

NEWS RELEASE



各 位

平成 22 年 4 月 7 日
SBI チャイナブランディング株式会社
SBI リサーチ株式会社

**『中国人訪日客』を対象に「日本旅行」に関する共同調査を実施
日本旅行に関する情報収集源としてはインターネットの活用率が高く、
約 50%が一度の旅行で「20,000 元(約 28 万円)」以上を消費**

日本企業の中国進出及び中国人消費者向けの広告・ブランディング活動を支援する SBI チャイナブランディング株式会社(東京都港区 代表取締役:沖田 貴史、以下「SBI チャイナブランディング」)と中国内におけるインターネット調査情報を元に、日本企業に向けた情報・サービスを提供する SBI リサーチ株式会社(東京都港区 代表取締役:沖田 貴史、以下「SBI リサーチ」)は、『中国人訪日客』を対象に「日本旅行」に関するアンケートを共同実施いたしました。

※実施期間:2010 年 3 月 13 日～3 月 16 日、対象者:2009 年 10 月 1 日～2010 年 3 月 1 日までの期間に日本へ旅行に来た中国人訪日客 200 人、インターネット調査

日本政府観光局(JNTO)の資料(2010 年 3 月 30 日発表)によると、中国春節シーズンであった 2010 年 2 月における中国からの訪日客は 121,700 人となっております。国内事業者の多くが中国人訪日客をターゲットとした商戦を繰り広げ、盛り上がりは年々加速傾向にあると言われてい中、春節シーズンを終え、中国人訪日客の訪日旅行の実態について詳細に調査いたしましたので、一部抜粋して報告いたします。

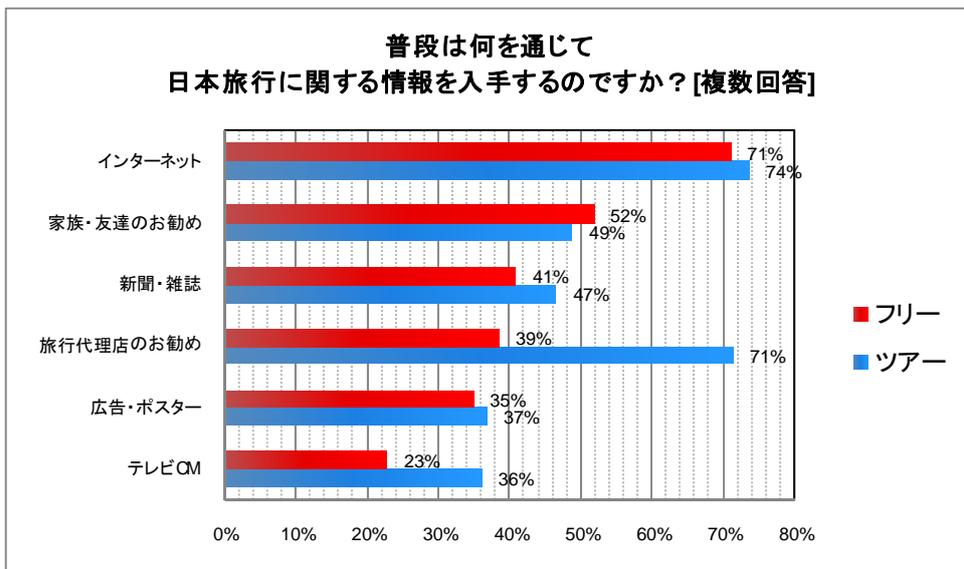
調査結果トピックス

1. 個人観光ビザを利用した訪日客(フリー・団体ツアーともに)の日本旅行に関する主な情報収集源は、「インターネット」との回答が約 70%を占める。また、フリー訪日客は団体ツアー訪日客に比べ旅行代理店に頼らず自分でリサーチをする傾向がある。
 2. ショッピング目的で訪れる街の 1 位は「銀座」で、全体の約 50%が一度の旅行で「20,000 元(28 万円)」以上を消費する。また、購入した商品の 1 位は「電器・電子製品」で、52.8%を占める。
 3. ショッピングにおいて改善してほしい点は「バーゲンの実施」「割引券の配布」が最も多く、全体の約 70%を占める。
-
1. 個人観光ビザを利用した訪日客(フリー・団体ツアーともに)の日本旅行に関する主な情報収集源は、「インターネット」との回答が約 70%を占める。また、フリー訪日客は団体ツアー訪日客に比べ旅行代理店に頼らず自分でリサーチをする傾向がある。

