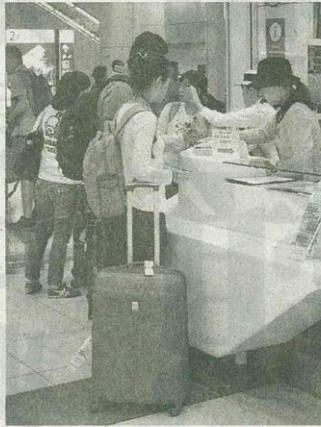


訪日中国人の消費の軸足が「モノ」から「コト」に向かっている。1〜7日の中国の国慶節（建国記念日）に伴う大型連休では、食事や文化体験など日本ならではの体験が重視された。一方、高級ブランド品などを大量に買う「爆買い」は影を潜め、日用品を購入する旅行者が目立った。

国慶節訪日客 コト消費熱く

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

温泉や伝統芸能 買い物は日用品に



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。京都市・祇園で伝統芸能を鑑賞するプランは19倍に

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。大手のマツモトキヨシの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日間はずっと昨年よりも単価が落

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（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いる」と指摘する。