

中国

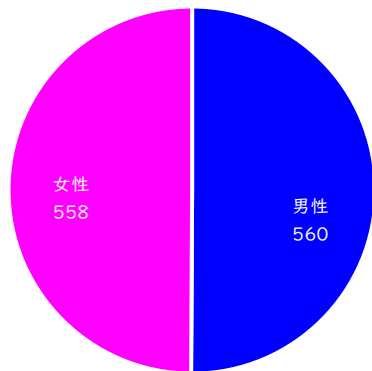
People's Republic of China

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19兆3,000億ドル（2025年、IMF（推計値））
経済成長率（実質）	5.0%（2025年、中国国家统计局）
2025年訪日客数	9,096,300人 前年比：30.3%（JNTO推計値） （参考）2024年：6,981,342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

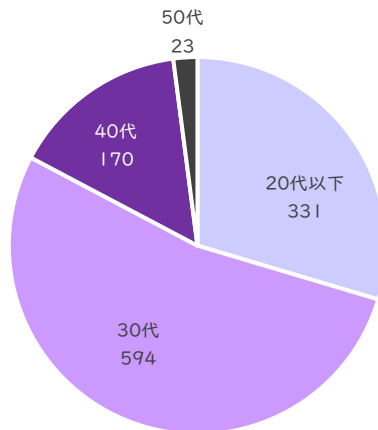
◇ 性別

(人)



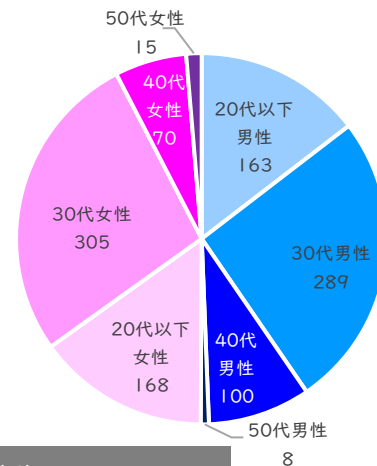
◇ 年代

(人)



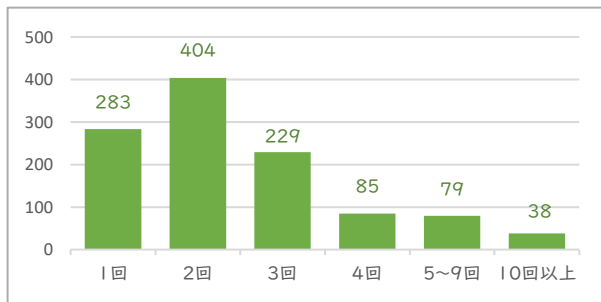
◇ 性別・年代

(人)



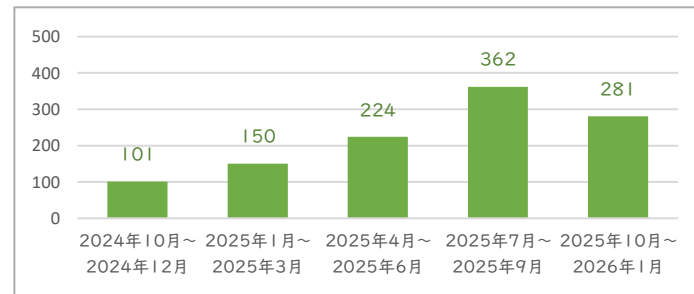
◇ 訪日回数

(人)

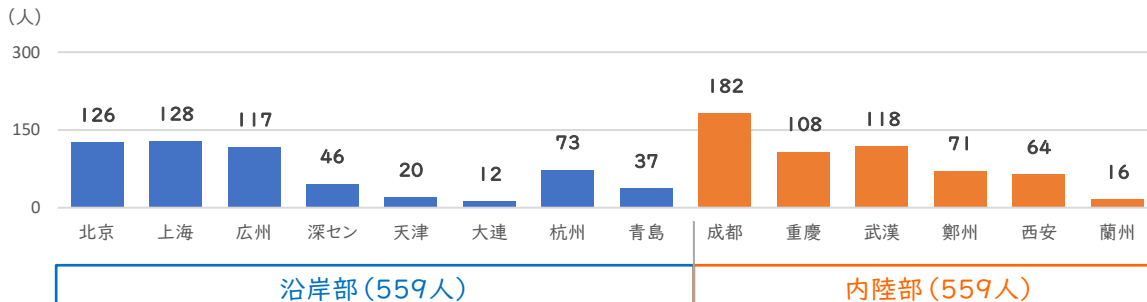


◇ 直近の訪日時期

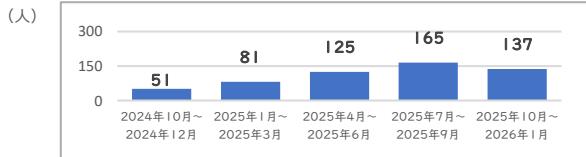
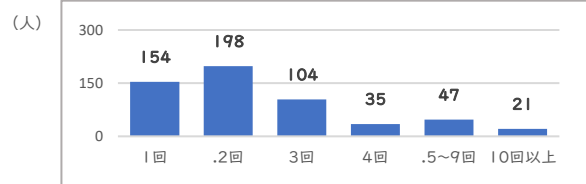
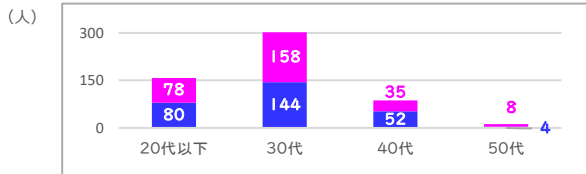
(人)



◇ 居住地域 ◇



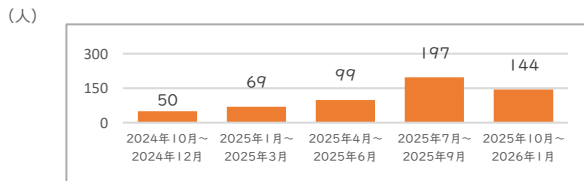
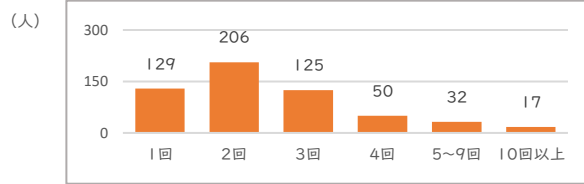
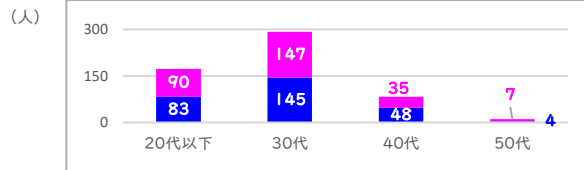
沿岸部



◇ 性別・年代 ◇

◇ 訪問回数 ◇

◇ 直近の訪問時期 ◇



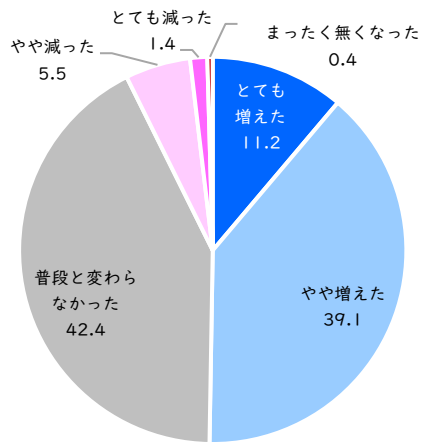
内陸部

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、1~2年前に比べ増えましたか、減りましたか？(SA)

(1) 仕事

(%)

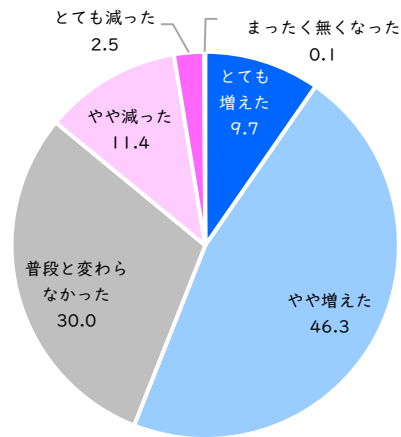
	とても増えた	やや増えた	普段と変わらなかった	やや減った	とても減った	まったく無くなった
全体 1118人	11.2	39.1	42.4	5.5	1.4	0.4
└ 沿岸部 559人	11.8	38.5	42.9	4.8	1.4	0.5
└ 内陸部 559人	10.6	39.7	41.9	6.1	1.4	0.4



(2) 収入

(%)

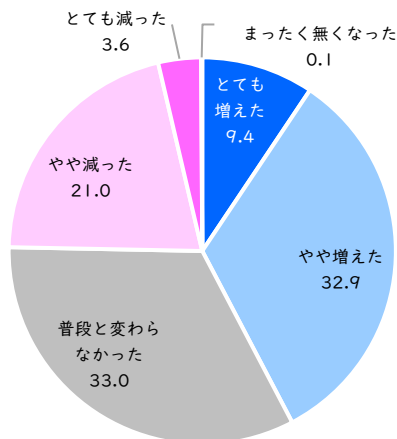
	とても増えた	やや増えた	普段と変わらなかった	やや減った	とても減った	まったく無くなった
全体 1118人	9.7	46.3	30.0	11.4	2.5	0.1
└ 沿岸部 559人	10.9	43.3	32.2	11.1	2.3	0.2
└ 内陸部 559人	8.4	49.4	27.7	11.8	2.7	0.0



(3) お店での買物

(%)

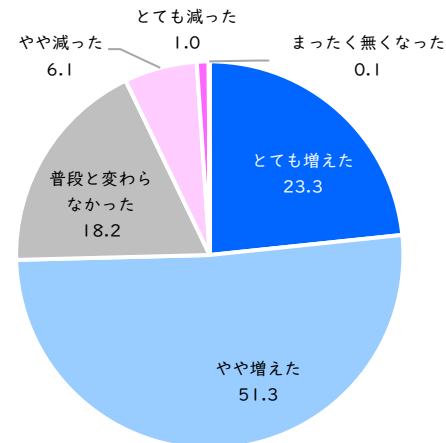
	とても増えた	やや増えた	普段と変わらなかった	やや減った	とても減った	まったく無くなった
全体 1118人	9.4	32.9	33.0	21.0	3.6	0.1
└ 沿岸部 559人	8.6	33.1	32.7	21.6	3.9	0.0
└ 内陸部 559人	10.2	32.7	33.3	20.4	3.2	0.2



(4) ネットでの買物

(%)

