

「爆買い」イメージの日中比較  
一両国の報道に関する内容分析と若者への  
インタビューをもとにー

筑波大学

図書館情報メディア研究科

2018年3月

徐小鳳

## 目次

1. はじめに.....	3
1.1.研究背景.....	3
1.1.1.来日観光ブーム.....	3
1.1.2.訪日外国人旅行者の消費額.....	4
1.1.3.「爆買い」の登場.....	6
1.2.日中比較について.....	6
1.2.1.日本における多様な意見.....	7
1.2.2.中国における多様な意見.....	7
1.2.3.現在の日中関係.....	8
1.2.4.日中意識の比較.....	12
1.3.研究から見た見通し.....	13
1.4.研究意義.....	13
1.5.先行研究.....	13
1.6.研究目的.....	15
1.7.仮説.....	15
2.調査概要.....	16
2.1.内容分析.....	16
2.1.1.マスメディアの記事分析.....	16
2.1.2.新しいメディアのコメント分析.....	16
2.2.インタビュー調査.....	18
2.2.1.調査方法.....	18
2.2.2.調査内容.....	18
2.2.3.調査対象者.....	18
3.調査実施概要.....	20
3.1.内容分析調査者概要.....	20
3.2.インタビュー調査対象者概要.....	20
3.2.1.質問項目.....	21
4.研究結果および結果の分析.....	22
4.1.朝日新聞と人民日報の記事結果.....	22
4.1.1.朝日新聞における爆買いに好意的な例.....	25
4.1.2.朝日新聞における爆買いに非好意的な例.....	26
4.1.3.朝日新聞における爆買いに中立的な例.....	26
4.1.4.人民日報における爆買いに好意的な例.....	27

4.1.5.人民日報における爆買いに非好意的な例 .....	27
4.1.6.人民日報における爆買いに中立的な例 .....	28
4.1.7.記事のまとめと分析 .....	28
4.2.「Twitter」と「新浪ウェイボ」のコメント .....	29
4.2.1.コメントのまとめと分析 .....	38
4.3. インタビューでの調査対象者各々の回答 .....	38
4.3.1.A さん .....	38
4.3.2.B さん .....	40
4.3.3.C さん .....	42
4.3.4.D さん .....	44
4.3.5.E さん .....	46
4.3.6.F さん .....	49
4.3.7.G さん .....	50
4.3.8.H さん .....	51
4.3.9.I さん .....	52
4.3.10.J さん .....	53
4.4.調査対象者全員のまとめ .....	54
5.結論と考察 .....	56
5.1.結論と考察 .....	56
5.2.今後の課題 .....	57
参考文献 .....	58
謝辞 .....	59
付録 .....	60

## 1. はじめに

### 1.1.研究背景

#### 1.1.1.来日観光ブーム

近年、来日観光者数は急増している。2013 年に初めて 1000 万人を突破したその数は、2014 年は 1341 万人に増え、2015 年は 1973 万人となった。そして、2016 年には 2404 万人を突破した、JNTO<sup>1</sup> が統計を取り始めた 1964 年以降、最多の訪日者数となった。

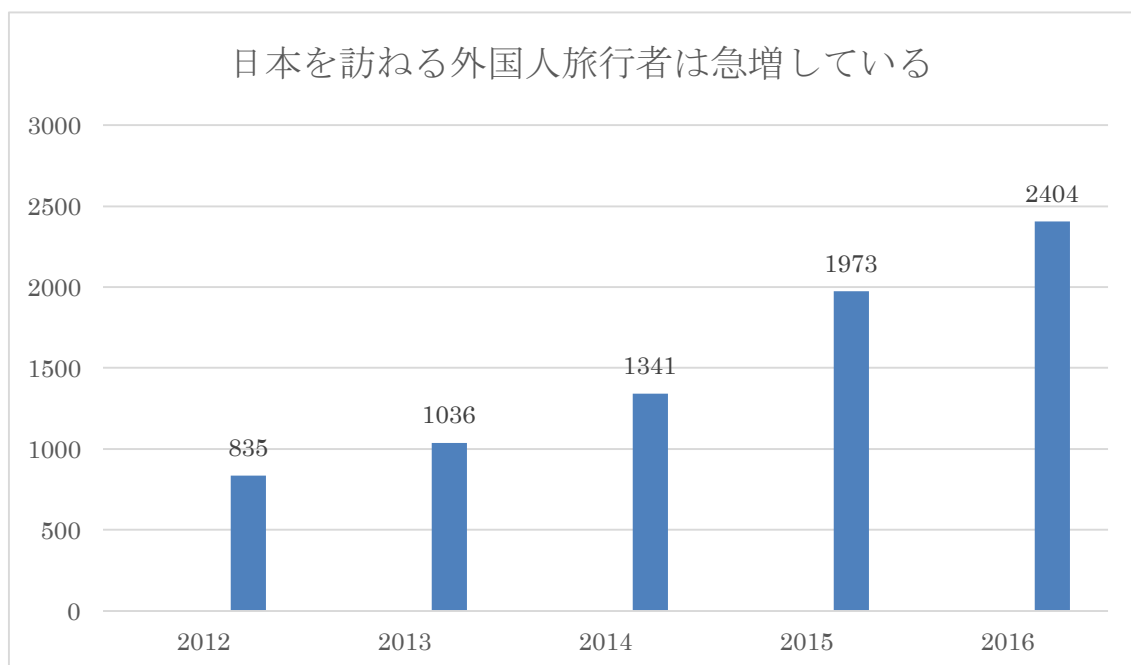


図 1 日本を訪ねる外国人旅行者<sup>2</sup>

<sup>1</sup>日本政府観光局（JNTO : Japan National Tourism Organization、正式名称：独立行政法人 国際観光振興機構）、JNTO は、世界の主要都市に海外事務所を持ち、日本へのインバウンド・ツーリズム（外国人の訪日旅行）のプロモーションやマーケティングを行っている。

<sup>2</sup>図 1 は JNTO からのデータを作った。

この外国人観光客の中で最も多いのは中国人観光客である。2014 年は 240 万人で、その前の年に比べて 83%増加して、話題となった。そして 2015 年は、その数を優に超える 464 万人と、ますます増加した。2016 年は 637 万人で過去最高の記録、昨年に引き続き最大訪日旅行市場となった<sup>3</sup>。

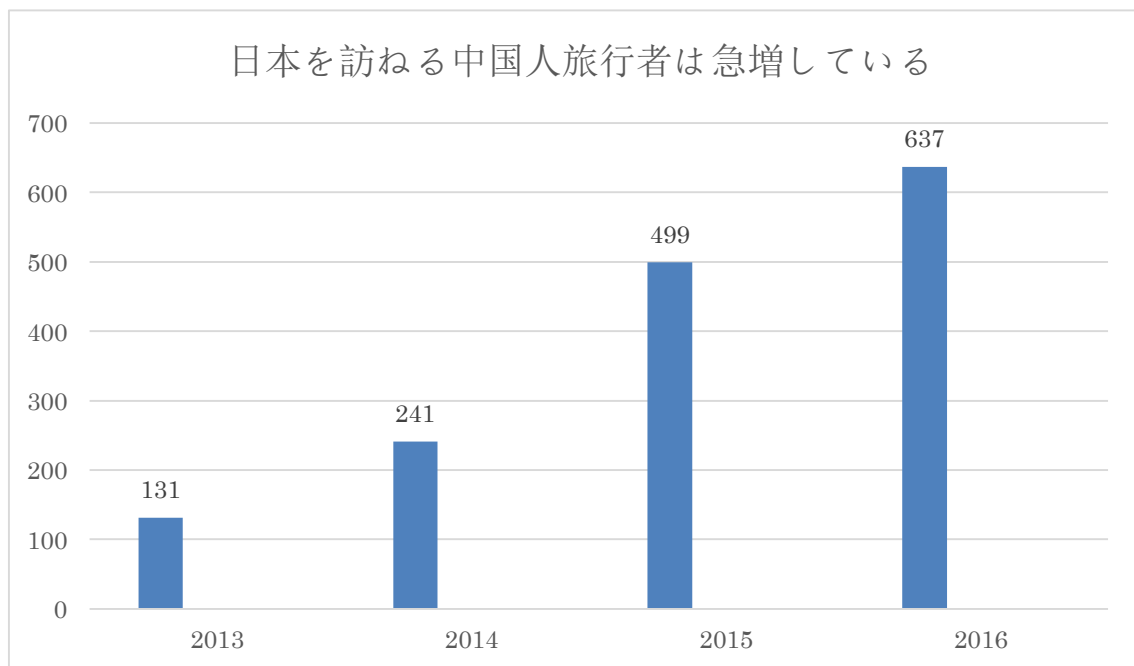


図 2 日本を訪ねる中国人旅行者<sup>4</sup>

### 1.1.2. 訪日外国人旅行者の消費額

平成 28 年の観光庁「訪日外国人消費動向調査」の調査結果から、訪日外国人旅行消費額を国籍・地域別にみると、①中国 1 兆 4,754 億円（構成比 39.4%）、②台湾 5,245 億円（同 14.0%）、③韓国 3,577 億円（同 9.5%）、④香港 2,947 億円（同 7.9%）、⑤米国 2,130 億円（同 5.7%）の順となっている<sup>5</sup>。

<sup>3</sup>データの出典は JNTO からである。

[https://www.jnto.go.jp/jpn/statistics/tourists\\_2016df.pdf](https://www.jnto.go.jp/jpn/statistics/tourists_2016df.pdf)

<sup>4</sup>図 2 は JNTO からデータを作った

<sup>5</sup>データの出典は国土交通省 観光庁、訪日外国人消費動向調査からである。

<http://www.mlit.go.jp/common/001179486.pdf>

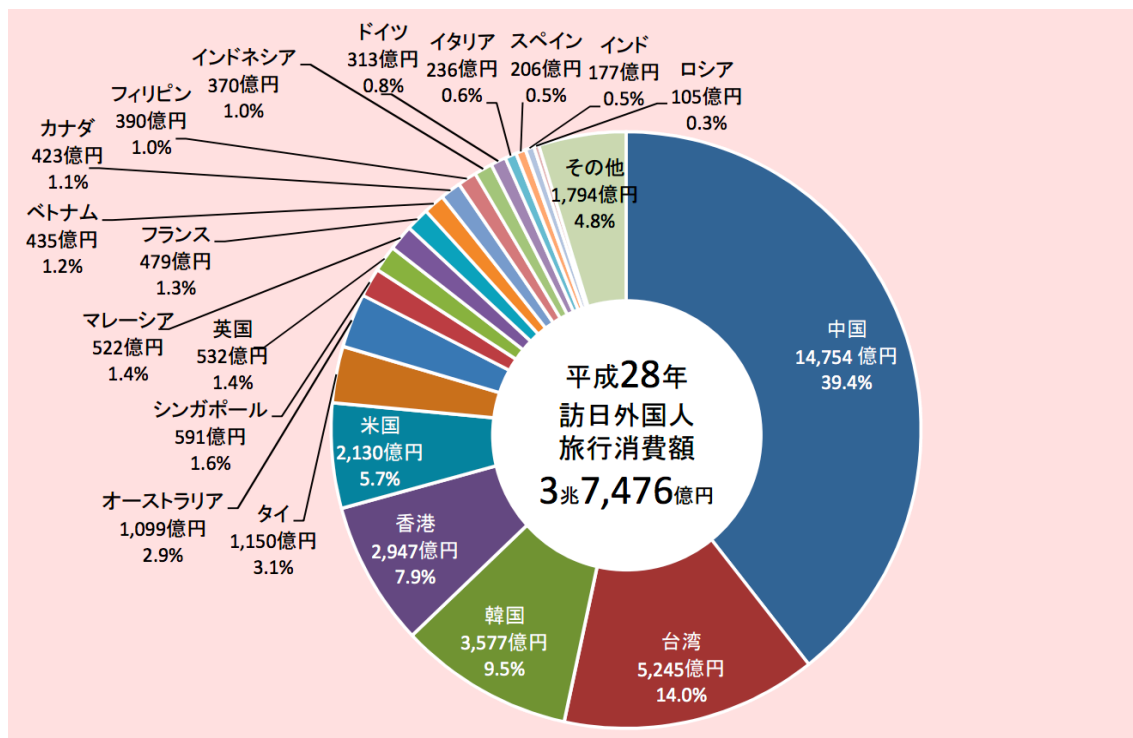


図 3 訪日外国人旅行消費額を国籍・地域別<sup>6</sup>

平成 26 年から平成 28 年まで、旅行消費額を国籍・地域別にみると、いずれの費目も中国が最も高くなっている。特に平成 28 年、中国からの旅行者による旅行消費額のうち、「買物代」は 7,832 億円である<sup>7</sup>。中国人の消費能力は他の国籍・地域と比べ突出して高いと言える。この中国人の旺盛な購買意欲は「爆買い」とよばれる。

<sup>6</sup>訪日外国人消費動向調査.平成 28 年（2016 年）年間値（確報）. P2- P3

<http://www.mlit.go.jp/common/001179430.pdf>

<sup>7</sup>片山 ゆき.中国向け越境 EC、1 兆円市場に拡大・インバウンド消費からの波及効果あり？保険研究部.准主任研究員. 2017-05-15

<http://www.nli-research.co.jp/report/detail/id=55704&pno=2?site=nli>

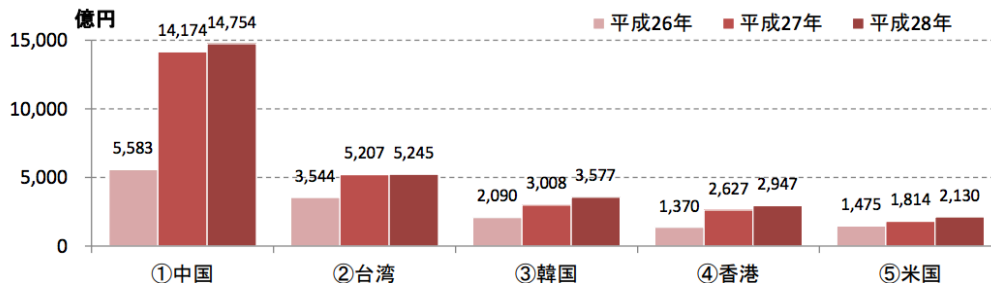


図 4 国籍・地域別にみる訪日外国人旅行消費額の推移<sup>8</sup>

### 1.1.3. 「爆買い」の登場

「爆買い」とは、一度に大量に買うことを表す俗語である<sup>9</sup>。2015 年ユーキャン新語・流行語大賞の年間大賞に選出された用語である。主に来日した中国人観光客が大量に商品を購入することに用いられた。

「爆買い」という言葉が初めて使われたのは、フジテレビが 2009 年 9 月 9 日に放送した（『FNN スーパーニュース』の）「スーパー特報／旋風拡大ニッポン “爆買い” 現場中国人団体ツアーを追え」のコーナーである。新聞記事などは 2015 年春節のころに使われるようになった。

2015 年 2 月の春節休暇<sup>10</sup>に中国人観光客が日本を訪れ高額商品から日用品まで様々な商品を大量に買い込む様子を「爆買い」と表現して、多くの日本メディアが取り上げた。

## 1.2. 日中比較について

来日する中国人観光客の爆買いは日本企業にとってビジネスチャンスとなっている。しかし、ソーシャルメディア上で日本の国民たちは経済利益に対する肯定的な評価より、中国人観光客の爆買い行為に対するネガティブな態度が多い。同様に、中国人の中でもこの行為に対して、ポジティブとネガティブ、双方の態度を持っている。

<sup>8</sup>訪日外国人の消費動向. 訪日外国人消費動向調査結果及び分析. 平成 28 年 年次報告書 <http://www.mlit.go.jp/common/001179486.pdf>

<sup>9</sup>Wikipedia. <https://ja.wikipedia.org/wiki/%E7%88%86%E8%B2%B7%E3%81%84>

<sup>10</sup>中国、台湾などにおいて春節（旧暦正月）の時期にとられる休暇である。

### 1.2.1.日本における多様な意見

2015 年 iRONNA<sup>11</sup>から「日本を訪れる中国人観光客による『爆買い』を歓迎しますか？」という異論テーマがあった。

図 5 の投票結果は 2017 年 12 月 20 日までである。7%の日本人は歓迎し、逆に歓迎しない人は 86%人である。日本の場合はやはり爆買いに対して、ネガティブな態度（歓迎しない）を持っている人が圧倒的に多いことがわかった。



図 5 iRONNA からの投票結果<sup>12</sup>

### 1.2.2.中国における多様な意見

2016 年 7 月 26 日で搜狐ニュース<sup>13</sup>では「大学生の視線から見る中国人の爆買い」という記事を掲載した。調査対象者は全員山東省の中国人である。この記事によると、中立な態度を持った中国人が一番多かった。次はネガティブな態度で、ポジティブな態度が一番少なかった。

また、ポジティブ及び中立な態度を持った人は 10～30 代の若者が多かった。一方、ネガティブな態度を持った人は 40 代上の人が多かった。

<sup>11</sup>iRONNA とは、オンライン、オフラインの世界に散らばるさまざまな意見、解説などをまとめ、ユーザに寄稿や議論の場を提供する総合オピニオンサイトである。

<sup>12</sup>2017 年 12 月 20 日までの投票結果である。 <http://ironna.jp/theme/392>

<sup>13</sup>搜狐は中国人有名なソーシャルメディアである。搜狐ニュースは日本のヤフーニュースと似ている。



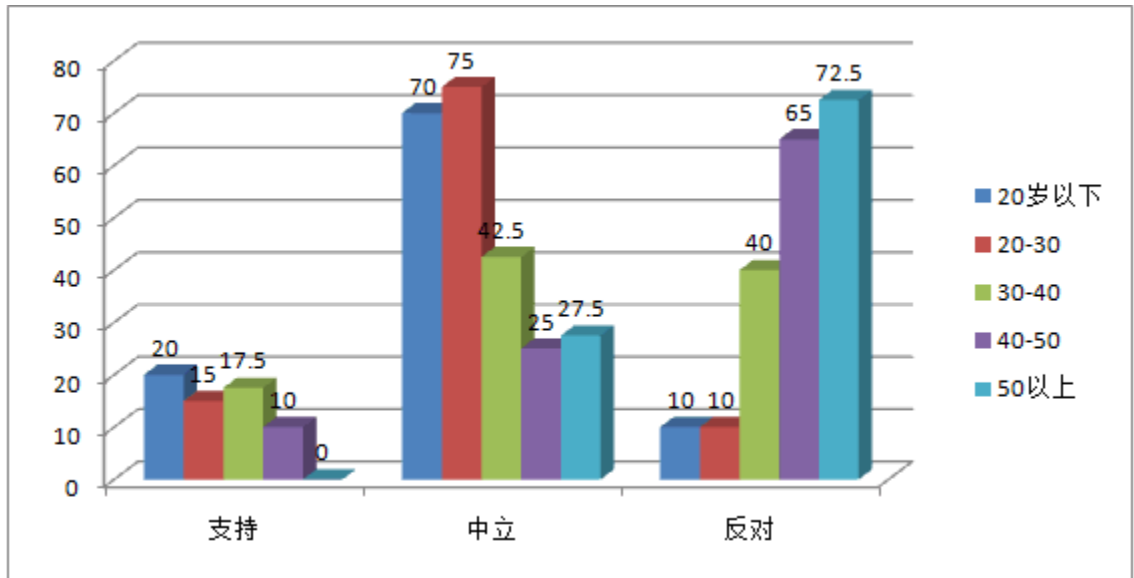


図 6 搜狐ニュースからの投票結果<sup>14</sup>

以上のデータを見ると、日本と中国両国のネットユーザーは日本にいる中国人観光客の爆買いに対して、ポジティブより、ネガティブな態度を持った人が多かった。

### 1.2.3. 現在の日中関係

日中メディアを研究する前提として、日中関係を概観しておく。

2016 年日本の言論 NPO と中国国際出版集団<sup>15</sup>から「第 12 回日中共同世論調査」結果によって、現在の日中関係を「悪い」と判断している日本人は 71.9%（図の青い折れ線）、中国人は 78.2%である。（図のピンクの折れ線）である。

<sup>14</sup> 「大学生の視線から見る中国人の爆買い」 2016-07-26  
[http://www.sohu.com/a/107684329\\_458361](http://www.sohu.com/a/107684329_458361)

<sup>15</sup> 日本の言論 NPO と中国国際出版集団は、日中の両国民を対象とした共同世論調査を今年 8 月から 9 月にかけて実施した。この調査は、最も日中関係が深刻だった 2005 年から日中共同で毎年行われているものであり、今回で 12 回目となる。調査の目的は、日中両国民の相互理解や相互認識の状況やその変化を継続的に把握することにある。

