

お客様各位

インバウンド自主企画調査 紹介資料 (中国・台湾・香港)



株式会社インテージヘルスケア



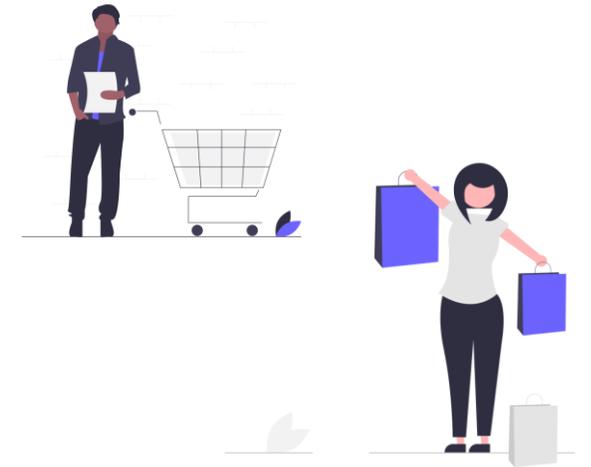
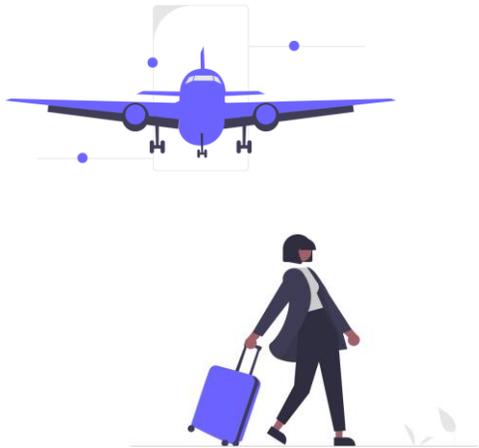
調査背景・目的

2022年10月、新型コロナウイルス感染症対策として実施されていた入国制限が緩和され、訪日外国人旅行者数は急速に回復しています。日本政府観光局によると、2023年8月の訪日外客数は、2019年同月比86%の215万人となり、新型コロナウイルス拡大後初めて8割を超えました。

今後もインバウンド需要はますます回復すると予想されています。訪日外国人旅行者数が右肩上がりに回復している今、インバウンドに向けたプロモーション施策等をご検討されている企業様も増えております。

効果的なアプローチを検討する上で、 インバウンドの消費について深く知る必要がある

訪日外国人旅行者のインバウンド消費に対する実態や意向を深く知り、インバウンド消費に対するプロモーション施策等の検討材料とするデータの取得を目的として、本調査を企画いたしました。



自主企画レポート内容と活用イメージ

インバウンド ご担当様のお悩み

中華圏（中国・台湾・香港）
のインバウンド促進といっても...
そもそも**市販薬やサプリ等に
特化した基礎情報**がない...
コロナ明けの実態がわかる資
料がない...
インバウンド購買に特化した
情報がない...



本レポートでわかる事



中国・台湾・香港国内外における
**日本の市販薬・サプリメント等の
購入実態**がわかる



各国の**コロナ前後の日本旅行や買
い物、市販薬等の購入意向の変化**
やその理由がわかる（経済事情？
モノ→コト消費？越境EC？愛国消
費？...等）



来日意向者の**日本での市販薬等の
購入意向・情報収集の方法や内
容・購入意向チャンネル**がわかる
（コロナ前後の変化も把握）

活用イメージ



3か国での現地⇄インバウンド
全体戦略策定の基礎資料に！

今後の**マーケティング戦略方
向性**の検討材料に！

インバウンド購入促進施策の
検討材料に！

調査設計

調査手法	インターネット調査																					
調査国	中国 ・ 台湾 ・ 香港 ※中国はインバウンド旅行者が多い上海、北京、成都、広州居住者																					
																						
