

2015/10/30

曲阜師範大学
交換留学現地レポート

国際文化学科 3 年 13011006 伊東万里子

「爆買い」はなぜ起こるのか ～中国国内にいる立場から考える～

ここ一二年、日本では度々中国人による爆買いがニュースになっている。まずこの爆買いとは何なのか、Weblio 辞書にはこのように書かれてある。「中国人観光客が日本を訪れ、日本製の製品やブランド品などを貪欲に購入するさまを指して用いられる表現。中国語系メディアでは「爆買日本」などのようにも記述されている。中国人の日本での爆買いは 2010 年代半ばに特に顕著になりつつある。」^{【注 1】}この訪日中国人観光客の爆買いは、先日 10 月 1 日から 7 日の中国の国慶節という祝日の時期に、日本でも中国でもニュースになった。今回はこの爆買いについて、以下の二点で考察する。

- 1、訪日中国人観光客による爆買いの現状
- 2、爆買いが起こる理由

1、訪日中国人観光客による爆買いの現状

訪日中国人観光客の数は年々増加している。2013 年訪日中国人観光客累計は約 131 万人、2014 年は累計約 241 万人で前年より約 83%増、2015 年 9 月現在は累計約 384 万人で、すでに前年の約 114%増である^{【注 2】}。これらの統計から、この一、二年で訪日中国人観光客数が急激に増えていると言える。他のアジアの地域、韓国や台湾人観光客と比べても、今年は中国人観光客が最も多い。その中で、今年、前年比で観光客数増加が顕著になって表れているのは、2 月の春節、6 月の端午節という中国の連休がある月だ。10 月の国慶節についてのデータは現在まだ記載されていないが、ここでは 7 日間の大型連休であったので、かなりの増加が期待されるだろう。

そんな彼らが主に爆買いしている商品は、酵素ダイエット食品・サプリメント、文房具、カー用品、温水洗浄便座や魔法瓶水筒、カイロなどの保温系商品、家電製品・AV 機器と言われている^{【注 3】}。また、その際使用する平均支出額は、一人当たり日本円で約 27 万円である。また、訪日中国人観光客の 11%に、1 度の訪日で 50 万円以上を買い物だけで消費している人々がいるという^{【注 4】}。

2、爆買いが起こる理由

何か事象が起こるとき、その理由はもちろん数え切れないほどある。しかしながら、今回はその中の5つに注目して日本で中国人観光客による爆買いが起こる理由を、現在中国国内で生活している身としての意見も交えつつ考察することとする。

まず一つ目の理由として、中国の急激な経済発展によって、日本語で言う「お金の余裕がある人」が急激に、また大幅に増えたことにあると言える【注5】。ここで敢えて「お金持ち」と言わないのは、この日本で生活用品を爆買いする中国人観光客は、本当のお金持ちとは少し違うのだというのが中国にいる中国人の感覚だからだ。中国国内から一般的に見れば、どちらかと言えば経済的余裕があるという程度だ。本当の上層部のお金持ちは生活用品をすでに良質なものに揃えているため、爆買いをするならブランド製品やオーダーメイド製品などの贅沢品になる。そのため、文房具や家電、カー製品の生活必需品を爆買いするのは、最近お金を持つようになった中国人観光客という印象があるようだ。

二つ目は、日本に行きやすくなったという点だ。まず、日本政府の中国人に対するビザ発給要件緩和が2015年1月6日に開始されたことが挙げられる【注6】。そして、アベノミクスによる円安効果が急激に進んだことも挙げられる【注7】。また、中国から日本は距離が近く、飛行機代などの国際旅費も他の国々に比べたら比較的安く、移動時間も比較的短い。これらによって、日本は中国人にとって行きやすい国になった。

三つ目は、日本製品の印象の良さである。中国人にとって日本製品は安心感がある。また、食品は健康に良く安全であり、家電の品質も良いという印象が強い。中国国内には間違った日本語表記の製品も多く販売されている。意味は完全に分からなくとも日本語表記があれば、それだけ製品のイメージアップを望めるということも言えるであろう。

