で入手
全体	498人	30.7	30.9	41.4	28.7	21.1	1.0
男性	245人	31.4	29.4	41.6	31.8	21.6	0.4
女性	253人	30.0	32.4	41.1	25.7	20.6	1.6

■全体 ■男性 ■女性

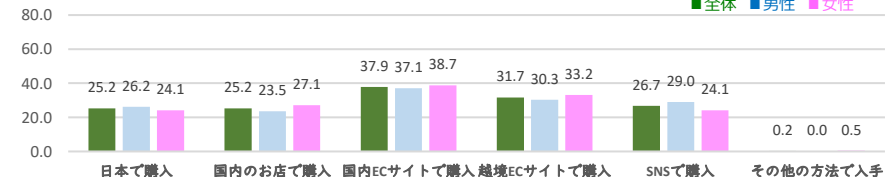


(6) ペット用品

(%)

		日本で購入	国内のお店で購入	国内ECサイトで購入	越境ECサイトで購入	SNSで購入	その他の方法で入手
全体	420人	25.2	25.2	37.9	31.7	26.7	0.2
男性	221人	26.2	23.5	37.1	30.3	29.0	0.0
女性	199人	24.1	27.1	38.7	33.2	24.1	0.5

■全体 ■男性 ■女性

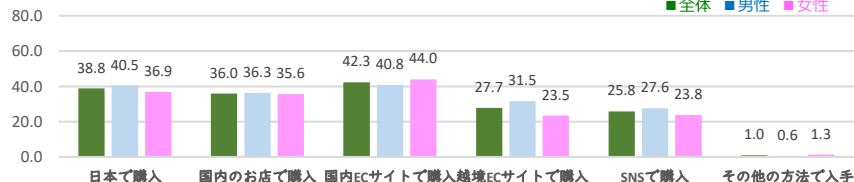


(7) 食品

(%)

		日本で購入	国内のお店で購入	国内ECサイトで購入	越境ECサイトで購入	SNSで購入	その他の方法で入手
全体	631人	38.8	36.0	42.3	27.7	25.8	1.0
男性	333人	40.5	36.3	40.8	31.5	27.6	0.6
女性	298人	36.9	35.6	44.0	23.5	23.8	1.3

■全体 ■男性 ■女性

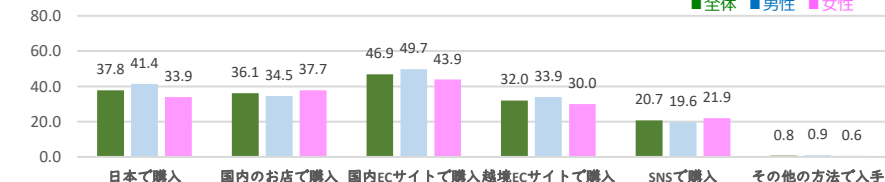


(8) 菓子・飲料

(%)

		日本で購入	国内のお店で購入	国内ECサイトで購入	越境ECサイトで購入	SNSで購入	その他の方法で入手
全体	646人	37.8	36.1	46.9	32.0	20.7	0.8
男性	336人	41.4	34.5	49.7	33.9	19.6	0.9
女性	310人	33.9	37.7	43.9	30.0	21.9	0.6

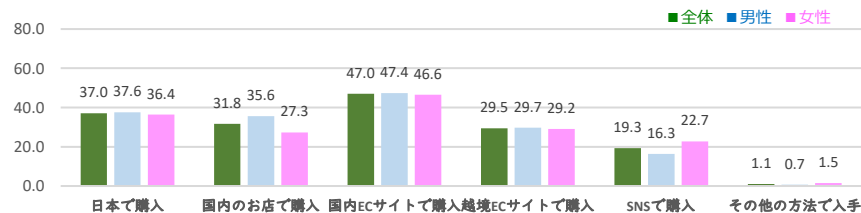
■全体 ■男性 ■女性



(9) 酒類

(%)

		日本で購入	国内のお店で 購入	国内ECサイト で購入	越境ECサイト で購入	SNSで購入	その他の方法 で入手
全体	570人	37.0	31.8	47.0	29.5	19.3	1.1
男性	306人	37.6	35.6	47.4	29.7	16.3	0.7
女性	264人	36.4	27.3	46.6	29.2	22.7	1.5

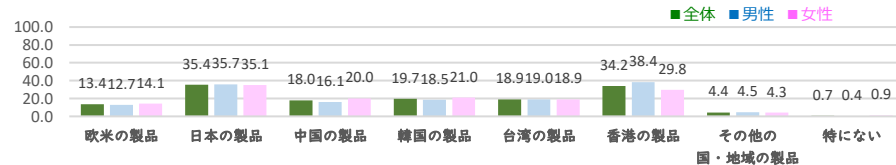


Q4. あなたの、好きな製品、お気に入りの製品はどこの国の製品ですか？(MA)

(1) 医薬品

(%)

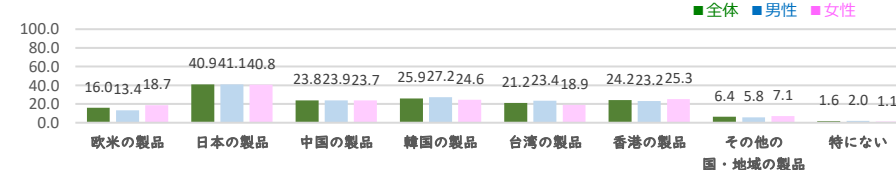
		欧米の製品	日本の製品	中国の製品	韓国の製品	台湾の製品	香港の製品	その他の 国・地域の 製品	特にな
全体	887人	13.4	35.4	18.0	19.7	18.9	34.2	4.4	0.7
男性	448人	12.7	35.7	16.1	18.5	19.0	38.4	4.5	0.4
女性	439人	14.1	35.1	20.0	21.0	18.9	29.8	4.3	0.9



(2) 化粧品

(%)

