

## ホットリンク、5月「労働節」での訪日中国人の消費動向予測を発表 ～爆買は「ベビー用品」に注目！「日本人と友達になりたい」という声も！～

### 【概要】

ホットリンクグループである、株式会社トレンド Express(本社:東京都千代田区、代表取締役社長 桧野安弘、以下 トレンド Express)は、訪日を予定している中国人の SNS 上のクチコミを分析し、まもなくやってくる中国の「労働節」(2016年5月1日)時期の訪日中国人の消費動向予測を発表いたします。

### 【トレンド Express 編集長コメント】

多様化・分散化が顕著に。今後はさらに“趣味性が高い”、“より個人化”した需要が増加



株式会社トレンド Express  
編集長 四家 章裕

今回の調査でも、訪日中国人が日本で「したいこと」「買いたいもの」「行きたいところ」が多様化・分散化しているのが顕著となる結果でした。今後はさらに“趣味性が高い”、“より個人化”した需要が増えていくのではないかと思います。

また、春から6月にかけて中国では、結婚が増える時期の為、新婚旅行として日本旅行を予定しているカップルも多いと予想されます。さらに、冷えを嫌う中国の人たちは夏頃に向け出産・子育ての準備をする傾向にあり、労働節では「ベビー用品」が売れると予想されます。中国の方々の価値観や慣習、文化を理解した上で、クチコミからわかる消費トレンドに沿ったインバウンド対策が重要だと言えるでしょう。

### 【訪日目的は「買い物」需要がダントツ！「日本人と友達になりたい」など“コト消費”需要が進む結果に】

トレンド Express では、中国の SNS 上で労働節の時期に日本へ旅行する予定があると書き込んでいる投稿を収集・集計を行いました。労働節に「日本で〇〇したい」と書き込まれた内容をランキング化したところ、当然ながら1位は「買い物したい」となりました。

注目すべきは4位に「日本人と友達になりたい」がランクインしたことです。“コト消費”の需要が高まる日本旅行ですが、「日本人と友達になりたい」がその極みとも言えるのではないのでしょうか。中国では外国人の友達がいるのはちょっとしたステータス(面子)でもあり、今旅行先としても人気の日本の友達がいることは自慢の種となるのではないのでしょうか。

その他には、「日本料理を食べたい」だけでなく、7位「日本料理を作りたい」がランクインしました。観光地などで体験できる“そば打ち”、“わさび作り”、“箱寿司作り”等はとても人気を集めています。また、13位「アニメの聖地を回りたい」、14位「アイドルのコンサートに行きたい」などは個人旅行化が進む日本旅行を象徴する結果と言えます。身近に会いに行ける日本のアイドルは、中国のオタクにとっても魅力的なようです。

### 労働節に日本でしたいことランキング

👑	買い物したい	8,653
👑	日本料理を食べたい	5,632
👑	温泉へ行きたい	2,523
👑	日本人と友達になりたい	885
👑	着物を着たい	852
👑	富士山に登りたい	442
👑	日本のお寺に行きたい	362
👑	日本料理を作りたい	362
👑	新幹線に乗りたい	252
👑	日本で運転したい	125
👑	日本円の口座を作りたい	102
👑	エステ、ネイル、美容院に行きたい	100
👑	アニメの聖地を回りたい	89
👑	アイドルのコンサートに行きたい	63
👑	日本の古民家に住みたい	53
👑	噴火している火山(阿蘇)がみたい	44
👑	日本の家を買いたい	36
👑	人間ドックに入りたい	28

