

インバウンド自主企画調査



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把握できる

1 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

2 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)

**3 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

- ・調査方法：インターネット調査
- ・調査国：中国・台湾・香港
- ・調査対象：20～59歳の男女 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
- ・有効回収数：約1000サンプル

納品物

- ・分析レポート (PDF)
- ・エクセル集計表 (国・性年代別)

価格 (税別)

3か国合計 150万円 (税抜き)

サービスへのお問合せ

株式会社インテージヘルスケア
ヘルスケアリサーチ1部

【担当】 田村、氷高、青木
※上記担当までお問合せください。

〒101-0062
東京都千代田区神田駿河台4-6
御茶ノ水ソラシティ13階
www.intage-healthcare.co.jp