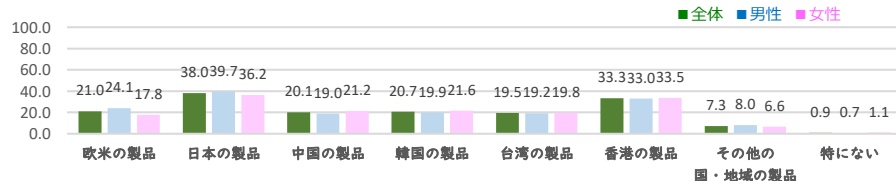
		欧米の製品	日本の製品	中国の製品	韓国の製品	台湾の製品	香港の製品	その他の 国・地域の 製品	特にな
全体	887人	16.0	40.9	23.8	25.9	21.2	24.2	6.4	1.6
男性	448人	13.4	41.1	23.9	27.2	23.4	23.2	5.8	2.0
女性	439人	18.7	40.8	23.7	24.6	18.9	25.3	7.1	1.1



(3) 日用品

(%)

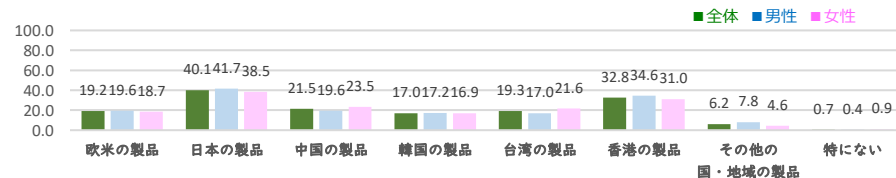
		欧米の製品	日本の製品	中国の製品	韓国の製品	台湾の製品	香港の製品	その他の 国・地域の 製品	特にな
全体	887人	21.0	38.0	20.1	20.7	19.5	33.3	7.3	0.9
男性	448人	24.1	39.7	19.0	19.9	19.2	33.0	8.0	0.7
女性	439人	17.8	36.2	21.2	21.6	19.8	33.5	6.6	1.1



(4) 衛生用品

(%)

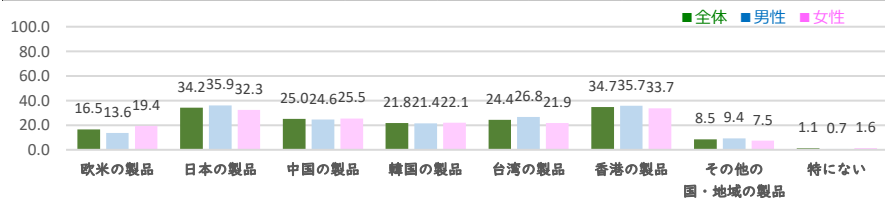
		欧米の製品	日本の製品	中国の製品	韓国の製品	台湾の製品	香港の製品	その他の 国・地域の 製品	特にな
全体	887人	19.2	40.1	21.5	17.0	19.3	32.8	6.2	0.7
男性	448人	19.6	41.7	19.6	17.2	17.0	34.6	7.8	0.4
女性	439人	18.7	38.5	23.5	16.9	21.6	31.0	4.6	0.9



(5) その他の日用品

(%)

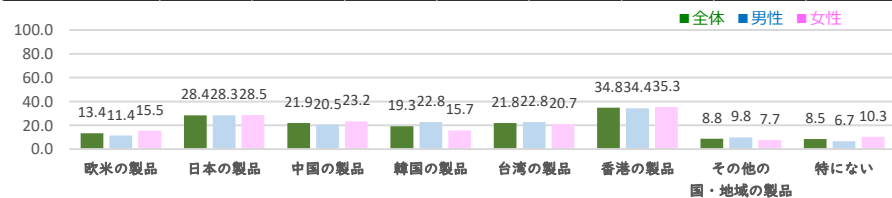
		欧米の製品	日本の製品	中国の製品	韓国の製品	台湾の製品	香港の製品	その他の 国・地域の 製品	特にな
全体	887人	16.5	34.2	25.0	21.8	24.4	34.7	8.5	1.1
男性	448人	13.6	35.9	24.6	21.4	26.8	35.7	9.4	0.7
女性	439人	19.4	32.3	25.5	22.1	21.9	33.7	7.5	1.6



(6) ペット用品

(%)

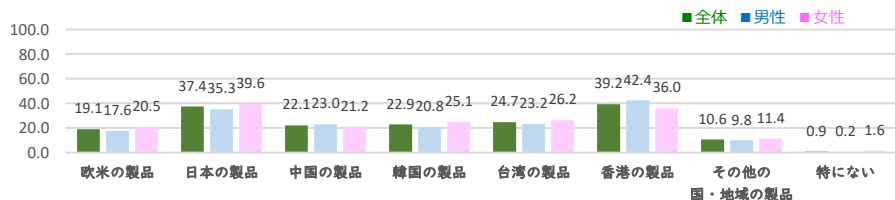
		欧米の製品	日本の製品	中国の製品	韓国の製品	台湾の製品	香港の製品	その他の 国・地域の 製品	特にな
全体	887人	13.4	28.4	21.9	19.3	21.8	34.8	8.8	8.5
男性	448人	11.4	28.3	20.5	22.8	22.8	34.4	9.8	6.7
女性	439人	15.5	28.5	23.2	15.7	20.7	35.3	7.7	10.3



(7) 食品

(%)

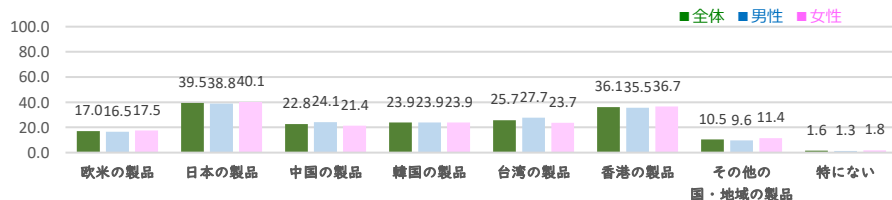
		欧米の製品	日本の製品	中国の製品	韓国の製品	台湾の製品	香港の製品	その他の 国・地域の 製品	特にな
全体	887人	19.1	37.4	22.1	22.9	24.7	39.2	10.6	0.9
男性	448人	17.6	35.3	23.0	20.8	23.2	42.4	9.8	0.2
女性	439人	20.5	39.6	21.2	25.1	26.2	36.0	11.4	1.6



(8) 菓子・飲料

(%)