<http://www.genron-npo.net/world/archives/6365.html>

【現在の日中関係】

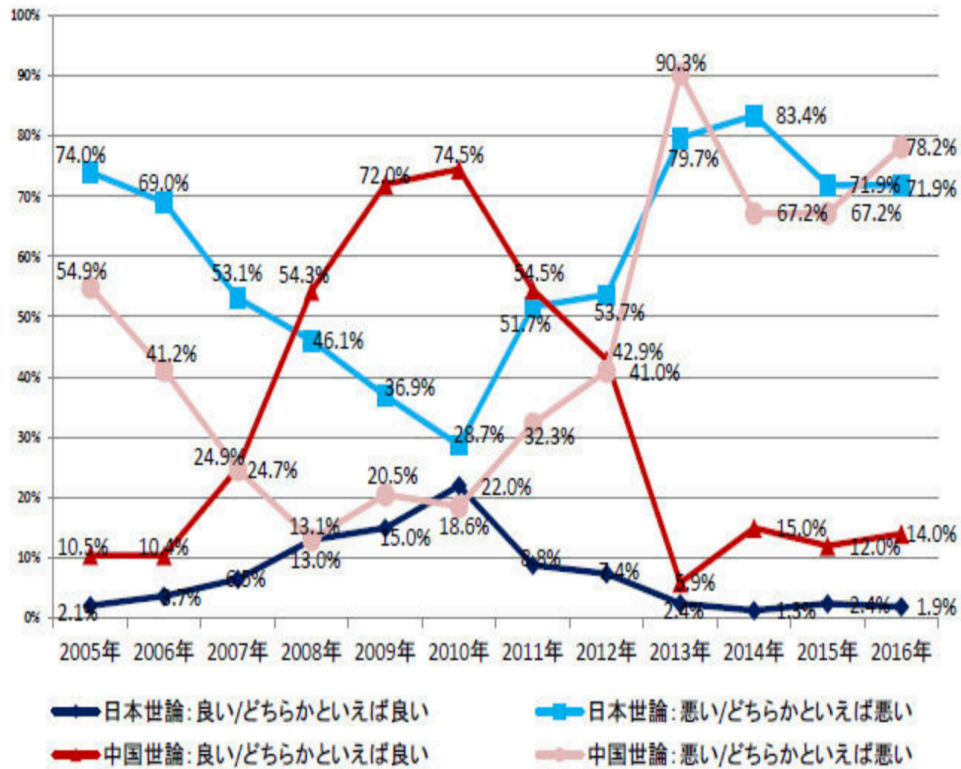


図 7 現在の日中関係<sup>16</sup>

図 7 から見ると、この 12 年間で、中国人は 2013 年をピークとし、そこから日本に対する世論が改善しているが、2016 年再び悪化し、日本人も 2014 年をピークから改善傾向にあったが、2014 年以後が止まっている。日中関係の最大の懸念材料は、「領土をめぐる対立（尖閣諸島問題<sup>17</sup>）」だと考える。

一言でいえば、現在の日中関係は悪い。

<sup>16</sup>現在の日中関係 <http://www.genron-npo.net/world/archives/6365.html>

<sup>17</sup>尖閣諸島は沖縄県石垣市に属する小群島。尖閣諸島は東シナ海にあり、魚釣島を中心とする群島。かつては人が住んだ島もあったが、現在はいずれも無人島。1960 年代後半に海底資源が確認されると、台湾と中国が領有権を主張し始め、90 年代以降は反日活動家の抗議船や中国漁船による領海侵犯が頻発するようになった。中国は釣魚島と呼ばれる。

<https://kotobank.jp/word/%E5%B0%96%E9%96%A3%E8%AB%B8%E5%B3%B6%E5%95%8F%E9%A1%8C-182214>

図 8 は 2015 年から 2016 年までの、日中両国への訪問経験である。日本の場合はほとんど変わっていない。一方中国は 6%増加した。しかし、中国の人口が 13 億人であることを考えると、実質的に増加人数は多いと言える。

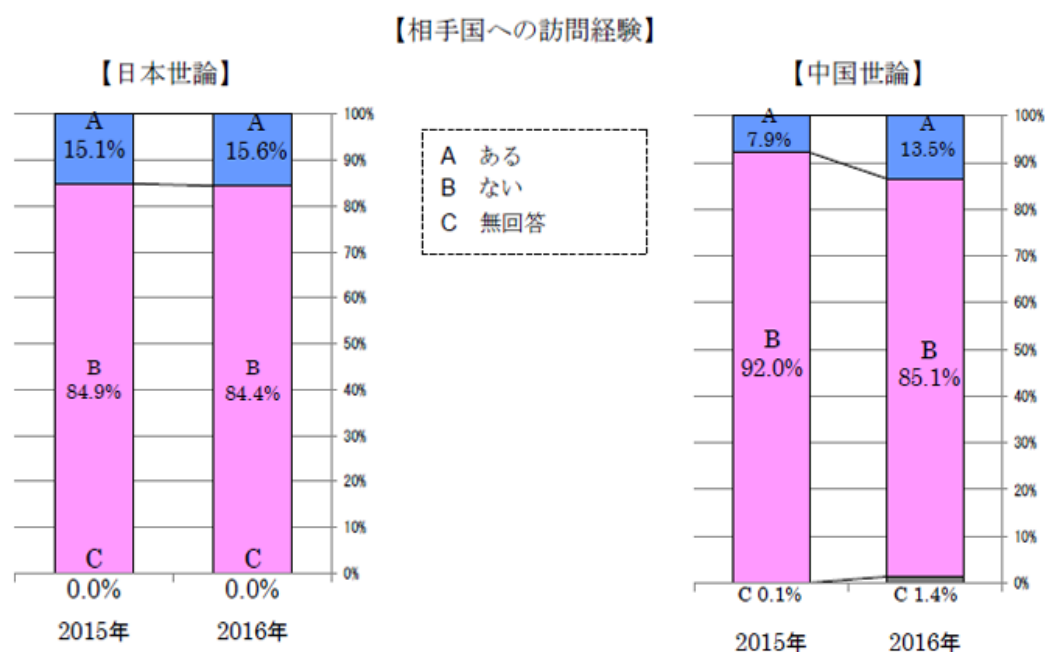


図 8 日中両国への訪問経験<sup>18</sup>

相手国に対する印象について、日本人の中国に対する「良くない印象」が 90%を超えた。過去 12 年間で最も悪い。一方、中国人の日本に対する「良くない印象」はわずかながら改善している。中国人が日本に対して「良い印象」を持つ理由は、日本人は礼儀があるなどの「国民性」に加えて、日本の「自然環境、観光地の魅力や物の品質」を挙げる人が急増している。

図 9 から見ると、中国人は日本への旅行を通じて、日本に対する印象を改善している。それに対して、日本は中国に対する印象は再び悪化している。

<sup>18</sup>日中両国への訪問経験 <http://www.genron-npo.net/world/archives/6365.html>

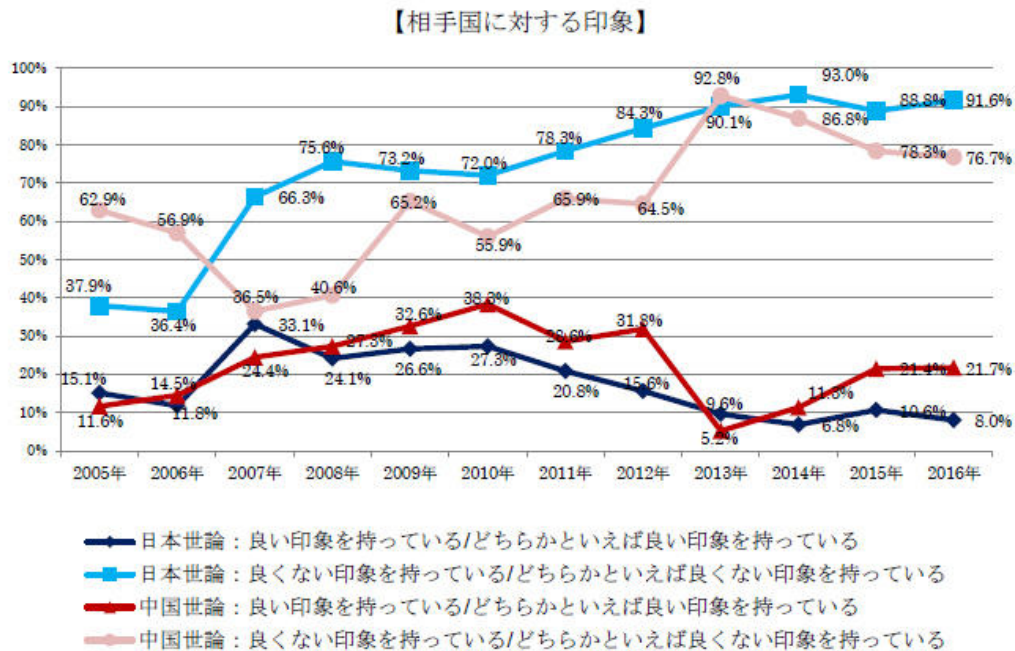


図 9 相手国に対する印象<sup>19</sup>

また、日中両国民はどうやって相手国の情報について、日本でも中国でもユースメディアとテレビなどを通じて、情報を収集する。しかし、メディアのニュースは情報が編集・加工されてから国民に届くため、客観性の問題がある。

中国に対する日本の世論が再び悪化に転じた理由として、「メディアが報じるイメージの影響があります」<sup>20</sup>。日本のメディアが伝える中国イメージと、中国メディアが伝える日本イメージのそれぞれが、誇張され、歪められている。

<sup>19</sup>相手国に対する印象 <http://www.genron-npo.net/world/archives/6365.html>

<sup>20</sup>読売新聞調査研究本部主任研究員兼編集委員・伊藤俊行。「中国は日本をどう見ている？『改善』と『悪化』に潜む矛盾」.2016-10-21  
[http://sp.yomiuri.co.jp/fukayomi/ichiran/20161020-OYT8T50057.html?page\\_no=2](http://sp.yomiuri.co.jp/fukayomi/ichiran/20161020-OYT8T50057.html?page_no=2)

【相手国や日中関係についての情報源】

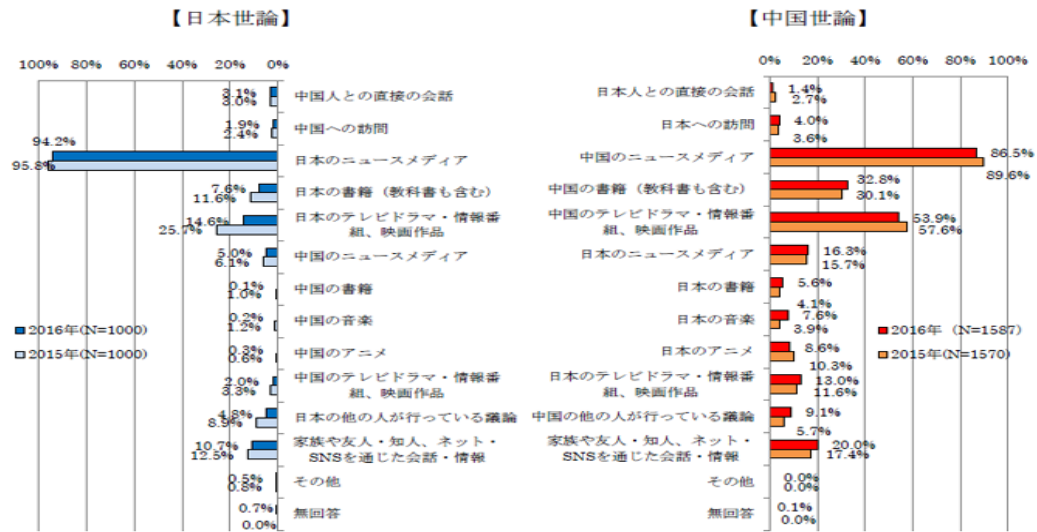


図 10 相手国の情報源<sup>21</sup>

## 1.2.4. 日中意識の比較

### 1.2.4.1. 旅行意識

日本には「旅の恥はかき捨て」<sup>22</sup>ということわざがある。普段なら恥ずかしくてできないようなことも、旅先にいるときは、その場限りのことだと思ってしてしまうものだという意味である。簡潔に言い換えれば、家を遠く離れた者は恥を知る必要がない、という意味である。

一方、中国では国民が外国に旅行する時、国の代表意識を持つ。中国政府は国民一人一人の行為は一つの国家を代表することを国民たちに教育しているからである。

しかし、日本にいる中国人観光客の爆買いは恥をかき捨てる行為とも考えられる。この両国の旅行に対する意識が本当に正しいのかも、疑問の一つである。

### 1.2.4.2. 「ハレ」と「ケ」

「ハレ」と「ケ」は日本を代表する民俗学者・柳田国男<sup>23</sup>（明治 8 年～昭和 37 年）によって唱えられた概念である。「ハレ」と「ケ」とは時間論をとまなう日本人の伝統的な世界観のひとつである。民俗学や文化人類学において、「ハレ」は儀礼や祝祭、年中行事など非日常の時空間、節目折目である。「ケ」は日常の時空間、普段の生活、日々繰り返される暮ら

<sup>21</sup>相手国の情報源 <http://www.genron-npo.net/world/archives/6365.html>

<sup>22</sup><http://kotowaza-allguide.com/ta/tabinohajiwakakisute.html>

昭文社『故事ことわざ事典』、自由国民社『世界の故事・名言・ことわざ』によると、出典は『箱根草』である。

<sup>23</sup>「ハレとケ」という概念関係の捉え方は、柳田国男が近代化による民俗の変容を指摘する一つの論拠である。

しである<sup>24</sup>。

日本における買い物（ドラッグストア、電器店、アウトレットなど）は、日本人と中国人、それぞれにとって、非日常（ハレ）と日常（ケ）を明らかにする。

### 1.3.研究から見た見通し

以上の疑問から立てた、本研究の見通しは日本人が日本です（薬粧店、電器店、アウトレットなど）買い物は日常であるため、爆買いしない。一方、日本の国外に旅行中に、マナーと礼儀などをこたわらず、「国の代表」意識を持っていない。

中国人が日本です（薬粧店、電器店、アウトレットなど）買い物は非日常であるため、爆買いする。外国旅行中に、マナーと礼儀などをこたわる、「国の代表」意識を持っている。

### 1.4.研究意義

従来、マスメディアと大衆の関係は単一方向性だった。しかし、ソーシャルメディアが発達したことによって、発信者と受信者の関係は単一方向性だけでなく双方向性の関係にもなった。コメントを見るとユーザーが新聞記事に対して、どのような感情を持っているかがわかる。そして、この感情の原因を分析することで、発信者と受信者はもっと良い関係を築くことができると考える。

また、日中両国は公用語が異なり、直接コミュニケーションすることが難しい。ネット上で、お互いの意見を知ることと同様に困難である。国民たちは相手の国民が、どんな感情を持っているか分からない。日中メディアと日中ユーザーを分析すれば、双方の不満、文句などが見付き、問題点を修正できる。これによって、日中関係が再び悪化することに対する防波堤として、日中国民同士の友好関係が構築できるだろう。

### 1.5.先行研究

李穎の「中国人の日本における爆買いについて」<sup>25</sup>（2016）では訪日中国人の爆買いとその原因を明らかにしている。この研究によると、爆買いの原因は免税制度、日本製品の品質への信頼、消費環境とサービスの良さなどである。

また、日本の販売業に対する中国人の印象について、免税店の店長一人、免税店の社員二人を対象にインタビューした。

中国語を多少使うことが出来る、中国のお客様を迎える免税店の社員のインタビューは以下の通りである。

「中国人の爆買いを多くの日本人は好意的に見ていると思います。私もそのうちのひとりです。」「中国の人はおおらかで礼儀正しい人がたく

---

<sup>24</sup>沼尻真一、「ハレとケ」遠野物語：日本民族学の祖 柳田國男  
<http://numajiri.jugem.jp/?eid=590>

<sup>25</sup>李穎, 关于国人在日本爆买现象的研究[D]. 吉林财经大学, 2016.

さんいるというのが私の印象です。」

中国語がわからない免税店の店長一人、免税店の社員二人のインタビューは以下の通りである。

「いつまでも日本のものを好きでいてくださいと願います。」

「日本人は自分たちのものづくりに誇りを持っています。その商品のよさを認めてくれた中国の人に感謝しています。」

「これからも中国と日本はもっと仲良くなれたらいいと思っています。」

以上のインタビュー結果は全部ポジティブである。

この研究に対して、日本にいる中国人の爆買いが日中両国でどのようなイメージを持たれているかを研究したいなら、日本人のインタビューをするだけではなく、中国人に対するインタビューも必要だと考える。また、インタビューの対象者は爆買いによる経済効果によってポジティブな印象を持ちやすい販売業の人間に限定せず、ネガティブな反応を持ちうる一般人も必要である。

また、日中「爆買い」の比較研究は黄淑婷の「80年代の日本の「爆買い」から見る現在中国の「爆買い」<sup>26</sup>」が挙げられる。この研究はバブル期の日本人の海外ブランド商品の買い漁りと現在中国の「爆買い」の原因を明らかにした。また、原因の共通点と異同点も明らかにした。この研究によると、日中「爆買い」の原因の共通点は

- ① 高速成長の国民経済、国民給料増加
- ② メディアと交通の発展は海外の「爆買い」の可能性を提供する

新しいメディアはファッションの流れを急速に伝えている

交通手段の急速な発展によって、海外旅行が便利になる

日中で原因の異なる点として、インフレは日本における「爆買い」の主原因であり、円高が急激に進み、海外のぜいたく品は安くなった。また、『農業基本法』<sup>27</sup>の原因で、農民たちは金持ちになったので、「爆買い」をする人は主に日本の農民である。

一方、中国の場合は中国人が中国製製品への不信を抱いて日本での買い物を望むこと、同じものが中国で高いといった点が挙げられる。また、「爆買い」をする人は主に北京、上

<sup>26</sup>黄淑婷. 从 80 年代日本“爆买”看当今中国的“爆买” [J]. 超星期刊, 2016: 29-30.

<sup>27</sup>農業に関する政策の目標を示すために制定された日本の法律である。1999 年、食料・農業・農村基本法の施行によって廃止された。「農業界の憲法」という別名を持った。

<https://ja.wikipedia.org/wiki/%E8%BE%B2%E6%A5%AD%E5%9F%BA%E6%9C%AC%E6%B3%95>

海など経済成長が著しい海岸部地域の人々で、年齢は主に 20～30 歳となっている。

中国人で爆買いする人々の出身主な地域と年齢を明らかにしたこの黄の研究を踏まえて、本研究では、調査対象者は 20～30 歳の上海人とし、インタビューを通じて、「爆買い」に対して、どう思っているのかを明らかにする。

### 1.6.研究目的

以上の背景を踏まえ、本研究の目的は内容分析とインタビュー調査を利用し、(1) 爆買い報道に対する、日中メディア報道の違い (2) 日中若者たちの爆買いに肯定的・否定的なイメージに関する見解 (3) 外国旅行に対する、ハレ・ケと国の代表意識、それぞれを明らかにすることである。

### 1.7.仮説

本研究の仮説は以下の通りである。日本人が日本でする（薬粧店、電器店、アウトレットなど）買い物は日常だから、爆買しない。他方、一般的に外国旅行中に、マナーと礼儀などをこたわらず、「国の代表」意識を持っていない。中国人が日本でする（薬粧店、電器店、アウトレットなど）買い物は非日常だから、爆買する。他方、一般的に外国旅行中に、マナーと礼儀などをこたわる、「国の代表」意識を持っている。



## 2.調査概要

### 2.1.内容分析

#### 2.1.1.マスメディアの記事分析

本研究で選んだマスメディアは「朝日新聞」<sup>28</sup>と「人民日報」<sup>29</sup>である。朝日新聞および人民日報で報じられた「爆買い」に関する記事を収集する。期間は 2015 年 1 月 1 日から 2017 年 10 月 31 日までである。収集した記事を年表としてまとめる。記事を収集する目的は日中記事の数と話題の重点の置き方の違いを明らかにするためである。

朝日新聞の発行部数は読売新聞に大きく水をあけられているが、日本を代表する新聞とされている。読者に政治革新の意識があり、大学卒と大学院の学位と上級ホワイトカラーの比率が高く、読者の平均世帯家計収入も高い。

人民日報は人民日報社が発行している、中国を代表する新聞である。党と政府の政策と思想を宣伝として宣伝する「中国共産党委員会の機関紙」としての使命から、メディアとしての報告書の信頼性は低く、中国本土でさえも「題名と発行日しか合っていない」といわれる。このように中国人によって嘲笑され、報告の内容は額面通りには受け取られていない。一方、中国政府と中国共産党の公式見解と政策を知るためには、ソビエト・ロシアにおける「プラウダ」の場合と同様に、西側情報機関においても重要な政治情報源である。

本研究において「朝日新聞」と「人民日報」を選ぶ理由は三つある。

①「1980 年代の中国消費文化について：人民日報と朝日新聞を中心に」<sup>30</sup>（呉）の先行研究があることである。この二つの新聞は中国の消費文化をよく研究している。

③ 人民日報と朝日新聞は両国で最も影響力と一貫性をもった全国紙である。

③朝日新聞は、日本の他の新聞に比べて、中国や韓国の出来事をニュースとして取り上げることが多い。

#### 2.1.2.新しいメディアのコメント分析

##### 2.1.2.1.「新浪ウェイボ」

「ウェイボ」とは中国におけるインターネット上に存在するサービスの名前であり、他にも複数のウェイボと称するマイクロブログサービスが提供されている。しかしながら、中国において、ウェイボと言えば通常「新浪ウェイボ」を指す。中国で一番人気があるソ

---

<sup>28</sup>「朝日新聞」は日本の日刊の全国紙ある。朝日新聞社が編集・発行している新聞であり、同社のメイン新聞である。販売部数については、全国紙で読売新聞に次ぐ業界 2 位である。新聞通信調査会のアンケート調査によれば、全国紙 5 紙の中では最も革新的論調であるとされている。

<sup>29</sup>「人民日報」は世界の十大新聞の一つであり、中国共産党中央委員会の機関紙である。

<sup>30</sup>呉金海. 1980 年代の中国消費文化について：『人民日報』と『朝日新聞』を中心に[J]. 応用社会学研究, 2007, 49: 267-284.

