

春節 訪日中国人旅行者のヘルスケア関連商品 購買実態調査
一般用医薬品でもっとも多く買われたのは「目薬」
ヘルスケア商品購入のきっかけは「口コミの情報」

株式会社アンテリオ(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:仁司 与志矢)は、春節に日本を訪問した中国人旅行者のヘルスケア関連商品の購買実態を探るため、自主企画調査を実施しました。本調査は、訪日した20~49才の一般男女600人(上海、北京、広州各都市200人)を対象に2015年2~3月に実施したインターネット調査の結果から、今年注目が集まる訪日中国人旅行者の購買実態を分析したものです。

分析者: アンテリオ 大曲美樹 高橋優理子

◆はじめに

日本を訪問する中国人の数は年々伸長傾向にあり、今年の2月は、359,100人[※](前年同月比160%増)と飛躍的に増加、「爆買い」に象徴される強い購買力に注目が集まっている。各業界が対応を強化した今年最初の大きな波はいったん終息したが、夏休み、国慶節と中国人旅行者の訪日ピークは続く。そこで、後半戦を占う春節時期の購買実態について分析した。[※]出所:日本政府観光局(JNTO)

◆調査結果サマリー

- 1.訪日中に購入したヘルスケア関連カテゴリーの購入率は「大人用のビタミン剤/健康食品・サプリメント」がもっとも高く72.7%。
- 2.訪日中に購入した大人用の一般用医薬品のトップ3は、「目薬」53.1%、「総合感冒薬」48.2%、「皮膚用薬」46.3%。
- 3.購入のきっかけは、「口コミの情報」が84.5%と最も多く、「ガイドブック/情報誌などの情報」「ドラッグストアなどのお店での情報」を上回った。

◆調査概要

調査対象者:2014年12月16日~2015年3月9日に日本を訪問し、ヘルスケア関連カテゴリーの商品を購入した、上海、北京、広州の20~49才の一般男女600人(各都市200人)

調査方法:インターネット調査

調査目的:訪日中国人旅行者のヘルスケア関連カテゴリーおよび大人用の一般用医薬品(ブランド別)の購買状況の把握

調査時期:2015年2~3月

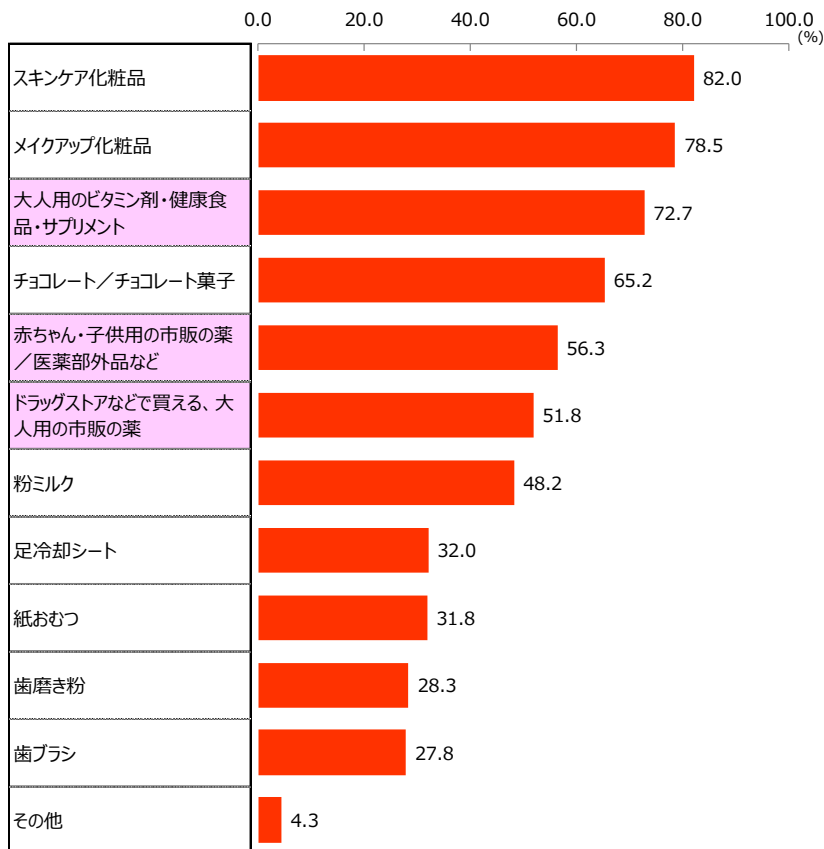
調査実施機関:英徳知聯恒市場諮詢(上海)有限公司(INTAGE CHINA)

【調査結果】

1. 訪日中に購入したもの

訪日中国人旅行者が購入したヘルスケア関連カテゴリーは、「大人用のビタミン剤/健康食品・サプリメント」72.7%、「赤ちゃん・子供用の市販の薬/医薬部外品/ビタミン剤・健康食品・サプリメント」56.3%、「大人用の市販の薬」51.8%であった。なお、回答者の8割近くが「0-14歳の子供がいる」と回答している。