		欧米の製品	日本の製品	中国の製品	韓国の製品	台湾の製品	香港の製品	その他の 国・地域の 製品	特にな
全体	887人	17.0	39.5	22.8	23.9	25.7	36.1	10.5	1.6
男性	448人	16.5	38.8	24.1	23.9	27.7	35.5	9.6	1.3
女性	439人	17.5	40.1	21.4	23.9	23.7	36.7	11.4	1.8

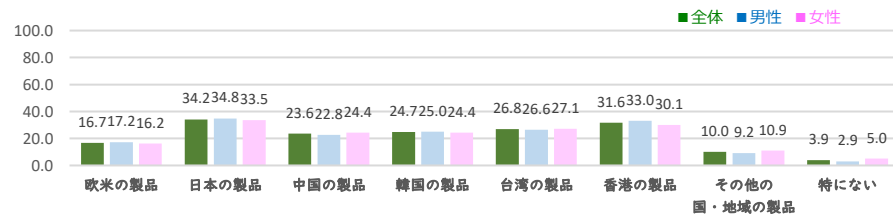


4. 日本製品（他国製品を含め）に対する顧客ロイヤルティ

(9) 酒類

(%)

		欧米の製品	日本の製品	中国の製品	韓国の製品	台湾の製品	香港の製品	その他の 国・地域の 製品	特にな
全体	887人	16.7	34.2	23.6	24.7	26.8	31.6	10.0	3.9
男性	448人	17.2	34.8	22.8	25.0	26.6	33.0	9.2	2.9
女性	439人	16.2	33.5	24.4	24.4	27.1	30.1	10.9	5.0

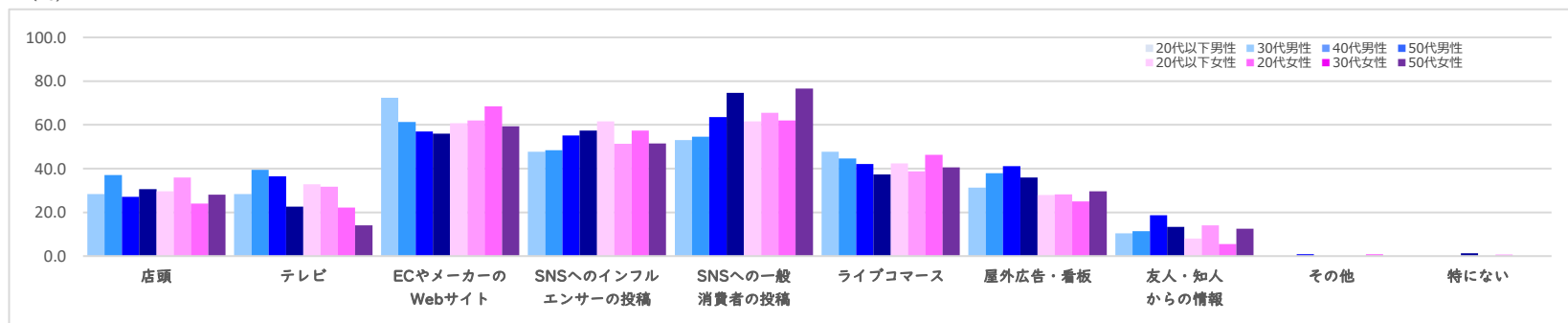


Q5. 海外のブランドや新しい商品について、普段どのようなところで出会いますか。(MA)

(性年代別)

		合計 (人)	店頭	テレビ	ECやメーカーの Webサイト	SNSへのインフル エンサーの投稿	SNSへの一般 消費者の投稿	ライブコマース	屋外広告・看板	友人・知人 からの情報	その他	特にない
性別	全体	887	30.6	29.9	62.8	53.6	62.3	42.8	32.0	11.6	0.2	0.2
	男性	448	31.0	32.6	62.7	51.3	59.6	43.8	36.4	13.2	0.2	0.2
	女性	439	30.1	27.1	62.9	55.8	65.1	41.9	27.6	10.0	0.2	0.2
年代	20代以下	259	29.0	30.5	66.8	54.4	57.1	45.2	29.7	9.3	0.0	0.0
	30代	274	36.5	35.4	61.7	50.0	60.2	41.6	32.8	12.8	0.0	0.4
	40代	215	25.6	29.3	62.8	56.3	62.8	44.2	33.0	12.1	0.9	0.0
	50代	139	29.5	18.7	57.6	54.7	75.5	38.8	33.1	12.9	0.0	0.7
性別×年代	男性-20代以下	134	28.4	28.4	72.4	47.8	53.0	47.8	31.3	10.4	0.0	0.0
	男性-30代	132	37.1	39.4	61.4	48.5	54.5	44.7	37.9	11.4	0.0	0.0
	男性-40代	107	27.1	36.4	57.0	55.1	63.6	42.1	41.1	18.7	0.9	0.0
	男性-50代	75	30.7	22.7	56.0	57.3	74.7	37.3	36.0	13.3	0.0	1.3
	女性-20代以下	125	29.6	32.8	60.8	61.6	61.6	42.4	28.0	8.0	0.0	0.0
	女性-30代	142	35.9	31.7	62.0	51.4	65.5	38.7	28.2	14.1	0.0	0.7
	女性-40代	108	24.1	22.2	68.5	57.4	62.0	46.3	25.0	5.6	0.9	0.0
	女性-50代	64	28.1	14.1	59.4	51.6	76.6	40.6	29.7	12.5	0.0	0.0

(%)

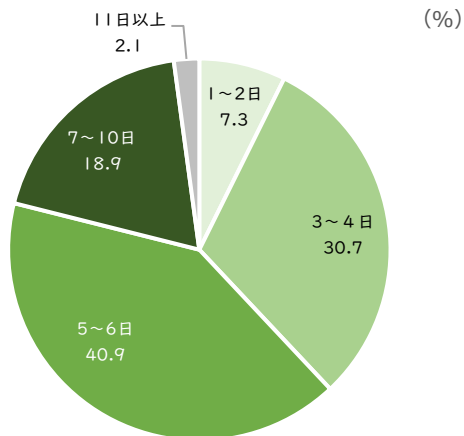


Q6. あなたが一番最近、日本を訪問したときの、日本での滞在日数を教えてください。(SA)

Q7. あなたが一番最近、日本を訪問したときには、いくつの都市・エリアに行きましたか。(SA)