ーシャルメディアである。

「新浪ウェイボ」は中国全国のミニブログユーザーの 57%、投稿の 87%を占めている。現在中国で最も人気があるウェブサイトのひとつである。SINA Corporation は 2009 年 8 月に設立され、中国最大のソーシャルメディアであり、2016 年 9 月時点で世界で 6 億人以上のユーザーを抱えている。

日本では、2011 年 7 月から Find Japan 株式会社がウェイボの日本オフィシャルパートナーとなり、日本企業の公式アカウントと広告サービスの公開と調査が開始された。2016 年 6 月、新浪日本総合ネットワーク株式会社・新浪日本ウェイボ株式会社が設立され、日本での「新浪 (SINA)」の広告・PR 販売権と日本の広報販売権「ウェイボ (Weibo)」を取得し、ビジネスを開始している<sup>31</sup>。

#### 2.1.2.2. Twitter

Twitter は、140 文字以内の短文「ツイート」の投稿を共有するウェブ上の情報サービスである。日本人気のソーシャルメディアである。

サービス名の Twitter は英語で「さえずり・興奮」、「無駄話」、または「なじる人・嘲る人」という意味である。Twitter での短文投稿を指すツイートは、英語の意味では「鳥のさえずり」(囀り)である。日本語では「つぶやき」(呟き)と翻訳され、少なくとも同じ言語のスピーカーのユーザー間で確立されている。

Twitter 社の CEO であるジャック・ドーシーは Twitter を「インタレスト (興味)・ネットワーキングサービス」と定義している。また、一部のマスメディアによって「ミニブログ」や「マイクロブログ」と分類されることもあった<sup>32</sup>。

本研究の選んだ新しいメディアは「新浪ウェイボ」と「Twitter」である。分析するコメントは、具体的には日中ソーシャルメディアにおける 2015 年から 2017 年春節前の「爆買い」に関するコメントである。収集したコメントは無作為抽出方法で 50 件を選ぶ。選ばれたコメントに対して、ポジティブ・ネガティブ・中立を分析する。具体的な日時は 2015 年 2 月 13 日、2016 年 2 月 4 日、2017 年 1 月 16 日である。

本研究がこの 2 つのソーシャルメディアを選ぶ理由が二つある。

①「新浪ウェイボ」と「Twitter」は日中両国の若者にもっとも使われているソーシャルメディアである。利用方法も似ている。

②この 2 つのソーシャルメディアでは緊急事態や社会的に関心の高い問題も、注目されている。

---

<sup>31</sup><https://ja.wikipedia.org/wiki/%E6%96%B0%E6%B5%AA%E5%BE%AE%E5%8D%9A>

<sup>32</sup> <https://ja.wikipedia.org/wiki/Twitter>

## 2.2.インタビュー調査

### 2.2.1.調査方法

調査は話を深く掘り下げて聞くことのできるインタビュー調査を採用した。本研究では、「爆買い」現象および報道に対して、日中メディア報道の違いと、日中ユーザーの意見を明らかにすることである。また、「ハレ」・「ケ」問題と国の代表意識も明らかにすることも目的である。この日中ユーザーの意見、「ハレ」・「ケ」の問題と国の代表意識について、各々が受けてきた教育、成長する際に培われてきた経験、考え方等のライフストーリーが反映されていると考えた。そこで、それらを探るには一人一人に何度かに分け、深く話を聞いていく必要があると考え、インタビュー調査を採用した。

インタビュー調査は、おおまかな質問項目を設定し、回答者の答えによって臨機応変に質問内容を変化させていく半構造化インタビューを採用した。これは、個々人によって変化する意見を聞くことを目的とし、凝り固まった質問項目では意見を引き出せない と判断したためである。

### 2.2.2.調査内容

本調査では、調査対象者に対して、日本旅行時爆買い経験の有無、爆買い現象についての考え、外国旅行の時、「ハレ」・「ケ」への確認と国の代表意識を持っているかについて、話題を限定せずにインタビューした。

### 2.2.3.調査対象者

本研究では、日本人と中国人を分けて、調査対象者になる。調査対象者になった日本人は主に筑波大生である。一方、調査対象者になった中国人は全部上海人と上海関係者の若者である。

中国人の中では日本に旅行経験がある中国人、日本に旅行経験がない中国人、この 2 つを分けて分析する。具体的な人数は日本人 4 人（3 人は筑波大生、1 人は中国に留学経験がある人）、中国人 6 人（日本に旅行経験あり 3 人・ない 3 人）である。

日本に旅行経験がある調査対象者は、マツキヨ、ドラッグストア、電器店、アウトレットなど免税店で色々「爆買い」をしている人をターゲットと考えた。日本に旅行経験がない調査対象者は中国で直接インタビューする。調査対象者に対し、直接的インタビュー、メール、ウェチャット、Skype などを利用し、1 回 1 時間から 1 時間半のインタビューを 1 人に対し 2 回から 3 回行った。

調査は、筑波大学図書館情報メディア系研究倫理審査委員会に本研究の内容を申請し、承諾を得てから進めた。

調査対象者に依頼メールを送信し、協力が得られた人びとに調査を行う形をとった。この際、メールに研究内容、研究目的と調査概要について記載し、調査を行う直前には、詳細な内容を記載した依頼書を読んでもらい、本人の了承を得てから、インタビュー調査を

実施した。またインタビューが始まる際には、IC レコーダーでインタビュー内容を記録することを伝え、承諾を得てからセッティングをし、インタビューを記録した。

### 3.調査実施概要

#### 3.1.内容分析調査者概要

収集した「爆買い」に関する記事とコメントはA（以下はコーダーAと呼ぶ）、B（以下はコーダーBと呼ぶ）、2人を分析する。

コーダーAは本論文の作者である。

コーダーBは日本語と中国語を読める中国留学生である。

#### 3.2.インタビュー調査対象者概要

以下の表は、調査対象者の国籍、性別、年齢、職業、外国旅行経験、インタビュー日時を示したものである。以降、調査対象者はこの記号で表すものとする。

対象者	国籍	性別	年齢	出身	職業	外国経験	日時
A	中国	女	19	上海	学生	あり	2016/10、 2017/10
B	中国	男	34	上海	シャープ株式会社社員	あり	2017/2、 2017/10
C	中国	男	34	江西省	シャープ株式会社社員	無	2017/2、 2017/10
D	中国	男	29	上海	タクシー運転手	無	2017/10
E	中国	女	25	上海	民営企業社員	あり	2017/7 2017/10
F	日本	男	21	京都	大学生	あり	2017/6 2017/10
G	日本	男	34	茨城	事務職	無	2017/7 2017/11
H	日本	女	22	千葉	大学生	あり	2017/9
I	日本	女	21	茨城	大学生	あり	2017/10
J	中国	女	26	上海	家庭主婦	無	2017/11

表 1

### 3.2.1.質問項目

調査対象者に半構造化インタビューをするにあたり、以下の通り、大まかな質問項目を設定した。

#### A) 「爆買い」について（爆買いの有無）

「あなた『爆買い』していますか？」という質問から始め、調査対象者自身「爆買い」する経験の有無、好きなもの、どこで「爆買い」をしている、情報源は何か。自分はどんなものを「爆買い」したか。なぜこの商品を「爆買い」したか。また、爆買いしないなら、しない理由を尋ねた。そのほか世間的な話全般を聞くことで、そのなかで「爆買い」に関する自分の情熱、想い、考え方について語ってもらうよう努めた。

#### B) 「爆買い」現象・ニュースへの考え

調査対象者は「爆買い」現象について、どう思ったか。中国観光客たちの「爆買い」行為について、自分の考えを尋ねた。来日の中国観光客たち「爆買い」ニュースどこで見たか、また、直接見た経験の有無について、調査対象者の感想を中心に尋ねた。

#### C) 海外旅行について

海外旅行の有無、旅行頻度、旅行に対して、日常・非日常、国の代表意識などに関する海外旅行ことを全般的に尋ねる。旅行のお土産については、何を選ぶ、選ぶ理由、誰にあげる、予算いくらなどを尋ねた。国の代表意識については、マナーを注意したか、国内と外国の違い行為、気になる点を尋ねた。

#### D) ディズニーランドについて

ディズニーランドへ行った経験の有無、どこのディズニーランドに行ったか、お土産に何を買ったか、予算はいくらで、誰にあげたか、ディズニーランドでの日常・非日常と「爆買い」の有無を尋ねた。

#### E) 物の値段について

買い物中、物の値段への注意の有無、気にしない金額の範囲、予算の有無、予算をオーバー場合は、買うかどうかを尋ねた。

インタビューの際には、上記の質問項目を基準とし、個々人の「爆買い」と旅行意識の考えについて掘り下げていった。

## 4.研究結果および結果の分析

### 4.1.朝日新聞と人民日報の記事結果

「朝日新聞」は朝日新聞記事データベース聞蔵Ⅱから記事を収集し、記事検索のキーワードは「爆買い」、「中国」とした。

「人民日報」は人民日報記事データベースから記事を収集し、記事検索のキーワードは「爆買い」とした。

2015年1月年から2017年10月までの記事まとめ

	2015 年	2016 年	2017 年 10 月まで
朝日新聞	93 件	101 件	31 件
人民日報	1 件	5 件	10 件

表 2

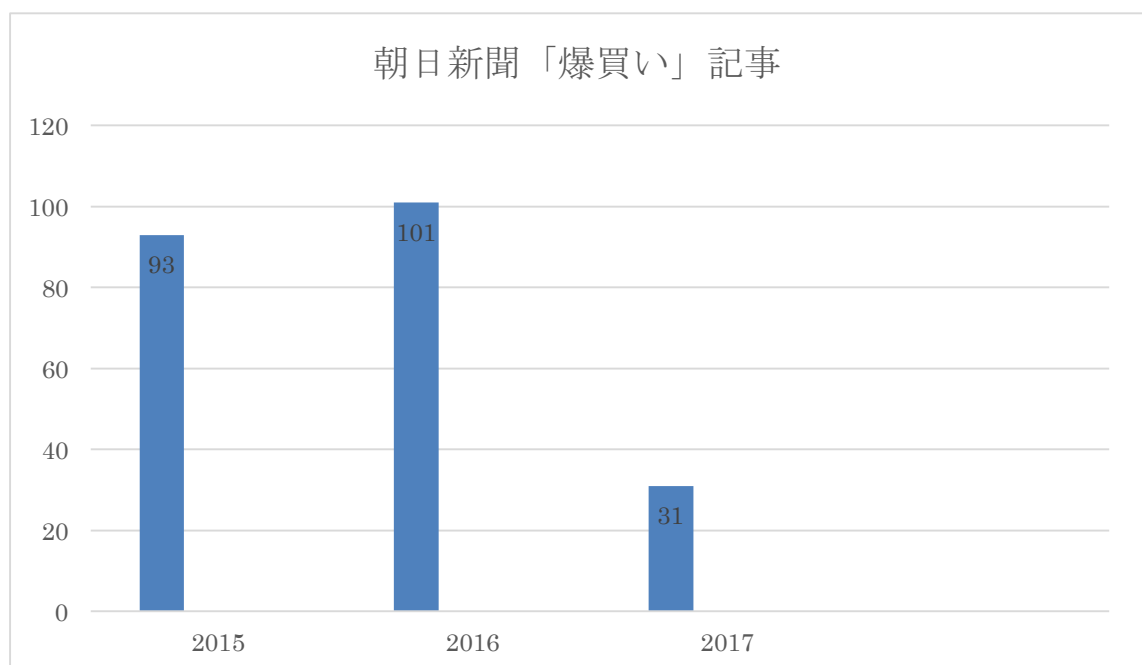


図 11

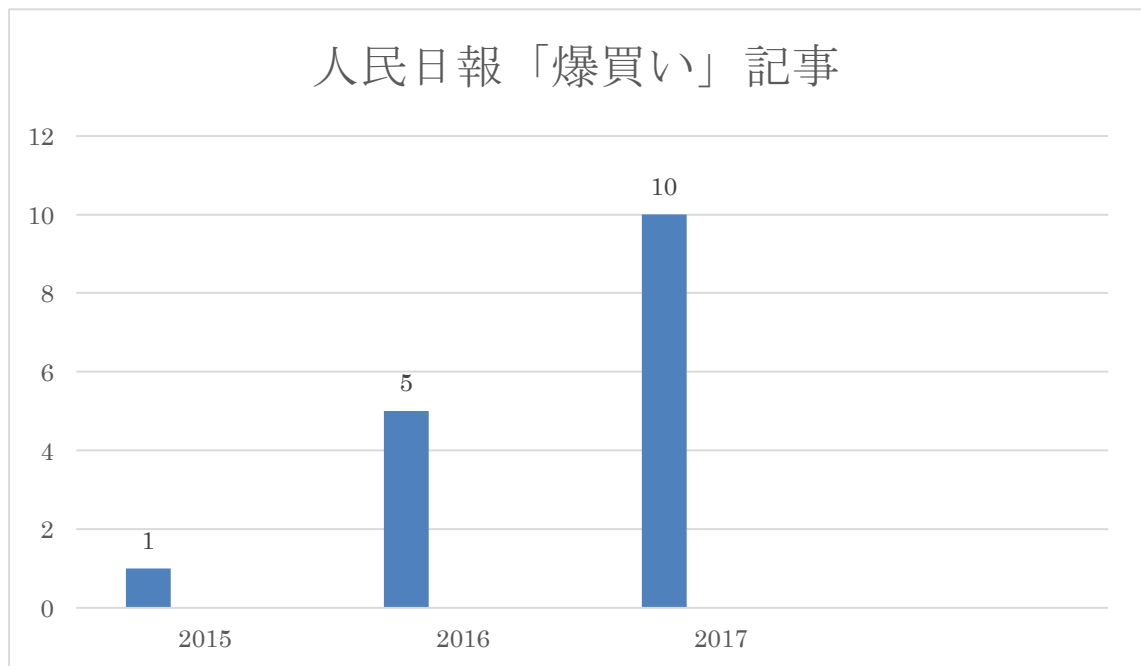


図 12

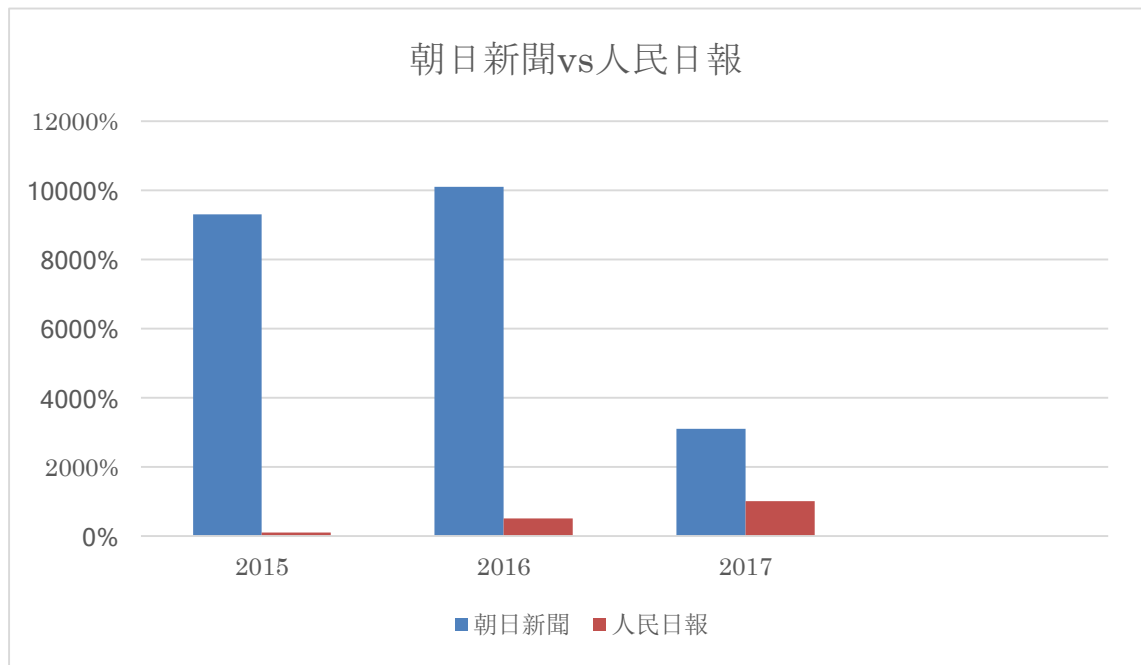


図 13



### 話題の重点の置き方

コーダーA とコーダーB を収集した記事を全部通し番号をつけて、爆買いに対する好意的 (1)、非好意的 (2)、中立 (3) を分析する。2名のコーダーによる結果を対応して、信頼度係数<sup>33</sup>を作った。

ID	コーダーA の分類	コーダーB の分類	一致／不一致
1	1	1	一致
2	1	1	一致
3	1	1	一致
4	3	1	不一致
5	1	1	一致
...	...	...	...

表 3

一致	不一致
213	28

表 4

$$R = \frac{n \times K}{1 + (n - 1) \times K}$$

$$K = \frac{2 \times M}{N1 + N2}$$

\* 同意度  $K=0.88$ 、信頼性係数  $R=0.94$

	好意的	非好意的	中立	無関係
朝日新聞	87 件	19 件	103 件	16 件
人民日報	2 件	5 件	8 件	1 件

表 5

<sup>33</sup>内容分析における信頼性とは、メディアコンテンツをカテゴリに分類する際の判断がコーダー（分析者）間で一致する程度を意味する。

千葉涼. 量的内容分析におけるマルチカウントデータに対する信頼性検定[J]. 早稲田政治公法研究= The Waseda study of politics and public law, 2016 (111): 1-16.

#### 4.1.1.朝日新聞における爆買いに好意的な例

##### 記事タイトル

- 爆買い効果 大阪店の免税売り上げ最高 2月期決算、前期比2.3倍
- 「爆買い」歓迎 免税手続き1カ所で 岡山市の商店街
- 九州を売り込め 訪日客の買い物期待
- 博多大丸にラオックス 「爆買い」期待
- 訪日観光客を呼び込め 「爆買い」の恩恵、県内にも
- 爆買い、大歓迎 ラオックス、丸栄で開店
- 爆買い全国に、国が支援
- 旅行収支が黒字に 53年ぶり 1兆円超、爆買い効果
- 春節歓迎、郊外も 観光客、都心からあふれ商機拡大
- 初売り、外国人向け好調 百貨店、今年も「爆買い」期待
- 非製造業が改善 「爆買い」効果 九州・沖縄短観
- ...

