

資生堂、SK-IIが日本ブランド2トップ。韓国3ブランドがSK-IIを超える認知率。

中国人女性の日韓化粧品ブランド認知・購入状況調査

- ◆ 訪日経験のある中国人女性の9割が資生堂を認知。韓国の3ブランドがSK-II超え。
- ◆ 全年代で資生堂が認知率1位。30歳以上で特に韓国の雪花秀（ソルファス）の認知率が高い。
- ◆ 資生堂は購入者のリピート率が8割以上。SK-IIも7割を超える。

2018年11月6日
株式会社ヴァリュース

アンケートとインターネット行動ログデータを組み合わせた市場調査と事業成長支援サービスを提供する株式会社ヴァリュース（本社：東京都港区、代表取締役社長：辻本 秀幸）は、中国本土でインターネットリサーチを実施し、中国人女性の日本と韓国の化粧品ブランド認知状況について調査しました。

年々増え続け、2017年には延べ700万人以上が日本を訪れた(*1)中国人の消費は、「爆買い」が落ち着いてからもインバウンド産業の最大のターゲット層であり続けています。最近では中国人の中でも旅行先として日本の人気が高まっており、中国の旅行予約サイト大手、携程旅行網（シートリップ）が発表した今年の国慶節期間中の人気旅行先ランキングでは、日本が初めて首位に立ちました(*2)。

直近のヴァリュースの調査では、訪日中国人が日本滞在中に購入する品目の中で最も多くの人に購入されているのは化粧品でした。また、日本滞在中に限らず、帰国後の越境ECでの購入率も化粧品が1位となっています。中国人は日本のどの化粧品ブランドを求めて来日するのでしょうか。本調査では、日本と同じく中国人の旅行先として人気のある韓国のブランドと比較しながら、中国人女性の化粧品ブランド認知状況、購入状況を探りました。

*1 月別・年別統計データ（訪日外国人・出国日本人） | 統計・データ | 日本政府観光局（JNTO）
https://www.jnto.go.jp/jpn/statistics/since2003_tourists.pdf

*2 中国人の「国慶節」人気旅行先、日本が初の首位（写真=共同） : 日本経済新聞
<https://www.nikkei.com/article/DGXMZO3553935019092018FFE000/>

【調査概要】

中国本土の大手市場調査会社モニター会員の協力のもと、越境ECの利用習慣があり、かつ過去1年間に訪日経験のある中国人女性に対して、化粧品ブランドの認知、購買状況や越境ECの利用状況、美容に対する意識等についてアンケート調査を実施しました。

- ※ 回答期間: 2018年6月28日～2018年7月9日
- ※ 全体回答者数: 4,112人
- ※ 有効回答者数: 1,059人
- ※ 性年代別インターネット人口に則したウェイトバック集計後の有効サンプルサイズ: 1,032ss

●結果サマリー●

- ◆ 訪日経験のある中国人女性の9割が資生堂を認知。韓国の3ブランドがSK-II超え。

越境ECの利用習慣があり、かつ過去1年間に訪日経験のある中国人女性の各化粧品ブランド認知率をランキングにしたところ【図1】、認知率90%に達した資生堂が圧倒的1位となりました。日本のブランドで

は資生堂以下、SK-II、雪肌精、花王、コーセーと続き、DHC までが過半数からの認知を得ていました。
一方、韓国のブランドも高い認知率を得ており、雪花秀（ソルファス）、innisfree（イニスフリー）、LANEIGE（ラネージュ）の3ブランドが日本ブランド2位のSK-IIを上回る順位となりました。

【図1】 中国人女性(*)の日韓化粧品ブランドの認知率 (* 越境ECの利用習慣と訪日経験のある方)