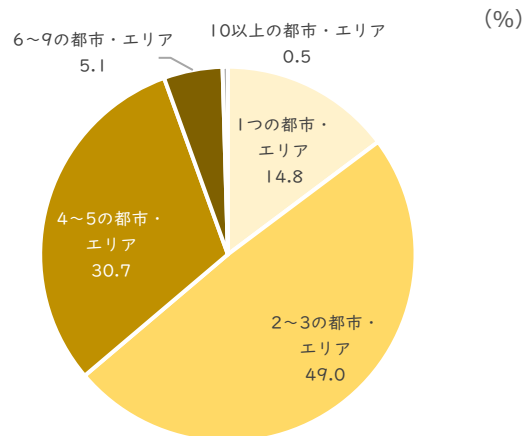
(%)

		1～2日	3～4日	5～6日	7～10日	11日以上
全体	887人	7.3	30.7	40.9	18.9	2.1
男性	448人	10.5	30.4	40.4	16.5	2.2
女性	439人	4.1	31.0	41.5	21.4	2.1



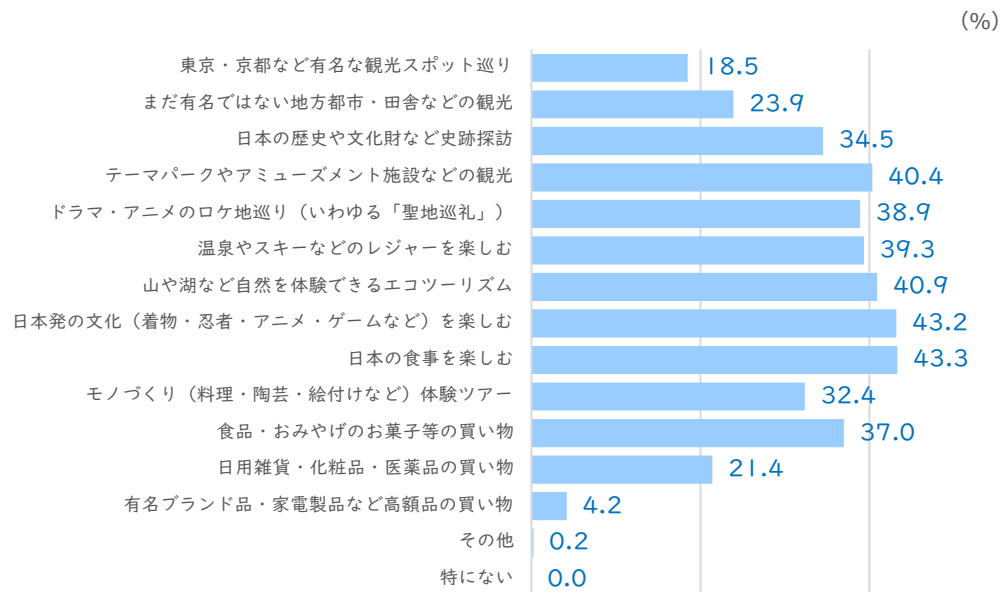
(%)

		1つの都市・エリア	2～3の都市・エリア	4～5の都市・エリア	6～9の都市・エリア	10以上の都市・エリア
全体	887人	14.8	49.0	30.7	5.1	0.5
男性	448人	16.7	48.2	31.5	3.1	0.4
女性	439人	12.8	49.9	29.8	7.1	0.5



Q8.あなたが一番最近の日本訪問でしたことは何ですか。(MA)

香港 (n=887)	人	%
東京・京都など有名な観光スポット巡り	164	18.5
まだ有名ではない地方都市・田舎などの観光	212	23.9
日本の歴史や文化財など史跡探訪	306	34.5
テーマパークやアミューズメント施設などの観光	358	40.4
ドラマ・アニメのロケ地巡り（いわゆる「聖地巡礼」）	345	38.9
温泉やスキーなどのレジャーを楽しむ	349	39.3
山や湖など自然を体験できるエコツーリズム	363	40.9
日本発の文化（着物・忍者・アニメ・ゲームなど）を楽しむ	383	43.2
日本の食事を楽しむ	384	43.3
モノづくり（料理・陶芸・絵付けなど）体験ツアー	287	32.4
食品・おみやげのお菓子等の買い物	328	37.0
日用雑貨・化粧品・医薬品の買い物	190	21.4
有名ブランド品・家電製品など高額品の買い物	37	4.2
その他	2	0.2
特にない	0	0.0



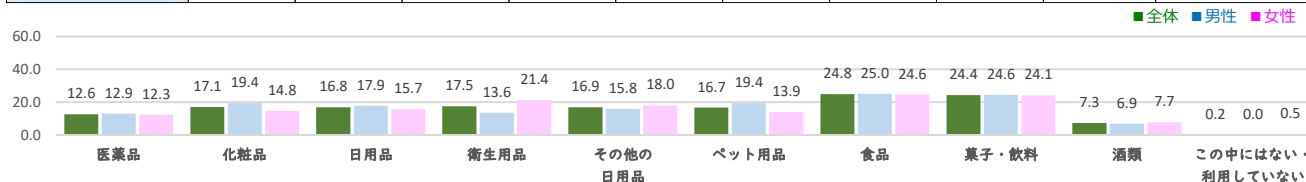
9. 日本に訪問するとき、お買物の場所について

Q9. あなたは、一番最近の日本訪問のときに、お店で買物をしましたか？それぞれのお店について何を買ったのか教えてください。(MA)

(1) コンビニエンスストア

(%)

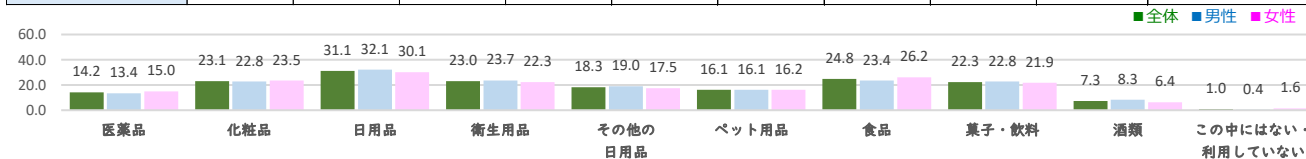
		医薬品	化粧品	日用品	衛生用品	その他の日用品	ペット用品	食品	菓子・飲料	酒類	この中にはない・利用していない
全体	887人	12.6	17.1	16.8	17.5	16.9	16.7	24.8	24.4	7.3	0.2
男性	448人	12.9	19.4	17.9	13.6	15.8	19.4	25.0	24.6	6.9	0.0
女性	439人	12.3	14.8	15.7	21.4	18.0	13.9	24.6	24.1	7.7	0.5