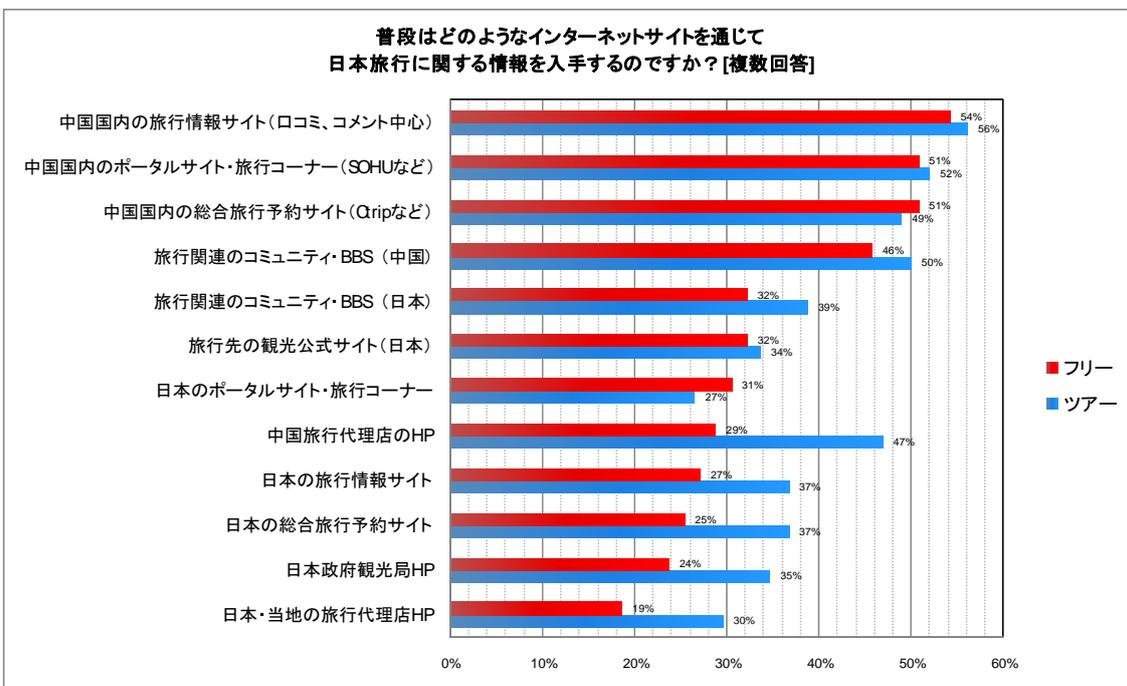
NEWS RELEASE



旅行に関する情報収集手段(複数回答可)としては、フリー訪日客、団体ツアー訪日客ともに「インターネット」と回答した割合が70%と高い。しかし、団体ツアー訪日客が「旅行代理店からのお勧め」情報についても70%と重視するのに対し、フリー訪日客は39%と低いことから、フリー訪日客はインターネットを活用してより自分で情報収集をする傾向が強いことが見てとれる。