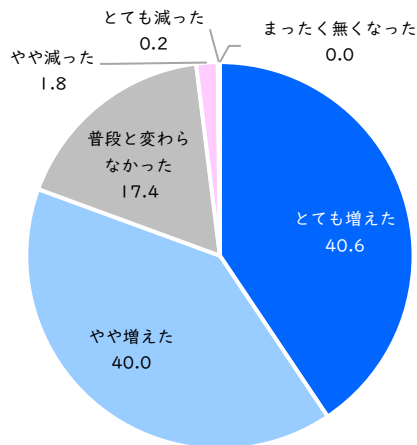
	とても増えた	やや増えた	普段と変わらなかった	やや減った	とても減った	まったく無くなった
全体 1118人	23.3	51.3	18.2	6.1	1.0	0.1
└ 沿岸部 559人	22.4	51.2	18.4	7.0	1.1	0.0
└ 内陸部 559人	24.3	51.3	18.1	5.2	0.9	0.2



(5) 健康に関する意識・関心

(%)

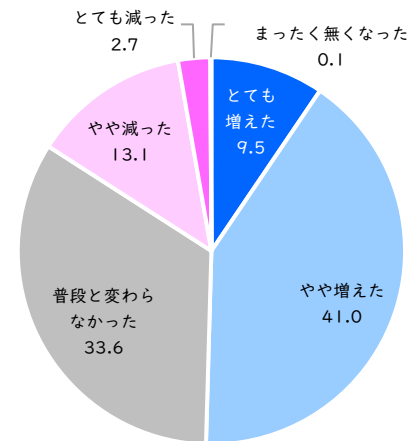
	とても増えた	やや増えた	普段と変わらなかった	やや減った	とても減った	まったく無くなった
全体 1118人	40.6	40.0	17.4	1.8	0.2	0.0
└ 沿岸部 559人	39.2	38.5	20.0	2.1	0.2	0.0
└ 内陸部 559人	42.0	41.5	14.8	1.4	0.2	0.0



(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 1118人	9.5	41.0	33.6	13.1	2.7	0.1
└ 沿岸部 559人	10.0	38.3	36.3	12.5	2.7	0.2
└ 内陸部 559人	8.9	43.6	30.9	13.8	2.7	0.0

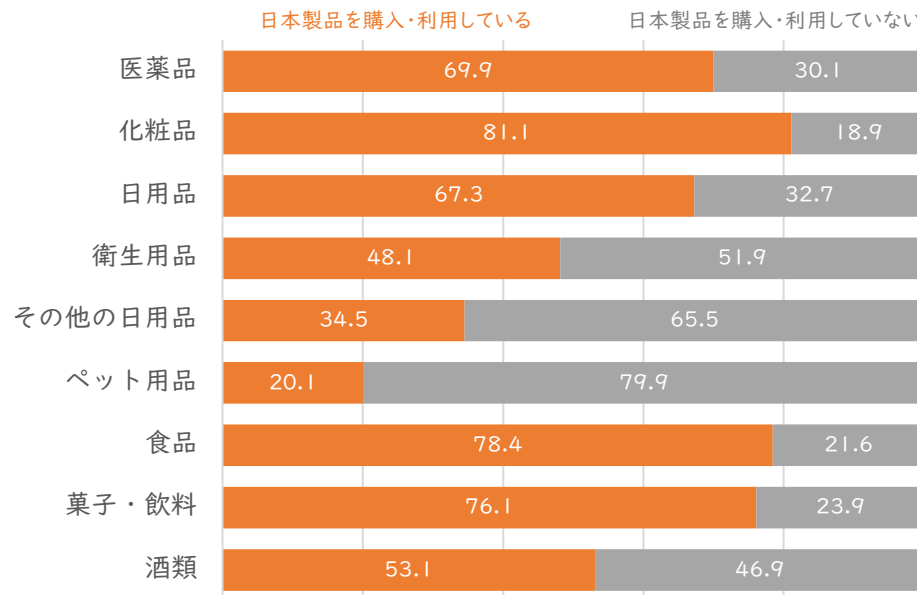


Q2. 普段あなたのご家庭で日本製品 (Made in Japan) を、購入・利用していますか。(SA)

(%)

中国 (全体) n=1118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	69.9	30.1
化粧品	81.1	18.9
日用品	67.3	32.7
衛生用品	48.1	51.9
その他の日用品	34.5	65.5
ペット用品	20.1	79.9
食品	78.4	21.6
菓子・飲料	76.1	23.9
酒類	53.1	46.9

(%)

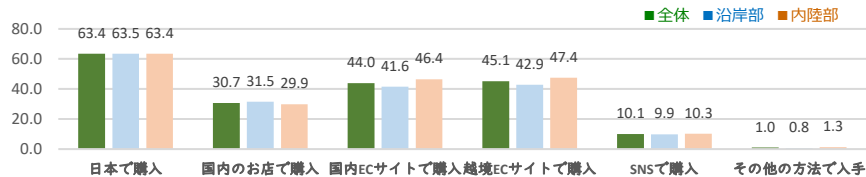


Q3. 現在、あなたのご家庭で購入・利用している日本製品 (Made in Japan) は、どのような方法で入手しましたか? (MA)

(1) 医薬品

(%)

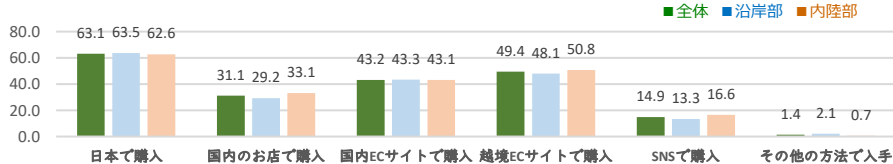
	日本で購入	国内のお店で購入	国内ECサイトで購入	越境ECサイトで購入	SNSで購入	その他の方法で入手
全体 782人	63.4	30.7	44.0	45.1	10.1	1.0
└ 沿岸部 394人	63.5	31.5	41.6	42.9	9.9	0.8
└ 内陸部 388人	63.4	29.9	46.4	47.4	10.3	1.3



(2) 化粧品

(%)

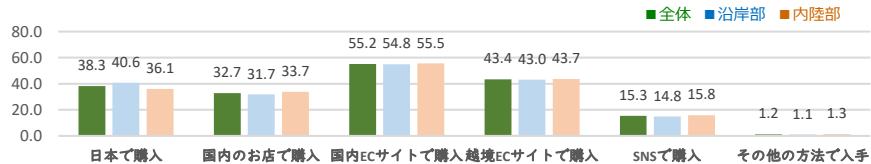
	日本で購入	国内のお店で購入	国内ECサイトで購入	越境ECサイトで購入	SNSで購入	その他の方法で入手
全体 907人	63.1	31.1	43.2	49.4	14.9	1.4
└ 沿岸部 466人	63.5	29.2	43.3	48.1	13.3	2.1
└ 内陸部 441人	62.6	33.1	43.1	50.8	16.6	0.7



(3) 日用品

(%)

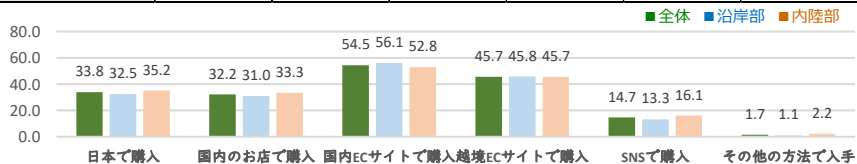
	日本で購入	国内のお店で購入	国内ECサイトで購入	越境ECサイトで購入	SNSで購入	その他の方法で入手
全体 752人	38.3	32.7	55.2	43.4	15.3	1.2
└ 沿岸部 372人	40.6	31.7	54.8	43.0	14.8	1.1
└ 内陸部 380人	36.1	33.7	55.5	43.7	15.8	1.3



(4) 衛生用品

(%)

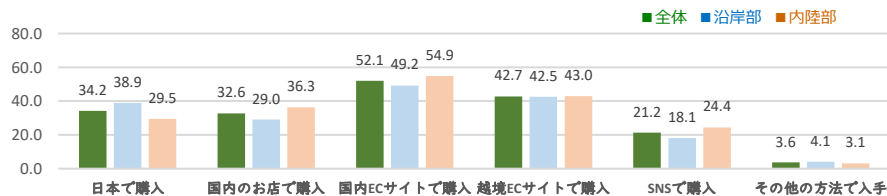
	日本で購入	国内のお店で購入	国内ECサイトで購入	越境ECサイトで購入	SNSで購入	その他の方法で入手
全体 538人	33.8	32.2	54.5	45.7	14.7	1.7
└ 沿岸部 271人	32.5	31.0	56.1	45.8	13.3	1.1
└ 内陸部 267人	35.2	33.3	52.8	45.7	16.1	2.2



(5) その他の日用品

(%)

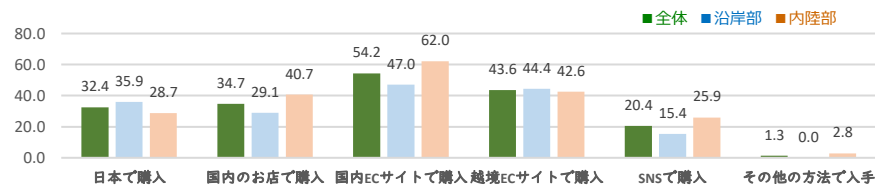
	日本で購入	国内のお店で購入	国内ECサイトで購入	越境ECサイトで購入	SNSで購入	その他の方法で入手
全体 386人	34.2	32.6	52.1	42.7	21.2	3.6
└ 沿岸部 193人	38.9	29.0	49.2	42.5	18.1	4.1
└ 内陸部 193人	29.5	36.3	54.9	43.0	24.4	3.1



(6) ペット用品

(%)

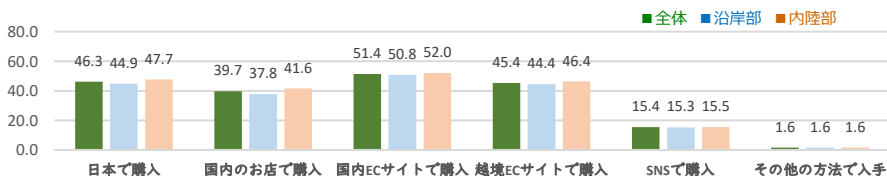
	日本で購入	国内のお店で購入	国内ECサイトで購入	越境ECサイトで購入	SNSで購入	その他の方法で入手
全体 225人	32.4	34.7	54.2	43.6	20.4	1.3
└ 沿岸部 117人	35.9	29.1	47.0	44.4	15.4	0.0
└ 内陸部 108人	28.7	40.7	62.0	42.6	25.9	2.8



(7) 食品

(%)

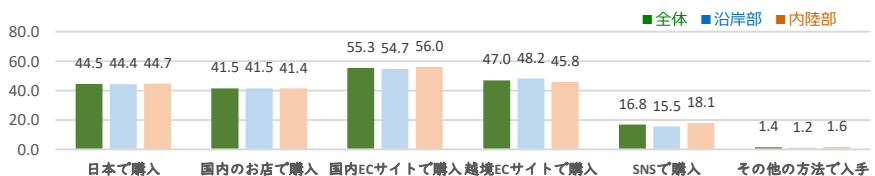
	日本で購入	国内のお店で購入	国内ECサイトで購入	越境ECサイトで購入	SNSで購入	その他の方法で入手
全体 877人	46.3	39.7	51.4	45.4	15.4	1.6
└ 沿岸部 437人	44.9	37.8	50.8	44.4	15.3	1.6
└ 内陸部 440人	47.7	41.6	52.0	46.4	15.5	1.6



