



第10回：「外国人の好む土産品は？」

日本に訪れる外国人の方々（以下、「訪日外国人」）は、日本国内でどのような買い物をしているのでしょうか？またどのような商品を買って良かったと思っているのでしょうか？

今回は観光庁の実施している「訪日外国人消費動向調査」の平成23年集計結果から見える訪日外国人の買い物の実態と傾向、またこの調査の活用例についてご紹介したいと思います。

（1）何にいくら使っているの？

まずは、訪日外国人が日本国内でどんな買い物をしているのか見てみましょう。下の表は全国籍及びビジット・ジャパン事業五大市場（韓国・台湾・香港・中国・米国）の費目別の購入率及び購入者単価を示した表です。

※購入率＝購入者の割合を示した値。複数回答。

費目	全国籍		韓国		台湾		香港		中国		米国	
	購入率	購入者単価(円)	購入率	購入者単価(円)	購入率	購入者単価(円)	購入率	購入者単価(円)	購入率	購入者単価(円)	購入率	購入者単価(円)
菓子類	50.9%	8,067	55.3%	4,911	62.8%	7,874	60.1%	8,832	65.5%	11,933	27.9%	5,754
その他食料品・飲料・酒・たばこ	45.8%	11,218	45.4%	8,238	42.1%	8,829	45.2%	10,716	49.9%	13,326	45.6%	13,394
カメラ・ビデオカメラ・時計	9.7%	45,909	2.5%	17,090	5.4%	26,264	3.9%	34,440	29.8%	60,288	3.8%	31,194
電気製品	9.9%	33,286	3.7%	22,169	8.3%	23,953	5.4%	27,096	27.3%	43,623	5.0%	16,208
化粧品・医薬品・トイレタリー	34.8%	18,545	28.1%	12,383	56.8%	15,502	42.9%	11,689	65.3%	29,989	8.5%	7,084
和服(着物)・民芸品	14.1%	13,793	4.2%	7,638	11.7%	10,431	11.9%	13,670	14.1%	13,765	24.1%	14,195
服(和服以外)・かばん・靴	29.4%	32,544	19.0%	22,114	42.8%	34,536	52.8%	36,782	36.6%	45,921	16.2%	20,390
マンガ・DVD・アニメ関連商品	8.1%	10,019	4.8%	8,167	9.5%	10,373	10.7%	10,585	8.6%	9,559	7.4%	7,680

これを見ますと、『全国籍』で最も購入率が高かったのは【菓子類】（購入率 50.9%）となり、日本製のお菓子の人気の高さが伺えます。次に購入率の高さでは【その他食料品・飲料・酒・たばこ】（同 45.8%）が続きます。また、購入率は高くはないのですが、【カメラ・ビデオカメラ・時計】（同 9.7%）は購入者単価(45,909 円)が他の費目に比べて高い値になっています。

次に国籍別で見てみますと、やはり【菓子類】はどの国籍でもある程度高い購入率を示しています。また、【カメラ・ビデオカメラ・時計】・【電気製品】においては『中国』の購入率及び購入者単価がそれぞれ 29.8%/60,288 円・27.3%/43,623 円と際立っています。【化粧品・医薬品・トイレタリー】においては、購入率が最も高い『中国』は 65.3%が購入しているのに対し、『米国』は 8.5%と差があります。それとは逆に【和服(着物)・民芸品】では、購入率・購入者単価とも『米国』が 24.1%/14,195 円と最も高くなっています。

【服(和服以外)・かばん・靴】では『香港』が 52.8%と高い購入率になっています。日本のファッション用品に人気があることが伺えます。

(2) 何に満足しているの？

このように、国籍によって購入する商品の傾向や購入者単価が違います。ではなぜその違いが生まれるのかを考えてみましょう。

ここでは一例として韓国を取り上げます。次の表は日本国内で購入した商品の中で一番満足した商品を挙げてもらい、その満足した理由について聞き取りを行った結果をカウントした表です。※この表の数値はサンプル数です。

【韓国】

費目	満足した理由									総計
	品質が良いから	デザインがよい・かわいい・きれい	おいしいから	日本製だから	伝統的・日本独特なものだから	好きなブランド・商品だから	自国で入手が難しいから	お土産にいいから・頼まれたから	価格が手頃・自国より安いから	
衣類・ファッション雑貨	31	81		8	2	2	12	14	50	200
化粧品・医薬品など	79	5		18		3	8	17	33	163
菓子・食品・酒など	12	19	177	5	12	12	12	33	13	295
民芸品・生活雑貨など	44	61		5	22	12	22	34	19	219
電気製品・カメラ	21	2		5			6	2	4	40
総計	187	168	177	41	36	29	60	100	119	917

これを見ますと、最も横の総計が多いのは【菓子・食品・酒など】(N=295)となり、やはり日本製のお菓子や食料品は高い満足度を得ているようです。ではなぜ満足しているかという理由を見てみると、”おいしいから”(N=177)が最も多く、次いで”お土産にいいから・頼まれたから”(N=33)が続きます。これから考えられることは味の良さはもちろん、お土産に重宝すると言うことは韓国でもある程度認知されているお菓子や食料品が好まれていることが分かります。

他の費目も見ても、例えば【衣類・ファッション雑貨】では”デザインがよい・かわいい・きれい”(N=81)という理由が最も多く”価格が手頃・自国より安いから”(N=50)という理由が2番目に多いです。お手頃価格で自国では手に入らないようなデザインのファッション用品が人気のようだと言えそうです。

(3) 何を求めているのか？

今回は買い物の実態と満足した理由に注目しましたが、これらから言えることは、ターゲットとする客層がなぜその商品を買うのか？何を求めているのか？といった傾向や対策を推測し、求めている「価値観」を追求したマーケティングを行う事が大切だということです。その結果が外国からの観光客を呼び込むことにつながるのではないのでしょうか。

今回使用した「訪日外国人消費動向調査」では15ヶ国・地域別で集計を行っています。また、四半期毎に調査・集計を行っているため、時系列での推移を見ることも出来ます。ぜひ皆様の今後の観光マーケティングにご活用いただければ幸いです。

(2012年12月掲載分)