##### 記事のキーセンテンス

- 爆買いで日本支える中国人
- 「爆買い」は中国人が日本で大量に買い物することで、日本への経済効果は大きいとされる
- 中国人観光客の「爆買い」による経済効果が注目されている
- 中国をはじめ外国人観光客の「爆買い」を期待している
- 貴金属や時計などの売り上げ増は、爆買いの影響とみられる
- 好業績の主因は円安と、「爆買い」に象徴される外国人客の旺盛な消費だ
- 「地方空港はどこも赤字が多く、現在「赤字体質」脱却
- 外国人の「爆買い」が、低迷する国内消費を下支えしている
- 中国人旅行者が急増して、県内で「爆買い」と呼ばれる中国人の旺盛な消費の恩恵を受けている
- 家電などを「爆買い」する中国人客が目立つなか、旅行者のお金の出入りを示す「旅行収支」が55年ぶりに黒字になりました
- 「(訪日外国人の)『爆買い』のおかげで、正露丸の売り上げが2~3%伸びた」と話す
- 中国人観光客などの「爆買い」に支えられたとして、「今年は本当の実力を取り戻す年にしたい」
- 中国人客の「爆買い」に期待し、百貨店や家電店は高額な福袋を売り出した。
- パンダの本場・中国から来た観光客が最も多く、同店は買い物前にパンダで喜んでもらい、「爆買い」効果も期待している

- 中国人観光客らによる「爆買い」の恩恵を受けてきた非製造業
- 担当者は「予想もしない『爆買い』をしてくれる。この週末はさらに混雑するだろう」と期待する
- 4年後にはオリンピックも控えている。我が国を理解してもらえるチャンスはさらに多くなるだろう。外国人観光客の増加を歓迎したい。

...

合計 87 件

#### 4.1.2.朝日新聞における爆買いに非好意的な例

記事タイトル

- 搭乗直前の成田、「爆買い」ご注意 遅延要因にも
- 「爆買い」の陰で……
- 爆買い、無資格ガイド容疑 中国人 2 人摘発、免税店から 7600 万円
- 中国人観光客増、トラブルも
- ラオックス、不法就労容疑 「爆買い」増で黙認か 書類送検

...

記事のキーセンテンス

- 「大声で騒ぐ」「料理を大量に残す」といった
- 騒音問題などで周辺住民との合意は簡単ではない
- 観光地どこで聞いても中国語
- 中国、タイなどの観光客が増えている。「爆買い」などに違和感を覚える
- 食べながら店内を見て回る。袋から勝手に商品を出す。マナーに課題がある人が目立ってきた
- 搭乗ゲートで大量の荷物をさばくのに時間がかかり、出発が遅れるケースが増えている
- 貨物に積み替える作業に時間がかかり、遅延の要因になる

...

合計 19 件

#### 4.1.3.朝日新聞における爆買いに中立的な例

記事タイトル

- 訪日客 1973 万人で過去最多 旅行中の支出、71%増 昨年
- 訪日客、消費 3.4 兆円 過去最高、企業の工夫も奏功
- 「観光立国」大わらわ 昨年の訪日客、最多 1937 万人
- 春節のおみやげ 「爆買い」日用品も照準
- 「爆買い」世界で 26 兆円 昨年、海外へ 1 億 2000 万人

- 爆買い進化形 美容・カラオケ…体験型人気
  - 爆買い、「神薬」特需 「日本で買うべきだ」中国で紹介
  - 訪日外国人 摩擦を理解へのてこに
  - 2月好調、2215億円 外国人客が日本で使ったお金
- ...

記事のキーセンテンス

- 今年1～3月期も前年同期比83%増の約130万人と好調を維持している
- 日本政府観光局によると昨年、外国人観光客は日本全体で1080万人。中国人は170万人で前年の2.5倍に急増した。関西空港の中国便の増加もあって、大阪にも100万人が訪れたと推計される。
- 「爆買い」と呼ばれる中国人客の旺盛な消費を追い風に前年より76%増え、全国に占める割合も12%と初めて1割を超えた
- ...

合計103件

#### 4.1.4.人民日報における爆買いに好意的な例

中国版を日本語に翻訳した

- 2015年日本経済の微弱な回復は中国の爆買いのおかげだ、中国人観光客は日本で1.4兆円を消費していた、日本経済を0.3ポイント引き上げた
- 日本での爆買いは減少しているが、日本と中国の電子商取引が急速に発展している  
現在中国の収入が上がるに伴い、中国の消費者は化粧品、赤ちゃん用品などの要求が増え続けている、日中電子商取引にとってはいいことだ

合計2件

#### 4.1.5.人民日報における爆買いに非好意的な例

- 海外消費は個人的な選択だが、その一部の消費がずっと増え、国内市場にも必ず影響を及ぼす、また、消費者にとって、遠く海外のショッピングもずっとできることではない
- 人民日報爆弾、爆撃、原爆などは否定的なイメージをもたらすので、爆買いこの言葉も悪い印象がある  
多くのメディアが爆買いに対して宣伝をするため、強い衝撃的な映像を撮影して、中国人は全部お金持ちの錯覚になっている  
日本は中国に対して傲慢な視線が、爆買い一語で見られる  
韓国は日本とは違って、中国観光客に「you ke」と呼ばれる、日本と韓国の呼び方は深く考える必要がある  
昨年日本語の流行語爆買いは中国人観光客を代表した（他爆買いした国の人もたくさんいったのに、中国人だけに対して、「爆買い」この言葉を使う、差別を感じる）

- 現在の消費レベルが高まっているが、外国のものは国内より良いと思う、この考えは間違っている
- 日本で爆買いした炊飯器は神格化され、日本の米を使って、煮たご飯が美味しいかもしれない
- 日本へ旅行する中国人観光客が多増加している、多くの日本免税店や旅行会社が中国の団体観光客を狙い、洗脳的な宣伝を通じ、爆買いの偽り姿を作って、返品を拒否し、中国人の爆買いを誘導している

合計 5 件

#### 4.1.6.人民日報における爆買いに中立的な例

- 中国人は日本で中国製温水便器を爆買いしている、中国製を中国ブランドに努力するべきだ
- 最近、話題になった爆買い現象を起こして、国内では中産層の消費と消費理念を重視しなければならない
- 近年の中国人観光客爆買いでは、電気炊飯器は爆買いリストに必ずあるもの、日本の電気炊飯器人気ある理由は、職人気質がある、中国製は反省しなければならない
- 若い人たちが正月を過ごしているうちに、爆買い理由を探す
- 中国の海外旅行新特徴は、爆買いから経験型消費に変わった
- 値段が高いものばかり爆買いするから、冷静的に買い物を変えた
- ...

合計 8 件

#### 4.1.7.記事のまとめと分析

日本のメディアでは好意的と中立的な記事が多い、中国の爆買いに対して歓迎、ポジティブな態度が多い。全体的に爆買いに関する記事も人民日報に比べて多い。一年間 75 件ぐらい報道していた。また、日本人が気にする中国人の爆買いするときのマナーにも、柔軟な態度で、中国人は日本語が通じないので、寛容にするべきだという姿勢である。中国人観光客の爆買い記事を好意的に報道した。

報道の重点は

- 1、爆買いは日本の経済を支える
- 2、爆買いのおかげで、商店の売上が上がる
- 3、爆買いをもっとするための改善案
- 4、爆買いに誘発される悪い影響
- 5、日本各地の爆買いの実情

中国の人民日報は党の代弁者として、主に国と党の立場から報道する。爆買いという行為は中国にとって、良いことではない。中国人が日本製品を信頼し日本で爆買いする理由は、中国製品に対する不信が原因だからである。それを報道するのは面子にかかわることである。さらに中国政府からすれば、中国国内の産業成長を促す立場にある以上、経済的にも好ましいものではない。しかし、全く報道しないことは、中国の公的新聞としての立場がない。この二点を踏まえて、少し爆買いに関する記事を書いたと想定できる。真面目な爆買い記事は 2 件くらい、他は一言だけ書いてある。16 件の中に、2 件だけ爆買いに対して、好意的な態度、はっきり非好意的な態度は 5 件である。また、中立な記事は爆買いを通じて、中国国内の環境について、爆買いは乗り越えの対象と考えている。以上から見ると、中国観光客の爆買い記事を中立よりも、非好意的に報道した。

報道の重点は

- 1、爆買いこの言葉の意味
- 2、爆買いは日本の経済を救った
- 3、日本の炊飯器の職人氣質
- 4、中国製は努力中
- 5、中国人は今爆買いしない

#### **4.2. 「Twitter」と「新浪ウェイボ」のコメント**

本研究で扱う「Twitter」におけるコメントは、2015 年 2 月 16 日、2016 年 2 月 6 日、2017 年 1 月 16 日である。

「新浪ウェイボ」でのコメントは 2015 年 2 月 13 日、2016 年 2 月 4 日、2017 年 1 月 16 日である。（中国語を日本語に翻訳した）

収集したコメントを全部通し番号をつけて、無作為抽出方法で、50 件のコメントを抽出する。コーダー A とコーダー B はこの 50 件のコメントが爆買いに対する好意的（1）、非好意的（2）、中立（3）を分析する。2 名のコーダーによる結果を対応して、信頼度係数を作った。

ID	コーダーA の分類	コーダーB の分類	一致／不一致
1	2	2	一致
2	2	2	一致
3	2	3	不一致
4	1	1	一致
5	1	1	一致
...	...	...	...

表 6

一致	不一致
125	25

表 7

$$R = \frac{n \times K}{1 + (n - 1) \times K}$$

$$K = \frac{2 \times M}{N1 + N2}$$

\* 同意度  $K=0.83$ 、信頼性係数  $R=0.91$

2015 年のデータ（日本の「Twitter」から）		
ポジティブ	<p>中国人の爆買いが無くなったら日本経済が窒息するよ。大変素晴らしいことです。</p> <p>一時爆買いで日本製品なら何でも売れたので、地方都市も潤った。</p> <p>外国人が増えたら日本としていい事。</p> <p>たくさん買ってもらえるのは良いこと。</p> <p>百貨店が喜んでるね。</p> <p>いい傾向ですね、マナーの向上、買い物のセンスもますます成熟になっていきます</p>	14 件
ネガティブ	<p>マナーの悪さは相変わらず</p> <p>買わないならマナーが悪い中国人観光客なんて害しか無いじゃん</p> <p>来なくていい。平和な日本が懐かしい。</p> <p>すごく不快感を感じた</p> <p>中国人来なくなるのはうれしい</p> <p>相変わらず、バカでかい声出しているけどね。</p> <p>中国人が大騒ぎしていてすごい不快だった。</p> <p>日本から離れてくれ</p> <p>じゃあマナー悪いだけの人達になったね。</p>	25 件
中立	<p>善も悪も、中国何でもありだな</p> <p>マナーとかも日本人だって 3. 40 年前は今の中国人のようでしたしね。</p> <p>今後も旅行を機に、両国民の友情が深まりますように</p> <p>最近日本人より中国人の方が洗練されている人が多い気がする</p> <p>心の狭い日本人が多すぎ！悪質、マナーの悪い日本人も増えた。</p> <p>日本人の中にはマナーがひどいのも大勢いる</p> <p>バブルの頃、ニューヨークが日本人に買われてしまいますなんてネタもあったなあ</p>	9 件
無関係	別の話	2 件

表 8



2016 年のデータ（日本の「Twitter」から）		
ポジティブ	<p>中国に頼らざるを得ない経済状況 地方では十分楽しめますよ。 メリットの方が大じんじゃない いずれにしても、観光客のお陰でデパートが助かっているのは確か 中国人が来なくなったら、半分以上の店が潰れて 良い事だ</p>	6 件
ネガティブ	<p>来なくて良い 声はでかいし、全然ゆっくり見られない マナー悪くてほんと嫌 金落とさなきゃ百害あって一利ないから来なくていいよー 絶対に来なくてよい。 ウザイ、やめてほしい！ 入国させるな ますます来なくていい やっぱり行儀は悪いまんまなんだな 爆買いがなければ非常に迷惑な連中。 一緒にすんな、アホ！ マナーをエチケットも知らない国民。 劣悪マナーはそのまま？ 来なくていいよ。</p>	36 件
中立	<p>どうでもいい。 普通に成ったの事 まあ順番ですよね。 バブル時期蛮行してた日本人も同じだった 30 年前の日本人も爆買いしてましたから。 海外に行った時、普通にマナー違反してた日本人も見かけたことがある まあ人口多いし、今後も頑張って改善して頂きたい。</p>	7 件
無関係	別の話	1 件

表 9

2017 年のデータ（日本の「Twitter」から）		
ポジティブ	<p>日本製品の良さを理解してもらえるのは嬉しい。</p> <p>日本もお金を落としてもらえるし、悪くない。</p> <p>日本に来て、本国では知ることの出来ない情報に触れることも、長い目で見ればよいかも</p> <p>買い方だけに限らず、マナーも良くなってきたる</p> <p>もっとお金を使ってくれ</p>	9 件
ネガティブ	<p>マナー守れないなら来ないでほしい</p> <p>来なくていいっす</p> <p>入国禁止にして欲しいんだけど</p> <p>頼むから来んなよ</p> <p>マナーはいつまでたっても悪い</p> <p>日本に来ないで。迷惑以外のなにものでもない。</p> <p>気持ち悪いぞ</p> <p>来ないほうが気分がいい。</p> <p>不愉快極まりない</p> <p>中国政府に、団体だけでなく個人も渡航禁止にして欲しい！</p> <p>低俗な民俗が大挙して来られたら、文化や秩序が乱れるから嫌だ！</p> <p>中国人いない。</p>	30 件
中立	<p>マナー向上の方もお願いします。</p> <p>バブル時代に海外旅行先で日本人は群れるわ、騒ぐわで白い眼で見られてたからね。ちょっと前までの中国人と同じ。</p> <p>時代は繰り返すんだね。</p> <p>法整備が必要でしょ</p> <p>単純にお財布事情</p> <p>日本人も海外でウイスキーやブランデーを買いまくった時代があったし</p> <p>ヴィトンなどを爆買いした時代もあった。</p> <p>中国人も旅行慣れしてきたのだろう</p>	11 件
無関係	別の話	0 件

表 10

2015 年のデータ（中国「新浪ウェイボ」から）		
ポジティブ	<p>私たちの品質は日本より劣っているので、もちろん品質のよいものを買いたい</p> <p>日本の製品を買うのは安心</p> <p>日本のものは国内よりいい、これは事実だ</p> <p>同じ値段で日本の品質がいい</p> <p>買い物と旅行一緒、とてもいいと思う</p> <p>生活の質が上がる、少し高いものを買うなら悪くない</p> <p>...</p>	6 件
ネガティブ	<p>私は深い恥辱を感じた。</p> <p>売国行為</p> <p>邪険だ</p> <p>骨がない</p> <p>金以外何でもないバカが多い</p> <p>理解できない</p> <p>これ以上買うな</p> <p>恥ずかしい</p> <p>こういうアホがいるこそ中国は未来がない</p> <p>海外に恥をさらし</p> <p>...</p>	40 件
中立	<p>国内ではブラック・メーカーが多すぎて、国内で買い物は安心できない、国内のメーカーが良くなったら、国内で買い物もする</p> <p>冷静に見るどのくらい続くだろうか</p> <p>炊飯器の問題ではなく、米の問題かもしれません</p> <p>中国の製造を考えるべき</p>	3 件
無関係	別の話	1 件

表 11

2016 年のデータ（中国「新浪ウェイボ」から）		
ポジティブ	<p>海外旅行は楽しい、一方高消費は旅行する人の富裕な表現だ</p> <p>誰でも品質のよいものを買いたい</p> <p>同じもの海外は国内より安い、また、海外の景色をみえる</p> <p>同様に中国製で、品質高いものは海外に販売されていて、悪いのは国内で販売、同じ中国製なら、品質高い方を買いたい</p> <p>中国人が世界の各地で消費をしているのはいいことだ</p> <p>金持ちが増えていることを説明している</p> <p>海外で買い物をしている中国人は賢明だ、国内では食べ物、日用品さらに、薬にも不合格ものが多い</p> <p>日本で消費は楽しい、サービスは本当いい</p> <p>一つの口紅は、日本で 5000 円、中国は 8000 円、また偽物もある</p> <p>中国は品質がよくないし、消費税も高いし、海外で買いたい気持ちはおかしくない</p> <p>ブランド商品はもちろん海外で買う</p> <p>...</p>	18 件
ネガティブ	<p>日本で買い物しなければならないなら、先に南京事件を見たから、行くかどうかを決める</p> <p>金持ち、バカ</p> <p>国産を応援して、日本に金を送るのはやめよ</p> <p>外国へ行って買い物をしているのは、政府の官僚であり、賄賂をして、海外で爆買いことは、本当に悲しい</p> <p>今後、ゴールデンウィークをキャンセルして、誰が日本に行って、爆買いするなら、罰金</p> <p>観光客の身元、財産の出所を調べなければならない、それで海外旅行を減らし、爆買い人数も減るだろう</p> <p>皆さんの良心はどうか</p> <p>日本に行って爆買いする人は、裏切り者だ</p> <p>...</p>	23 件
中立	<p>海外で旅行できる人の給料は高いので、爆買いは普通だ、金持ちだ</p> <p>中国の品質が上がるなら、他の人は海外買い物しない</p>	7 件

	中国の買い物雰囲気は変えるべきだ、日本のものは安い し、品質高い ...	
無関係	別の話	2 件

表 12

2017 年のデータ（中国「新浪ウェイボ」から）		
ポジティブ	<p>他の人は何を買っても、どのぐらい金額を払って、君に何の関係がある？</p> <p>同じもの、日本やすい、中国高い、どこで買うのは、明らかだ</p> <p>私は日本の文化が好きで、日本の建築が好き、日本の一人旅行に行きたい、ついでお土産も買いたい</p> <p>仕方なく、日本は環境が良くて、大気汚染もなく、とてもきれいです</p> <p>日本製品の高品質を勉強するべき</p> <p>日本の家電製品は本当にいい、使ってから人がわかる</p> <p>...</p>	10 件
ネガティブ	<p>どこでもいいのに、なぜ日本</p> <p>日本に行った中国人はみんな売国奴だ</p> <p>日中戦争忘れたか？おまえたち</p> <p>上海人、金持ちたちはみんな馬鹿だ</p> <p>彼らを死んでしまっ</p> <p>日産物をボイコットする</p> <p>骨のない中国人</p> <p>中国に帰るな、一生日本に残る</p> <p>日本人はあなた達を歓迎しないのに、あなたたちは日本人にお金を送って、ばかだ</p> <p>...</p>	31 件
中立	<p>自分の素質を高めるべきだ</p> <p>こんなに多くの金を使ったのはきっと大金持ちだ</p> <p>品質がよければ、日産や国産を気にしない</p> <p>金を使うのは個人の自由だ</p>	4 件
無関係	別の話	2 件