なお、インターネットで情報収集を行う場合、フリー訪日客・団体ツアー訪日客ともによく利用するサイトは「中国国内のロコミ旅行情報サイト」で約55%を占めている。



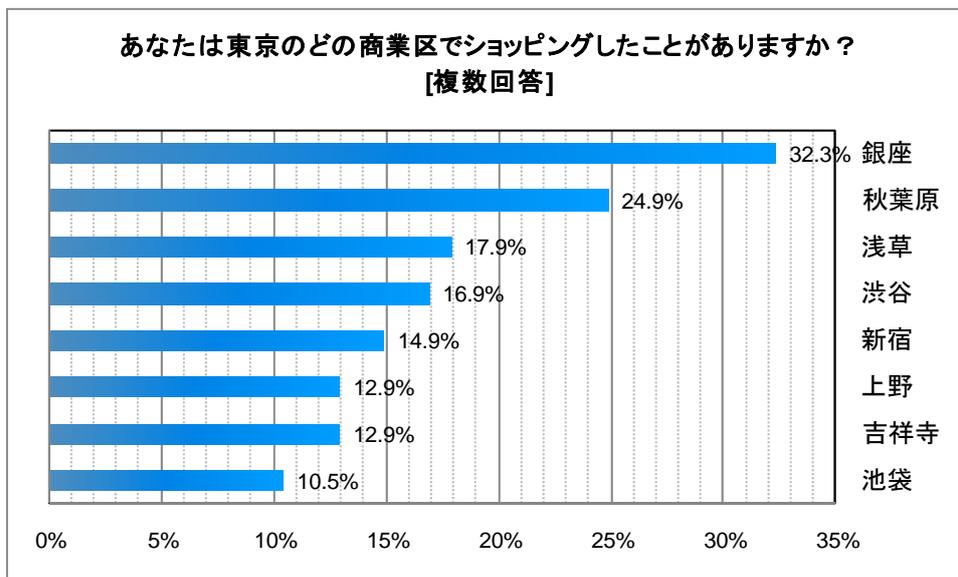
NEWS RELEASE



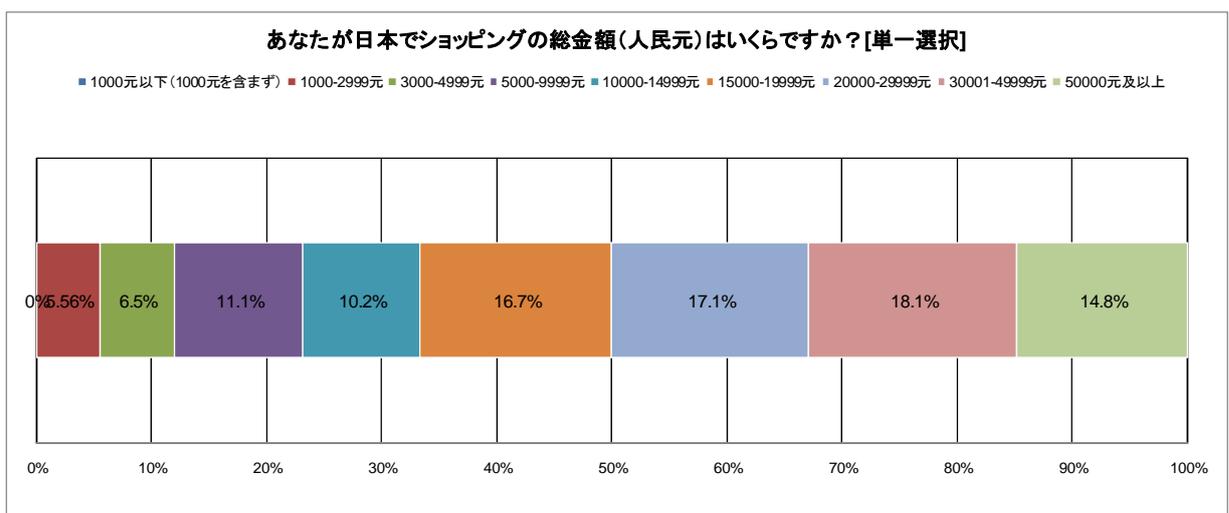
2. ショッピング目的で訪れる街の1位は「銀座」で、全体の約50%が一度の旅行で「20,000元(28万円)」以上を消費する。また、購入した商品の1位は「電器・電子製品」で、52.8%を占める。

※1元あたり14円で換算(2010年3月時点)

東京のどの街でショッピングをしているか、の設問に対して1位は「銀座」、次に「秋葉原」となった。銀座で化粧品・アパレル関係の商品を購入し、秋葉原で電器・電子製品を購入するゴールデンルートはまだまだ健在のようだ。



