



JSTO ショッピングノート vol.02



中国SNSで話題！

日本の「地方名産品」



提供：
JSTOスタッフ 高蕾

2025.june 



中国市場の背景

今、中国人がSNSで拡散する
日本の「地方名産品」

中国人ゲストのお土産の変化

今まで：薬品・化粧品



現在：地元ならではの名産品・体験

旅行中のSNS発信では、
「観光スポット＋現地名産品」の組み合わせコンテンツが多く拡散され、
地方商品の認知が急速に広がっている。

中国人が好む日本の「地方名産品」



- ✓ 品質・産地保証への信頼
- ✓ 健康・機能的重視
- ✓ “映える”ビジュアル重視
- ✓ 文化・体験価値の訴求



人気のポイント1

品質・産地保証への信頼

熟成や認証、職人技を見ることで「本物」を実感できる点を評価している。



- 信州味噌（長野県）
- 飛騨牛ジャーキー（岐阜県）

中国国内にも多くの模倣品や品質にばらつきのある食品が流通している中で、日本の地方から直送される特産品は「産地が明確」「伝統的製法を守っている」といった情報が安心感につながる。

① 信州味噌 (長野県)

人気の理由

「長野県が世界一の長寿県と知られている」という事実と結びつけ、「健康的な食文化を体験したい」という思いで信州味噌を選んでいる。

投稿内容

- ・ 小紅書投稿：約1,200件（#信州味噌対比）
- ・ 抖音動画：約5,500本／総再生：約85,00万回（#信州味噌蔵見学）
- ・ 「1年以上熟成」「無添加」を明示した動画は平均再生約150,000回、いいね300件以上



中国人は、長野の豊かな自然と職人の手さばきを見て、「この土地だからこそ健康長寿を支える味噌が作れる」と感じている。



② 飛騨牛ジャーキー (岐阜県)

人気の理由

飛騨牛を「高級和牛」の代名詞と認識しており、焼肉で味わった後、その風味を手軽に持ち帰りたいと考えている。

投稿内容

- ・ 小紅書投稿：約250件（#飛騨牛ジャーキー）
- ・ 抖音動画：約1,000本／総再生：約12,00万回
- ・ 「飛騨牛ジャーキー vs 通常ジャーキー 比較動画（15秒）」：視聴約80,000回・いいね約120件



「牧場の環境」「厳格な認証制度」「手作業による熟成工程」が見える投稿に信頼を置いている。



画像引用：小红书@J&Bontheroad

人気のポイント2

健康・機能的重視

近年、中国国内でも健康志向が強まっており、「発酵食品」「機能的成分」「低カロリー」といったキーワードが好評を得ている。



- ・ 柚子胡椒（九州地方）
- ・ いぶりがっこ（秋田県）

「食べることで得られる健康効果」を重視する。

① 柚子胡椒

（九州地方）

人気の理由

発酵による深い旨みと柚子の爽快感、唐辛子のピリッとした辛味が絶妙にマッチし、さらにビタミンCやカプサイシンの健康効果が得られる点を評価し、ヘルシー志向の消費者から厚い支持を受けている。

投稿内容

- ・ 小紅書投稿：約3,500件／抖音動画：約12,000本（総再生約230,000,000回）
- ・ 中国のEC購入者も「ピリッとした辛味と爽やかな風味」が日常的な健康食のアクセントになり得る点に魅力を感じ、まとめ買いを行うケースが多い。



画像引用抖音@植野的久久@抖音店铺

② いぶりがっこ (秋田県)

人気の理由

「発酵食品＋低カロリー」という機能性を重視し、ヘルシーなおつまみとしていぶりがっこを高く評価している。

投稿内容

- ・ 小紅書投稿：約300件／抖音動画：約800本（総再生約10,00万回）
- ・ 人気コンテンツ例
- ・ 「大根を燻す」：伝統的な燻製行程を凝縮し紹介
- ・ 「いぶりがっこ＋チーズ ペアリング紹介」：ヘルシーなおつまみとしての食べ方



人気のポイント3

“映える”ビジュアル重視

“見た目重視”や“自分も体験したい”という心理から特に「映え」を求める傾向がある。



- 金箔フェイスパック（金沢市）
- 琉球硝子ミニグラス（沖縄県）

一瞬で視線を奪われる華やかな見た目を見ると、「撮ってシェアしたい」という欲求が満たされるため、特に人気を集めている。

③金箔フェイスパック (金沢市)

人気の理由

中国人は、古来より金を縁起物として重んじ、手頃な価格で高級感を味わえるうえ、視覚的な華やかさを重視するため、特に人気を博している。

投稿内容

- ・小紅書投稿：約650件／抖音動画：約1,200本（総再生約2,000万回）
- ・金箔の煌めきによって視覚的な高級感が瞬時に伝わり、「贅沢なスキンケア体験」を直感的に理解できる点を評価している。



④琉球硝子ミニグラス（沖縄県）

人気の理由

透明感あるガラスに夕日や泡盛が映えるビジュアルを好み、沖縄気分をSNSで手軽に共有できるため、琉球硝子ミニグラスを高く評価している。

投稿内容

- ・ 小紅書投稿：約280件（#琉球硝子）
- ・ 抖音動画：約700本／総再生：約8,000,000回
- ・ 「夕日を背景にミニグラスを光にかざす」シーン → 視聴約50,000回