四つ目は、現代中国に大きく反映されている「中国面子文化」が挙げられる【注8】。中国人にとって「面子」は切っても切れない感覚だ。海外旅行に限らず、中国人が人に何かを贈るという行為には必ず意味が込められている。「ものを贈る」という行為自体が、その贈る相手に対する好意を伝える手段であり、贈る商品の値段や入手の難しさ、持ち運びの大変さといった価値が、相手に対する評価を表す尺度になっている。そういったことから、日本でしか買えない限定商品や、良質の日本製品をお土産として渡し、そこで渡す側の「面子」が保たれるのだ。

そして最後に五つ目は、中国人はとにかく多いということが言える。現在、日本を訪れる外国人観光客の中で、韓国、台湾、香港を追い越し、飛び抜けて中国人が多いのだが、中国人口の全体で考えると2014年に日本を訪れたのは単純計算で約36%となる【注9】。つまり、中国国内での感覚は、全ての人々が日本旅行をするのではなく、お金の余裕がある一部の、一般とは少し違った生活水準の人々が日本旅行に行っている、という感覚なのだ。彼らは、お金のことは後回し、価格や量は後から考え、まず自分の欲しいものを買うのが一番だという考えを持っている。しかもそういった感覚を持つ人々が総体数で見れば多いので、結果爆

買いが起こると考える。

もちろん理由は他にも多くあると考えるが、今回はこの五つで考察してみた。中国で生活する立場として、今まで考え付かなかった、中国人が思う自分たち中国人の印象を少しずつ理解できるようになった。爆買いが起こり、ニュースになることで、私は日本人の中国人に対する印象が変化すると考える。日本にいる日本人にとっては、日本に来る中国人観光客が「中国人像」であって、中国国内で見ると日本旅行をした中国人は 4 割に満たない程度だが、日本人にとってはすべての中国人がこのような爆買いをすると印象づいてしまっているのだ。今後も増えると予想する訪日中国人観光客について注目していきたい。

【注】

(1) Weblio 辞書「爆買い」 2015/10/28 閲覧

<http://www.weblio.jp/content/%E7%88%86%E8%B2%B7%E3%81%84>

(2) 日本政府観光局 (JNTO) 統計データ (訪日外国人・出国日本人)

訪日外客数の動向・国籍/月別 訪日外客数 (2003 年～2015 年) 2015/10/30 閲覧

http://www.into.go.jp/jpn/reference/tourism_data/visitor_trends/

(3) Yahoo!Japan ニュース「訪日中国人が「爆買い」したいもの、1 位はあの商品」

http://headlines.yahoo.co.jp/hl?a=20151012-00000028-economic-bus_all 2015/10/30 閲覧

(4) 実践 インバウンド最前線 #05 平均購入金額 100 万円の超・爆買い層 “ミリオンショップパー” から見る、「爆買い・ウワサの真偽。」 2015/10/30 閲覧

<http://dentsu-ho.com/articles/3097>

(5) なぜ中国人は日本の百貨店や家電量販店で爆買いできるのか 2015/10/30 閲覧

<http://omiyagejapan.blue/news/whybakugai.html>

(6) 外務省ホームページ「中国人に対するビザ発給要件緩和」 2015/10/30 閲覧

http://www.mofa.go.jp/mofaj/press/release/press4_001624.html

(7) 注 5

(8) 深層中国 ～巨大市場の底流を読む 第 67 回 ・中国人観光客「爆買い」の心理 ～お土産と面子 (メンツ) の構造を考える 2015/10/30 閲覧

<https://www.blwisdom.com/strategy/series/china/item/10046/10046.html?start=2>

(9) 2014 年現在中国人口は約 14 億で、2014 年訪日中国人観光客数は約 241 万人。リピーター率などは書かれていないので今回は単純計算をして、訪日中国人観光客数は中国人口の約 36%とした。

「世界の経済・統計 情報サイト・アジアの人口ランキング」より 2015/10/30 閲覧

http://ecodb.net/ranking/area/A/imf_lp.html

<参考文献>

(1)「日本为何理解中国爆买客,不只是钱的事」2015年03月02日14:33 新闻专栏
2015/10/30 閱覽 <http://news.sina.com.cn/zl/zatan/2015-03-02/14333300.shtml>

(2)「中国人为何“爆买”日本」2015-10-29 20:08:21 来源:中国新闻周刊(北京)
2015/10/30 閱覽 <http://news.163.com/15/1029/20/B74DGC3500014AEE.html>