対象者条件	対象者条件 <ul style="list-style-type: none"> スクリーニング調査：20代-50代男女 本調査：今後日本に旅行に行く予定の人 ※市販薬を日本で購入しない人は可能な限り除外 ※調査はスクリーニングと本調査を一体型で実施																					
サンプル数	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">国</th> <th>スクリーニング (20～50代男女)</th> <th colspan="2">本調査 (日本への旅行予定者)</th> </tr> <tr> <th>回収数</th> <th>割付 (目標)</th> <th>回収数</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>中国</td> <td>854s</td> <td>50人×性年代8セル</td> <td>432s</td> </tr> <tr> <td>台湾</td> <td>549s</td> <td>30人×性年代8セル</td> <td>292s</td> </tr> <tr> <td>香港</td> <td>386s</td> <td>30人×性年代8セル</td> <td>260s</td> </tr> </tbody> </table>			国	スクリーニング (20～50代男女)	本調査 (日本への旅行予定者)		回収数	割付 (目標)	回収数	中国	854s	50人×性年代8セル	432s	台湾	549s	30人×性年代8セル	292s	香港	386s	30人×性年代8セル	260s
国	スクリーニング (20～50代男女)	本調査 (日本への旅行予定者)																				
	回収数	割付 (目標)	回収数																			
中国	854s	50人×性年代8セル	432s																			
台湾	549s	30人×性年代8セル	292s																			
香港	386s	30人×性年代8セル	260s																			
実施時期	2023年11月24日 (金) ～11月29日 (水)																					
調査実施機関	株式会社インテージヘルスケア																					

調査項目

スクリーニング設問

- 居住地域
- 性年代
- 職業
- 世帯月収
- 購入経験カテゴリー（市販薬・サプリメント等）
（日本製品購入/そのうち子供用製品購入/日本での購入/国内での購入/越境ECでの購入）
- コロナ以前（2019年以前）と現在の意識の変化
（日本への旅行意向・日本での買い物意向・日本での市販薬等購入意向・日本での買い物予算・日本での市販薬等購入予算）強まった/増えた～弱まった/減った（5段階）
- コロナ前後の意識の変化理由（上記5項目の変化について）
（経済事情、モノ→コト消費、越境ECで買う、愛国消費、高い...等）
- 訪日経験と意向の有無
（過去訪日経験・10年以内訪日経験・コロナ後訪日経験・今後訪日以降・今後訪日予定）
- （日本旅行意向者）市販薬・サプリ等購入意向
（カテゴリー別に聴取）

20～50代男女全員に聴取

本調査 共通設問

日本旅行予定者に聴取

※下記はすべてコロナ前の実態、後（予定）の両方を聴取

- 日本への旅行目的（観光、買い物など）
- 日本で市販薬を買う場合どこで情報収集をしているか（買い物全般/市販薬等を買う場合）
SNS、ブログ、ウェブサイト 等）
- 日本で市販薬を買う場合、どのような情報を収集しているか（買い物全般/市販薬等を買う場合）おすすめ製品、おすすめなお店、各製品の製品情報 等
- 日本で市販薬を買う場合、どこで買い物をするか（買い物全般/市販薬等を買う場合）
ドラッグ、EC、他 等

参考：聴取市販薬・サプリメント・その他カテゴリー一覧

Q5 購入経験を聴取したカテゴリー

市販薬・健康食品・サプリメント

1	栄養ドリンク ※体に必要な栄養素を補い、体の機能を強化するために摂取するドリンクタイプの栄養剤
2	滋養強壮剤（錠剤・カプセルなど、ドリンク以外のもの） ※体に必要な栄養素を補い、体の機能を強化するために摂取する錠剤やカプセルなどの栄養剤
3	漢方薬（漢方薬専門店で買う漢方薬は除く）
4	薬用酒（漢方薬専門店で買う薬用酒は除く）
5	美容ドリンク
6	マルチミネラル
7	マルチビタミン
8	ビタミンB群（ビタミンB1, B2, B6, B12など）
9	ビタミンC
10	ビタミンE
11	カルシウム
12	鉄
13	コラーゲン
14	乳酸菌・ビフィズス菌
15	その他の健康食品・サプリメント

内服タイプのOTC医薬品

16	風邪薬
17	抗アレルギー薬・鼻炎治療薬
18	解熱鎮痛剤
19	咳止め・去痰剤
20	口腔咽喉薬・口腔内の殺菌 ※口内炎・喉の殺菌・消毒や喉のあれ・痛み・はれなどの緩和のために舐めたり喉にスプレーをしたりするもの（例：薬用のど飴・トローチ、スプレーなど）
21	乗り物による酔いの酔い止め
22	睡眠導入剤・睡眠薬
23	胃腸薬 ※胃腸の症状の緩和のために服用する医薬品
24	整腸薬 ※便秘を整える、軟便・下痢などの緩和のために服用する医薬品
25	内服する便秘薬 ※便秘緩和のために使用する内服薬
26	シミそばかす治療薬
27	その他の内服タイプのOTC医薬品