表 13

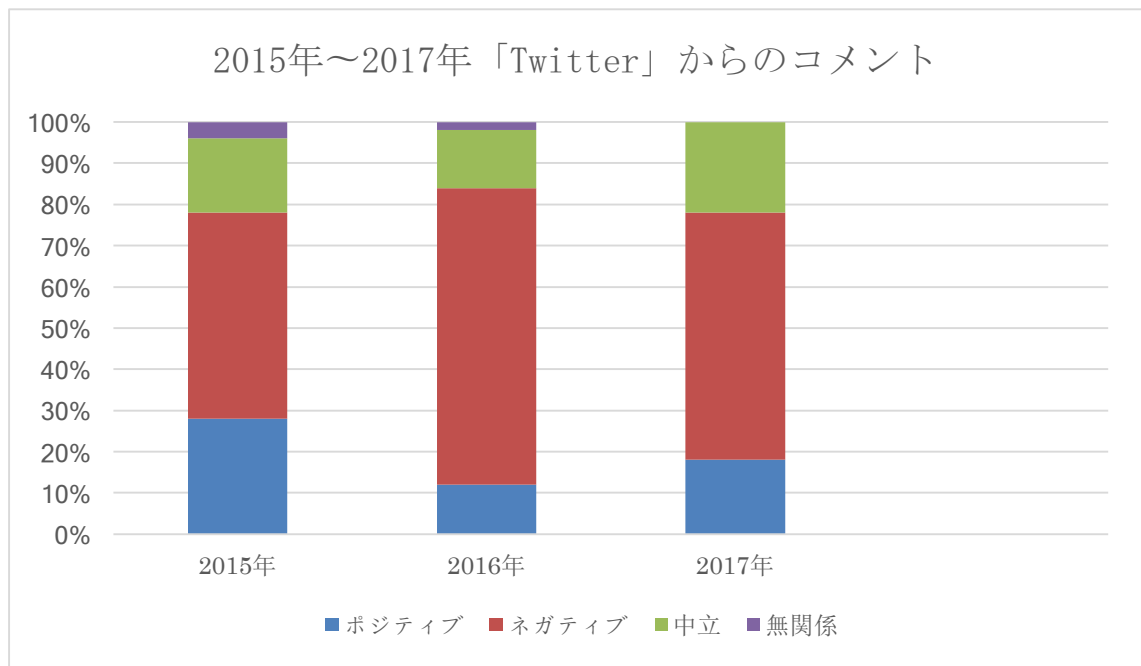


図 14

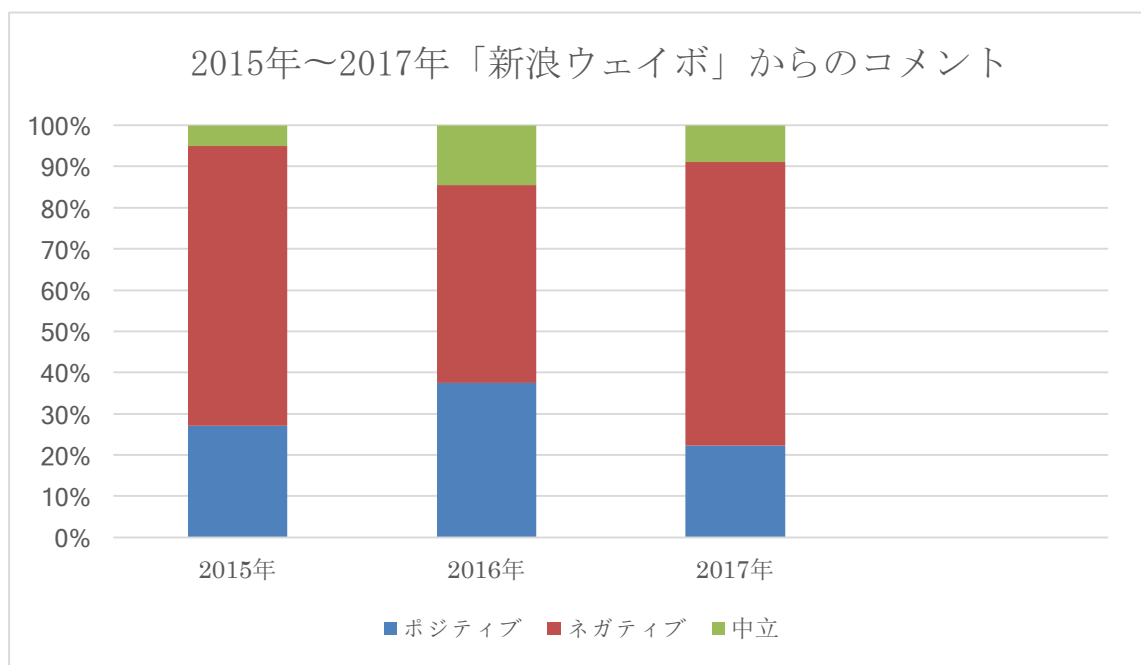


図 15

#### 4.2.1.コメントのまとめと分析

日本と中国、両国の国民たちは爆買いに対して、ネガティブな態度がポジティブ、中立よりも多い。

朝日新聞は爆買いに対して、ポジティブな（歓迎する）態度を国民たちに報道しているのに、国民たちは朝日新聞の影響をほとんど受けず、自分たちの意見を示す。一方、中国の報道は、中立的な記事が多いものの実はネガティブな（反対）の態度を持っていたことから、中国の国民はある程度人民日報の影響を受けていると思われる。

また、日本国民がネガティブな態度を持った主な理由は中国人のマナーである。ポジティブな態度は日本経済が潤う。中立な態度を持った日本国民は以前日本もバブル時代の事実上の爆買い行為があるので、理解している。中国国民がネガティブな態度を持った主な理由は過去の歴史、特に日中戦争の記憶である。ポジティブな態度を持ったのは日本製への信頼だ。中立な態度を持った理由はお金を払うのは個人の自由であるという考えからである。

### 4.3. インタビューでの調査対象者各々の回答

#### 4.3.1.A さん

##### 4.3.1.1.インタビュー内容の分析

日時：2016/10 2017/10

場所：秋葉原マツキヨ免税店

消費額：2 万+3 万

（調査時は来日の翌日なので、おそらく旅程全体では金額はまた上がる）

属性：中国上海出身 女性 18 歳

専攻：大学一年 武漢大学 中医学

両親：公務員 お父さんは党员 お母さんは空港で仕事をやっている

来日旅行：1 回

A さんは、自身の爆買いについて、「爆買い経験ある程度ある。」というものをあげている。

日本のアニメが好き、主な買い物は漫画、フィギュアなど、免税店で爆買いしたものは家族と友だちへのおみやげは頼まれたので、断ることができない。

と述べているように、A さんは 18 歳、高校を卒業したばかり、中国国内順位 5 位以内の超エリート大学の一年生だ。「爆買い」という言葉をはっきり「知っている」と答えた。自分の爆買い行為について、本音は爆買いしたくないとのことだ。

また、中国人観光客の爆買い現象についてどう思っているか、という質問に対しては、

爆買い行為は理解しているが、他の人に迷惑をかけるなら、良くない、気に入った商品を商品棚から全部買ったなら、他の人は買えないので。

と答えており、爆買い現象について、Aさんは理解している。でも、爆買い中、他の人に迷惑をかけるなら、よくないだと思える。

また、「ハレ」と「ケ」という意識については、

人生のはじめての外国旅行、はじめてパスポートをもって、すごくワクワクしている。

と述べている。今回の旅行はAさんにとって、人生初めての海外旅行だ、ワクワクの気持ちを持ったので、日本に旅行するは「ハレ」と言える。

日本に旅行する時、国の代表意識を持っているか、という質問に対しては、

外国旅行時、国の代表を持っている、自分の国を恥じさせないように、注意している。電車の中で喋らない、通りで歩いたとき、アイスを食べない...

Aさんははっきり「持っている」と答えており、小さい頃、学校と親からの影響を受けるので、中国人として、日本での旅行は中国と日本のルールの違うところを注意していった、交通規制、食べ歩きの内容など。

また、日本で買い物時の値段は気になるか、という質問に対しては、

当時はあんまり気にしてない、親からもらったお金がある。5000円以内のものを買うのは迷うことがない。5000から10000までのものを買うのは少し考える、最後は買うことになる。10000以上のものは基本的買わない。好きなものの値段が高すぎるなら、貯金して、待って買う。

と答えており、Aさんは学生のため、ブランド商品と贅沢品は買わないので、値段を気にしない範囲は五千円以下のものである。周りの人がものを買ったとき、自分も買いたくなる気持ちは起きない。

当時、クラスメートが80万円を使った、爆買いしたことを覚えていた。彼女が金持ちという事実を驚いただけ、自分は少しも買いに行きたいと思っていないが、どうすれば彼女と仲がよくなれるだけを考えて

日本とヨーロッパ旅行の比較について、どう思っているか、という質問に対しては、



今ヨーロッパ旅行に行きたい、ヨーロッパの文化をよくわかっていない。ヨーロッパのことを知りたい。日本はすでに旅行に行っている。残りの時間とお金があれば、また来るだろう。もちろん学業に先駆けて日本の発展の見通しを考えてみた。日本の治安は欧米のほとんどの国よりよく、安心できる。でも、中国はもっとも安心だ。両国人民の知らないことで、葛藤と衝突を引き起こることを一番心配している。

と述べている。Aさんは日本の治安に対して、安心感を持っているが、国の代表意識の影響により、一番安心できるのは中国だ。

また、税関については、

今回は人生初めての海外旅行なので心配した。ショッピングは旅行の最大の目的で、自分の荷物には違法商品と重量オーバーのことを心配した、でも、今度日本に旅行するなら、ショッピングは最大の目的ではないので、重量オーバーのことは心配する必要がない。

と述べている。Aさんは税関をごまかす行為はなかった、他人の仕事量を増やさない方がいいと思った。

#### **4.3.2.Bさん**

##### **4.3.2.1.インタビュー内容の分析**

日時：2017/2 2017/10

場所：上海普通のカフェ

消費額：30万ぐらい

属性：中国上海出身 男性 34歳 シャープ株式会社社員

来日旅行：2回

Bさんは、自身の爆買いについて、「爆買い経験ある。」というものをあげている。

自分はオタク用品、二次元のものを買った。奥さんは化粧品、赤ちゃん用品などを買った。

と述べているように、Bさんは日本に2回旅行した。日系企業に勤めているので自分の経済状況がいいと思うので自分のお金で品質がいいものを買いたいのは普通である。「爆買

い」という言葉を「知っている」と答えた。

また、中国人観光客の爆買い現象についてどう思っているか、という質問に対しては、

普通、正常だ。日本での買い物はぼったくられることが心配しない、中国の観光地はぼったくりがひどい。日本のサービス産業の従業員の態度が良い、また、日本の製造は頼もしい、たとえ同じ **made in china** であっても、日本における **made in china** は、中国でのそれより、信頼できる。そうすると、日本に買い物に行くのは当然だ。

と答えており、Bさんは中国製より、確かに日本製のほうがいいので、日本に行って購入するのは正常と考えた。よって、爆買いに対して、Bさんはポジティブな態度を持った。

また、日本で直接見た爆買いについては、

一気に 180 個の保温水筒を買った人がいた、また、その人は店員に聞いた、「炊飯器まだいくつ残っている、全部買いたい」と。それを目撃した当時の気持は、お金持ちだと感嘆しつつ、あの人は馬鹿だとも思った

と述べているように、Bさんは爆買いが理解しているが、想像以上を爆買いしたなら、やはりおかしいと感じました。爆買いも限界があると思った。

爆買いニュースについては、

新年の日本は福袋を販売する習慣がある、中国人観光客が爆買いし、日本の福袋を売れ切れ状態、日本人は買えない

と述べているように、Bさんは爆買いのニュースがテレビ、ネットニュース、ソーシャルメディアなどから見たことある。印象深いニュースに対して、中国人の購買能力を見くびっている、在庫不足なら、もっと用意すべきだ。

また、「ハレ」と「ケ」という意識については、

日本に旅行することはそんな難しいことではない、時間について、上海から日本まで、飛行機でたった 3 時間しかかからない、中国の中での国内旅行とあまり違はない、ビザについて、金と仕事があれば、問題がない。

と述べている。Bさんはよく各地に出張するので、日本への旅行は出張と同じだと思い、わくわくとする興奮な気持ちがなかった。Bさんにとって日本に旅行するのは日常生活「ケ」

と思われる。また、日本での買い物は B さんにとって、「ケ」であるが、奥さんにとって、「ハレ」である。

日本に旅行する時、国の代表意識を持っているか、という質問に対しては、

中国は大きすぎる、いろいろな人がいる、外国の人は一部の中国人は悪いだけであっても、そのことから、すべての中国人が悪いと考える、それは間違いである。しかしこういう間違った中国人に対する見方を覆すために、私は自分自身から悪いことをしない（例えば、日本においては、あいさつを重視する、日本人の挨拶を返す/相手国の法律と交通を守る。）

B さんははっきり「持っている」と答えており、国内であれば気にならないいくつかのことを外国では気にしていった。たとえば子供の泣き声で、他の人に迷惑かけないように注意した。

また、日本で買い物時の値段は気になるか、という質問に対しては、

買い物中に値段を気にする、しかし、もし、すごく気にいってて、値段が高いものを見たら、旅行中にせっかくだから、買う。

と述べているように、B さんは経済が自立しているので、ものの値段は見るけど、好きなら、買う気持ちが強い。しかし、周りの人がものを買ったとき、B さんは買いたいという気持ちは起こらないけど、周りの人が何を買ったか気になる。

日本とヨーロッパ旅行の比較については、B さんは「いま頭の中で、一番旅行したい国は日本だ」と述べた、B さんは日本の治安が安心できると感じている。

税関については、B さんは「心配している」と答えており、B さんは買ったものは全部必要なので、一つでも捨てたくない、あらゆる方法を考える。

また、ディズニーランドについて、B さんは「行ったことがない」と答えており、B さんはディズニーがこれから子供を連れて遊びに行く、自分ひとりで行くにはあまり適切な場所ではない。

#### **4.3.3.C さん**

##### **4.3.3.1.インタビュー内容の分析**

日時：2017/3 2017/10

場所：上海普通のカフェ

属性：中国江西省出身（湖南省のとなり） 男性 34 歳 シャープ株式会社社員

来日旅行：無

Cさんは、自身の爆買いについて、「爆買い経験ない。」という答えをあげている。

自分の購買欲は強くない、もし日本に旅行するなら、観光が一番重要、建物、景色、民俗雰囲気など注視する。

と述べているように、Cさん自身は買い物が好きではない人だ。本当に必要するなら買いに行くタイプだ。

また、中国人観光客の爆買い現象についてどう思っているか、という質問に対しては、

日本のサービス態度が良い、品質が高いなど全部分かるけど、中国人は盲目的に消費するのに対しては否定的意見を持つ。、近年の中国人は物質条件が良いが、素質、精神面が足りない。

と答えており、Cさんは爆買い行為に対して、非合理的な消費と考えた。精神面の足りない例として、外国のものはすべて中国のものより良いと思う、外国のものを買えたなら、すぐ他の人に見せびらかすことを挙げた。よって、爆買いに対して、Cさんはネガティブな態度を持った。

爆買いニュースについては、

made in china の温水洗浄便座をいくつかを買った人が、友達は家に友だちが遊びに来た遊び時、友だちにずっと水を飲ませる、その目的は友だち達にトイレに行かせて、日本で買った便座を見せびらかすためである。

と述べているように、Cさんは爆買いのニュースがテレビ、ネットニュース、スマートフォンなどから見たことある。印象深いニュースに対して、面白い、ばかばかしいと感じた。また、「ハレ」と「ケ」という意識については、

日本に旅行するにはそんな難しいことではない。

外国旅行しない理由は仕事が忙しい、休暇時間がない、また、国外は特に行きたい場所がない

と述べているように、日本に旅行について、Cさんはドキドキする気持ちが感じていない、

普段の遊びに行くのと同じ感覚なので、Cさんにとっては日常生活「ケ」である。

日本に旅行する時、国の代表意識を持っているか、という質問に対しては、

外国旅行経験がないけど、もし外国旅行の時、国の代表を持つと思う  
ノイズを出さない、他人に邪魔をしない、電車とバスに乗るとき座らない

Cさんははっきり「持っている」と答えており、海外旅行なら、必ず国の代表意識を重視し、相手国の交通規則などを注意する。

また、日本で買い物時の値段は気になるか、という質問に対しては、

もし、日本で買い物なら、具体的な値段にはあまり気をつけていない、だいたいな値段が知ればいいと思う。

好きなもの値段が高いなら、一つ、二つぐらいなら買う、それ以上なら、もっと考える必要がある。

と述べているように、Cさんは経済が自立しているので、ものの値段は見るけど、好きなら、買うつもりが、Cさんは「買い物好きではない」タイプのもので、買う数が少ない。また、周りの人がものを買ったとき、Cさんは同じ絶対買うというタイプではない、周りの人に注目して、何を買うのかが気になる。

日本とヨーロッパ旅行の比較については、Cさんは「休み時間によって。休みが長く貰えるなら、ヨーロッパに行きたい。休みが短くしかないのなら、日本がいい」と述べた、Cさんは日本の治安がヨーロッパより安心できると感じている。

また、ディズニーランドについて、Cさんは「香港のディズニーランドに行った」と答えており、ディズニーランドは子供を連れて行くべきところだと思っている、自分や友だちとだけと一緒に行くなら、Cさんは違和感を感じる。お土産を買ったけど、予算があった。

#### **4.3.4.Dさん**

##### **4.3.4.1.インタビュー内容の分析**

日時：2017/10

場所：タクシー内

属性：中国上海出身 男性 29歳 タクシー運転手

来日旅行：なし

Dさんは、自身の爆買いについて、「爆買い経験ある。」という答えをあげている。

アップルのスマートフォンが大好き、新しいシリーズが出たら、買う。お金が足

りない場合は結婚前ならクレジットカードで買う、払う結婚後は両親からお金をもらう。

結婚してから、iphone6s と iphone7plus を買った、奥さんにバレた、夫婦ケンカをした、奥さんは無駄遣いといった、そして、給料カードとクレジットカードのすべてが没収されました、しかし、最近 iphonex が発売されて、妻に騙して、購入した、妻はまだ知らない、言う勇気がない

と述べているように、Dさんは結婚前と結婚後で大きな差がある人だ。結婚する前は爆買いするタイプな人だった、毎月の給料は全部消費に消えた。結婚してからも買いたい気持ち強いけど、妻の管理が厳しく買うことはできない。

また、中国人観光客の爆買い現象についてどう思っているか、という質問に対しては、

普通、正常だ。中国は偽物が多すぎ、自分は中国人としてでも恥ずかしいと感じる。個人個人的な見方見方では、中国製の製造は日本製に比べて、中国の低コストでありの製造は、品質的にことは感心しない。最短時間時間で製造製造すれば、他のことはどうでもいいということらしい、一方、日本製製造の品質は安心できるので、お金があれば、いいものを買うのは当然だ。

と答えており、日本のものは中国より良いと思っている。お金があればもちろん日本商品を買う。よって、爆買いに対して、Dさんはポジティブな態度を持った。

爆買いニュースについては、

スマートフォンから偶然見たことある。印象深いニュースはウォシュレットのこと、日本でいくつかのウォシュレットを買った人がいる、家にもち連れて帰って、使う時にふと気づいた、これらのウォシュレットは全て中国製だ。

と述べているように、Dさんは新聞、テレビは普段見ない。印象深いニュースに対して、この人たちはバカだ、金だけある、頭がないと感じた。もしDさんは日本に行くなら、絶対中国製のものは買わない。

また、なぜわざわざ日本で買うか、という質問に対しては、

中国でもものを買うのは税が高い、具体的な数値がわからないけど、高い、もし、海外のものを買うなら、消費税がまた高い。

例えば、同じブランドもののカバン、日本の値段は15万、中国人では20万だ。

と答えており、Dさんは中国人自身がブランドと企業のイメージを壊してしまった。そう

でなくても、金持ちや高官たちが自分の子供を留学のため出国させ、人材もお金も海外に移っていってしまう。

「ハレ」と「ケ」という意識について、Dさんは海外旅行経験がない。中国は福建省、青島、寧波などだけ旅行した。しかし、旅行に対して、Dさんははっきり「非日常」、ハレと答えた。もし日本行くなら、せっかく日本に行く、自分の面子のため、Dさんは親戚たち（色々な人）にお土産を買うつもりだ。爆買いするつもりだ。

日本に旅行する時、国の代表意識を持っているか、という質問に対しては、

外国旅行する時、国の代表を持っている。

日本では痰を吐くことを注意する、中国ではみんなそうするから、吐いても大丈夫だ。

Dさんははっきり「持っている」と答えており、海外旅行なら、必ず国の代表意識を重視し、自分が中国人の代表として、下品なことをしないように日本で注意する。

また、ディズニーランドについて、Dさんは「上海ディズニーランドだけに行った。」と答えており、上海のディズニーランドはDさんの家の近いところだ。結婚前にはDさん行ったことがなかった。結婚してから、子供と一緒に何回行った。ランドの中のものはとても高いので、他の人にお土産を買わない。自分の子供のものだけを買った。

### **4.3.5.Eさん**

#### **4.3.5.1.インタビュー内容の分析**

日時：2017/7      ウィチャット    2017/10    skype

消費額：80 万ぐらい(20+60)

属性：中国上海出身    女性    25 歳    民営企業

来日旅行：2回    一回目    観光    買い物

二回目    友だちを訪ねる    買い物

Eさんは、自身の爆買いについて、「爆買い経験ある。」という答えをあげている。

化粧品、洋服、カバン、ブランド商品などが好き。

日本のブランドは川久保玲    三宅一生、ハイブランドなどがいつも買った。

可愛ものを見れば、買いたい。

と述べているように、Eさんの家庭は大金持ちなので、物の値段が気にしない。自分が好きなものがあれば、考えずすぐ買うタイプである。いくら高くても安くても、関心ない。

また、中国人観光客の爆買い現象についてどう思っているか、という質問に対しては、

日本だけではなく、中国人は全世界で過度消費をしている、それは良くない  
旅行中、買い物は一番重要ではない、旅行の目的、旅行の意義はどこ？買い物と  
遊び一緒、それこそ旅行だ。