データ出所:トレンド Express 調べ

2016年3月1日～27日に、新浪微博上で労働節の時期に日本旅行の予定があると書き込まれた投稿から、「日本で〇〇したい」と書き込まれた内容を収集、集計。

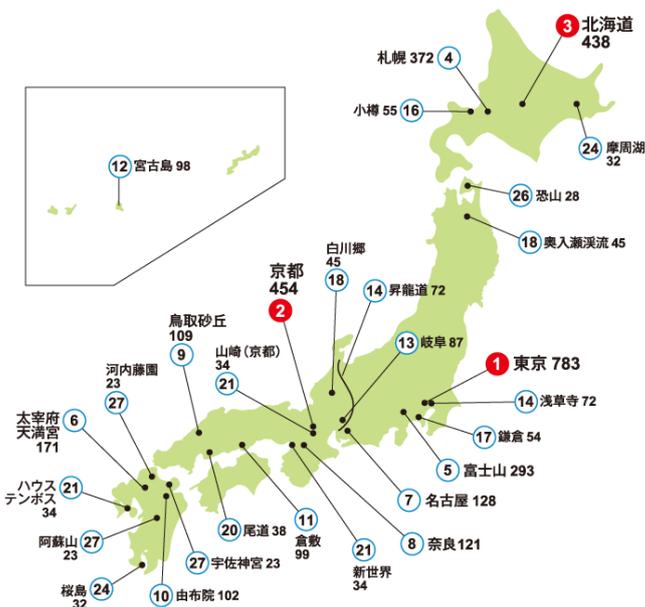
## 【夏頃の出産時期に備えて「ベビー用品」が人気に！】

中国の SNS 上で、労働節に購入したいと書き込まれた商品を収集・集計したところ、時期を問わず人気な「化粧品」、「医薬品」が 1 位、2 位となり、3 位に「生活用品」という結果になりました。昨年の労働節では、「温水洗浄便座」のブームが去り、人気が急下降したのが特徴的でしたが、今年の特徴は「ベビー用品」が 4 位に入ったことがあげられます。中国人は冷気を嫌うため出産や子育てには寒くない夏頃が好まれます。夏頃に合わせて出産を計画する人が多いため、労働節のタイミングでは出産準備のためにベビー用品がよく買われることが予想されます。今年に入って特に人気が高まっているベビー用品は、「LOLA カルシウム+D」「おこさまクリーム」「アトピタ保湿しっとりクリーム」の 3 商品です。LOLA カルシウム+D は子ども用ではありませんが、妊婦の人気を集めています。

また、今年には 10 位「キッチングッズ」、12 位「カー用品」、14 位「スマホグッズ」も目立ちます。中国でも春から 6 月にかけては結婚の多い時期のため、新婚旅行として訪日する夫婦も多く、新婚生活用にキッチングッズの需要が高まると予想されます。同様に、春は新車購入のシーズンでもあるため、カー用品の需要も上昇するでしょう。

## 【分散化がさらに顕著に！「北海道」が初の 3 位にランクイン】

### 労働節に日本で行きたい場所ランキング



データ出所:トレンド Express 調べ  
2016 年 3 月 1 日～27 日に、新浪微博上で労働節の時期に日本旅行の予定があると書き込まれた投稿から、「日本で〇〇に行きたい」と書き込まれた内容を収集、集計。

### 《引用・転載時のクレジット表記のお願い》

本リリースの引用・転載時には、必ず「出所:ホットリンク「図解中国トレンド Express」」もしくは「トレンド Express 調べ」と明記ください。

### 労働節日本で買いたいモノランキング

化粧品	363
医薬品	285
生活用品	152
ベビー用品	136
服飾	132
健康食品/サプリメント	125
文房具	99
お菓子	99
美容家電	87
キッチングッズ	86
玩具	85
カー用品	63
ブランド腕時計、バッグ	55
スマホグッズ	52
食品	45
日本酒、ウイスキー	42
電気ポット	42
炊飯器	36
工芸品	25
その他	12

データ出所:トレンド Express 調べ  
2016 年 3 月 1 日～27 日に、新浪微博上で労働節の時期に日本旅行の予定があると書き込まれた投稿から、「日本で買いたい」と書き込まれた内容を収集、集計。

次に、訪日中国人たちが労働節に行きたいと思っている地域はどこでしょうか。中国の SNS 上で、「日本の〇〇に行きたい」と書き込まれた投稿を収集・集計したところ、「東京」が 2 位以下を大きく引き離し 1 位となりました。注目すべき新たな傾向として、3 位に「北海道」、4 位に「札幌」がランクインしています。昨年の労働節に限らずこれまで上位は、東京に加え大阪・京都等の関西圏が独占してきましたが、1 月頃から“雪”目的で訪日中国人が増加した北海道地方の人气が継続する結果となりました。場所によってはまだ雪が残っているところもあるため、最後の“雪景色”を堪能したいという需要も推測されます。また具体的な投稿を見ると、「労働節の時期なら桜じゃなくて北海道のラベンダー。桜同様の圧巻の景色」という、北海道のラベンダーを楽しみにする声もあがりました。

