

訪日中国人の消費の軸足が「モノ」から「コト」に向かっている。1～7日の中国の国慶節（建国記念日）に伴う大型連休では、食事や文化体験など日本ならではの体験が重視された。一方、高級ブランド品などを大量に買う「爆買い」は影を潜め、日用品を購入する旅行者が目立った。

国慶節訪日客 コト消費熱く

温泉や伝統芸能 買い物は日用品に

長蛇の列ができていた。母親と一緒に来日した四川省出身の洪潤蕾さん（25）は滞在中にすしやラーメンなどの日本食に舌鼓を打った。「東京は混んでいるから」と伊豆も訪れ、人生初の温泉を楽しんだ。最終日は都内で「化粧品や薬などの生活用品を買った」という。JTBは1～7日、訪日外国人向けのツアーを



京急電鉄の羽田空港の観光案内所には昨年の3倍の中国人が訪れた（7日）

予約した中国人が前年同期比で70%増となった。は羽田空港国際線ターミナル駅の観光案内所を訪れた中国人の人数が前年

の3倍。昨年に比べ鉄道「ちていた」と話す。を使って個人で旅行する人が目立ったという。小売店では売れ筋が高額品から日用品に移った。三越伊勢丹ホールディングスによると海外からの来店者は昨年より増えたが、1人当たりの販売額は下落。全体の売上高は昨年に届いていないという。免税店大手のラオックスの羅怡文社長は「今年もそれなりの勢いはあったが、最初の2日間はずっと単価が落

ちていた」と話す。一方、ドラッグストア大手のマツモトキヨシは、免税品の売上高が昨年を上回ったもようだ。化粧品や薬などの日用品が好調だった。小売店や旅行会社で組織するジャパンショップ（東京・港）の新津研一専務理事は「訪日客の消費意欲は根強い。リピーターが増えて日本的なものに人気が集まっている」と指摘する。