(8) 菓子・飲料

(%)

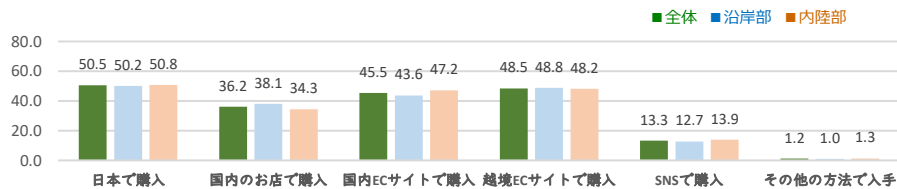
	日本で購入	国内のお店で購入	国内ECサイトで購入	越境ECサイトで購入	SNSで購入	その他の方法で入手
全体 851人	44.5	41.5	55.3	47.0	16.8	1.4
└ 沿岸部 419人	44.4	41.5	54.7	48.2	15.5	1.2
└ 内陸部 432人	44.7	41.4	56.0	45.8	18.1	1.6



(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 594人	50.5	36.2	45.5	48.5	13.3	1.2
└沿岸部 291人	50.2	38.1	43.6	48.8	12.7	1.0
└内陸部 303人	50.8	34.3	47.2	48.2	13.9	1.3

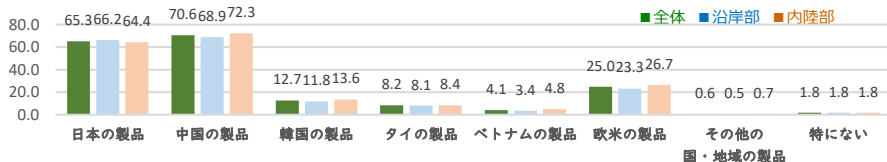


Q4. あなたの、好きな製品、お気に入りの製品はどこの国の製品ですか？(MA)

(1) 医薬品

(%)

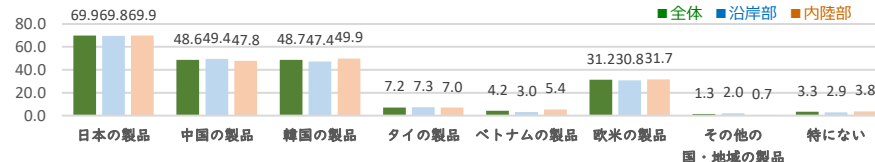
	日本の製品	中国の製品	韓国の製品	タイの製品	ベトナムの製品	欧米の製品	その他の国・地域の製品	特にない
全体 1118人	65.3	70.6	12.7	8.2	4.1	25.0	0.6	1.8
└ 沿岸部 559人	66.2	68.9	11.8	8.1	3.4	23.3	0.5	1.8
└ 内陸部 559人	64.4	72.3	13.6	8.4	4.8	26.7	0.7	1.8



(2) 化粧品

(%)

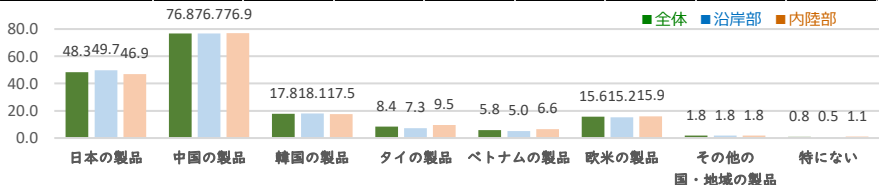
	日本の製品	中国の製品	韓国の製品	タイの製品	ベトナムの製品	欧米の製品	その他の国・地域の製品	特にない
全体 1118人	69.9	48.6	48.7	7.2	4.2	31.2	1.3	3.3
└ 沿岸部 559人	69.8	49.4	47.4	7.3	3.0	30.8	2.0	2.9
└ 内陸部 559人	69.9	47.8	49.9	7.0	5.4	31.7	0.7	3.8



(3) 日用品

(%)

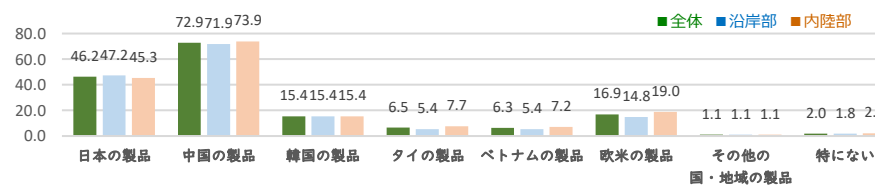
	日本の製品	中国の製品	韓国の製品	タイの製品	ベトナムの製品	欧米の製品	その他の国・地域の製品	特にない
全体 1118人	48.3	76.8	17.8	8.4	5.8	15.6	1.8	0.8
└ 沿岸部 559人	49.7	76.7	18.1	7.3	5.0	15.2	1.8	0.5
└ 内陸部 559人	46.9	76.9	17.5	9.5	6.6	15.9	1.8	1.1



(4) 衛生用品

(%)

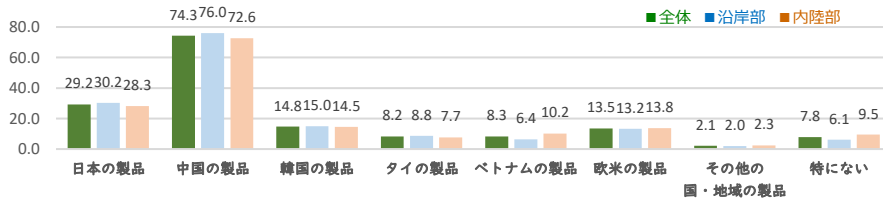
	日本の製品	中国の製品	韓国の製品	タイの製品	ベトナムの製品	欧米の製品	その他の国・地域の製品	特にない
全体 1118人	46.2	72.9	15.4	6.5	6.3	16.9	1.1	2.0
└ 沿岸部 559人	47.2	71.9	15.4	5.4	5.4	14.8	1.1	1.8
└ 内陸部 559人	45.3	73.9	15.4	7.7	7.2	19.0	1.1	2.1



(5) その他の日用品

(%)

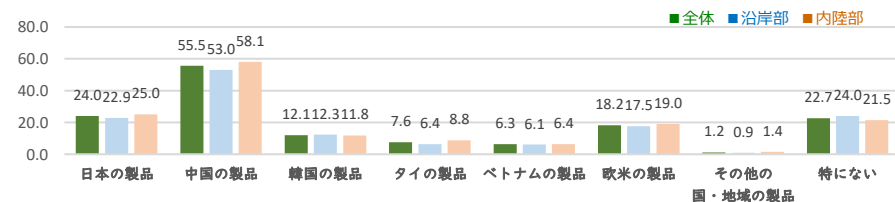
	日本の製品	中国の製品	韓国の製品	タイの製品	ベトナムの製品	欧米の製品	その他の国・地域の製品	特にない
全体 1118人	29.2	74.3	14.8	8.2	8.3	13.5	2.1	7.8
└ 沿岸部 559人	30.2	76.0	15.0	8.8	6.4	13.2	2.0	6.1
└ 内陸部 559人	28.3	72.6	14.5	7.7	10.2	13.8	2.3	9.5



(6) ペット用品

(%)

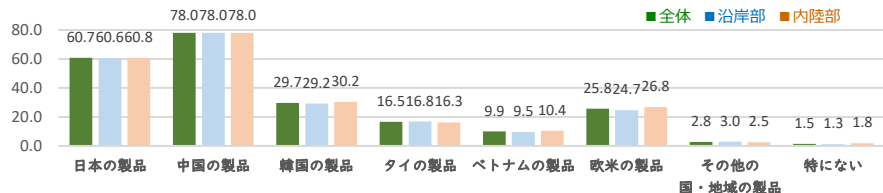
	日本の製品	中国の製品	韓国の製品	タイの製品	ベトナムの製品	欧米の製品	その他の国・地域の製品	特にない
全体 1118人	24.0	55.5	12.1	7.6	6.3	18.2	1.2	22.7
└ 沿岸部 559人	22.9	53.0	12.3	6.4	6.1	17.5	0.9	24.0
└ 内陸部 559人	25.0	58.1	11.8	8.8	6.4	19.0	1.4	21.5



(7) 食品

(%)

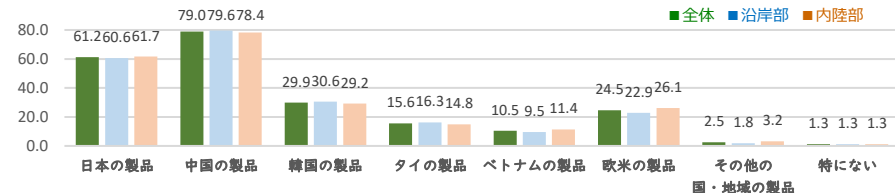
	日本の製品	中国の製品	韓国の製品	タイの製品	ベトナムの製品	欧米の製品	その他の国・地域の製品	特にない
全体 1118人	60.7	78.0	29.7	16.5	9.9	25.8	2.8	1.5
└ 沿岸部 559人	60.6	78.0	29.2	16.8	9.5	24.7	3.0	1.3
└ 内陸部 559人	60.8	78.0	30.2	16.3	10.4	26.8	2.5	1.8



(8) 菓子・飲料

(%)

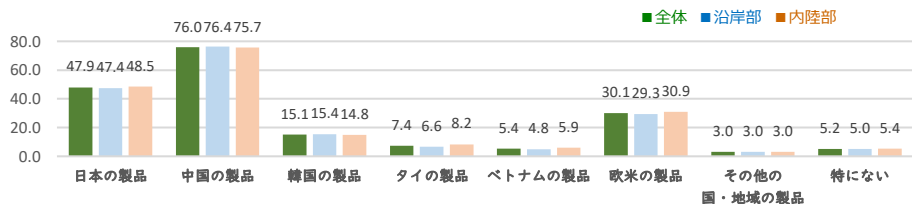
	日本の製品	中国の製品	韓国の製品	タイの製品	ベトナムの製品	欧米の製品	その他の国・地域の製品	特にない
全体 1118人	61.2	79.0	29.9	15.6	10.5	24.5	2.5	1.3
└ 沿岸部 559人	60.6	79.6	30.6	16.3	9.5	22.9	1.8	1.3
└ 内陸部 559人	61.7	78.4	29.2	14.8	11.4	26.1	3.2	1.3



(9) 酒類

(%)