🇯🇵 把冲绳的玻璃海带回家🌊
这家玻璃杯主打的就是从每一个杯子看见冲绳的玻璃海
每一个杯子都是日本艺术家稻嶺盛吉生前的纯手工作品
都是独一无二 不一样滴～
是只有冲绳才有的颜色哦～#大海的颜色
好喜欢这种有意义 又独一无二的东西啊🥰🥰



人気のポイント4

文化・体験価値の訴求

単なる物の購入ではなく、体験そのものが思い出となり、誰かに話したくなるストーリーになることで、購入意欲が高まると感じている。



- ・ 阿波藍染め（徳島県・阿波市）
- ・ 越前打刃物（福井県）

中国国内にも非遺が存在する中で、「日本の伝統技術そのものを体験したい」という本物志向が強まり、実際に手を動かすワークショップ型商品に注目している。

① 阿波藍染め

（徳島県・阿波市）

人気の理由

中国にも藍染の非物質文化遺産がある一方で、今年SNSで「japan blue」というワードが拡散されたことで新たに「日本の藍染」への関心が高まり、実際に体験してみたいという興味を抱いている。

投稿内容

- ・ 小紅書投稿：約440件（#阿波藍染め）／抖音视频：約1,100本（総再生約28,000,000回）（#藍染体験）
- ・ 実際に藍染めでスカートなどを作る体験ができ、完成品を写真撮影してSNSに投稿する女性が多く、旅行中の“映え”と体験欲を同時に満たせる点を評価している。



②越前打刃物 (福井県)

人気の理由

打刃物の鍛錬音や研ぎのライブ配信を通じて「本物の職人技」を体験できる希少性を評価している。

投稿内容

- ・ 小紅書投稿：約220件（#越前打刃物）
- ・ 抖音動画：約600本／総再生：約7,000,000回（#伝統工芸体験）
- ・ 金属を叩く「カンッ」という音と火花が“リアルさ”を感じさせると捉え、実際に研ぐ過程とその切れ味を目にすることで、工房訪問やオンライン購入への意欲が高まる。



まとめ

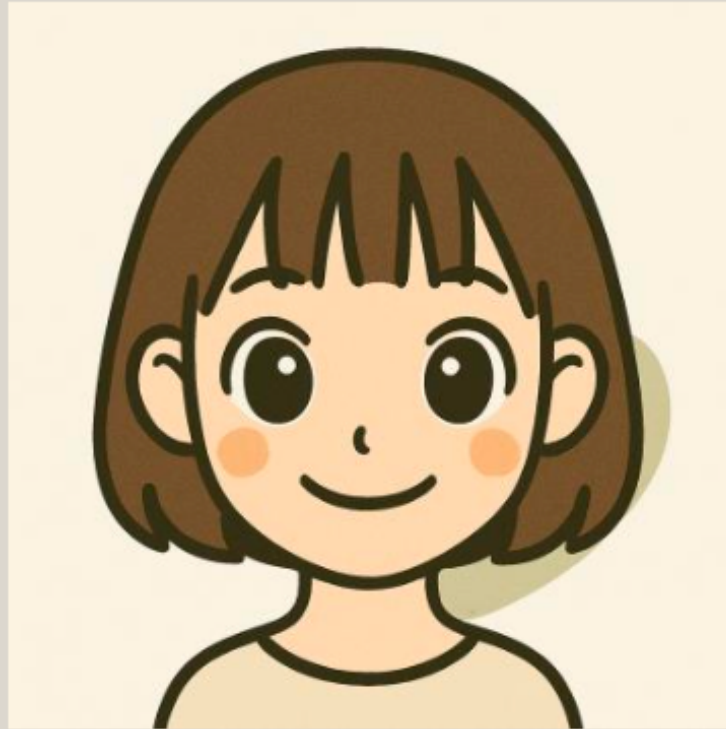
中国人に好まれる 日本の「地方名産品」からみえたヒント

- ✓ 中国人の安心感を確保する
- ✓ インパクトで中国人の”撮ってシェアしたい”心理を刺激する
- ✓ 作られている現場や職人技をみせ、「自分も体験したい」という旅行欲を喚起する
- ✓ 「おいしさ＋健康」を感覚的に伝わりやすくする

中国人ゲストの好みを的確にキャッチして、
地方商品の販売促進につなげていきましょう！



執筆者・プロフィール



高 蕾 (LEI GAO)
JSTOスタッフ

高 蕾 (LEI GAO)
JSTOスタッフ

中国の大連出身、18歳で日本の大学に留学してから日本在住15年。日本語・中国語のバイリンガル。現在は6歳の息子のママ。

好きなこと：年齢とともに変化する“お買い物”の楽しみ方を探求すること。

専門分野・関心領域:インバウンド市場の動向リサーチ、中国の消費トレンド解析、ライフステージに合わせた購買行動の考察

執筆者から一言

「現地の生きた声を通じて、中国消費者の“今”を正確に捉え、日本の企業・自治体の皆さまが次の一手を見つけるお手伝いをします。」