と答えており、Eさんは日本で中国人観光客の爆買いを過度消費とは思った、旅行の目的  
は買い物だけに集中すべきではない、自分の旅行に行った目的をよく考えるべきだ。しか  
し、結局 Eさん自身が日本で爆買いした。

爆買いニュースについては、

ある年の春節ごろ、おじいさんとおばあさんたちの購買能力が恐ろしい、大量の  
エルメスを買ってから、そのまま地面に置いた、雑な扱いをした。

と述べているように、Eさんは爆買いニュースがテレビ、ネットニュース、スマートフォ  
ンなどから見たことある。印象深いニュースに対して、Eさんは春節、ゴールデンウィーク  
などのとき、中国人は自分と家族いくつかの新しい物を買うのは正常だけど、「彼らは狂っ  
ている？エルメスはただ？」という考えた、確かに国内より安いけど、一個、二個でい  
い、こんなにたくさん買うのはEさんが理解できない。

なぜわざわざ日本で買うか、という質問に対しては、

中国人はアマゾンでは、本だけ買う、他のものは中国の『淘宝』で買う。アマゾ  
ンは販売の人に直接質問、交流ができない。『淘宝』はできる。

また、『淘宝』で販売の人に相談して、運賃料は無料（上海、浙江省周辺）できる、  
しかし、アマゾンはもし一つの商品の運賃料は五百円だとしたら、二つを買うな  
ら、千円になる、三つ買うなら、千五百円になる。同じ状況で中国だと、二つ買  
うなら運賃料は無料になる可能性が高い。

と答えており、Eさんはアマゾンを使わない理由を述べた。また、現在『代理購入』（代  
購<sup>34</sup>）と他の海外購買アプリは多い、Eさんは日本の化粧品の購入が便利になったけど、  
『代理購入』の人を知らない、また、アプリで販売の商品は偽物があるので、Eさん直接店  
で買うのは一番安心だと考えた。

「ハレ」と「ケ」という意識について、Eさんは「旅行がすき、国内と海外しょっちゅう  
旅行している」と述べた。Eさんは時間があれば、旅行をするタイプなので、日本に旅行する

---

<sup>34</sup>中国では wechat などのソーシャルを利用して、代理人に頼む商品を購入することである。



のは E さんにとって日常「ケ」と思われる。しかし、E さんは日本にいったとき、免税店で他の皆が全部爆買いした場面を見て、自分もその商品を買おうと思った。そんな雰囲気、まるでまつりと同じだ。ショッピングをはじめたら、止まらない。よって、日本で買い物は E さんにとって、非日常「ハレ」と考えられる。

日本に旅行する時、国の代表意識を持っているか、という質問に対しては、

郷に入っては、郷に従え。

電車の中で、電話しない。最初、このマナーは知らなかったの、電車の中で、電話したら、日本人に電話禁止と言われた、当時超恥ずかしかった、今後は絶対にしない。

と述べているように E さんは外国旅行中国の代表意識を持った。当時は知らないマナーなので、恥を感じた。

また、ディズニーランドについては、

香港、日本のディズニーランドに行った。

上海は、多分香港や上海と同じ感じだろうから、行かなくてもいい。

E さんは香港、日本のディズニーランドに行ったとき、爆買いした。ディズニーシリーズの飾り、ぬいぐるみなどいっぱい買った。その中では、自分用と友だち用があった。爆買い金額は5万円くらいだ。

日本で買い物時の値段については、

具体的な値段にはあまり気にしない、気持ちによって、好きなものだけ買う。

と述べているように E さんはものの値段は 500 円から 50 万円のものまである。ものの値段は全然気にしていない。

日本とヨーロッパ旅行の比較について、E さんは「買い物なら、絶対日本がいい、漢字を読める、景色も綺麗、治安も安心」と答えた、ヨーロッパは、E さんがのんびり旅行したいなら、ヨーロッパがいい、生活リズムはゆっくりだと考えた。

税関について、E さん以前は 20 万円罰金払ったことがあるので、それ以降は高いものを買ってもパッケージとラッピングをいらないといい、持ち歩きカバンの中に入れる。また、海外で買った新しいブランドバッグも手元に持って、自分本来のバッグのふりするという手段で逃げる。

#### 4.3.6.F さん

##### 4.3.6.1.インタビュー内容の分析

日時：2017/6

場所：LINE インタビュー

属性：日本 京都出身 男性 21 歳 大学生 文化部中国学科専攻 佛教大学  
中国の吉林大学 8 ヶ月留学

F さんは、自身の爆買いについて、「爆買い経験ちょっとある。」という答えをあげている。

中国のネットショッピング「淘宝网」は超便利、超安い、すごく安いので、ちょっとだけ爆買いする、同じネットショッピングのアマゾンにはこんな気持ちがない

と述べているように F さんは購買意欲が強くないタイプだ。F さんは中国へ留学経験があった人だ。自身は買い物好きではない。現在まだ学生なので、独立した生計を営んでいない。買い物のときは爆買しない、自分の予算がある。

また、中国人観光客の爆買い現象についてどう思っているか、という質問に対しては、

気になる 研究の価値がある。

中国への留学が終わってから、なぜ日本に中国人がいっぱい？なぜ中国人たちが同じものを複数買う？なぜ爆買いする？爆買いする中国人は金持ち？色々な疑問を持つ、卒業論文は爆買いをテーマする。

と述べているように、F さんは中国人観光客の爆買い行為について、気になる。男の中国人は店の外でタバコを吸う。日本人が経営する店なのに、通訳の人、店員たちはほとんど中国人、違和感を感じる。また、中国人観光客の爆買い理由は金持ち、F さんはお土産文化だと考える。

爆買いニュースについて、F さんは中国の人民日報と日本の朝日新聞、読売新聞、京都新聞などを見たことがある。日中メディアの爆買い新聞について、F さんは報道の重点が違うところを感じる。日本のメディアは中国人のマナーなど、悪いことを報道するイメージがある。一方、中国のメディアは中国人の消費能力が上がるなど、いいところを報道する。F さんは研究の価値があると感じた。

「ハレ」と「ケ」という意識について、F さんは台湾、タイ、韓国に旅行した。旅行に対しては、「ハレ」と答えた。旅行する時のお土産については、両親だけ、一個、二個ぐらい。

代表意識について、F さんは外国旅行時、弱い国の代表意識を持っている。街の中で、ご

みを捨てないように注意する。具体的は周りの人は勝手にゴミを捨て、自分はそれをしないように注意。

また、ディズニーランドについて、F さんはある程度爆買いと言えるけど、周りの人より爆買いが弱い。買い物はお菓子、ぬいぐるみなど。

#### **4.3.7.G さん**

##### **4.3.7.1.インタビュー内容の分析**

日時：2017/7 2017/10

場所：春日

属性：日本 男性 34 歳 茨城県 合併前の図書館情報大学卒業 事務職

G さんは、自身の爆買いについて、「爆買い経験ない。」という答えをあげている。

ネットの記事から、「爆買い」という言葉を知っている。爆買いしない、お金がない。好きなもの（本、漫画、CD など）でも、同じものをたくさん買うことはしない。

と述べているように、G さんは自分の独立経済源を持っている人が、自分は買い物が好きではない、CD、DVD、書籍、漫画、楽器の収集癖があるけど、それを買う物のとき、爆買いしない、予算がある。

また、中国人観光客の爆買い現象についてどう思っているか、という質問に対しては、

中国人観光客の爆買いをしているが、具体的に何を買うのはよくわからない。  
ニュースでは、中国人の悪いことを書くが、昔の日本人も、経済状態が良かったとき、同じことをやった。自分に対して影響がない

と述べているように、爆買いに対して、G さんの生活から遠い。G さんは爆買いしない、お金もない、爆買いした中国人も知り合えないので、爆買いした中国人は別の次元の人と考えだ。

爆買いニュースについて、G さんは日本人たちが中国人爆買いに対して、経済、ものなどより、気になるのは、買い物中のマナーだと述べた。中国人の爆買い歓迎しない理由について、爆買いの人が東洋人ではないなら、もっと歓迎すると思う。アジア系の方は顔、体が似てるのに、わからない言語を喋っている、すごく不安を感じる。全然違うものよりは、似てると思っているのに違う、一番怖い。G さんは日本人が外国人を受け入れにくいと感じた。

旅行について、Gさんは「非日常ではない、日常ではない、中間」と答えた。Gさんはフラフラ出かけるのは好き、旅行はスケジュールなどを考える、計画が必要なので、ちょっと面倒と思った。

国の代表意識について、Gさんは外国旅行経験がない。外国旅行時なら、国の代表意識を持ってない。日本と同じ、恥があるとき、異文化だから、しょうがないと述べた。

ディズニーランドについて、Gさんは10年で5回ぐらい行った。お土産買う人は友だち、知り合い、後輩、家族などだ。日常ではない「ハレ」と感じる。

普段買い物値段について、Gさんは値段が気にする。欲しいものは大体この値段なら即買う金額と上限を決めているので珍しいものでなければその範囲で、珍しいものであれば上限の2割増ぐらいまでは出している感覚だ。

日本の治安はヨーロッパに比較して安全、Gさんは海外に出たことがないので実感はないが、渡欧した友人の被害を数件聞いているため、国内の路上で遭遇するような犯罪（傷害・盗難など）は少ないものと感じている。

周りの人がものを買ったとき、Gさんは自分も何かを買おうという気持ちがない。薬品など生活に支障を伴うものでなければ特に買おうとしないと思う。

税関について、Gさんは予算との兼ね合いで税金の計算はするが仕方ないものと考えているので心配はしないと思う。

#### **4.3.8.Hさん**

##### **4.3.8.1.インタビュー内容の分析**

日時：2017/9

場所：医学図書館

属性：日本 女性 22歳 千葉 医学

Hさんは、自身の爆買いについて、「爆買い経験ない。」という答えをあげている。

テレビで、初めて「爆買い」という言葉を知っている。

好きなお菓子は安くなったら、普段より多く買うけど、大量ではない。

と述べているように、Hさんは筑波大学の学生として、まだ独自の収入源がない、買い物をしたときにものの価格を考える、好きなものでも購入したとき予算を考える。Hさんにとって、日本での買い物は「ケ」である。

また、中国人観光客の爆買い現象についてどう思っているか、という質問に対しては、

たくさんの商品を買うのはありがたいけど、同じ商品を大量買って、日本人は買

うことができない状況が出るなら、良くない。

と述べているように、爆買いに対して、HさんはHさんは日本人に迷惑をかけないなら、ポジティブな態度を持った。

爆買いニュースについて、Hさんは中国人が春節ごろ、わざわざ旅行に来て、大量の商品を買ってから帰るイメージが強い、また、マナーに関するニュースは多いと感じた。

旅行について、Hさんは台湾、中国の北京、シンガポールを旅行した。非日常「ハレ」と答えた。両親と友だちにだけ、お土産はお菓子をあげる。

代表意識について、Hさんは悪いことを少し、気をつけるけど、あまり意識していない。

ディズニールランドについて、Hさんは今まで3回ぐらいに行った。せっかく来た気持ちで、友だちにお菓子を買った。

#### **4.3.9.Iさん**

##### **4.3.9.1.インタビュー内容の分析**

日時：2017/10

場所：春日図書館

属性：日本 女性 21歳 茨城 情報メディア創成

Iさんは、自身の爆買いについて、「爆買い経験ない。」という答えをあげている。

音楽を作るが好き、でも値段は高い。必要なものと必要なのかずを買う。

テレビで、「爆買い」という言葉を知っている。

お母さんが爆買いする。弟はサッカーやっている、いつもゼリー飲料を飲むので、お母さんは毎回都会に行くとき、自分が住んでいる街より、安く手に入るなら、ゼリー飲料をいっぱい買う

と述べているように、Iさんは筑波大学の学生として、経済的に自立していない、自分が好きなものは音楽を作ることだが、作曲マシンとか楽器などの値段は学生にとって、高すぎる。Iさんにとって、日本での買い物は「ケ」である。

また、中国人観光客の爆買い現象についてどう思っているか、という質問に対しては、

小学校のとき、周りに中国人の児童がいるので、中国人に対して、嫌じゃない  
中国人観光客の爆買いは不思議だ なぜそんなに買う？

と答えており、Iさん中国人に対して、嫌じゃない。Iさんは都内電気系量販店をアル

バイトしているとき、中国人たちは値段も見ない、ばいばい買う。日本人の場合は値段を見ると、買うのをやめる方が多い。中国人観光客の爆買いは不思議だけを考えた。よって、Iさんは爆買いに対して、中立な態度を持った。

爆買いニュースについて、Iさんは中国に来た方たちは、バイト先の電気屋で本当に大量に買った、テレビのインタビューを受けるとき、具体的な爆買いした金額数が忘れた、普段が使わない金を予備して、わざわざ日本で使う、Iさんはびっくりした。

旅行について、Iさんはサイパン、グアムを旅行した。それは非日常「ハレ」と思った。両親と友だちだけにお土産はお菓子を買った。

代表意識について、Iさんは「あるかもしれない」と答えた。海外旅行なら、Iさんはやはり自分が違うと感じた。マナー、食べ方に注意する。周りの人を見る。国内なら、Iさんは例えば大阪ではエレベーターを乗るときは右を注意している。

ディズニーランドについて、Iさんは今まで10回ぐらい。Iさんはディズニーシリーズのぬいぐるみは全部ほしい、新しいものを見たら買うつもりだ。バイトの友人などの分をまとめて、お菓子を買う。

#### **4.3.10.Jさん**

##### **4.3.1.1.インタビュー内容の分析**

日時：2017/11

場所：skype

属性：中国 女性 26歳 家庭主婦 中学校卒業

日本へ旅行経験がない 代購経験がある

Jさんは自身の爆買いについて、「爆買い経験ある程度ある。」というものをあげている。

好きなことはドラマを見る。韓国、中国の恋愛ドラマだ。

他の人より、自分が買ったものは少ない。周りの人はもっと買った。

と述べているように、Jさんは専業主婦で、日本に行ったことがない、しかし、代理購入の経験があった。結婚する前に自分用の化粧品、洋服とかを買った、結婚する後は主に子供のため買うと思った。国内の赤ちゃんの製品はあまり安心できないので、代理購入の値段が高くても、安心のため買う。赤ちゃんが生まれる前は自分用の化粧品、スキンケア、洋服、お菓子などを買った。

代理購入について、Jさんは日本、韓国のを代理購入した。知らない代理は信用できないので、今まで、代理した人は友だちと友だちの知り合いだ。買う前に、まず値段を聞く、もし値段が高くないなら、すぐ買う。もし、値段が高くても商品が本当にいいなら、

買うつもりだ。

また、中国人観光客の爆買い現象についてどう思っているか、という質問に対しては、

爆買い行為は賛成だ。中国企業が悪いせいで、私たちは中国製品を信頼できない。  
以前中国製のあるおむつを赤ちゃんに使ったから、赤ちゃんのお尻が赤くなった  
ので、商品が不合格と思った。

Jさんは以前、ある中国の有名な赤ちゃんの粉ミルクに関するすごく悪いニュースがあったので、粉ミルクを飲んだ赤ちゃんが死んだ、また、頭が大きくなったなど。Jさんは自分の子が生まれたから、すごく不安、絶対中国製の赤ちゃんの粉ミルクを使用しない、現在赤ちゃんの飲む粉ミルクはオーストラリア製だ。

旅行について、Jさんは香港、内地だけ旅行した。いつも家で、子供の面倒をみて、外で遊ぶのはワクワクする。旅行は非日常「ハレ」と感じた。お土産は当地の有名なもの、両親、友だち、親戚などに上海にないものを買った。

日本に旅行する時、国の代表意識を持っているか、という質問に対しては、

物を街に捨てないで、家にいるならどうでもいい、ごみを散らかしたことがある。  
外国では自分の声の大きさを注意する。

Jさんははっきり「持っている」と答えており、日本での旅行は中国と日本のルールの違うところを注意する。

ディズニーランドについて、Jさんは「結婚前に香港ディズニーランドに行った」と答えた。上海のディズニーランドはJさんの家に近い、ランドの外で、10回ぐらい、散歩した、遊んだことがあった。上海のランドの中は2回に行った。こどものおもちゃ、ディズニーの洋服、白雪姫の時計などを買った。

#### 4.4.調査対象者全員のまとめ

対象者	国籍	爆買い	爆買いへのイメージ	日本へ旅行	日本で買い物	代表意識
A	中国	△ <sup>35</sup>	○	ハレ	ハレ	○
B	中国	○	○	ケ	ケ	○
C	中国	×	×	ケ	ケ	○
D	中国	○	○	ハレ	ハレ	○

<sup>35</sup> この△はAさんが爆買いしたが、自分の本音ではない

E	中国	○	△ <sup>36</sup>	ケ	ハレ	○
F	日本	×	△	ハレ	ケ	△
G	日本	×	△	△ <sup>37</sup>	ケ	×
H	日本	×	△	ハレ	ケ	×
I	日本	×	△	ハレ	ケ	△
J	中国	○	○	ハレ	ハレ	○

表 14

\*

○は爆買いに対するイメージはポジティブ	国の代表意識を持った
×は爆買いに対するイメージはネガティブ	国の代表意識を持ったず
△は爆買いに対するイメージは中立	国の代表意識は弱い

<sup>36</sup> ここの△は E さんが爆買いに対するイメージは×が、自分は爆買いした

<sup>37</sup> ここの△は「ハレ」と「ケ」の間の意味である。



## 5. 結論と考察

### 5.1. 結論と考察

①朝日新聞と人民日報の記事結果については日本のメディアは中国より、爆買い記事の報道が多い傾向があることを明らかにした。朝日新聞は「爆買いは日本の経済を支える」のようなポジティブなイメージを報道した。人民日報の爆買い記事はほとんど事実のみを手短かに伝え、中立的なイメージを捉えた。②Twitter と新浪ウェイボのコメント結果については両国の国民たちは爆買いに対して、同じようにネガティブな態度が一番多い。日本の国民たちは爆買いそのものより、爆買いした中国人のマナーにネガティブなイメージを持った。中国人の国民たちは反日感情故の爆買いに対するネガティブなイメージを持った。③日中両国若者 10 人の半構造化インタビュー結果についてはインタビューした中国人たちはすべて国の代表意識を持っていて、外国旅行中に自分のマナー、話す声と交通規則などを注意すると語った。日本での買い物は「ハレ」、非日常として捉え、爆買いに対してポジティブなイメージを持った。他方日本人は日本での買い物は「ケ」、日常行為として捉え、外国旅行中、日本人は国の代表意識を持たず、恥を感じる必要がないと考える。また、日本人も過去にバブル期やっていたから自らの反省で、爆買いした中国人に対して寛容なイメージを持った。

以上から見ると、①と②の間にズレが生じた理由はタテマエ主義な朝日新聞は一般的な国民に共感されない。公式主義な人民日報は等の影響力下の一部の中国人に影響を与えるが、すべての国民には浸透していない。よって非知識人たる読者の書き手である知識人層へのルサンチマンがあると考えた。

②と③の間にズレが生じた理由は「Twitter」上でコメントをつけた人は反中感情を持っている右翼<sup>38</sup>が多い<sup>39</sup>（経済資本が少ない<sup>40</sup>）。それに対して、インタビュー対象の日本人は国際的な筑波大学関係者が多いため、知的エリートとして差別意識が薄くかつ対面調査のバイアスがあると考えた。インタビュー対象の日本人は反中感情を持っていない。また、「新浪ウェイボ」上でコメントした中国人は主な特徴は学歴が低い、年齢層が低い、収入が低

---

<sup>38</sup>一般的には反共主義者や右派に多いと目されているが、中国の人権問題を重視する左派・人権派によるものもある。

「ネット右翼」とは日本版のオルタナ右翼とも言えるものであり、本辻、大介の研究では、1) 中国と韓国への排外的態度、2) 保守的・愛国的政治志向の強さ、3) 政治や社会問題に関するネット上での意見発信・議論への参加という 3 点から操作的に定義した。

<sup>39</sup>2014 年調査データの分析結果によれば、「ネット右翼」層には男性が多く、年齢や学歴には有意な特徴はない。ネットのヘビーユーザであり、ソーシャルメディアのなかでは Twitter を活発に利用する。

辻大介、計量調査から見る「ネット右翼」のプロファイル: 2007 年/2014 年ウェブ調査の分析結果をもとに[J]. 年報人間科学, 2017, 38: 211-224.