	日本の製品	中国の製品	韓国の製品	タイの製品	ベトナムの製品	欧米の製品	その他の国・地域の製品	特にない
全体 1118人	47.9	76.0	15.1	7.4	5.4	30.1	3.0	5.2
└ 沿岸部 559人	47.4	76.4	15.4	6.6	4.8	29.3	3.0	5.0
└ 内陸部 559人	48.5	75.7	14.8	8.2	5.9	30.9	3.0	5.4

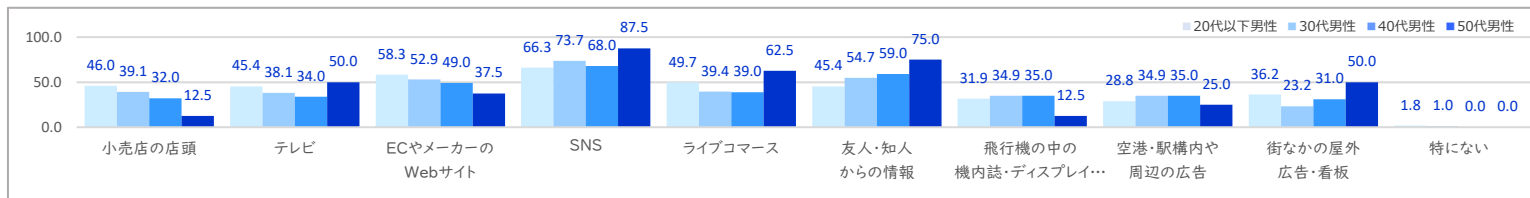


Q5. 日本を訪問したときに購入した「日本製品」(Made in Japan)について、どのようなどころから情報を得ましたか？(MA)

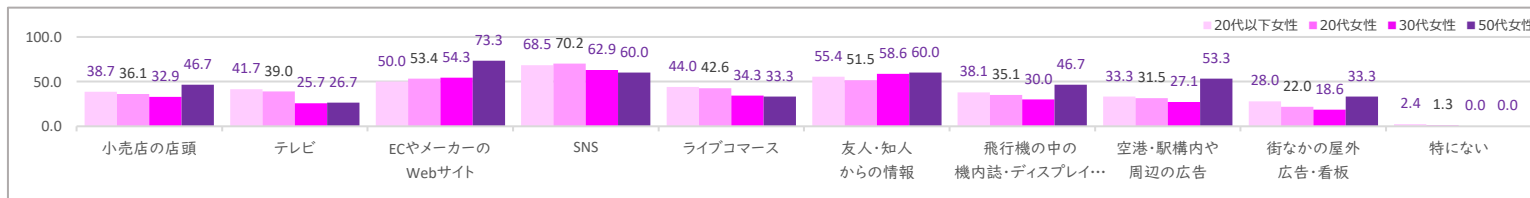
(1) 日本訪問前の情報

		合計	小売店の店頭	テレビ	ECやメーカーのWebサイト	SNS	ライブコマース	友人・知人からの情報	飛行機の中の機内誌・ディスプレイ画面広告	空港・駅構内や周辺の広告	街なかの屋外広告・看板	特にない
全体		1118	38.1	38.7	53.3	69.6	42.2	53.4	34.7	32.6	26.2	1.3
性別	男性	560	39.5	39.6	53.6	70.7	42.7	53.0	33.8	33.0	28.8	1.1
	女性	558	36.7	37.8	53.0	68.5	41.8	53.8	35.7	32.1	23.7	1.4
年代	20代以下	331	42.3	43.5	54.1	67.4	46.8	50.5	35.0	31.1	32.0	2.1
	30代	594	37.5	38.6	53.2	71.9	41.1	53.0	35.0	33.2	22.6	1.2
	40代	170	32.4	30.6	51.2	65.9	37.1	58.8	32.9	31.8	25.9	0.0
	50代	23	34.8	34.8	60.9	69.6	43.5	65.2	34.8	43.5	39.1	0.0
性別×年代	男性-20代以下	163	46.0	45.4	58.3	66.3	49.7	45.4	31.9	28.8	36.2	1.8
	男性-30代	289	39.1	38.1	52.9	73.7	39.4	54.7	34.9	34.9	23.2	1.0
	男性-40代	100	32.0	34.0	49.0	68.0	39.0	59.0	35.0	35.0	31.0	0.0
	男性-50代	8	12.5	50.0	37.5	87.5	62.5	75.0	12.5	25.0	50.0	0.0
	女性-20代以下	168	38.7	41.7	50.0	68.5	44.0	55.4	38.1	33.3	28.0	2.4
	女性-30代	305	36.1	39.0	53.4	70.2	42.6	51.5	35.1	31.5	22.0	1.3
	女性-40代	70	32.9	25.7	54.3	62.9	34.3	58.6	30.0	27.1	18.6	0.0
	女性-50代	15	46.7	26.7	73.3	60.0	33.3	60.0	46.7	53.3	33.3	0.0

(性年代別)



(%)

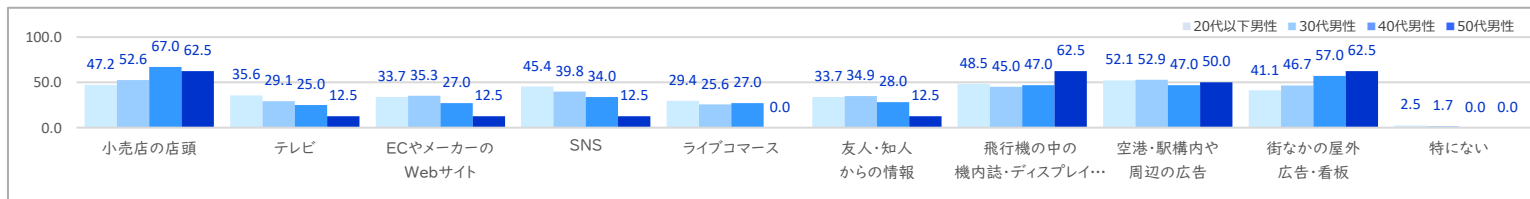


(%)

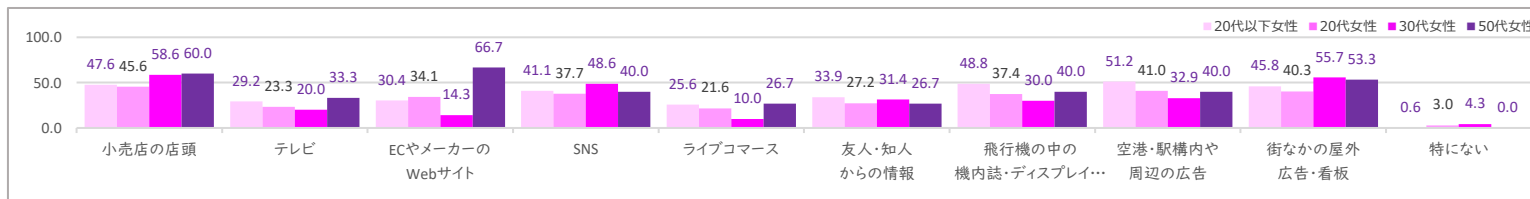
(2) 日本滞在中の情報

		合計	小売店の店頭	テレビ	ECやメーカーのWebサイト	SNS	ライブコマース	友人・知人からの情報	飛行機の中の機内誌・ディスプレイ画面広告	空港・駅構内や周辺の広告	街なかの屋外広告・看板	特にない
全体		1118	51.0	27.5	32.2	40.1	24.1	31.4	43.3	47.3	45.7	2.0
性別	男性	560	53.8	30.0	33.0	40.0	26.6	33.0	46.6	51.6	47.1	1.6
	女性	558	48.2	24.9	31.4	40.1	21.5	29.7	40.0	43.0	44.3	2.3
年代	20代以下	331	47.4	32.3	32.0	43.2	27.5	33.8	48.6	51.7	43.5	1.5
	30代	594	49.0	26.1	34.7	38.7	23.6	31.0	41.1	46.8	43.4	2.4
	40代	170	63.5	22.9	21.8	40.0	20.0	29.4	40.0	41.2	56.5	1.8
	50代	23	60.9	26.1	47.8	30.4	17.4	21.7	47.8	43.5	56.5	0.0
性別×年代	男性-20代以下	163	47.2	35.6	33.7	45.4	29.4	33.7	48.5	52.1	41.1	2.5
	男性-30代	289	52.6	29.1	35.3	39.8	25.6	34.9	45.0	52.9	46.7	1.7
	男性-40代	100	67.0	25.0	27.0	34.0	27.0	28.0	47.0	47.0	57.0	0.0
	男性-50代	8	62.5	12.5	12.5	12.5	0.0	12.5	62.5	50.0	62.5	0.0
	女性-20代以下	168	47.6	29.2	30.4	41.1	25.6	33.9	48.8	51.2	45.8	0.6
	女性-30代	305	45.6	23.3	34.1	37.7	21.6	27.2	37.4	41.0	40.3	3.0
	女性-40代	70	58.6	20.0	14.3	48.6	10.0	31.4	30.0	32.9	55.7	4.3
	女性-50代	15	60.0	33.3	66.7	40.0	26.7	26.7	40.0	40.0	53.3	0.0

(性年代別)



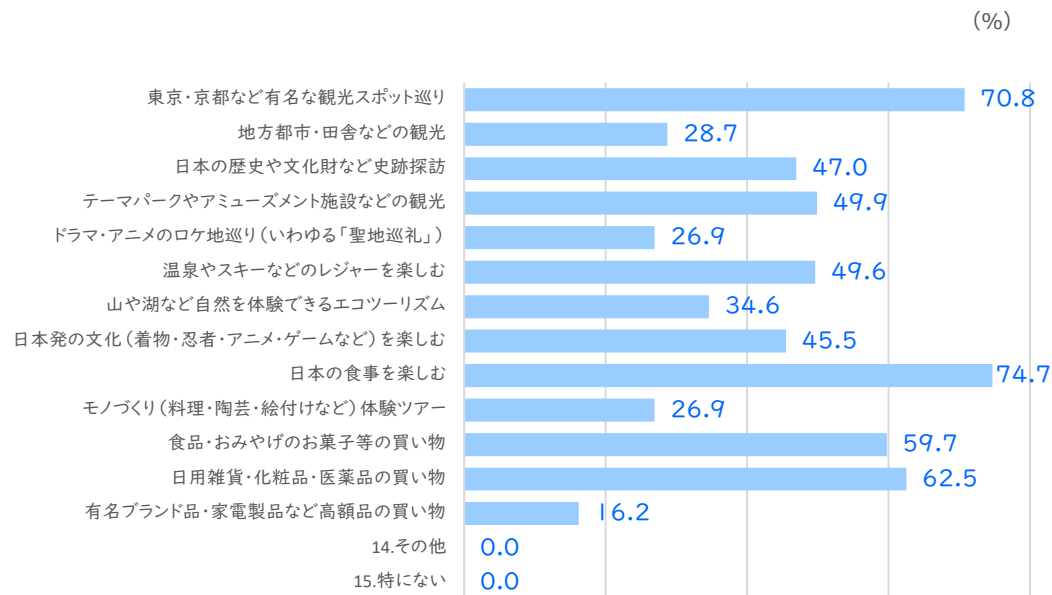
(%)