(2) スーパー

(%)

		医薬品	化粧品	日用品	衛生用品	その他の日用品	ペット用品	食品	菓子・飲料	酒類	この中にはない・利用していない
全体	887人	14.2	23.1	31.1	23.0	18.3	16.1	24.8	22.3	7.3	1.0
男性	448人	13.4	22.8	32.1	23.7	19.0	16.1	23.4	22.8	8.3	0.4
女性	439人	15.0	23.5	30.1	22.3	17.5	16.2	26.2	21.9	6.4	1.6

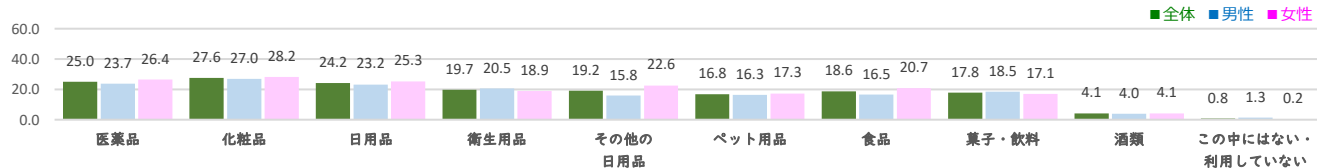


9. 日本に訪問するとき、お買物の場所について

(3) ドラッグストア

(%)

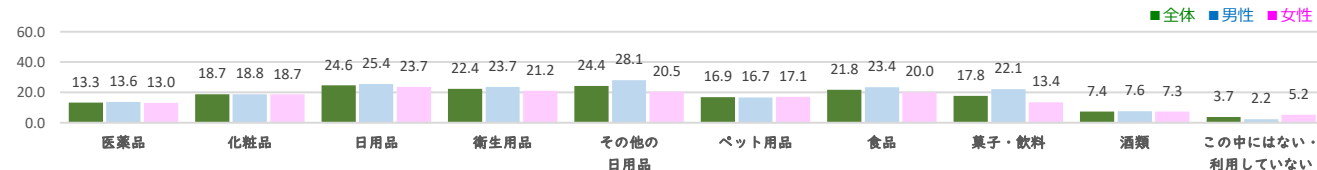
		医薬品	化粧品	日用品	衛生用品	その他の日用品	ペット用品	食品	菓子・飲料	酒類	この中にはない・利用していない
全体	887人	25.0	27.6	24.2	19.7	19.2	16.8	18.6	17.8	4.1	0.8
男性	448人	23.7	27.0	23.2	20.5	15.8	16.3	16.5	18.5	4.0	1.3
女性	439人	26.4	28.2	25.3	18.9	22.6	17.3	20.7	17.1	4.1	0.2



(4) 百貨店

(%)

		医薬品	化粧品	日用品	衛生用品	その他の日用品	ペット用品	食品	菓子・飲料	酒類	この中にはない・利用していない
全体	887人	13.3	18.7	24.6	22.4	24.4	16.9	21.8	17.8	7.4	3.7
男性	448人	13.6	18.8	25.4	23.7	28.1	16.7	23.4	22.1	7.6	2.2
女性	439人	13.0	18.7	23.7	21.2	20.5	17.1	20.0	13.4	7.3	5.2

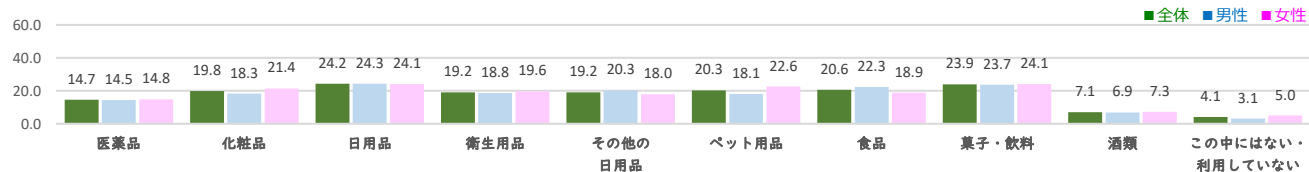


9. 日本に訪問するとき、お買物の場所について

(5) ドン・キホーテなどのディスカウントストア

(%)

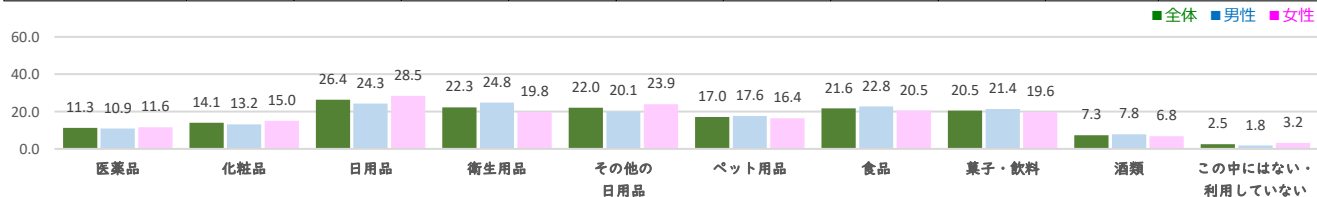
		医薬品	化粧品	日用品	衛生用品	その他の日用品	ペット用品	食品	菓子・飲料	酒類	この中にはない・利用していない
全体	887人	14.7	19.8	24.2	19.2	19.2	20.3	20.6	23.9	7.1	4.1
男性	448人	14.5	18.3	24.3	18.8	20.3	18.1	22.3	23.7	6.9	3.1
女性	439人	14.8	21.4	24.1	19.6	18.0	22.6	18.9	24.1	7.3	5.0



(6) 100円ショップ

(%)