<sup>40</sup>総務省「情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査」の報告書の数字により、Twitter は 10 代、20 代の利用者が多いという結果になっている。年齢層が若いので、経済資本が少ないと考えた。 <https://appbu.jp/share-of-social-media>

い<sup>41</sup>だ（文化資本・経済資本が少ない）。それに対して、インタビューした中国人が国産への信頼度が低く、かつ爆買いした上海関係の中国人は都市の中間層と金持ちであることによると考えられる（経済資本がある<sup>42</sup>）。中国については地方人の都会人へのルサンチマンがあると考えた。都会人でも、上海人に対する北京人のやっかみがある。

爆買いに肯定的イメージを持った理由は主に③のインフォーマントの中国人は上海関係者で、「金持ち親日派の上海人」は本人と周りの人だと考えたので、経済資本・文化資本がある。爆買いに否定的イメージを持った理由は主に②のコメントをつけた中国人経済資本・文化資本が少ない。「金持ち親日派の上海人」が走資派で漢奸だと考える、ルサンチマンのモチ主が多い。また、②のコメントをつけた日本人は主に経済資本が少なく、ネットで炎上させ、ルサンチマンが増えると考えた。③のインフォーマントの寛容的なイメージを持った日本人は文化資本があり、筑波大生かつ対面調査のバイアスのため、ルサンチマンが少ないか、それを表に出さない。

結局「爆買い」イメージは、爆買いの実態そのものよりも、関係者の文化資本・経済資本に規定されている。文化資本・経済資本の低い人が、結果的に当事者（爆買い中国人）を違う世界の人と考える。よって、当事者に対するルサンチマンが強くなるため、ネガティブなイメージを持つと考えられる。

本研究によって、爆買いとそれを巡る報道・世論等において、表向きは日中のわだかまりが目立つものの、その内実は下層民の上層民に対するルサンチマンの面が強く、実質日中下層民が共同戦線をはっていることが明らかになった。日中国内の階層間のルサンチマンの解消こそ、日中友好への遠いようで近い道だと考えられる。

## 5.2.今後の課題

本研究のインタビュー調査では上海人と上海に住んでいる人を調査対象者として彼らにのみ焦点をあてたが、上海以外の調査対象者を今後探る必要もある。例えば、北京人と経済が良くない地域の人などの対象者も考える必要がある。また中国都会人への農村部の人々のルサンチマンもインタビューでは検討していないので今後の課題である。

今回インタビューを受けた日本人調査対象者はほとんど筑波大学の学生なので、まだ独自の収入源がない、もっと独自の収入源がある調査対象者を拡大したい。

最後、量的分析したの「朝日新聞」と「人民日報」記事について、質的調査をしたい。記事の裏面を発見できるかもしれない。

---

<sup>41</sup>康祖姣. 网络暴力事件舆论的非理性表达及引导研究[D]. 湖南师范大学, 2015.  
中国現在ネットユーザーの属性特徴を明らかにした。

<sup>42</sup>2016年中国の高収入地域のランキングについて、第1位は中国の上海だ。

<http://dy.163.com/v2/article/detail/D04OK27C0525HM60.html>

また、2016年中国各平均支配できる金のランキングについて、第1位は中国の上海だ。  
<https://mr.baidu.com/hiid7s0>

## 参考文献

- 淡野明彦. 「爆買い」と「観光」(フォーラム論文 特集 都市と観光 (3))[J]. 都市研究: 近畿都市学会学術雑誌, 2014 (14): 1-8.
- 姚峰, 李瑶, 李珊. 日本地域別中国人観光客旅行先選択の影響要因分析[J]. 香川大学経済論叢, 2016, 89(2): 283-309.
- 呉金海. 1980 年代の中国消費文化について:『人民日報』と『朝日新聞』を中心に[J]. 応用社会学研究, 2007, 49: 267-284.
- 櫻井澄夫. 叢談 カードの世紀 (第 135 回)「爆買い」「インバウンド」「クレジットカード」井上博. 「爆買い」頼みの観光産業に突きつけられる課題[J]. 経済界, 2015, 50(7): 52-53.
- 日野卓郎. 中国人観光客「爆買い」の実態と若者の感性 (特集 クールジャパン再考: インバウンドビジネスの可能性)[J]. 企業診断, 2015, 62(10): 20-23.
- 徳植勉. 中国人観光客における「爆買い」についての一考察[J]. アジア文化研究, 2016 (23): 168-174.
- 劉鳳龍. 中国人留学生から見た日本中国観光客の爆買いと日本のサービス[J]. 日中建協 news, 2016, 33(224): 56-58.
- 黄愛珍. 訪日中国人観光客の旅行とインバウンド消費の動向[J]. アジア研究, 2017, 12: 25-40.
- 辻大介. 計量調査から見る 「ネット右翼」 のプロファイル: 2007 年/2014 年ウェブ調査の分析結果をもとに[J]. 年報人間科学, 2017, 38: 211-224.
- 張永祺, 石井健一. 中国のマイクロブログ (微博) における情報伝達の特徴: Twitter 日本人利用者との比較[J]. 情報通信学会誌, 2012, 29(4): 47-59.
- 吉村直子, 井上智雄. 東日本大震災前後のマイクロブログサービス Twitter における公共アカウントの利用分析[J]. 研究報告グループウェアとネットワークサービス (GN), 2012, 2012(5): 1-8.
- 石井健一. マイクロブログ Twitter における日本人利用者の特徴[J]. Department of Social Systems and Management Discussion Paper Series, 2011, 1277: 1-7.
- 千葉涼. 量的内容分析におけるマルチカウントデータに対する信頼性検定[J]. 早稲田政治公法研究= The Waseda study of politics and public law, 2016 (111): 1-16.
- 黄愛珍. 訪日中国人観光客の旅行とインバウンド消費の動向[J]. アジア研究, 2017, 12: 25-40.
- 李颖. 关于国人在日本爆买现象的研究[D]. 吉林财经大学, 2016.
- 论跨国旅游在中日关系中的作用[D]. 朱文. 青岛大学, 2013
- 刘春龙. 中国人制造的“爆买”为何难给中国制造?[J]. 工程机械文摘, 2015 (6): 1-1.
- 李浩. 中国游客带动日旅游业繁荣[N]. 金融时报, 2015 (008)

- 毕振山. 爆买：日本年度流行语[N]. 工人日报, 2015 (008): 12-04
- 胡立彪. “爆买”日本很疯狂也很正常[N]. 中国质量报, 2015 (006): 10-12
- 黄淑婷. 从 80 年代日本“爆买”看当今中国的“爆买” [J]. 超星期刊, 2016: 29-30.
- 中国游客赴日爆买[J]. 刘宝东. 商业文化, 2016(06)
- 周满珍. 爆买之徒[J]. 女性天地, 2016 (7): 14-15.
- 董佳佳. 中国游客在日 “爆买” 消费热潮减退及原因探析[J]. 商业经济研究, 2017 (11): 32-34.
- 陈言. 赴日“爆买” [J]. 商周刊, 2015 (021): 42-43.
- 喜君, 魏杰, 温菁, 等. 对国人在日本“爆买”社会现象的调查研究[J]. 求知导刊, 2017 (16): 78-78.
- 邱书钦. 中国游客海外“爆买清单”及其背后原因分析[J]. 对外经贸实务, 2016 (7): 35-38.
- 申文. 中国人“爆买”日本, 为何方兴未艾?[J]. 华人时刊 (上旬刊), 2016 (2): 44-44.
- 何敏. 浅析中国游客的“爆买”的实况[J]. 全国流通经济, 2017 (19): 13-14.
- 陶短房. “爆买”不是中国人的民族性[J]. 看世界, 2016 (5): 84-84.
- 桥本隆则. 中国人为何“爆买”日本[J]. 中国新闻周刊, 2015 (038): 89-89.
- 万宇. “爆买”背后的思维反差[J]. 现代阅读, 2016 (2): 35-35.

## 謝辞

本論文の作成にあたり、始終適切な助言を賜り、鋭く適切なアドバイスで長い議論に付き合ってくれた主任指導教員の後藤嘉宏先生とお忙しい中、副指導教員として時間を割いていただき照山絢子先生に感謝いたします。また、後藤研究室の同期の皆様、私のチューター松井勇起さん、大学生と大学院生の方々には常に刺激的な議論を頂き、大変参考にさせていただきました。ありがとうございます。

そして、最後となりましたが、本研究の趣旨を理解し快く協力して頂いた、中国と日本調査対象者の皆様に心から感謝します。本当にありがとうございました。

## 付録

朝日新聞記事データベース聞蔵Ⅱから記事を収集し、記事検索のキーワードは「爆買い」、  
「中国」とした。

総件数：225 件

No.	発行日	朝夕刊	面名	ページ	文字数	写真図表
00001	2015 年 02 月 20 日	朝刊	1 総合	001	00621 文字	
	(天声人語)「春節」商戦はじまる					
00002	2015 年 02 月 28 日	夕刊	夕刊 b e 土曜 2 面	005	00719 文字	あり
	時事英語に挑戦					
00003	2015 年 02 月 28 日	朝刊	2 経済	010	01659 文字	あり
	(きりとりトレンド) 春節のおみやげ 「爆買い」日用品も照準 【大阪】					
00004	2015 年 03 月 02 日	朝刊	オピニオン 2	008	00628 文字	
	(声)「爆買い」で日本の製品に自信					
00005	2015 年 03 月 04 日	朝刊	千葉全県・2 地方	028	00366 文字	
	千葉笑い 神津友好選 / 千葉県					
00006	2015 年 03 月 06 日	朝刊	1 外報	015	00329 文字	
	国内企業に発破 「爆買い」受け李首相 中国					
00007	2015 年 03 月 28 日	夕刊	1 総合	001	01999 文字	あり
	日中雪解け、「言葉」から 若者、討論で変化					
00008	2015 年 04 月 05 日	朝刊	グローブ 1 3 面	013	02544 文字	あり
	グローブ 1 5 6 号<北京の書店から>著者たちの原点					
00009	2015 年 04 月 09 日	朝刊	2 総合	002	02186 文字	あり
	(時時刻刻) 成田、L C C で勝負 専用の「第 3 ターミナル」開業 羽田国際化に危機感					
00010	2015 年 05 月 08 日	朝刊	1 経済	009	00630 文字	あり

	中国、「爆買い」引き留め策 日用品の関税引き下げへ					
	2015 年 05 月 15 日	朝刊	1 経済	007	00752 文字	あり
00011	(透視図)爆買いのマナー 手書きのひと工夫が解決 経済部・田幸香純 【大阪】					
	2015 年 05 月 15 日	朝刊	2 外報	012	02252 文字	あり
00012	(世界発 2 0 1 5) 中国、広がる「知日」熱 売れる日本専門誌 若者、「文化」に関心					
	2015 年 05 月 16 日	朝刊	静岡・1 地方	029	01022 文字	あり
00013	静岡空港、中国便急増 訪日需要高く・定期便 8 路線へ・県民利用に壁 / 静岡県					
	2015 年 05 月 20 日	朝刊	1 総合	001	00788 文字	あり
00014	インデックス 5 月 2 0 日					
	2015 年 05 月 20 日	朝刊	5 総合	005	01036 文字	
00015	(R e : お答えします) 外国人客の消費額どう把握？					
	2015 年 06 月 05 日	朝刊	2 経済	006	01112 文字	あり
00016	九州を売り込め 訪日客の買い物期待 小売店・免税・配送サービス拡充 【西部】					
	2015 年 06 月 06 日	朝刊	5 総合	007	00396 文字	
00017	中国と互惠強化、麻生財務相合意 筆頭副首相と会談					
	2015 年 06 月 10 日	朝刊	2 社会	030	00382 文字	
00018	来阪外国人客、爆伸び 1 1 3 万人増 円安・「爆買い」効果 昨年 【大阪】					
	2015 年 06 月 22 日	朝刊	オピニオン 1	009	02975 文字	あり
00019	(フォーラム) われら中小企業 子に後継がせる？					
	2015 年 07 月 01 日	夕刊	1 社会	009	00739 文字	あり
00020	爆買い特需、ミナミ急上昇 量販店・薬局進出「空き店舗ほぼゼロ」 路線価 【大阪】					

00021	2015 年 07 月 03 日	朝刊	1 経済	009	00171 文字	あり
	「爆買い」は想像以上 三井化学・淡輪社長					
00022	2015 年 07 月 03 日	朝刊	3 社会	033	01372 文字	あり
	(ニュースQ3) 人気は新宿・六本木…中国人がマンションも「爆買い」					
00023	2015 年 07 月 04 日	朝刊	1 経済	009	01420 文字	あり
	中国株、連日の急落 上海指数、3 週間で 3 割安					
00024	2015 年 07 月 04 日	朝刊	5 商況	012	00649 文字	
	(東洋経済の眼) インバウンド関連銘柄 思惑買い広がり早晚選別も					
00025	2015 年 07 月 04 日	朝刊	ちば首都圏・1 地方	023	00511 文字	あり
	搭乗直前の成田、「爆買い」ご注意 遅延要因にも /千葉県					
00026	2015 年 07 月 07 日	朝刊	3 総合	003	00631 文字	あり
	心斎橋お買い物、免税手続き一括 商店街「爆買い」見込み、大丸に専用窓口【大阪】					
00027	2015 年 07 月 10 日	朝刊	2 経済	011	00269 文字	あり
	美容マスク「爆買い」→旭化成が増産へ 素材の不織布、3 割増					
00028	2015 年 07 月 17 日	朝刊	2 経済	009	00594 文字	あり
	外国人客、九州・沖縄で消費少なめ 「安・近・短」の旅先? 日銀推計【西部】					
00029	2015 年 07 月 28 日	朝刊	和歌山 3・1 地方	026	00739 文字	
	外国人、土産に 2 万円 和歌山市が調査速報値 /和歌山県					
00030	2015 年 08 月 06 日	朝刊	熊本全県・1 地方	031	00656 文字	あり
	球磨商生、中国語学び国宝案内 企画ツアーへ準備 /熊本県					
00031	2015 年 08 月 08 日	朝刊	1 経済	007	01466 文字	あり
	好決算、爆買いも一役 上場企業、最高益の見通し 4～6 月期					
00032	2015 年 08 月 08 日	夕刊	1 社会	007	01155 文字	あり

00033	爆買い客船、ホクホク 西日本へ続々、港増強 【大阪】					
	2015 年 08 月 13 日	朝刊	1 総合	001	00786 文字	
00034	人民元ショック、株安連鎖 連日切り下げ、通貨安競争も懸念					
	2015 年 08 月 14 日	朝刊	1 経済	007	00334 文字	
00035	中国人「爆買い」効果、売上高 2 倍 ラオックス 6 月中間決算					
	2015 年 08 月 21 日	朝刊	下関・1 地方	027	00371 文字	あり
00036	中国客船、下関に 県内寄港初 / 山口県					
	2015 年 08 月 23 日	朝刊	1 経済	004	01134 文字	
00037	(波聞風聞) 日中、重なる日常 引き揚げからクルーズの 70 年 吉岡桂子					
	2015 年 08 月 26 日	朝刊	2 経済	006	00367 文字	
00038	「爆買い」の波、東海乗れず 外国人消費額、4 % どまり 【名古屋】					
	2015 年 08 月 31 日	朝刊	横浜・1 地方	027	01027 文字	あり
00039	横浜市内泊、中国人が初首位 昨年、33 % 増の 9 万 9 8 0 1 人 / 神奈川県					
	2015 年 09 月 01 日	朝刊	1 経済	006	01301 文字	あり
00040	関西百貨店、免税シフト 売り上げ 3 倍超、対応強化 【大阪】					
	2015 年 09 月 01 日	朝刊	ラテ解説 1	025	00453 文字	
00041	はがき通信					
	2015 年 09 月 04 日	朝刊	2 総合	002	02340 文字	あり
00042	(時時刻刻) 天安門前、戦車とハト 中国・70 年式典					
	2015 年 09 月 04 日	朝刊	オピニオン 1	015	03508 文字	あり
00043	(耕論) 日中のこれから 諏訪一幸さん、高見邦雄さん					
	2015 年 09 月 05 日	朝刊	週末 b e ・ b 0 4	004	02518 文字	あり
00044	(b e r e p o r t) 外国人が好きな観光地は？					
	2015 年 09 月 06 日	朝刊	グローブ 7 面	007	01274 文字	あり



	グローブ 1 6 6 号<トイレから愛をこめて>市場の行方					
	2015 年 09 月 16 日	朝刊	2 経済	009	00458 文字	あり
00045	九州で入国、最多 1 1 5 万人 1 ～ 6 月、クルーズ船の寄港好調 【西部】 = 訂正・おわびあり					
	2015 年 09 月 22 日	朝刊	埼玉・1 地方	027	00872 文字	あり
00046	高速 S A ・ P A にも外国人買い物熱 和風の商品人気、「爆買い」も / 埼玉県					
	2015 年 10 月 01 日	夕刊	大文化	005	01490 文字	あり
00047	アジアの隣人、交流の深め方は 「みんぱく」 専門家に聞く 【大阪】					
	2015 年 10 月 02 日	朝刊	2 総合	002	02194 文字	あり
00048	(時時刻刻) 中国余波、企業に明暗 短観、景況感 3 期ぶり悪化					
	2015 年 10 月 02 日	朝刊	2 経済	006	00629 文字	
00049	中国減速の影響、東海の製造業に 非製造業も先行き不安 【名古屋】					
	2015 年 10 月 02 日	朝刊	1 経済	007	00609 文字	あり
00050	百貨店「爆買い」呼び込め 国慶節 【大阪】					
	2015 年 10 月 02 日	朝刊	1 社会	033	01672 文字	あり
00051	爆来、バスが足りない 国慶節・博多にクルーズ船、1 隻 3 1 0 0 人 【西部】					
	2015 年 10 月 03 日	朝刊	新潟全県・1 地方	025	01069 文字	あり
00052	爆買い？やきもき 中国連休、新潟にも観光客続々 でも、多くはすぐに東京へ / 新潟県					
	2015 年 10 月 03 日	朝刊	静岡・1 地方	027	00479 文字	あり
00053	中国発豪華客船、清水港に初寄港 観光客 2 千人 / 静岡県					
	2015 年 10 月 04 日	朝刊	北海道総合	027	01447 文字	あり
00054	爆買い、期待と不安 中国人観光客増、トラブルも / 北海道					
00055	2015 年 10 月 06 日	朝刊	2 経済	006	01927 文字	あり

00056	(この人に聞きたい 増える訪日客) 栗野光章さん 観光「特需」今後の課題は【大阪】					
	2015 年 10 月 07 日	朝刊	2 経済	008	01409 文字	あり
00057	(この人に聞きたい 増える訪日客) 遠北光彦さん 関西の外国人観光、今後の対応は【大阪】					
	2015 年 10 月 08 日	朝刊	茨城全県・2 地方	028	01687 文字	あり
00058	(クローズアップ茨城) 訪日観光客を呼び込め 「爆買い」の恩恵、県内にも／茨城県					
	2015 年 10 月 10 日	朝刊	1 経済	008	00502 文字	あり
00059	百貨店 3 社、売上高増 都市部の爆買い効果 8 月中旬 【大阪】					
	2015 年 10 月 10 日	朝刊	1 経済	009	00519 文字	あり
00060	百貨店 3 社、売上高増 免税品「爆買い」効果 中間決算					
	2015 年 10 月 14 日	朝刊	宮崎全県・1 地方	035	00767 文字	
00061	経済効果、4 隻 1 億 6 4 0 0 万円 日南寄港、外国クルーズ船 ／宮崎県					
	2015 年 10 月 15 日	夕刊	1 社会	007	00316 文字	あり
00062	博多大丸にラオックス 「爆買い」期待 【西部】					
	2015 年 10 月 16 日	朝刊	1 経済	006	00992 文字	あり
00063	(読み解き 暮らしの指標：5) 訪日客の消費額、どのくらい？					
	2015 年 10 月 16 日	朝刊	2 経済	009	00438 文字	
00064	「爆買い」はお任せ 博多大丸にラオックス 【西部】					
	2015 年 10 月 20 日	夕刊	2 社会	010	00488 文字	あり
00065	(葦 タベに考える)「爆買い」の陰で…… 多賀谷克彦 【大阪】					
	2015 年 10 月 22 日	朝刊	2 総合	002	02164 文字	あり
00066	(時時刻刻) 英中蜜月、5 兆円商談 習主席を異例の歓待 両首脳、原發出資など合意					
	2015 年 10 月 22 日	夕刊	1 社会	007	01407 文字	あり