(%)

Q6.あなたが一番最近の日本訪問でしたことは何ですか。(MA)

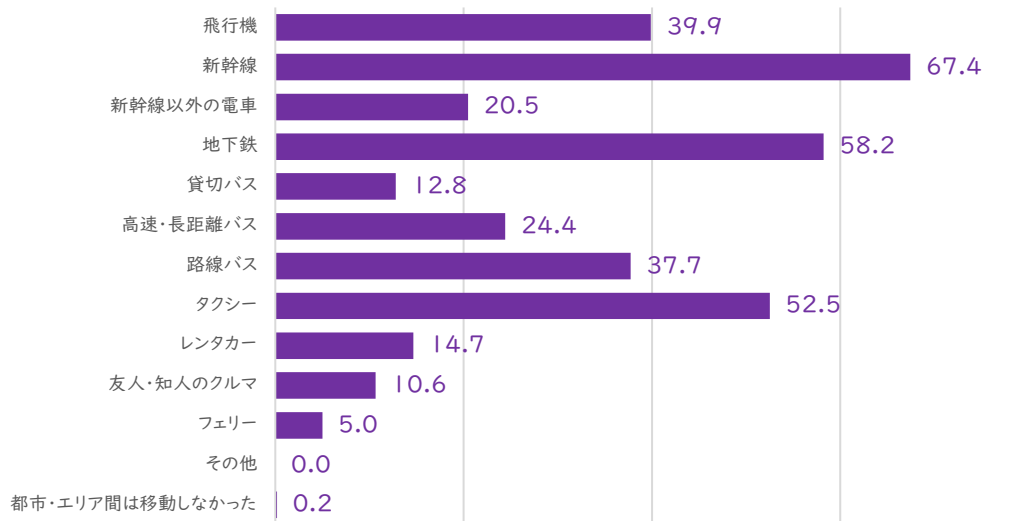
中国 (n=1118人)	人	%
東京・京都など有名な観光スポット巡り	791	70.8
地方都市・田舎などの観光	321	28.7
日本の歴史や文化財など史跡探訪	525	47.0
テーマパークやアミューズメント施設などの観光	558	49.9
ドラマ・アニメのロケ地巡り(いわゆる「聖地巡礼」)	301	26.9
温泉やスキーなどのレジャーを楽しむ	555	49.6
山や湖など自然を体験できるエコツーリズム	387	34.6
日本発の文化(着物・忍者・アニメ・ゲームなど)を楽しむ	509	45.5
日本の食事を楽しむ	835	74.7
モノづくり(料理・陶芸・絵付けなど)体験ツアー	301	26.9
食品・おみやげのお菓子等の買い物	668	59.7
日用雑貨・化粧品・医薬品の買い物	699	62.5
有名ブランド品・家電製品など高額品の買い物	181	16.2
14.その他	0	0.0
15.特いない	0	0.0



Q7. 日本を訪問したとき、日本国内での都市・エリア間の移動にどのような交通手段を使用しましたか？(MA)

(%)

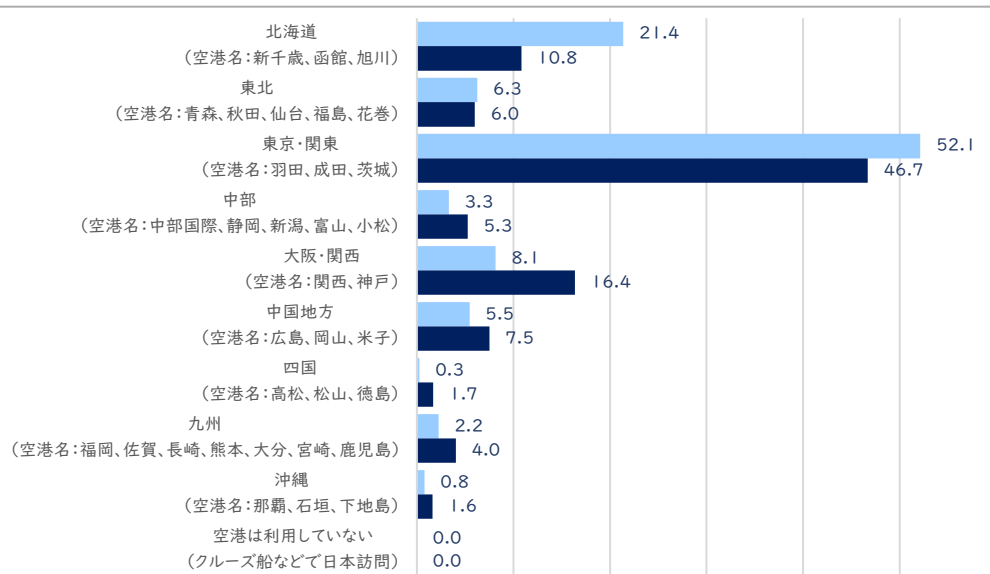
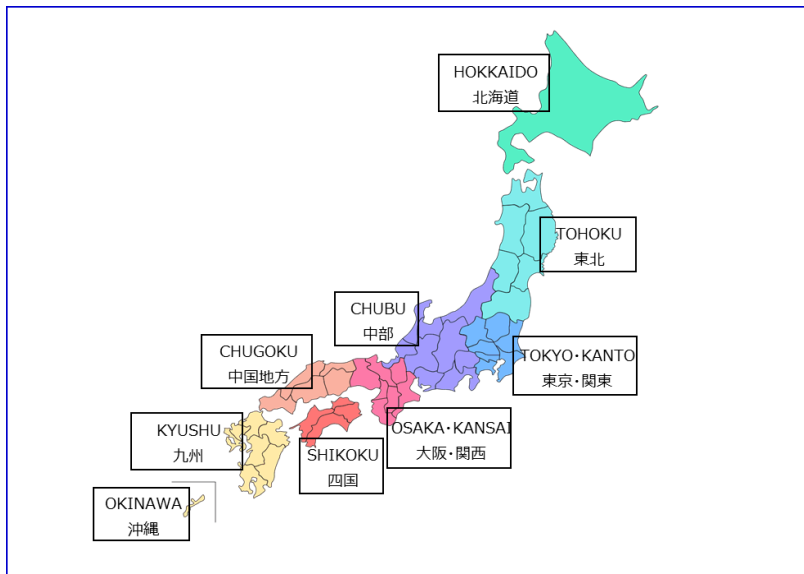
中国 (n=1118人)	人	%
飛行機	446	39.9
新幹線	754	67.4
新幹線以外の電車	229	20.5
地下鉄	651	58.2
貸切バス	143	12.8
高速・長距離バス	273	24.4
路線バス	422	37.7
タクシー	587	52.5
レンタカー	164	14.7
友人・知人のクルマ	119	10.6
フェリー	56	5.0
その他	0	0.0
都市・エリア間は移動しなかった	2	0.2



Q8. 日本を訪問したときには、どこの空港を利用しましたか？(1) 日本入国時の利用空港、(2) 日本出国時の利用空港、をそれぞれ教えてください。(SA)

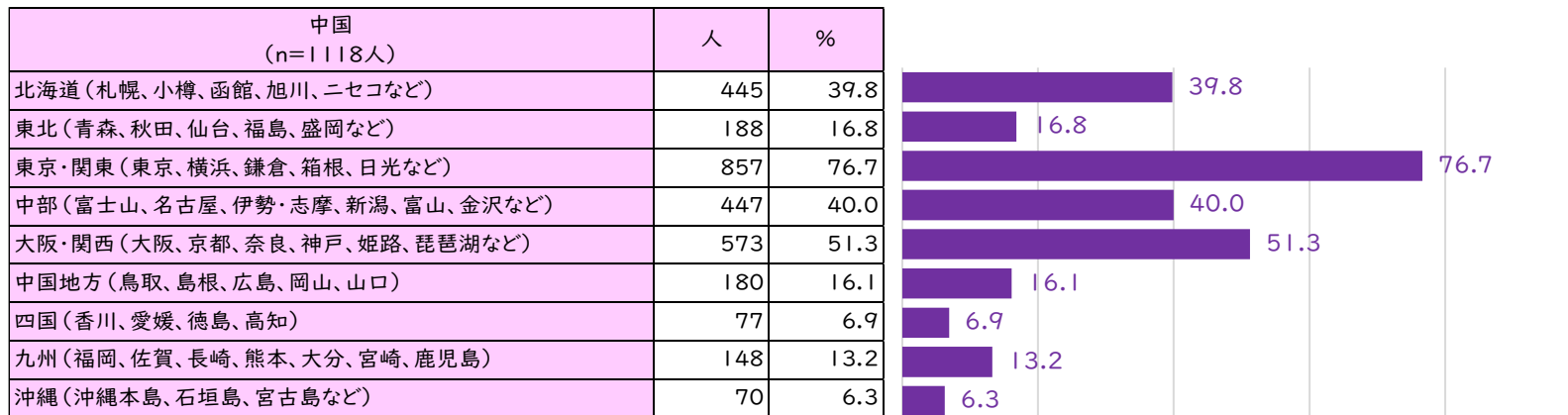
	全体	北海道 (空港名:新千歳、函館、旭川)	東北 (空港名:青森、秋田、仙台、福島、花巻)	東京・関東 (空港名:羽田、成田、茨城)	中部 (空港名:中部国際、静岡、新潟、富山、小松)	大阪・関西 (空港名:関西、神戸)	中国地方 (空港名:広島、岡山、米子)	四国 (空港名:高松、松山、徳島)	九州 (空港名:福岡、佐賀、長崎、熊本、大分、宮崎、鹿児島)	沖縄 (空港名:那覇、石垣、下地島)	空港は利用していない(クルーズ船などで日本訪問)
(1) 日本入国時の利用空港	1118	21.4	6.3	52.1	3.3	8.1	5.5	0.3	2.2	0.8	0.0
(2) 日本出国時の利用空港	1118	10.8	6.0	46.7	5.3	16.4	7.5	1.7	4.0	1.6	0.0

■ 日本入国時の利用空港 ■ 日本出国時の利用空港 (%)



Q9.あなたが一番最近、日本を訪問したときには、どの都市・エリアに行き(MA)

(%)

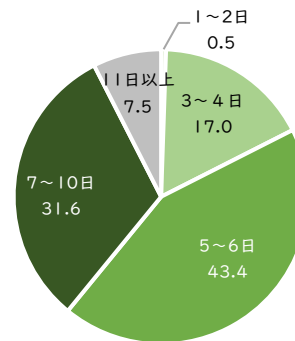


Q10. あなたが一番最近、日本を訪問したときの滞在日数を教えてください。(SA)

(1) 日本滞在日数の合計

(%)

