

中国人旅行者の爆買いの裏に緻密な情報収集、健康関連商品の購入トップは「化粧品」
(春節休暇 600 人調査 アンテリオ発表)

医療分野の市場リサーチを行うアンテリオは、このほど、2015 年の春節休暇に日本を訪れた中国人旅行者 600 名を対象にヘルスケア関連商品の消費動向を調査した。それによると、購入したヘルスケア商品で最も多いのは「スキンケア化粧品」(82%)、2位「メイクアップ化粧品」(78.5%)、3位に健康関連商品「大人用のビタミン剤・健康食品・サプリメント」(72.%)がランクイン。大人用の一般用医薬品では、「目薬」(53.1%)が首位となった。

健康関連商品や大人用の一般用医薬品を購入したきっかけをみると、「大人用ビタミン剤・健康食品・サプリメント」「赤ちゃん・子供用の市販薬／医薬部外品など」「目薬」など 11 分野のうちすべてで「クチコミの情報」がきっかけになったとの回答が 8 割を超えた。さらに 7 分野でクチコミ情報が「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」を上回ったことも明らかになった。

各商品の消費行動のきっかけは以下のとおり。

	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 (%)	クチコミの情報 (%)	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

同社では、短い店舗滞在時間で「大量買い」を行う印象が強い中国人旅行者だが、実際には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と分析。多様化する訪日旅行者の興味や行動に対応できる店舗設計や情報発信が重要としている。

今回の調査は、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)が対象。2015年2～3月にインターネットで調査した。

以上