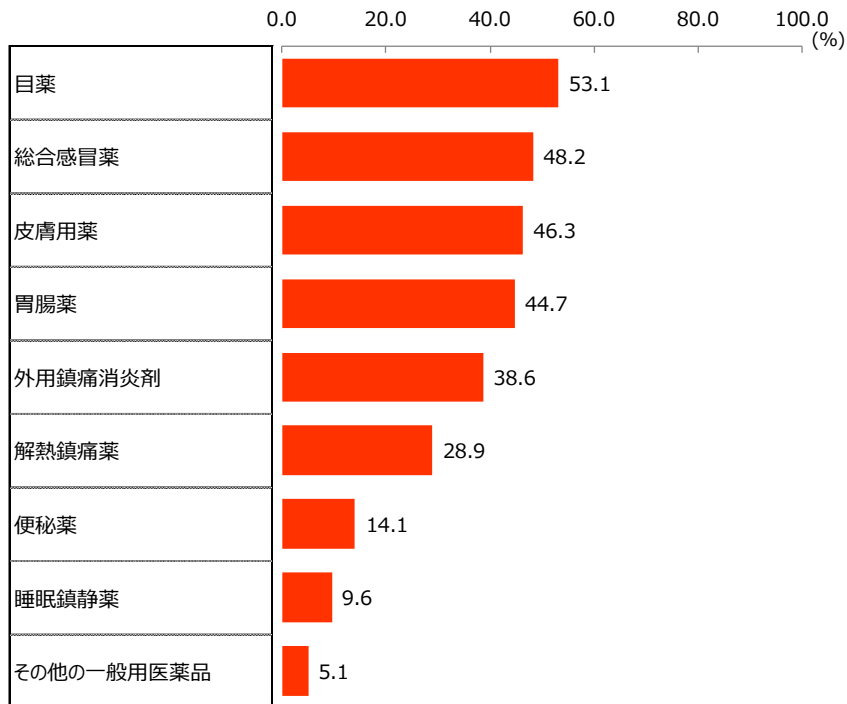
【図1】訪日中に購入したもの（複数回答） n=600



2. 購入した大人用の一般用医薬品

購入した大人用の一般用医薬品のトップ3は、目薬 53.1%、総合感冒薬 48.2%、皮膚用薬 46.3%であった。

[図 2] 購入した大人用の一般用医薬品(複数回答)n=311



3. ヘルスケア関連カテゴリー商品購入のきっかけ

購入のきっかけについて聞いたところ、11 カテゴリーのうち 7 カテゴリーで、「ロコミの情報」が「ガイドブック/情報誌などの情報」「ドラッグストアなどのお店での情報」を上回った。

なお、情報発信源の視点で見ると、「中国で発信されている情報」を選んだ人の方が、「日本で発信されている情報」を選んだ人よりも多かった。

[図 3] 購入したきっかけ(複数回答)n=600

	n=	ガイドブック/情報誌などの情報 (%)	ドラッグストアなどのお店での情報 (%)	ロコミの情報 (%)	その他 (%)
TOTAL	600	67.3	77.7	84.5	45.0
大人用のビタミン剤・健康食品・サプリメント	436	69.3	80.3	85.1	49.3
赤ちゃん・子供用の市販の薬/医薬部外品など	338	71.3	78.7	83.7	44.1
目薬	165	70.9	86.1	86.7	44.2
総合感冒薬	150	79.3	88.0	87.3	47.3
皮膚用薬	144	72.9	83.3	91.7	50.7
胃腸薬	139	73.4	84.9	83.5	46.8
外用鎮痛消炎剤	120	75.8	88.3	89.2	55.0
解熱鎮痛薬	90	75.6	90.0	85.6	60.0
便秘薬	44	81.8	79.5	84.1	52.3
睡眠鎮静薬	30	93.3	86.7	90.0	63.3
その他の一般用医薬品	16	62.5	81.3	81.3	56.3

短い店舗滞在時間で大量買いする姿が印象的な中国人旅行者だが、ロコミを含めた複数の情報源から、最新の情報をもとに商品を選んでいることが伺える。買物は、旅行者にとって大きな楽しみのひとつであり、メーカーによる訪日客向けの商品開発や情報提供、また小売業者の店づくり(営業時間、棚づくり、在庫、サービス)や免税手続きの簡便化といった企業ごとの取り組みが今後ますます重要となる。また、行政の後押し、業界や業態を超えた連携によって、多様化する訪日客の興味や行動に応える魅力づくりも期待される。

【株式会社アンテリオ】 <http://www.anterio.co.jp/>

株式会社アンテリオ(本社:東京都千代田区神田練堀町3番地、設立年月日:1994年12月、代表取締役社長:仁司与志矢)は、調査、企画、分析における高度なスキルと医療分野における豊富な経験・知識をコア・コンピタンスとし、ヘルスケア領域のマーケティングリサーチに精通したトップカンパニー。2015年4月1日より、新たにインテージのコンシューマーヘルスケア事業(主に一般用医薬品や健康食品等を対象とした、コンシューマーヘルスケア分野のマーケティングリサーチ)が合流し、健康食品～一般用医薬品～医療用医薬品と幅広いヘルスケア領域視点での価値を提供してまいります。

【この件に関するお問い合わせ先】

■株式会社アンテリオ 経営企画部

担当:真田(さなだ)／林(はやし)

TEL:03-5294-8393(代) FAX:03-5294-8399

アンテリオサイト「お問合せフォーム」 <http://www.anterio.co.jp/contact/>