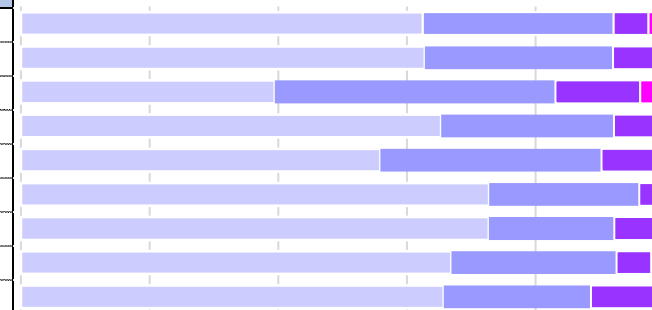
	1～2日	3～4日	5～6日	7～10日	11日以上
全体 1118人	0.5	17.0	43.4	31.6	7.5
└ 沿岸部 559人	0.5	19.0	41.7	31.5	7.3
└ 内陸部 559人	0.5	15.0	45.1	31.7	7.7



(2) 各都市・エリアでの滞在日数

中国	全体	1～2日	3～4日	5～6日	7～10日	11日以上
北海道(札幌、小樽、函館、旭川、ニセコなど)	445	62.5	29.7	5.4	1.8	0.7
東北(青森、秋田、仙台、福島、盛岡など)	188	62.8	29.3	8.0	0.0	0.0
東京・関東(東京、横浜、鎌倉、箱根、日光など)	857	39.4	43.6	13.2	3.2	0.6
中部(富士山、名古屋、伊勢・志摩、新潟、富山、金沢など)	447	65.3	26.8	6.3	1.6	0.0
大阪・関西(大阪、京都、奈良、神戸、姫路、琵琶湖など)	573	55.8	34.4	8.4	0.9	0.5
中国地方(鳥取、島根、広島、岡山、山口)	180	72.8	23.3	3.9	0.0	0.0
四国(香川、愛媛、徳島、高知)	77	72.7	19.5	6.5	1.3	0.0
九州(福岡、佐賀、長崎、熊本、大分、宮崎、鹿児島)	148	66.9	25.7	5.4	2.0	0.0
沖縄(沖縄本島、石垣島、宮古島など)	70	65.7	22.9	11.4	0.0	0.0

■ 1～2日 ■ 3～4日 ■ 5～6日 ■ 7～10日 ■ 11日以上

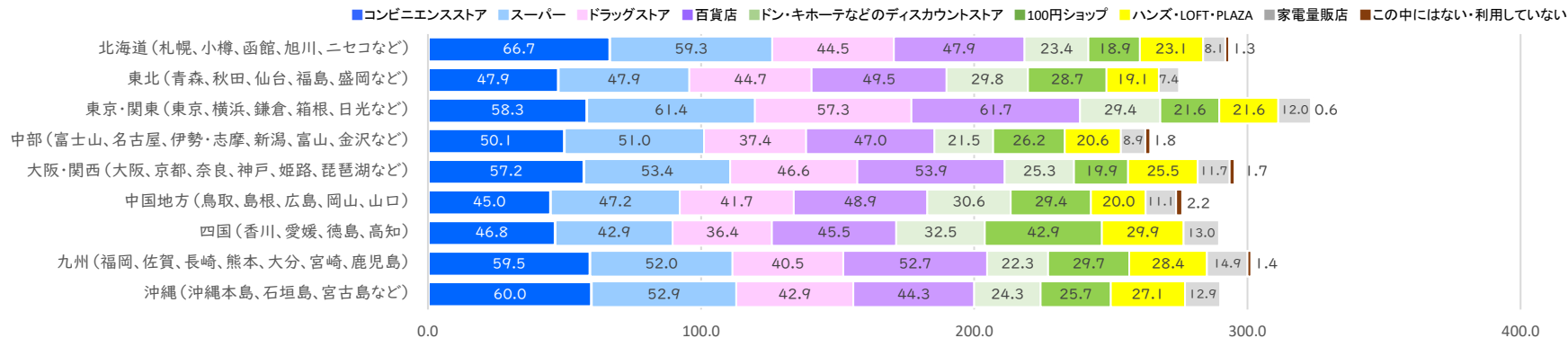


Q11. 日本を訪問したときに、どの都市・エリアのどんなお店で買物をしましたか？それぞれ利用したお店の種類を教えてください。(MA)

中国	全体	コンビニエンスストア	スーパー	ドラッグストア	百貨店	ドン・キホーテなどのディスカウントストア	100円ショップ	ハンズ、LOFT、PLAZA	家電量販店	この中にはない・利用していない
北海道(札幌、小樽、函館、旭川、ニセコなど)	445	66.7	59.3	44.5	47.9	23.4	18.9	23.1	8.1	1.3
東北(青森、秋田、仙台、福島、盛岡など)	188	47.9	47.9	44.7	49.5	29.8	28.7	19.1	7.4	0.0
東京・関東(東京、横浜、鎌倉、箱根、日光など)	857	58.3	61.4	57.3	61.7	29.4	21.6	21.6	12.0	0.6
中部(富士山、名古屋、伊勢・志摩、新潟、富山、金沢など)	447	50.1	51.0	37.4	47.0	21.5	26.2	20.6	8.9	1.8
大阪・関西(大阪、京都、奈良、神戸、姫路、琵琶湖など)	573	57.2	53.4	46.6	53.9	25.3	19.9	25.5	11.7	1.7
中国地方(鳥取、島根、広島、岡山、山口)	180	45.0	47.2	41.7	48.9	30.6	29.4	20.0	11.1	2.2
四国(香川、愛媛、徳島、高知)	77	46.8	42.9	36.4	45.5	32.5	42.9	29.9	13.0	0.0
九州(福岡、佐賀、長崎、熊本、大分、宮崎、鹿児島)	148	59.5	52.0	40.5	52.7	22.3	29.7	28.4	14.9	1.4
沖縄(沖縄本島、石垣島、宮古島など)	70	60.0	52.9	42.9	44.3	24.3	25.7	27.1	12.9	0.0

(%)

(%)

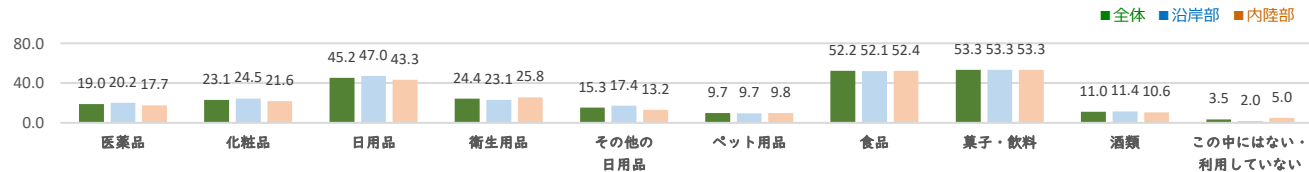


Q12. あなたは、一番最近の日本訪問のときに、お店で買物をしましたか？それぞれのお店について何を買ったのか教えてください。(MA)

(1) コンビニエンスストア

(%)

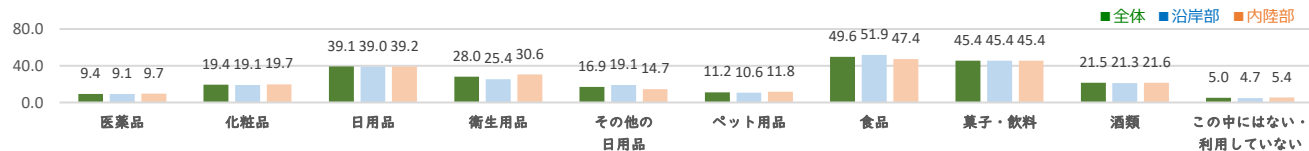
	医薬品	化粧品	日用品	衛生用品	その他の日用品	ペット用品	食品	菓子・飲料	酒類	この中にはない・利用していない
全体 1118人	19.0	23.1	45.2	24.4	15.3	9.7	52.2	53.3	11.0	3.5
└沿岸部 559人	20.2	24.5	47.0	23.1	17.4	9.7	52.1	53.3	11.4	2.0
└内陸部 559人	17.7	21.6	43.3	25.8	13.2	9.8	52.4	53.3	10.6	5.0



(2) スーパー

(%)

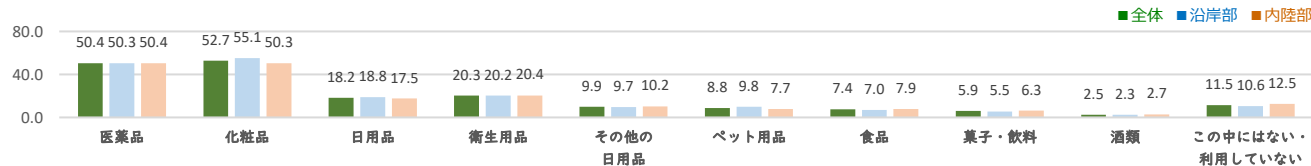
	医薬品	化粧品	日用品	衛生用品	その他の日用品	ペット用品	食品	菓子・飲料	酒類	この中にはない・利用していない
全体 1118人	9.4	19.4	39.1	28.0	16.9	11.2	49.6	45.4	21.5	5.0
└沿岸部 559人	9.1	19.1	39.0	25.4	19.1	10.6	51.9	45.4	21.3	4.7
└内陸部 559人	9.7	19.7	39.2	30.6	14.7	11.8	47.4	45.4	21.6	5.4



(3) ドラッグストア

(%)

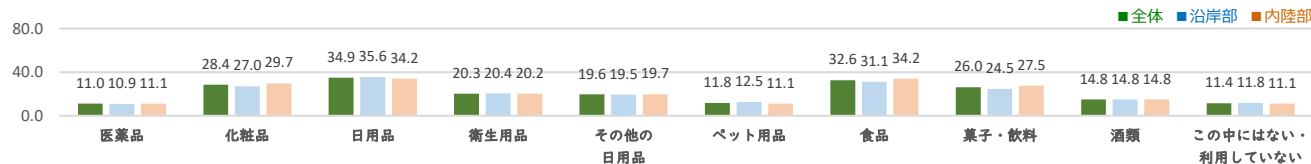
	医薬品	化粧品	日用品	衛生用品	その他の日用品	ペット用品	食品	菓子・飲料	酒類	この中にはない・利用していない
全体 1118人	50.4	52.7	18.2	20.3	9.9	8.8	7.4	5.9	2.5	11.5
└ 沿岸部 559人	50.3	55.1	18.8	20.2	9.7	9.8	7.0	5.5	2.3	10.6
└ 内陸部 559人	50.4	50.3	17.5	20.4	10.2	7.7	7.9	6.3	2.7	12.5



(4) 百貨店

(%)

