

若い中国人カップルに向けた食品ギフトにチャンスあり？

## 中国人の食に対する意識と支出金額調査

- ◆ 水分を大切にしている中国人。“控える”よりも摂り方のバランスを重視。
- ◆ 20代は食事の“回数”、30代からは食事の“質”を意識。
- ◆ 食に最もお金をかけるのは20代男性。パートナーへのプレゼント用？

2018年12月4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および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、中国人の食に対する意識と支出金額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、2位はお菓子でした。また、日本滞在中に限らず、帰国後の越境ECでの購入率もお菓子が2位となっています。お菓子に限らずインスタント食品や健康食品など、数多くの訪日中国人が日本の食品を購入していますが、中国人は食について何を意識し、食品を購入しているのでしょうか。本調査では、越境ECの利用習慣及び訪日経験のある中国人の食に対する意識や食品への支出金額を探りました。

\*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](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に対して、食品ブランドの認知、購買状況や越境ECの利用状況、食生活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

※ 本調査対象者数: 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: 1,032 ss

## ● 結果サマリー ●

## ◆ 水分を大切にしている中国人。“控える”よりも摂り方のバランスを重視。

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に対して食生活の中で普段意識していることを聴取したところ【図 1】、意識している人の多い順に「水分を 2000 cc (8 杯) とる」「野菜・海藻・キノコ類を多く食べる」「朝食をきちんととる」と並びました。中国には「水能治百病 (水がどんな病気にも効く)」という言葉がありますが、水分を大切にしている意識は中国人に広く浸透しているようです。

上位にはバランスの良い食事や栄養の摂り方に関する項目が並ぶ一方、日本ではよく話題になる食べ過ぎや糖質、脂質などを“控える”項目は比較的下位に収まりました。中国人には健康な食生活についてポジティブな考え方をしている人が多いのかもしれませんが。

【図1】 中国人(\*)が食生活の中で意識していること (\* 越境ECの利用習慣と訪日経験のある方)

Q10 あなたが食生活の中で、日頃心がけていることをすべてお選びください。 n = 1,032

1位	水分を2000cc(8杯)とる	69.7	11位	塩分を控えるようにする	40.2
2位	野菜・海藻・キノコ類を多く食べる	67.9	12位	よく噛むようにする	40.2
3位	朝食をきちんととる	64.5	13位	自炊する	39.7
4位	新鮮な食材を選ぶ	64.4	14位	乳製品や発酵食品を多くとる	35.0
5位	1日3食食べる	60.1	15位	健康食品やサプリメントをとる	31.4
6位	栄養バランスを考える	55.9	16位	間食・夜食をしない	27.3
7位	食べ過ぎないようにする	49.8	17位	産地や生産国を確認する	25.2
8位	糖質や脂質をとりすぎない	47.4			
9位	加工品や添加物は取らないようにする	46.5			
10位	カロリーを気にする	43.3			

©VALUES, Inc.

◆ 20代は食事の“回数”、30代からは食事の“質”を意識。

続いて意識している人の多い項目を性年代別のランキングにしました【図2】。

男性の30歳未満と女性の24歳以下では「1日3食食べる」が比較的上位にあり、若い世代では食事回数への意識が強いようです。一方、男性の30歳以上では「栄養バランスを考える」が比較的上位にあるほか、女性の35歳以上では「野菜・海藻・キノコ類を多く食べる」が「水分を2000cc(8杯)とる」よりも上位にあり、食事の“質”を気にする人の多いようすがうかがえました。特に「野菜・海藻・キノコ類を多く食べる」は年代が上がるほど上位になる傾向が見られ、繊維質の摂取は年代が上がるにつれて重視されているようです。

【図2】中国人(\*)の食生活に関する性年代別意識項目 (\* 越境ECの利用習慣と訪日経験のある方)

男性全体		男性 24 歳以下	男性 25 ~30歳未満	男性 30 ~35歳未満	男性 35 ~40歳未満	男性 40 歳以上
n=	386	49	63	107	67	100
1位	水分を2000cc(8杯)とる	水分を2000cc(8杯)とる	水分を2000cc(8杯)とる	水分を2000cc(8杯)とる	水分を2000cc(8杯)とる	新鮮な食材を選ぶ
2位	野菜・海藻・キノコ類を多く食べる	1日3食食べる	1日3食食べる	栄養バランスを考える	野菜・海藻・キノコ類を多く食べる	野菜・海藻・キノコ類を多く食べる
3位	新鮮な食材を選ぶ	野菜・海藻・キノコ類を多く食べる	野菜・海藻・キノコ類を多く食べる	野菜・海藻・キノコ類を多く食べる	栄養バランスを考える	栄養バランスを考える
4位	栄養バランスを考える	新鮮な食材を選ぶ	新鮮な食材を選ぶ	新鮮な食材を選ぶ	新鮮な食材を選ぶ	水分を2000cc(8杯)とる
5位	1日3食食べる	食べ過ぎないようにする	栄養バランスを考える	1日3食食べる	1日3食食べる	食べ過ぎないようにする