		医薬品	化粧品	日用品	衛生用品	その他の日用品	ペット用品	食品	菓子・飲料	酒類	この中にはない・利用していない
全体	887人	11.3	14.1	26.4	22.3	22.0	17.0	21.6	20.5	7.3	2.5
男性	448人	10.9	13.2	24.3	24.8	20.1	17.6	22.8	21.4	7.8	1.8
女性	439人	11.6	15.0	28.5	19.8	23.9	16.4	20.5	19.6	6.8	3.2

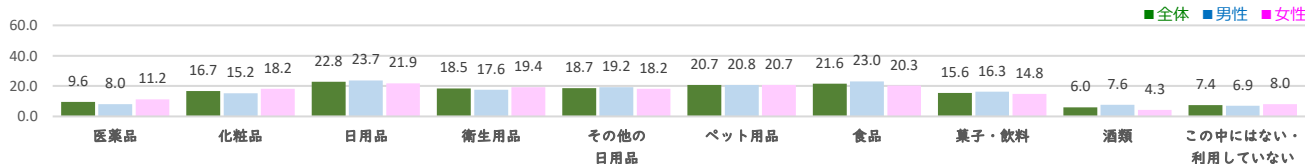


9. 日本に訪問するとき、お買物の場所について

(7) ハンズ、LOFT、PLAZA

(%)

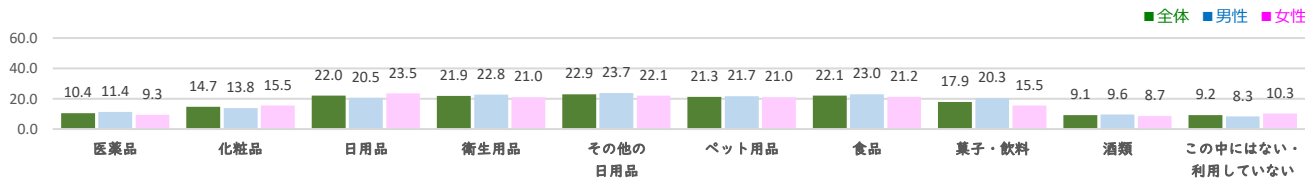
		医薬品	化粧品	日用品	衛生用品	その他の日用品	ペット用品	食品	菓子・飲料	酒類	この中にはない・利用していない
全体	887人	9.6	16.7	22.8	18.5	18.7	20.7	21.6	15.6	6.0	7.4
男性	448人	8.0	15.2	23.7	17.6	19.2	20.8	23.0	16.3	7.6	6.9
女性	439人	11.2	18.2	21.9	19.4	18.2	20.7	20.3	14.8	4.3	8.0



(8) 家電量販店

(%)

		医薬品	化粧品	日用品	衛生用品	その他の日用品	ペット用品	食品	菓子・飲料	酒類	この中にはない・利用していない
全体	887人	10.4	14.7	22.0	21.9	22.9	21.3	22.1	17.9	9.1	9.2
男性	448人	11.4	13.8	20.5	22.8	23.7	21.7	23.0	20.3	9.6	8.3
女性	439人	9.3	15.5	23.5	21.0	22.1	21.0	21.2	15.5	8.7	10.3



Q10. あなたが一番最近の日本訪問のときに買ったものは何ですか？次にあげる商品について、「購入して、日本滞在中に消費した」「お土産用として購入した」それぞれあてはまるものをすべて選んでください。(MA)

(医薬品、化粧品、日用品)

(%)

25%以上購入

40%以上購入

50%以上購入しなかった

香港 n=887	購入して、日本 滞在中に消費した	お土産用として 購入した	この商品は購入 しなかった
風邪薬（パブロン、ジキニンなど）	31.6	46.6	25.0
解熱鎮痛剤（ロキソニンS、イブなど）	43.3	36.1	22.4
胃腸薬（太田胃散、キャベジンコーワなど）	30.7	40.4	30.8
漢方薬（ダスモック〈清肺湯〉、ナイトールなど）	30.9	42.8	29.3
目薬	37.5	44.4	27.6
メイクアップ化粧品（口紅、ファンデーションなど）	38.4	45.8	20.0
基礎化粧品（化粧水、乳液など）	44.1	48.8	13.2
化粧小物（爪切り、ビューラー、カミソリなど）	34.0	43.6	26.0
ボディケア用品（ボディソープ、ハンドクリーム、制汗剤など）	34.7	49.7	19.3
口腔内ケア用品（歯ブラシ、歯磨き粉、マウスウォッシュなど）	38.6	46.1	18.5
レッグ・フットケア用品（足用冷却シート「休足時間」、脱毛剤など）	41.1	39.3	23.1
アイケア用品（目の洗浄剤、ホットアイマスク「めぐりズム」など）	39.0	43.6	21.2
ヘアケア用品（シャンプー、トリートメント、整髪剤など）	36.1	41.0	26.9
防虫・殺虫剤（防虫剤、蚊取り線香、ゴキブリ捕獲器など）	37.3	42.7	24.1
芳香・消臭剤（消臭剤、芳香剤、衣類消臭スプレーなど）	37.8	39.5	25.8
衣料洗濯用品（洗濯洗剤、柔軟剤など）	39.9	37.2	26.7
紙製品（ティッシュペーパー、トイレットペーパーなど）	43.3	40.1	23.0
使い捨てカイロ、熱冷却シート（熱さまシート、冷えピタなど）	30.7	48.6	28.4
紙おむつ（ベビー用）	38.1	34.7	28.4
紙おむつ（大人用）	34.9	35.9	31.1
生理用品（ナプキン、尿とりパッドなど）	38.2	37.9	27.2
避妊用具	38.7	38.9	29.7
マスク	41.9	47.5	21.8
ベビー用品・粉ミルク・ベビーフード	29.8	40.5	32.1
健康食品・サプリメント・酵素	35.2	43.6	24.4
生活雑貨（食器用洗剤、住居用洗剤、スポンジなど）	32.6	43.7	26.4
その他の日用品	34.4	44.4	23.3
ペットフード	30.3	34.9	35.7
ペットのおやつ	30.7	42.3	29.5
ペット用品	29.5	36.2	36.5

(食品・その他)

(%)