外用タイプのOTC医薬品

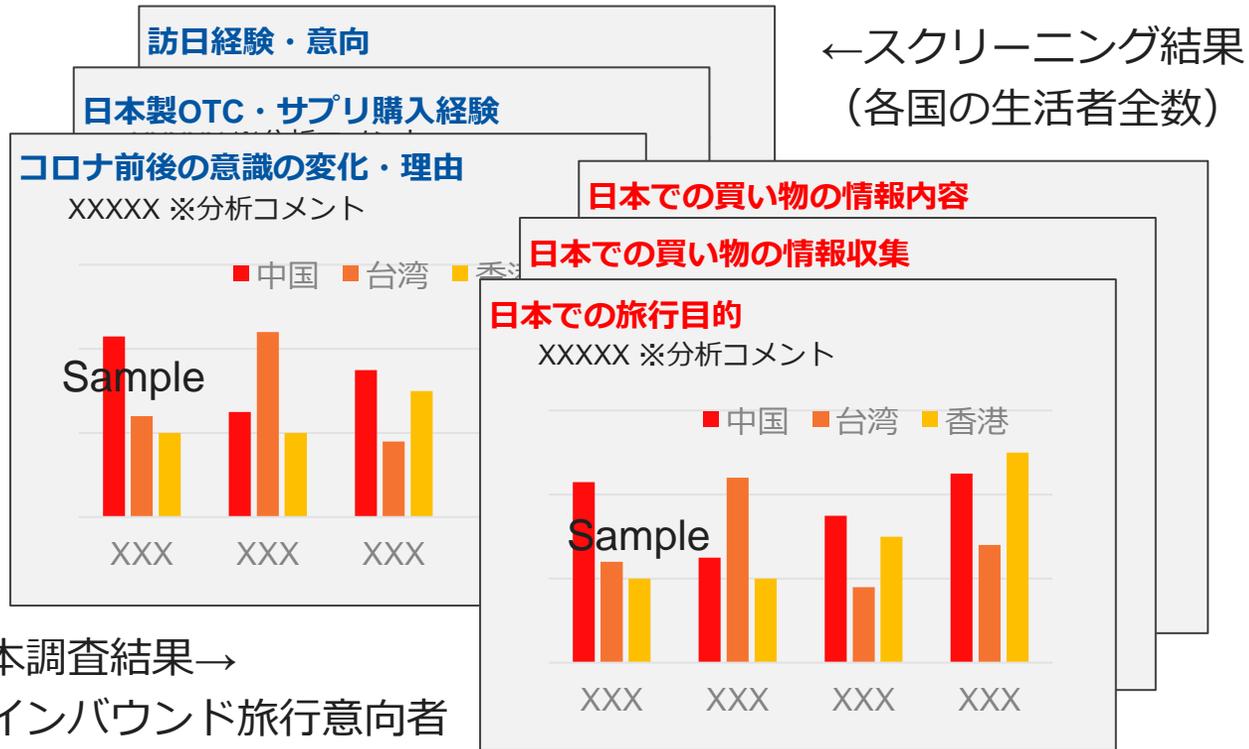
28	外用鎮痛・消炎剤 ※腰痛、関節痛、筋肉痛、打撲、肩こりなどによる痛みやこりの緩和のために使用する外用剤
29	皮膚用剤：肌あれ・湿疹・かぶれなどのための治療剤
30	皮膚用剤：かゆみ止め
31	皮膚用剤：保湿剤
32	目薬（洗眼液は含まない） ※目に直接投与する液状の薬剤。洗眼液は含まない
33	育毛剤・養毛剤
34	頭皮のフケ・かゆみのための頭皮剤
35	坐剤などの内服しない便秘薬 ※便秘緩和のために使用する外用剤
36	その他の外用タイプのOTC医薬品

医療器具・衛生用品

37	腰・ひじ・ひざなどのサポーター
38	マスク
39	うがい薬
40	マウスウォッシュ
41	皮膚用殺菌消毒剤
42	消毒スプレー
43	除菌用ウエットシート
44	この中には一つもない

納品物イメージ

パワーポイント報告書（各国別の結果＋分析コメント）



エクセル集計表

上記グラフの元データ&クロス
集計表（国・性年代別）



※レポートの著作権はIHCに帰属します。

御見積・納品タイミング

ご納品物	価格（税抜）
<ul style="list-style-type: none">➤レポート(PPT)➤集計表 (Excel)	3か国合計 150万円

※ご発注の翌営業日にご納品いたします。



Healthier Decisions

我々は情報に命を与え、医療を享受する人、医療を提供する人、
健康を願うすべての人々が納得の選択をするための力となります