女性全体		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
n=	647	92	114	259	90	91
1位	水分を2000cc(8杯)とる	水分を2000cc(8杯)とる	新鮮な食材を選ぶ	水分を2000cc(8杯)とる	新鮮な食材を選ぶ	野菜・海藻・キノコ類を多く食べる
2位	野菜・海藻・キノコ類を多く食べる	1日3食食べる	野菜・海藻・キノコ類を多く食べる	野菜・海藻・キノコ類を多く食べる	野菜・海藻・キノコ類を多く食べる	水分を2000cc(8杯)とる
3位	新鮮な食材を選ぶ	野菜・海藻・キノコ類を多く食べる	水分を2000cc(8杯)とる	1日3食食べる	水分を2000cc(8杯)とる	新鮮な食材を選ぶ
4位	1日3食食べる	新鮮な食材を選ぶ	1日3食食べる	新鮮な食材を選ぶ	1日3食食べる	1日3食食べる
5位	栄養バランスを考える	食べ過ぎないようにする	栄養バランスを考える	栄養バランスを考える	栄養バランスを考える	食べ過ぎないようにする

©VALUES, Inc.

◆ 食に最もお金をかけるのは 20 代男性。パートナーへのプレゼント用？

さらに意識だけでなく、食品に対する 1 か月あたりの支出金額についても聴取しました【図 3】。

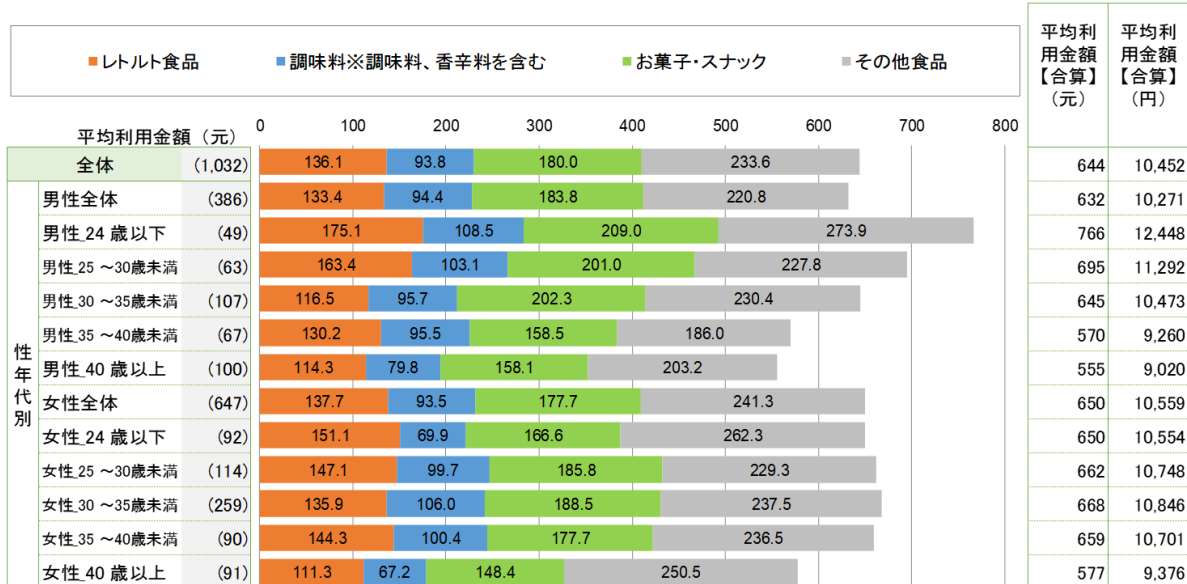
男女とも 40 歳以上の支出額が最も小さかった中で、最も支出額が大きかった層は男性の 24 歳以下でした。また、男性では若い人ほど支出額の大きい傾向が顕著に見られます。項目別に見ると、特に「お菓子・スナック」への支出額に 35 歳前後で大きく差があることがわかりました。

若い中国人男性には食にこだわる人が多いのかもしれませんが、直近のヴァリユーズの調査（訪日中国人定期調査レポート）では訪日中国人の 3 割がお土産用にお菓子を買っているというデータもあり、ひょっとすると友人やパートナーへのプレゼント用にお金をかけているのかもしれません。

この調査結果から、若い中国人カップルに向けた食品ギフトにチャンスあり、と見ることもできます。

【図 3】 中国人(\*)の食品に対する性年代別月間支出額 (\* 越境ECの利用習慣と訪日経験のある方)

Q11 過去1年間を振り返って、あなたは1ヶ月当たり以下の食品において、いくらぐらいお金を使っていますか。それぞれについて、あてはまるものをお選びください。



※ 1元 = 16.24円 (2018年8月8日時点) として計算

©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](https://www.valuesccg.com/information/detail/seminar_1002)

## ■ 株式会社ヴァリューズについて

株式会社ヴァリューズは、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+」（ヴァリューズ 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。

株式会社ヴァリューズ 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】

株式会社ヴァリューズ 杉山 TEL: 03-6277-6812 E-mail: [press@valuesccg.com](mailto:press@valuesccg.com)