RANK	ブランド名	n=647	RANK	ブランド名	構成比 (%)	RANK	ブランド名	構成比 (%)
1位	資生堂	90.1	16位	ファンケル	35.3	29位	su:m37°	17.3
2位	雪花秀	73.4	17位	sofina	34.9	30位	ASTALIFT	16.1
3位	innisfree	73.0	18位	Kanebo	34.8	31位	NATURE REPUBLIC	15.6
4位	LANEIGE	72.8	19位	ポーラ	31.7	32位	オルビス	15.2
5位	SK II	72.6	20位	It's skin	27.8	33位	Dr.Jart +	15.1
6位	雪肌精	65.7	21位	CPB	25.2	34位	ウテナ (utena)	13.8
7位	花王	65.5	22位	TONYMOLY	24.2	35位	IOPE	13.6
8位	コーセー	61.7	23位	アルビオン	23.2	36位	MINON	11.8
9位	THE FACE SHOP	61.2	24位	3CE	21.6	37位	ちふれ	11.7
10位	DHC	54.6	25位	マンダム	19.4	38位	メナード	9.3
11位	ETUDE HOUSE	48.7	26位	KATE	19.0	39位	菊正宗	7.2
12位	ドクターシーラボ	45.6	27位	CANMAKE	18.2	40位	アテニア	5.5
13位	コスメデコルテ	39.7	28位	banila.co	17.9			
14位	MISSHA	38.4						
15位	HERA	36.7						

日本ブランド
韓国ブランド

©Values, Inc.

◆ 全年代で資生堂が認知率1位。30歳以上で特に韓国の雪花秀（ソルファス）の認知率が高い。

続いて年代別の認知率をランキングにすると【図2】、全年代で資生堂が1位となりました。2位には30歳未満では低価格帯ブランドのinnisfree、30歳以上では高価格帯ブランドの雪花秀と、いずれも韓国を代表するブランドが位置づけています。雪花秀は30歳未満では比較的下位となった一方、innisfreeは逆に35歳以上で下位となっており、年代による人気差が強く表れました。24歳以下では日本のドクターシーラボも8位となっており、若年層ほど低価格で親しみやすいブランドが人気を集めている様子がうかがえます。

【図2】 中国人女性(*)の日韓化粧品ブランドの年代別認知率 (* 越境ECの利用習慣と訪日経験のある方)

ランク	女性24歳以下	女性25～30歳未満	女性30～35歳未満	女性35～40歳未満	女性40歳以上
1位	資生堂	資生堂	資生堂	資生堂	資生堂
2位	innisfree	innisfree	雪花秀	雪花秀	雪花秀
3位	SK II	SK II	innisfree	雪肌精	LANEIGE
4位	LANEIGE	LANEIGE	LANEIGE	花王	花王
5位	ETUDE HOUSE	花王	SK II	SK II	SK II
6位	雪花秀	THE FACE SHOP	雪肌精	LANEIGE	コーセー
7位	花王	雪花秀	コーセー	コーセー	innisfree
8位	ドクターシーラボ	雪肌精	THE FACE SHOP	innisfree	雪肌精
9位	THE FACE SHOP	コーセー	花王	THE FACE SHOP	DHC
10位	雪肌精	ETUDE HOUSE	DHC	DHC	THE FACE SHOP

日本ブランド
韓国ブランド

©Values, Inc.

■ 中国人の消費、Web 市場の実態がわかる！中国市場調査サービスについて

当社の中国市場調査サービスでは、本調査の内容に限らず中国人の消費生活全般について様々なテーマのマーケティング調査をご提供いたします。訪日旅行をテーマとした定期調査レポートの刊行や、EC モール上での購買状況データの販売も行っているほか、過去の調査結果をふまえた中国市場セミナーも定期開催しております。

- 中国市場調査サービスの概要はこちら

<https://www.valuesccg.com/service/china/>

- 中国市場セミナーの情報はこちら

https://www.valuesccg.com/information/detail/seminar_1002

■ 株式会社ヴァリユーズについて

株式会社ヴァリユーズは、マーケティングノウハウと IT 先端技術を活用して、新たな市場価値の創造をサポートする、事業成長支援企業です。モニター会員の協力により、行動ログとデモグラフィック（属性）情報を活用した次世代マーケティング手法「VALUES eMark+」（ヴァリユーズ イーマークプラス）サービス提供のほか、経営課題のコンサルティングから、課題解決、販売促進の支援まで、独自のノウハウとソリューションで多くの企業を支援しています。

株式会社ヴァリユーズ ホームページ <https://www.valuesccg.com/>

本調査のより詳細なレポートもご提供可能です。

【本件に関するお問い合わせ先】

株式会社ヴァリユーズ 杉山 TEL: 03-6277-6812 E-mail: press@valuesccg.com