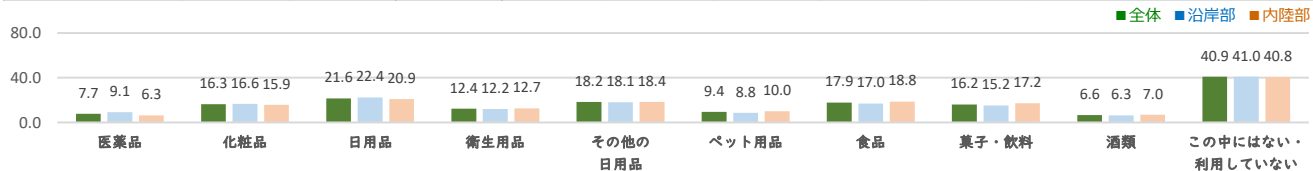
	医薬品	化粧品	日用品	衛生用品	その他の日用品	ペット用品	食品	菓子・飲料	酒類	この中にはない・利用していない
全体 1118人	11.0	28.4	34.9	20.3	19.6	11.8	32.6	26.0	14.8	11.4
└ 沿岸部 559人	10.9	27.0	35.6	20.4	19.5	12.5	31.1	24.5	14.8	11.8
└ 内陸部 559人	11.1	29.7	34.2	20.2	19.7	11.1	34.2	27.5	14.8	11.1



(5) ドン・キホーテなどのディスカウントストア

(%)

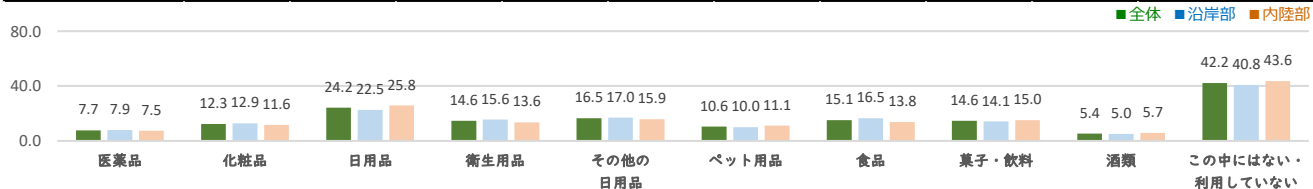
	医薬品	化粧品	日用品	衛生用品	その他の日用品	ペット用品	食品	菓子・飲料	酒類	この中にはない・利用していない
全体 1118人	7.7	16.3	21.6	12.4	18.2	9.4	17.9	16.2	6.6	40.9
└ 沿岸部 559人	9.1	16.6	22.4	12.2	18.1	8.8	17.0	15.2	6.3	41.0
└ 内陸部 559人	6.3	15.9	20.9	12.7	18.4	10.0	18.8	17.2	7.0	40.8



(6) 100円ショップ

(%)

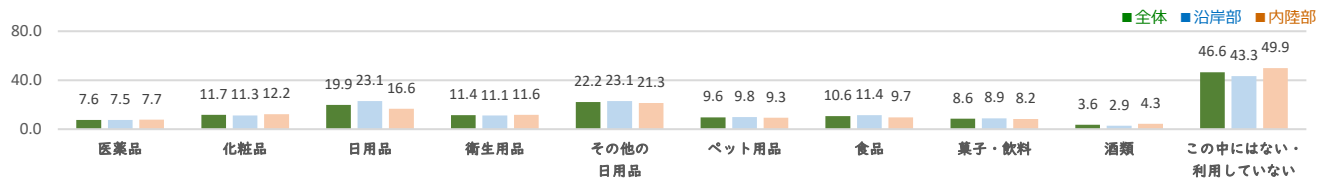
	医薬品	化粧品	日用品	衛生用品	その他の日用品	ペット用品	食品	菓子・飲料	酒類	この中にはない・利用していない
全体 1118人	7.7	12.3	24.2	14.6	16.5	10.6	15.1	14.6	5.4	42.2
└ 沿岸部 559人	7.9	12.9	22.5	15.6	17.0	10.0	16.5	14.1	5.0	40.8
└ 内陸部 559人	7.5	11.6	25.8	13.6	15.9	11.1	13.8	15.0	5.7	43.6



(7) ハンズ、LOFT、PLAZA

(%)

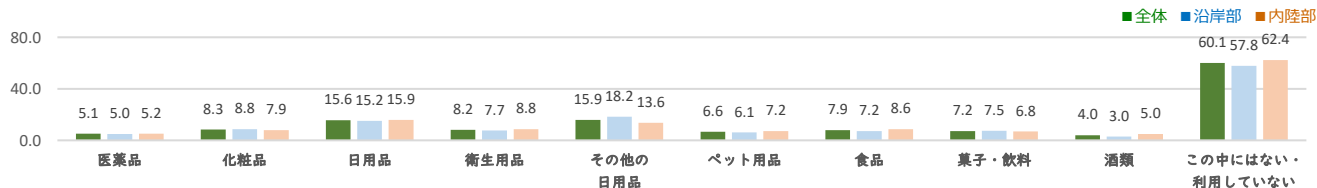
	医薬品	化粧品	日用品	衛生用品	その他の日用品	ペット用品	食品	菓子・飲料	酒類	この中にはない・利用していない
全体 1118人	7.6	11.7	19.9	11.4	22.2	9.6	10.6	8.6	3.6	46.6
L沿岸部 559人	7.5	11.3	23.1	11.1	23.1	9.8	11.4	8.9	2.9	43.3
L内陸部 559人	7.7	12.2	16.6	11.6	21.3	9.3	9.7	8.2	4.3	49.9



(8) 家電量販店

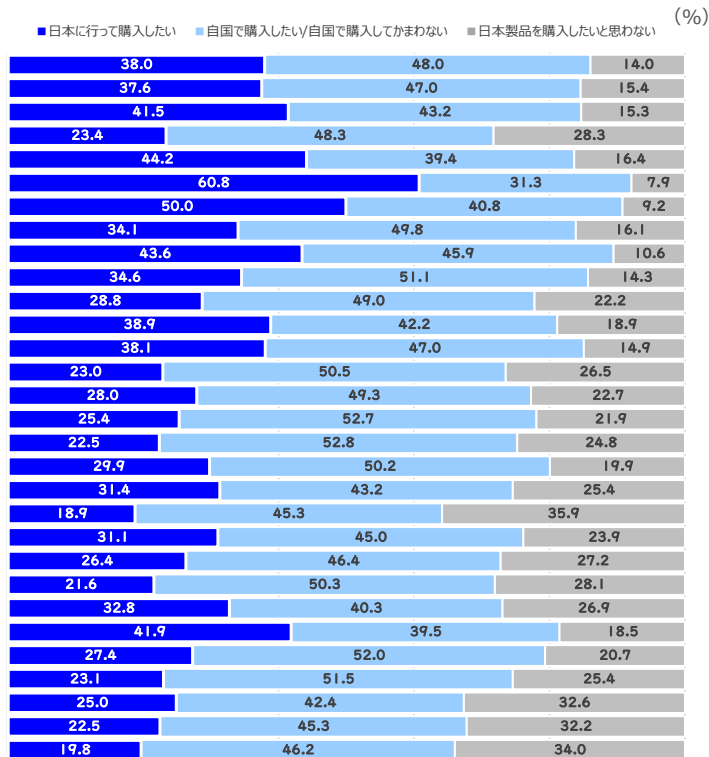
(%)

	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 1118人	5.1	8.3	15.6	8.2	15.9	6.6	7.9	7.2	4.0	60.1
L沿岸部 559人	5.0	8.8	15.2	7.7	18.2	6.1	7.2	7.5	3.0	57.8
L内陸部 559人	5.2	7.9	15.9	8.8	13.6	7.2	8.6	6.8	5.0	62.4



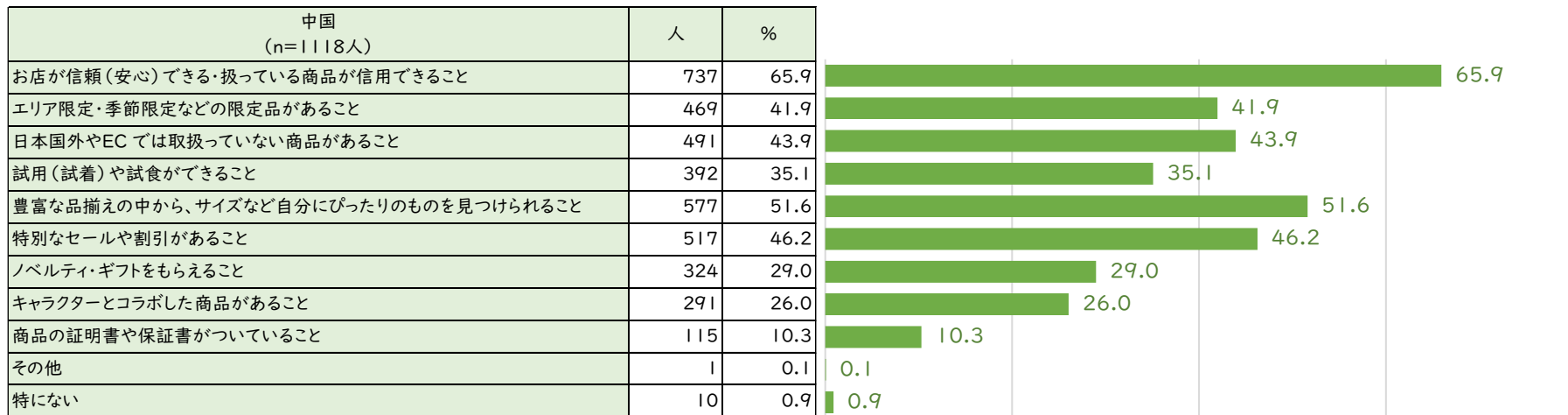
Q13. 次にあげる日本製品 (Made in Japan) について、「日本に行つて購入したい」「自国で購入したい/自国で購入してかまわない」「日本製
品を購入したいと思わない」のうち、あなたのお考えに近いものをそれぞれ教えてください。(SA)