また、「ラーメン二郎」や「恐山」が初登場のスポット※としてあがっており、これまで以上にマニアックな場所へ分散化が進んでいることが分かる結果となりました。

※2015 年 5 月の「図解中国トレンド Express」発行以降初

**参考** 2015年労働節に売れたもののランキング

医薬品、化粧品の人気は定番化していますが、生活用品の件数が増加、新たに美容家電等が人気になったほか、2015年春節に大人気となった温水洗浄便座のブームが去り、人気が急降下したのが特徴でした。

ホットリンクは、今後もビジネスにおけるソーシャル・ビッグデータの活用を推進し、インバウンド消費関連の情報についても積極的に展開して参ります。

**■ 図解中国トレンドExpressについて**

本件の詳細については、「図解中国トレンド Express」にてご確認いただけます。

[■■ 図解中国トレンド Express 詳細はこちらから！ ■■](#)

今なら無料サンプルレポートを差し上げています！お申し込みは今すぐ！

[■■ 無料サンプルレポート申込みはこちらから ■■](#)

1	医薬品	1,221
2	化粧品	1,098
3	生活用品	673
4	食品	574
5	目薬	477
6	紙おむつ	423
7	冷却ジェルシート	401
8	お菓子	384
9	魔法瓶	377
10	炊飯器	365
11	セラミック包丁	354
12	美容家電	324
13	アイロン	312
14	小型家電	304
15	温水洗浄便座	287
16	服飾	211
17	玩具	109
18	文房具	99
19	工芸品	78
20	貴金属	45

データ出所: 図解中国トレンド Express vol. 2

**■ 株式会社トレンド Express について**

株式会社トレンド Express は、ホットリンクグループの強みを活かし、ソーシャル・ビッグデータを核としたインバウンド消費に関する情報だけでなく、ビジネスモデルの策定や具体化のソリューションを提供いたします。

**【事業内容】**

- ・世界各国ソーシャルビッグデータを使ったマーケット調査・インバウンド消費に関する需要予測・分析・レポートニング
- ・図解トレンド Express の編集・発行

設立日: 2015年11月

資本金: 1,000万円(2015年11月1日現在)

代表者: 代表取締役社長 梶野 安弘

企業サイト: <http://www.trendexpress.jp/>

Twitter: [https://twitter.com/trendexpress\\_jp](https://twitter.com/trendexpress_jp)

**■ 株式会社ホットリンクについて(証券コード: 3680 東証マザーズ)**

ホットリンクは、グローバルでのソーシャル・ビッグデータの流通と分析ソリューションの提供により、ソーシャル・ビッグデータを価値化する企業です。市場や自社・競合、またお客様の声やキャンペーン反響などの各種調査、ターゲットユーザーのプロファイリング、ブームの兆し発見などマーケティング ROI 向上や製品改善、経営革新や予測、また高まるインバウンド消費に関する需要予測・分析・レポートニングなど、ビジネスにおけるソーシャル・ビッグデータの幅広い活用を支援します。

ホットリンクは以下の戦略により、今後のさらなる成長を実現します。

1. グローバルにおけるデータ流通の収益安定化
2. 世界におけるインバウンド消費支援サービスの拡大

設立日: 2000年06月26日

資本金: 573百万円(2015年12月31日現在)

代表者: 代表取締役社長 CEO 内山 幸樹

企業サイト: <http://www.hottolink.co.jp/>

Twitter: [http://twitter.com/hottolink\\_pr](http://twitter.com/hottolink_pr)

Facebook: <https://www.facebook.com/hottolink.inc>

■お問い合わせ

株式会社ホットリンク 営業本部 コーポレートコミュニケーション部  
東京都千代田区四番町6番東急番町ビル TEL:03-5745-3903