25%以上購入

40%以上購入

50%以上購入しなかった

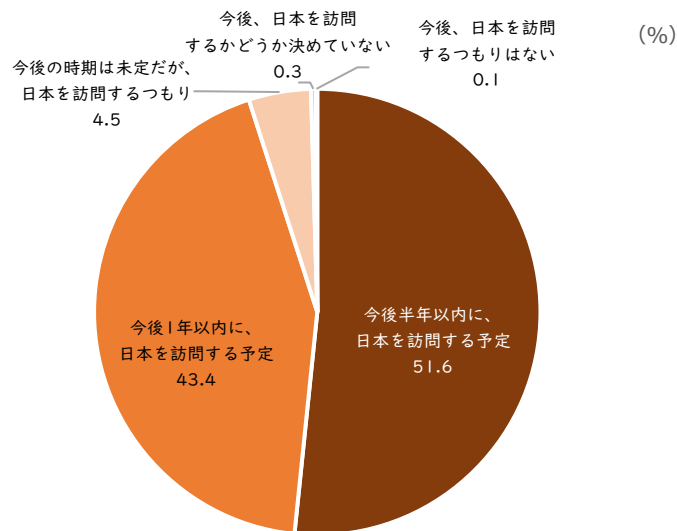
香港 n=887	購入して、日本 滞在中に消費した	お土産用として 購入した	この商品は購入 しなかった
缶詰・瓶詰、乾物などの加工食品	43.9	45.3	17.5
生鮮・チルド・冷凍食品・乳製品	47.8	33.3	23.0
調味料・調味食品（しょうゆ、ドレッシングなど）	35.2	40.4	27.7
麺類（カップめん、袋めんなど）	37.8	49.2	20.2
スープ類（インスタントスープ、みそ汁など）	38.7	43.2	25.3
おにぎり・サンドイッチ・お弁当	51.9	41.3	14.4
その他の食品	43.3	44.8	21.8
ガム・キャンディー	43.4	49.6	21.4
チョコレート	45.3	47.5	13.9
ビスケット類	44.3	47.1	13.1
スナック菓子（ポテトチップスなど）	48.4	41.3	18.2
和菓子（まんじゅう、だんごなど）	41.7	45.4	17.7
米菓（せんべいなど）	39.7	42.8	22.4
アイスクリーム・スイーツ（ケーキなど）	46.7	43.6	14.9
コーヒー・紅茶（豆・茶葉加工品）	48.1	40.5	18.6
緑茶・日本茶（茶葉加工品）	47.0	43.2	15.9
果汁飲料・ジュース類	44.9	43.2	17.8
清涼飲料（炭酸飲料、各種ペット飲料など）	44.1	43.1	20.1
その他の菓子・飲料	41.7	53.4	21.3
日本酒	45.0	41.0	17.9
焼酎	41.5	42.3	20.4
ビール類	44.5	42.2	18.3
ウイスキー・ブランデーなど	37.3	40.4	26.6
ワイン・スパークリングワイン	36.6	43.6	25.0
その他の酒類	32.9	45.2	29.0

11. 今後の訪日意向

Q.あなたは今後、日本を訪問したいと思いますか。(SA)

(%)

		今後半年以内に、 日本を訪問する予定	今後1年以内に、 日本を訪問する予定	今後の時期は未定だが、 日本を訪問するつもり	今後、日本を訪問 するかどうか決めていない	今後、日本を訪問 するつもりはない
全体	887人	51.6	43.4	4.5	0.3	0.1
男性	448人	53.8	42.0	4.0	0.0	0.2
女性	439人	49.4	44.9	5.0	0.7	0.0



日常生活

◇ 65%以上仕事と収入は増加

仕事については、「とても増えた」「やや増えた」が69.0%に対し、「とても減った」「やや減った」「まったく無くなった」はわずか4.9%という結果だった。それに比例して収入面においても、65.5%が増えたと回答しており、減ったという回答8.6%を大きく上回った。香港では、コロナ禍を経て、景気回復傾向にあることが言える。

◇ ネットでの買い物が伸長

普段の買い物は、香港においても「お店での買い物」から「ネットでの買い物」へシフトしている様子が顕著にみられた。「お店での買い物」が減ったと回答した人が、半数以上の21.7%に上り、逆に「ネットでの買い物」が増えたと回答した人が70.9%となっており、中国と同様に、ECでの買い物率が拡大していると見て取れる。

◇ 健康に関する意識・関心は高い水準

健康に関する意識・関心が増えた人は、67.1%と高い数値となっている。

◇ 経済的な余裕は減少の傾向

経済的な余裕については、「とても増えた」「やや増えた」との回答が61.5%に対し、「とても減った」「やや減った」「まったく無くなった」との回答はわずか8.9%となっており、コロナ禍を経て、香港経済の回復傾向が強く現れている。

日本製品の購入・利用

◇ ペット用品以外、55%以上日本製品を購入・利用している

いずれのカテゴリにおいても約半数の人は普段から日本製品を購入・利用していることが確認できた。

菓子・飲料、医薬品、食品は、70%以上、化粧品、日用品、酒類においても60%以上の人は日本製品を購入・利用しているようである。

◇ 日本製品は香港国内ECで購入

香港での日本製品の購入場所は、「国内ECサイト」が30%～40%で最も多い。普段から利用している日本製品は、香港国内ECで十分に販売されていることが分かる。

医薬品については、日本へ訪れた際に購入している人が49.5%おり、訪日中にドラッグストアへ立ち寄ることも多いと考えられる。

各国製品の顧客ロイヤルティ

◇ 日本製品が圧倒的に気に入り

ペット用品、食品を除くと、どのカテゴリにおいても日本製品が支持されている結果となった。

日本の化粧品、衛生用品も40%を超える支持は受けており、日本の医薬品、日用品も30%以上の支持を得ている。

海外ブランドや新商品との出会い

◇ ネットとSNSが情報源

海外ブランドや新商品との出会いの場所は、ECやメーカーのWebサイト、SNS、ライブコマースといったネットが高い数値となっている。特に、「ECやメーカーのWebサイト」は62.8%が最も多い、次いで「SNSへの一般消費者の投稿」62.3%、「SNSへのインフルエンサーの投稿」53.6%と回答しており、半数以上の人々がネットとSNSから商品情報を得ていることがわかる。また、中高年層は若年層より「SNSへの一般消費者の投稿」をみている人が多いこともわかった。