中国	全体	日本に行つて購入 したい	自国で購入したい/ 自国で購入してか まわない	日本製品を購入 したいと思わない
1.風邪薬(パブロン、ジキニンなど)	1118	38.0	48.0	14.0
2.解熱鎮痛剤(ロキソニンS、イブなど)	1118	37.6	47.0	15.4
3.胃腸薬(太田胃散、キャベジンコーワなど)	1118	41.5	43.2	15.3
4.漢方薬(ダスモック〈清肺湯〉、ナイトールなど)	1118	23.4	48.3	28.3
5.目薬	1118	44.2	39.4	16.4
6.メイクアップ化粧品(口紅、ファンデーションなど)	1118	60.8	31.3	7.9
7.基礎化粧品(化粧水、乳液など)	1118	50.0	40.8	9.2
8.化粧品小物(爪切り、ビューラー、カミソリなど)	1118	34.1	49.8	16.1
9.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)	1118	43.6	45.9	10.6
10.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)	1118	34.6	51.1	14.3
11.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)	1118	28.8	49.0	22.2
12.アイケア用品(目の洗浄剤、ホットアイマスク「めぐリズム」など)	1118	38.9	42.2	18.9
13.ヘアケア用品(シャンプー、トリートメント、整髪剤など)	1118	38.1	47.0	14.9
14.防虫・殺虫剤(防虫剤、蚊取り線香、ゴキブリ捕獲器など)	1118	23.0	50.5	26.5
15.芳香・消臭剤(消臭剤、芳香剤、衣類消臭スプレーなど)	1118	28.0	49.3	22.7
16.衣料洗濯用品(洗濯洗剤、柔軟剤など)	1118	25.4	52.7	21.9
17.紙製品(ティッシュペーパー、トイレットペーパーなど)	1118	22.5	52.8	24.8
18.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)	1118	29.9	50.2	19.9
19.紙おむつ(ベビー用)	1118	31.4	43.2	25.4
20.紙おむつ(大人用)	1118	18.9	45.3	35.9
21.生理用品(ナプキン、尿とりパッドなど)	1118	31.1	45.0	23.9
22.避妊用具	1118	26.4	46.4	27.2
23.マスク	1118	21.6	50.3	28.1
24.ベビー用品・粉ミルク・ベビーフード	1118	32.8	40.3	26.9
25.健康食品・サプリメント・酵素	1118	41.9	39.5	18.5
26.生活雑貨(食器用洗剤、住居用洗剤、スポンジなど)	1118	27.4	52.0	20.7
27.その他の日用品	1118	23.1	51.5	25.4
28.ペットフード	1118	25.0	42.4	32.6
29.ペットのおやつ	1118	22.5	45.3	32.2
30.ペット用品	1118	19.8	46.2	34.0



Q14. 日本を訪問したときに、「日本国内で日本製品 (Made in Japan) を購入したくなる」ためには、どのようなきっかけや付加価値があれば、購入したくなりますか。(MA)

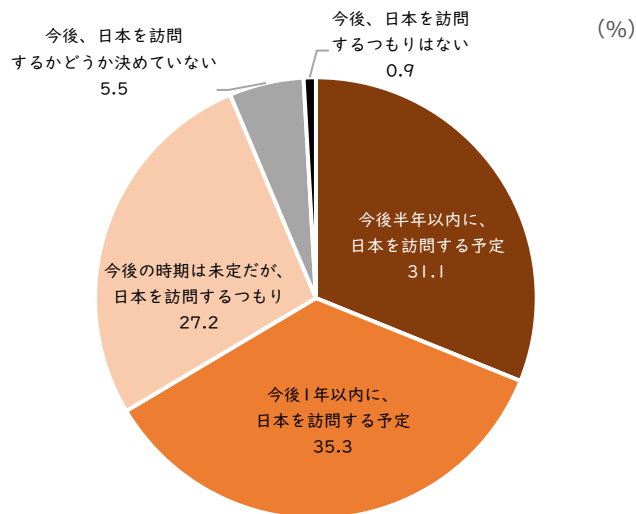
(%)



Q15.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 1118人	31.1	35.3	27.2	5.5	0.9
└ 沿岸部 559人	30.9	35.1	28.1	5.2	0.7
└ 内陸部 559人	31.3	35.6	26.3	5.7	1.1



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50.3%に対し、「とても減った」「やや減った」「まったく無くなった」は7.3%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、56.0%が増えたと回答しており、減ったという回答14%を大きく上回った。全体として、仕事・収入ともに「増加傾向」にある層が半数を占めており、経済的な勢いが維持されている様子が伺える。

◇ ネットでの買い物が圧倒的支持

普段の買い物については、昨年調査に続き、「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24.7%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74.6%となっており、店舗からネットへのシフトが一段と鮮明になっている。

◇ 健康に関する意識・関心は極めて高い水準

健康に関する意識・関心では、「とても増えた」との回答が40.6%となり、「やや増えた」と合わせると80.6%にまで達し、昨年調査(69.2%)より、さらに高い水準という結果となった。

◇ 経済的な余裕が減った人が約16%

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50.5%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15.9%であった。経済的な余裕についても半数以上が向上を実感しており、インバウンド消費を支える原動力となっている。

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、酒類のカテゴリでは、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81.1%、全カテゴリの中で最も利用率が高く、日本の化粧品が高い信頼とシェアを獲得している。医薬品は69.9%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。

◇ 日本製品は日本での購入とECサイトからの購入の両輪

「医薬品(63.4%)、化粧品(63.1%)ともに6割を超え「日本で購入」と答えており、訪日観光における目的の一つとなっていると言える。次いで「ECサイト(国内・越境)」が日常的な購入手段として定着していることも分かった。訪日中に気に入った商品を帰国後もECサイトを通じて、リピート購入している実態が推測される。

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、45%以上の方々から支持されており、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69.9%、自国(中国)製品48.6%、韓国製品48.7%となっており、日本の化粧品は最も高い支持を得ている結果となった。

海外ブランドや商品情報の入手方法

◇ 訪問前はSNSとネット、滞在中は店頭・広告が情報源

海外ブランドや商品情報の入手方法は、SNS、ECやメーカーのWebサイト、ライブコマースといったネットと、テレビが高い数値となっている。特に、「SNS」は69.6%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、「友人・知人からの情報」53.4%、「ECやメーカーのWebサイト」53.3%と約半数以上に回答しており、商品を認知してもらう手段としては有効なようだ。

滞在中は、「小売店の店頭」から情報を得る割合は51.0%（訪日前は38.1%）に上昇した。次いで「空港・駅構内で周辺の広告」47.3%、「街なかの屋外広告・看板」45.7%、「飛行機の中の機内誌・ディスプレイ画面広告」43.3%という順になっている。

エリア日本に訪問するとき、したいこと

◇ 食事、観光に次いで買い物

訪日中にしたいことは、「日本の食事を楽しむ」「東京・京都など有名な観光スポット巡り」が70%超え、圧倒的な2大目的であることが分かった。次いで「日用雑貨・化粧品・医薬品の買い物」が62.5%、「食品・お土産のお菓子等の買い物」が59.7%となり、日本での買い物も楽しむという結果となった。

滞在期間中移動手段・出入国時利用空港

◇ 日本国内の移動は新幹線と地下鉄利用が主役

日本国内での移動手段は、新幹線(67.4%)、地下鉄(58.2%)、タクシー(52.5%)の利用が半数を超えており、都市・エリア間の移動において、公共交通機関が非常に高い利用率を示している。

◇ 出入国時の利用空港は、東京・関東が圧倒的

東京・関東エリアにおいては、入国時52.1%、出国時46.7%と、約半数がこのエリアを拠点としている。

北海道エリアにおいては、入国時は21.4%と高いものの、出国時は10.8%に減少した。これは「北海道から入国し、本州を縦断して東京・関西から帰国する」という広域周遊ルートが存在を示唆していると考えられる。

大阪・関西エリアにおいては、入国時8.1%に対し、出国時は16.4%と倍増した。西日本で買い物を最後に済ませて帰国するパターンの多さが推察される。

滞在期間中訪問したエリア／都市・滞在日数

◇ 滞在日数は5~6日が一般化

訪日中トータル滞在日数については、中国の回答者の大半が5日以上ゆとりを持ったスケジュールで来日している。「5~6日」が43.4%で最多、次いで「7~10日」が31.6%となっている。11日以上滞在する層も7.5%存在し、じっくりと日本を楽しむ「深掘り観光」の需要が伺える。1~2日の超短期滞在はわずか0.5%という結果となった。

◇ 訪問エリア／都市

中国地方(72.8%)、四国(72.7%)など、多くの地方エリアでは「1~2日」の短期滞在が7割を占めている。また九州(66.9%)、北海道や中部(富士山・金沢等)も約6割強が1~2日の滞在となっている。

訪問時に利用した店舗の種類(都市・エリア別)

◇ エリア別

「東京・関東」:百貨店(61.7%)、スーパー(61.4%)、コンビニエンスストア(58.3%)、ドラッグストア(57.3%)が約60%前後で高く利用されている。「北海道エリア」:コンビニエンスストア(66.7%)とスーパー(59.3%)が特に高い。「四国・九州エリア」:100円ショップの利用が目立っており、四国(42.9%)、九州(29.7%)となっており、手軽な雑貨・日用品へのニーズが見て取れる。

日本に訪問するとき、お買物の場所

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

「コンビニエンスストア」(96.5%)、「スーパー」(95%)、「百貨店」(88.6%)、「ドラッグストア」(88.5%)の利用が多い。

店舗業態別でみると、

「コンビニエンスストア」では、菓子・飲料(53.3%)、食品(52.2%)、日用品(45.2%)、が上位となっており、「スーパー」では、食品(49.6%)がトップ、次いで菓子・飲料(45.4%)、日用品(39.1%)という順位となっており、「ドラッグストア」では、化粧品(52.7%)、医薬品(50.4%)、衛生用品(20.3%)、日用品(18.2%)が上位となっており、「百貨店」では、日用品(34.9%)、食品(32.6%)、化粧品(28.4%)の購入が多い結果となった。

日本製品に対する購入意向

◇ 日本に行って購入したい商品

メイクアップ化粧品が60.8%、基礎化粧品が50.0%と上位となっており、色味の確認や日本限定品、信頼性への期待が伺える。その他、目薬(44.2%)、ボディケア用品(43.6%)、健康食品・サプリメント(41.9%)、胃腸薬(41.5%)が上位となっている。中国の訪日ゲストは日本で日本の医薬品や健康食品を好んで購入していることが見て取れる。

◇ 自国で購入しても構わない商品

紙製品(52.8%)、衣料洗剤用品(52.7%)、生活雑貨(52.0%)、口腔ケア用品(51.1%)、防虫・殺虫剤(50.5%)が半数以上を超えており、これらのカテゴリ商品は自国で調達する傾向のようだ。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、体験して、旅アトでもそのファンになってほしいものである。

日本で日本製品を購入したくなる動機・付加価値

◇ 信頼と豊富な品揃えの中から自分にぴったり合うものを見つけられるが上位

「お店が信頼(安心)できる・扱っている商品が信用できる」(65.9%)がトップで、次いで「豊富な品揃えの中から、サイズなど自分にぴったりのものを見つけれること」(51.6%)、「特別なセールや割引があること」(46.2%)、「日本国外やECでは取り扱っていない商品があること」(43.9%)、「エリア限定・季節限定などの限定品があること」(41.9%)という順位となった。訪日中国人は、単なる安さではなく、信頼性とパーソナライズ、そして「日本でしか得られない希少性」が重視されていることが分かった。

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」(31.1%)と「今後、1年以内に日本を訪問する予定がある」(35.3%)を加えると66.4%に達している。回答者の半数以上が、近い将来の再訪を計画していることが伺える。

「今後の時期は未定だが、日本を訪問するつもり」を含めて、93.7%の人が今後日本に訪問する意向がある結果となった。