また、日本旅行に訪れた中国人訪日客の約50%が、1度の旅行で「20,000元(28万円)」以上をショッピングで消費している。

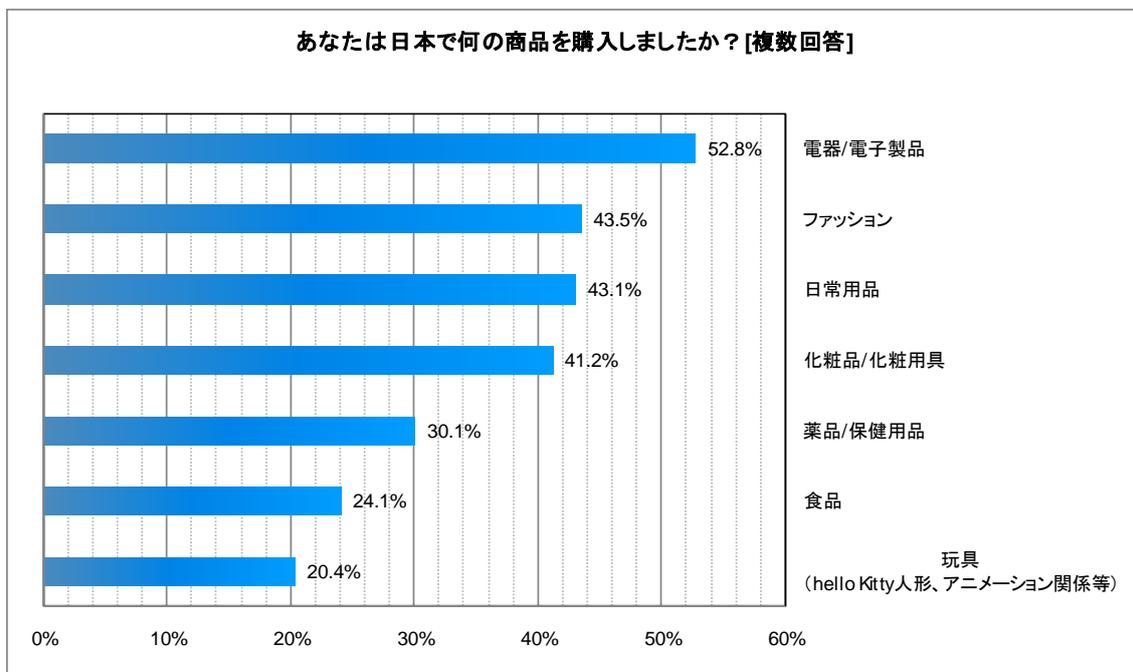


購入商品においては、予想どおり「電器・電子製品」が1位となっている。続く「アパレル」、「日用

NEWS RELEASE

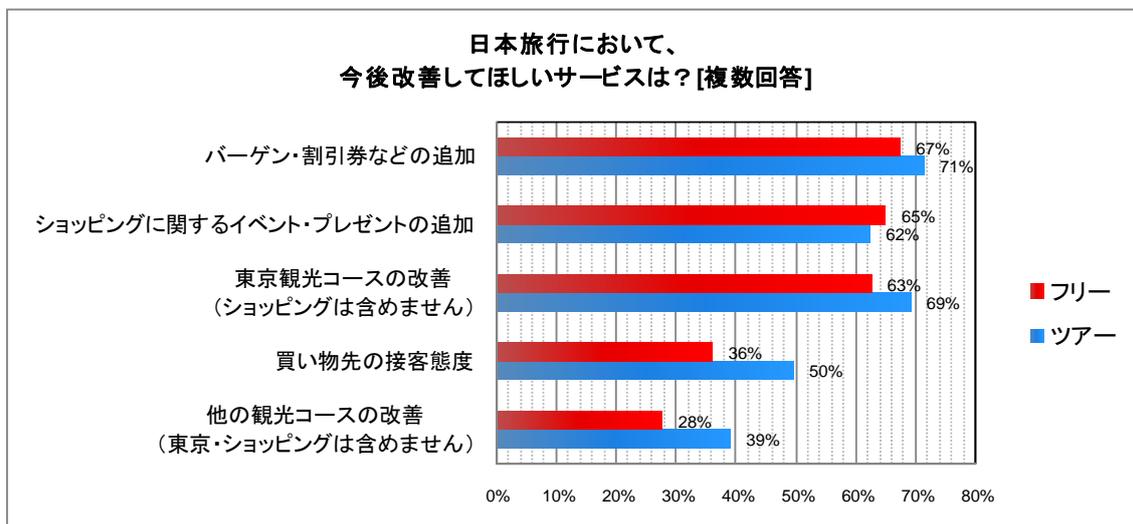


品」・「化粧品」も 40%以上の方が購入しており、いずれも人気カテゴリである。中国では自分のための買い物だけでなく、親戚や友人へのお土産や知人に頼まれた商品を併せて購入するケースも多くあり、いずれも「電器・電子製品」が1位となっている。



3. ショッピングにおいて改善してほしいサービスは「バーゲンの実施」「割引券の配布」が最も多く全体の約 70%を占める。

日本でのショッピングにおいて、改善してほしいサービスについては、フリー訪日客・団体ツアー訪日客ともに「バーゲンの実施」や「割引券の配布」で全体の約 70%が現状に不満を感じている。続いて「イベント・プレゼントの追加」で約 63%とあるが、この背景には商品を1点購入すると同じ商品がもう1点もらえる「1buy2get」や、商品そのものをサンプルとして配布することが多い中国のショッピング習慣との違いによるものと思われる。



NEWS RELEASE



<調査概要>

調査方法: インターネットを利用したアンケート調査

調査内容: 日本旅行に関するアンケート調査

調査期間: 2010年3月13日～3月16日

調査対象者: 2009年10月1日～2010年3月1日までの期間に日本へ旅行に来た
中国人訪日客 200人

本リリースで発表したデータは一部であり、その他「中国人訪日客の消費傾向」「ショッピング事情」「興味のある日本旅行カテゴリ」などのアンケート調査結果も持ち合わせております。ご興味をお持ちの方はSBIチャイナブランディングまでお気軽にお問い合わせください。