滞在日数および訪問都市／エリア

◇ 約90%が3日以上滞在

日本での滞在日数は、「5～6日」40.9%がトップで、次いで、「3～4日」30.7%、「7～10日」18.9%という結果となった。「1～2日」(7.3%)を除く、3日以上滞りは、92.7%となっている。11日以上滞りは2.1%もあった。

◇ 約50%が2～3の都市・エリア訪問

滞在期間中、「2～3の都市・エリア」に訪問したとの回答が49.0%で最も多く、次いで「4～5の都市・エリア」30.7%で、「1の都市・エリア」14.8%、「6～9の都市・エリア」5.1%、「10以上の都市・エリア」0.5%という結果となった。

日本に訪問するとき、したいこと

◇ 体験型消費、観光が主な訪日目的

訪日中にしたいことは、「日本の食事を楽しむ」（43.4%）、「日本発の文化（着物・忍者・アニメ・ゲーム等）を楽しむ」（43.2%）、「山や湖など自然を体験できるエコツーリズム（40.9%）」「テーマパークやアミューズメント施設などの観光」（40.4%）、温泉やスキーなどのレジャーを楽しむ（39.3%）、ドラマ・アニメのロケ地巡り（いわゆる「聖地巡礼」）（38.9%）が上位を占めている。体験型消費が主な訪日目的であることがうかがえる。

日本に訪問するとき、お買物の場所

◇ どのお店も90%以上が利用

「コンビニエンスストア」（99.8%）、次いで「スーパー」（99.0%）、「ドラッグストア」（99.2%）と圧倒的に高い。まんべんなく様々なお店で買物をしている傾向がみられる。

店舗業態別でみると、

「コンビニエンスストア」では、食品（24.8%）、菓子・飲料（24.4%）、衛生用品（17.5%）が上位となっており、「スーパー」では、日用品（31.1%）がトップ、次いで食品（24.8%）、衛生用品（23.0%）という順位となっており、「ドラッグストア」では、化粧品（27.6%）、医薬品（25.0%）、日用品（24.2%）の購入が多い結果となった。

日本で購入した商品について

◇ 日用品では、化粧品の購入が多い

医薬品、化粧品、日用品カテゴリでは、「購入して、日本滞在中に消費した」と「お土産用として購入した」併せて、基礎化粧品が72.9%がトップで、次いでマスクが89.4%、口腔内ケア用品が84.7%、メイクアップ化粧品が84.2%となっており、化粧品の購入が84%占めている。

食品・その他のカテゴリでは、その他の菓子・飲料がトップで、次いでガム・キャンディー、チョコレート、ビスケット類の順となっている。

◇ お土産用として購入した

医薬品、化粧品、日用品カテゴリでは、ボディケア用品（49.7%）がトップで、次いで基礎化粧品（48.8%）、使い捨てカイロ、熱冷却シート（48.6%）、風邪薬（46.6%）、口腔内ケア用品（46.1%）、メイクアップ化粧品（45.8%）が上位となった。

食品・その他のカテゴリでは、その他の菓子・飲料（53.4%）が最も多く、ガム・キャンディー（49.6%）、麺類（49.2%）、チョコレート（47.5%）、ビスケット類（47.1%）、和菓子（45.4%）、缶詰・瓶詰、乾物などの加工食品（45.3%）が上位という結果となった。

今後の訪日意向

◇ ほぼすべての人が今後も訪日意向

「今後半年以内に日本を訪問する予定がある」（51.6%）と「今後、1年以内に日本を訪問する予定がある」（43.4%）を加えると95%に達している。

また、「今後の時期は未定だが、日本を訪問するつもり」を含めて、99.6%の人が今後日本に訪問する意向があり、3か国・地域の中において、最も高い数値となった。

本レポートのご利用に関して

(1) 制作目的

本レポートは、日本の消費財流通に携わる方々の事業発展に寄与すべく、訪日外国人における一般消費財の購買・利用実態、ならびに今後の訪日の意向等を調査し、その結果をまとめたものです。

(2) 著作権その他の知的財産権

本レポート及び本レポート作成のために当社が利用したデータの著作権その他の知的財産権は、個別に明示がない限り、すべて発行元である、株式会社プラネットに帰属します。

(3) 引用

- ・ 本レポートの内容を業務資料又は学術論文に引用する場合は、出典を明記の上、著作権法第 32 条で認められた「引用」の範囲内でご利用ください。
(出典の記載例)
出典:株式会社プラネット『インバウンド消費を拡大させる意識と行動2025』P.〇〇
- ・ 新聞、雑誌、書籍、パンフレットなどの商業出版物、ウェブコンテンツやテレビ番組など、前記業務資料又は学術論文以外の用途での引用を希望される場合は、お問い合わせ先に記載の当社窓口にてメールにて詳細をご連絡ください。

(4) 禁止事項

本レポートに関し、以下の行為を禁止します。

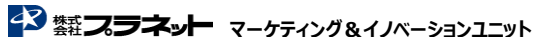
- ・ 前記引用の範囲を超えた、発行元の著作権および知的財産権を侵害する一切の利用行為
- ・ 公序良俗に反する方法での利用行為
- ・ その他、本レポートの制作目的にそぐわないと発行元が判断した行為

(5) 免責事項

- ・ 本レポートを作成するにあたり細心の注意を払っておりますが、本レポート記載の内容については真実性・正確性を保証するものではありません。
- ・ 本レポート記載の内容に関して、重要な事項の記載が欠けていないことの保証はいたしません。
- ・ 本レポートの内容は全て作成時点のものであり、その後の環境の変化により、状況が変更している可能性があります。
- ・ 本レポートの内容は状況の変更に応じて、今後予告なく変更されることがあります。
- ・ 本レポートに含まれる情報は、いかなる目的で使用される場合においても、閲覧者の判断と責任においてご使用ください。
- ・ 本レポートに含まれる情報の使用による行為から生じたいかなる損害に対しても、発行元は責任を負いません。

お問い合わせ先

本レポートの記載内容に関してご不明な点、業務資料又は学術論文以外の用途での引用ご希望などございましたら、以下の窓口までお問い合わせください。



E-mail. ri@planet-van.co.jp