SBI チャイナブランディングと SBI リサーチは、今後も日本事業者と中国人消費者のかけ橋として共同アンケート調査などを定期的実施し、提供して参ります。

SBIチャイナブランディング株式会社について

社名: SBI チャイナブランディング株式会社

設立年月日: 平成 21 年 1 月 22 日

資本金: 50 百万円

代表取締役: 沖田 貴史

事業内容:

SBI ベリトランス株式会社(東京都港区 代表取締役: 沖田 貴史)の子会社として 2009 年 1 月に設立。中国へ向けたプロモーション展開を行う事業者の広告業務、商標権に関する各種コンサルティング業務など、日本企業の中国進出及び中国人消費者向けのブランディング活動の支援を行っております。

URL: <http://www.sbicb.com/>

SBIリサーチ株式会社について

社名: SBI リサーチ株式会社

設立年月日: 平成 21 年 11 月 5 日

資本金: 30 百万円

代表取締役 執行役員 Co-CEO: 沖田 貴史

事業内容:

SBI ベリトランス株式会社(東京都港区 代表取締役: 沖田 貴史)の子会社として 2009 年 11 月に設立。中国アイリサーチ社が中国国内で発表している各種インターネット白書の翻訳販売や、各企業向けにカスタマイズした個別調査などの中国市場調査事業を行っております。

URL: <http://www.sbi-research.jp/>

NEWS RELEASE



【アンケートに関するお問い合わせ先】

SBI チャイナブランディング株式会社 担当:居山

Tel:03-6229-0851 Email: info@sbicb.co.jp

【取材に関するお問い合わせ先】

SBI ベリトランス株式会社 コーポレートブランディング室 担当: 伊藤 遥

Tel:03-6229-0850(代表) Email: pr@veritrans.co.jp