00067	中国人、日本で何したい？ 名院大の留学生、旅の魅力調査 【名古屋】					
	2015 年 10 月 24 日	夕刊	夕刊 b e 土曜 2 面	004	01164 文字	あり
00068	(チャレンジ語彙・読解力検定) 辞書語彙 新聞語彙					
	2015 年 10 月 24 日	朝刊	2 経済	010	01828 文字	あり
00069	星野リゾート、シティーホテルも 地方観光客に需要、4 件買収 【西部】					
	2015 年 10 月 24 日	朝刊	2 経済	011	01564 文字	あり
00070	星野リゾート、都市にも 地方 4 ホテルを 4 0 0 億円で買収 周遊観光に対応					
	2015 年 10 月 28 日	朝刊	1 総合	001	00827 文字	あり
00071	インデックス 1 0 月 2 8 日					
	2015 年 10 月 28 日	朝刊	2 外報	010	01925 文字	あり
00072	(世界発 2 0 1 5) Kビューティー、お肌の世界戦略 韓国					
	2015 年 10 月 31 日	朝刊	1 総合	001	00453 文字	
00073	(大阪はいま ダブル選を前に：下) 経済編 従業員も店も減った 【大阪】					
	2015 年 11 月 03 日	朝刊	1 経済	006	01160 文字	あり
00074	(この人に聞きたい どうする大阪：2) 佐藤茂雄さん 大阪のにぎわいづくり、何が必要？ 【大阪】					
	2015 年 11 月 04 日	朝刊	1 社会	027	01129 文字	あり
00075	セントレア、“爆来”仕様 中国人客急増、対応急ぐ 【名古屋】					
	2015 年 11 月 11 日	朝刊	3 社会	037	00507 文字	
00076	五郎丸ポーズ・火花・爆買い 流行語ノミネート					
	2015 年 11 月 12 日	朝刊	1 経済	009	01780 文字	あり
00077	「1 1 ・ 1 1」、爆買い@ネット 中国アリババ、売り上げ 1 . 5 兆円超え					
	2015 年 11 月 13 日	朝刊	1 社会	035	01996 文字	あり
00077	変わる爆買い、逃さない 増えるリピート客 「本命」の品、ピンポイントに 【西部】					

00078	2015 年 11 月 20 日	朝刊	青森全県・1 地方	027	01155 文字	あり
	青森―杭州線、1 月就航 2 1 年ぶり国際線 北京首都航空 / 青森県					
00079	2015 年 12 月 01 日	朝刊	宮城全県・2 地方	028	01847 文字	あり
	外国人誘客、悩む東北 インバウンド、大都市中心に急伸 / 東北・共通					
00080	2015 年 12 月 03 日	朝刊	宮崎全県・1 地方	025	00438 文字	あり
	爆買いに来んね 物産館「KONNE」が免税店に / 宮崎県					
00081	2015 年 12 月 05 日	朝刊	2 経済	010	00443 文字	
	中国ネット家電通販参入へ ビックカメラ、地元大手と提携					
00082	2015 年 12 月 10 日	朝刊	1 総合	001	01171 文字	あり
	(戦後 7 0 年 エピローグ: 5) 夢 豊かさ、峠過ぎた今					
00083	2015 年 12 月 10 日	夕刊	1 総合	001	01383 文字	あり
	銀座で爆買い、路駐バスの列 外国人客迎え、「通行の邪魔」苦情					
00084	2015 年 12 月 10 日	朝刊	静岡全県・2 地方	028	00719 文字	あり
	(一写一筆 静岡の今) 難産の空港も「小学生」に / 静岡県					
00085	2015 年 12 月 15 日	朝刊	2 経済	009	00821 文字	あり
	非製造業が改善 「爆買い」効果 九州・沖縄短観 【西部】					
00086	2015 年 12 月 16 日	朝刊	1 総合	001	00202 文字	あり
	今年は「安」 2 0 1 5 年を表す漢字					
00087	2015 年 12 月 18 日	朝刊	2 経済	011	00252 文字	
	羽田空港に家電量販店 ビックカメラ、「爆買い」狙う					
00088	2015 年 12 月 23 日	朝刊	5 総合	005	00650 文字	あり
	爆買い全国に、国が支援 購入情報を収集、店に還元 観光庁					
00089	2015 年 12 月 25 日	朝刊	2 商況	012	00708 文字	
	(経済気象台)「目に涙」の年の瀬					
00090	2015 年 12 月 25 日	朝刊	横浜・1 地方	029	00830 文字	あり

00091	「爆買い」の波、県内に呼び込め 県、三井住友海上と協定 /神奈川県					
	2015 年 12 月 26 日	朝刊	2 経済	008	01353 文字	あり
00092	1 5 年の九州・山口経済を振り返る：下 【西部】					
	2015 年 12 月 26 日	夕刊	1 社会	009	00463 文字	
00093	ラオックス、書類送検 不法就労させた疑い 大阪府警＝続報注意					
	2015 年 12 月 26 日	夕刊	1 社会	009	00440 文字	
00094	ラオックス、不法就労容疑 「爆買い」増で黙認か 書類送検 【大阪】＝続報注意					
	2016 年 01 月 04 日	朝刊	1 経済	004	00795 文字	あり
00095	初売り好調、爆買い健在 ネットでも福袋					
	2016 年 01 月 05 日	朝刊	2 経済	008	00372 文字	
00096	爆買いが追い風、初売り前年並み 大手百貨店 4 社					
	2016 年 01 月 05 日	朝刊	湘南・1 地方	023	00902 文字	
00097	今年はどうな 1 年に 県内各地で仕事始め /神奈川県					
	2016 年 01 月 05 日	朝刊	横浜・1 地方	023	00840 文字	あり
00098	新年の飛躍願い、さあ仕事 /神奈川県					
	2016 年 01 月 05 日	朝刊	川崎・1 地方	023	00800 文字	
00099	新年の飛躍願い さあ仕事 /神奈川県					
	2016 年 01 月 05 日	朝刊	さがみ野・1 地方	023	01065 文字	
00100	今年、どんな 1 年に 県内各地、仕事始め /神奈川県					
	2016 年 01 月 06 日	朝刊	北海道総合	028	01513 文字	あり
(奔流 アジアと北海道：5) 爆買い、個人客が課題 中国人であふれても額は本州と差/北海道						

00101	2016 年 01 月 07 日	夕刊	2 社会	008	00612 文字	あり
	「飯炊き仙人」北京ご招待 堺の村嶋孟さん、中国に頼まれ実演へ 【大阪】					
	2016 年 01 月 10 日	朝刊	教育 1	027	02407 文字	あり
00102	(ひらけ！進路・新路・針路) ニッポンの観光を担う 1 時間目：宝は足元に！					
	2016 年 01 月 14 日	朝刊	秋田全県・1 地方	025	00890 文字	あり
00103	訪日客つかむ情報発信って？ 観光業者ら対象にセミナー / 秋田県					
	2016 年 01 月 15 日	朝刊	1 経済	009	01314 文字	あり
00104	原油安、リスク含み 止まらぬ株安・爆買い減少？					
	2016 年 01 月 15 日	朝刊	大阪市内・1 地方	027	00753 文字	あり
00105	名人の飯「おいしい」 出来 60%、再挑戦したい 堺の村嶋さん、北京で実演 / 大阪府					
	2016 年 01 月 17 日	朝刊	グローブ 13 面	013	02844 文字	あり
00106	グローブ 175 号<北京の書店から>中台の文化的距離					
	2016 年 01 月 19 日	夕刊	1 総合	001	00616 文字	あり
00107	訪日客 1973 万人で過去最多 旅行中の支出、71%増 昨年					
	2016 年 01 月 19 日	朝刊	2 経済	006	00749 文字	あり
00108	百貨店「爆買い」明暗 都市部、免税品が過去最多 地方、訪日客少なく薄い恩恵 【大阪】					
	2016 年 01 月 19 日	朝刊	2 経済	008	00778 文字	あり
00109	百貨店 4 年ぶり減収 地方に「爆買い」届かず 昨年					
	2016 年 01 月 20 日	朝刊	1 総合	001	00196 文字	あり
00110	爆買い往来 博多港を離れる巨大クルーズ船 【西部】					
	2016 年 01 月 20 日	朝刊	1 経済	006	01372 文字	あり
00111	訪日客、消費 3.4 兆円 過去最高、企業の工夫も奏功 【大阪】					
00112	2016 年 01 月 20 日	朝刊	2 経済	009	01259 文字	あり

	「観光立国」大わらわ 昨年の訪日客、最多１９７３万人 【名古屋】					
	2016 年 01 月 20 日	朝刊	2 経済	011	01416 文字	あり
00113	外国客、支出も最高３．４兆円 昨年、最多１９７３万人訪日 円安・企業努力が好循環					
	2016 年 01 月 20 日	朝刊	2 道	024	00980 文字	あり
00114	(けんこう処方箋) 日本の理解、深めるチャンス 斎藤利和 /北海道					
	2016 年 01 月 21 日	朝刊	オピニオン 2	014	00969 文字	
00115	(社説) 訪日外国人 摩擦を理解へのてこに					
	2016 年 01 月 22 日	朝刊	2 社会	032	00506 文字	あり
00116	爆買いバス、渋滞解消へ 福岡市・キャナルが新方式 【西部】					
	2016 年 01 月 23 日	朝刊	2 経済	011	00400 文字	
00117	中部５県、外国人客増えたけど… 使った額、１人当たり１２．４％減 【名古屋】					
	2016 年 02 月 03 日	朝刊	1 経済	009	02120 文字	あり
00118	(脱・一極集中) 変わる関空：上 ＬＣＣ誘致、再建の翼 【大阪】					
	2016 年 02 月 04 日	朝刊	1 総合	001	01049 文字	あり
00119	鈍る企業業績 中国減速・原油安響く 通期最高益見込みも、１０～１２月期変調					
	2016 年 02 月 04 日	朝刊	1 総合	001	01227 文字	
00120	好調企業、勢いに陰り 中国不振・原油安響く 【大阪】					
	2016 年 02 月 05 日	夕刊	1 総合	001	02010 文字	あり
00121	春節歓迎、郊外も 観光客、都心からあふれ商機拡大 【大阪】					
	2016 年 02 月 06 日	夕刊	1 社会	011	01585 文字	あり
00122	爆買い進化形 美容・カラオケ…体験型人気					
00123	2016 年 02 月 07 日	朝刊	福岡・１地方	027	01894 文字	あり

	(博多港 境界のまちから：下) 爆買い運ぶ巨体、次々着岸 /福岡県					
00124	2016 年 02 月 07 日	朝刊	2 社会	030	01127 文字	あり
	中国人客、おもてなし 専用ホテルへ “転身”・病院に通訳 【名古屋】					
00125	2016 年 02 月 09 日	朝刊	1 社会	027	01750 文字	あり
	春節、中国人客わんさか クルーズ船、九州寄港増加 【西部】					
00126	2016 年 02 月 10 日	朝刊	2 商況	012	00730 文字	
	(経済気象台)「爆買い」の行方は？					
00127	2016 年 02 月 11 日	朝刊	1 社会	033	01636 文字	あり
	地方空港、おもてなし勝負 海外便誘致、まず中国客向け充実 北九州 【西部】					
00128	2016 年 02 月 17 日	朝刊	1 経済	009	00340 文字	
	中国人客、1 月は 2 倍 「爆買い」なお衰えず 前年比					
00129	2016 年 02 月 19 日	夕刊	1 総合	001	01360 文字	あり
	爆買い、「神薬」特需 「日本で買うべきだ」中国で紹介 【大阪】					
00130	2016 年 02 月 22 日	朝刊	1 社会	029	02185 文字	あり
	九州、韓国人が「爆買い」 入国外国人の半数以上占める 【西部】					
00131	2016 年 02 月 23 日	朝刊	オピニオン 2	014	00473 文字	
	(声)「爆買い」の呼び方は失礼では 【西部】					
00132	2016 年 02 月 24 日	朝刊	2 経済	009	00282 文字	
	「爆買い」世界で 2 6 兆円 昨年、海外へ 1 億 2 0 0 0 万人					
00133	2016 年 03 月 01 日	夕刊	2 社会	008	00386 文字	あり
	爆買い、大歓迎 ラオックス、丸栄で開店 【名古屋】					
00134	2016 年 03 月 01 日	夕刊	1 社会	013	00217 文字	あり
	大阪に爆買いスポット周遊バス 【大阪】					
00135	2016 年 03 月 02 日	朝刊	2 経済	009	00882 文字	あり



00136	ラオックス「爆買い」吸引 丸栄にオープン、東海に複数出店も 【名古屋】					
	2016年03月03日	朝刊	1 社会	031	02253 文字	あり
00137	爆買い、呼ぶには手数料 クルーズツアー、免税店から旅行社へ 【西部】					
	2016年03月04日	朝刊	1 社会	033	01712 文字	あり
00138	爆買い、無資格ガイド容疑 中国人2人摘発、免税店から7600万円 【西部】					
	2016年03月04日	朝刊	2 社会	038	00631 文字	
00139	「爆買い」ツアー、無資格でガイド 入管法違反容疑で男女2人摘発					
	2016年03月07日	夕刊	2 総合	002	00377 文字	あり
00140	めざせ「日本の電気釜」 全人代で訴え スマホの「小米」CEO					
	2016年03月08日	夕刊	夕刊 b e 火曜2面	005	01288 文字	あり
00141	(人生の贈りもの) わたしの半生 ファッションデザイナー・コシノヒロコ : 7 79歳					
	2016年03月12日	朝刊	石川全県・1 地方	033	01057 文字	あり
00142	(祭りの中で 北陸新幹線2年目に向けて:下) 共存探る空の便 /石川県					
	2016年03月15日	夕刊	スポーツ1	008	01060 文字	あり
00143	(ワールドサッカー)「爆買い」軍団、上陸 中国・江蘇、今夜FC東京戦 サッカー・ACL					
	2016年03月15日	朝刊	長野全県・2 地方	026	01895 文字	
00144	歌壇・俳壇・柳壇 /長野県					
	2016年03月21日	朝刊	富山全県・1 地方	030	01257 文字	あり
00145	(北陸新幹線と私 開業1年:番外編) 吉川護さん 富山空港ターミナルビル営業課長 47歳/富山県					
	2016年03月29日	夕刊	1 社会	013	01654 文字	あり
00146	変わる銀座、生き抜く老舗 外国人客狙う大型施設出店へ					
	2016年04月01日	朝刊	2 経済	011	01792 文字	あり

	(ミダス王の誘惑) 物よりお金、求める現代 小野善康・阪大特任教授 【大阪】					
	2016 年 04 月 04 日	朝刊	高知全県・1 地方	027	01145 文字	あり
00147	爆買い船、歓迎光臨 高知新港、今年度は入港急増見込み 店や県が誘致強化 / 高知県					
	2016 年 04 月 08 日	朝刊	岩手全県・1 地方	021	01684 文字	あり
00148	南部鉄器、ブレーク中 中国人「爆買い」・出荷 1 0 0 億円超 / 岩手県					
	2016 年 04 月 14 日	朝刊	2 経済	006	00610 文字	
00149	井筒屋、7 期連続減収 3 年後の目標も横ばい 1 6 年 2 月期 【西部】					
	2016 年 04 月 15 日	朝刊	2 経済	006	01613 文字	あり
00150	キャナルシティ、続く進化 2 0 日に開業 2 0 周年 昨年度、来場最多に 【西部】					
	2016 年 05 月 10 日	朝刊	2 経済	006	00277 文字	
00151	コンドーム爆買い効果、オカモト過去最高益					
	2016 年 05 月 11 日	朝刊	1 経済	009	01519 文字	あり
00152	円安恩恵、好調いつまで 為替変動に不安 3 月期決算					
	2016 年 05 月 11 日	朝刊	1 経済	009	01748 文字	あり
00153	不安抱える好決算 円高・中国減速が影 1 6 年 3 月期 【大阪】					
	2016 年 05 月 12 日	朝刊	神戸・1 地方	029	01015 文字	あり
00154	熱烈歓迎、海外ランナー 神戸マラソン、「爆買い」客に照準 / 兵庫県					
	2016 年 05 月 14 日	朝刊	2 経済	008	00231 文字	
00155	コメ兵、営業減益 7 年ぶり 【名古屋】					
	2016 年 05 月 14 日	朝刊	3 経済	013	00208 文字	あり
00156	(決算から) 縁起のいい顔? 爆買い客にツボ ニチバン					
00157	2016 年 05 月 14 日	朝刊	東京都心・1 地方	027	00318 文字	

00158	無許可で薬貯蔵、容疑者を逮捕 中国人向けに販売か / 東京都					
	2016 年 05 月 16 日	朝刊	山形・1 地方	025	01015 文字	あり
00159	(リポートやまがた) 蔵王、新たな客層つかめ 火口周辺警報、昨年 6 月解除 温泉街は / 山形県					
	2016 年 05 月 16 日	朝刊	阪神・1 地方	030	00934 文字	あり
00160	中韓ランナー、熱烈歓迎 神戸マラソン、北京のツアー会社と協力 / 兵庫県					
	2016 年 05 月 17 日	朝刊	播磨・1 地方	027	00990 文字	あり
00161	海外ランナー 1 0 0 0 人目標 「爆買い」客ら照準 神戸マラソン / 兵庫県					
	2016 年 05 月 20 日	朝刊	2 経済	006	01320 文字	あり
00162	爆買い「ネットにも商機」 中国アリババ、日本で出店勧誘					
	2016 年 05 月 24 日	朝刊	鳥取全県・1 地方	027	00462 文字	あり
00163	4 6 8 0 人が上陸 境港にアジア最大クルーズ客船寄港 / 鳥取県					
	2016 年 06 月 16 日	朝刊	2 経済	008	00332 文字	
00164	中国人向け情報、新浪が発信強化 「微博」など利用					
	2016 年 06 月 16 日	朝刊	オピニオン 2	014	01712 文字	
00165	(ザ・コラム) 中国クルーズ同船記 好奇心の不均衡、波立つ海 吉岡桂子					
	2016 年 06 月 19 日	朝刊	1 社会	035	01083 文字	あり
00166	偽カード、たばこ大量購入 中国に転売か 容疑者 1 0 人逮捕 【大阪】					
	2016 年 06 月 20 日	朝刊	1 経済	005	02787 文字	あり
00167	アベノミクス「評価」 8 5 社 財政再建には厳しい意見 全国主要 1 0 0 社 景気アンケート					
	2016 年 06 月 21 日	朝刊	2 経済	010	00714 文字	あり
00168	富裕層・訪日客、勢い欠く 百貨店売上高、大阪また減 【大阪】					
	2016 年 06 月 26 日	朝刊	東京四域・1 地方	029	01767 文字	あり

	(東京の風景 2016 参院選) 七変化アキバ、訪日客逃さぬ / 東京都					
00169	2016 年 06 月 28 日	朝刊	2 経済	009	00625 文字	あり
	「爆買い」狙って港に出店 名古屋 【名古屋】					
00170	2016 年 07 月 21 日	朝刊	3 総合	003	00504 文字	あり
	訪日爆買い、一服 1 人あたり消費、2 期連続減 4～6 月					
00171	2016 年 07 月 21 日	朝刊	2 経済	008	01169 文字	あり
	爆買い変調、焦る百貨店 売れ筋、低価格な消耗品へシフト					
00172	2016 年 07 月 21 日	朝刊	2 経済	009	01171 文字	あり
	変わる爆買い、焦る百貨店 売れ筋、安い消耗品に 【大阪】					
00173	2016 年 07 月 21 日	朝刊	2 経済	009	01177 文字	あり
	陰る爆買い、焦る百貨店 免税品の売上高が急減 【名古屋】					
00174	2016 年 07 月 21 日	朝刊	2 経済	011	01315 文字	あり
	爆買い、消耗品へシフト 百貨店、免税品売り上げ減 【西部】					
00175	2016 年 08 月 03 日	朝刊	4 総合	004	01204 文字	あり
	クルーズ船、誘致の皮算用 二階氏ら港湾整備を提言 経済対策、観光振興の名目					
00176	2016 年 08 月 07 日	朝刊	グローブ 17 面	017	01839 文字	あり
	グローブ 184 号<世界のスポーツ：85>有名選手を「爆買い」、中国のサッカー強化策					
00177	2016 年 08 月 16 日	夕刊	2 総合	002	00305 文字	あり
	デジタル版から 朝日新聞DIGITAL					
00178	2016 年 08 月 16 日	朝刊	1 経済	004	00316 文字	
	アリババ、円高で爆買い陰り懸念					
00179	2016 年 09 月 21 日	朝刊	北海道総合	028	01593 文字	あり
	(奔流 アジアと北海道) 中国のうねり：下 ポスト「爆買い」熱視線 /					

	北海道						
00180	2016 年 09 月 22 日	朝刊	2 経済	009	01333 文字	あり	
	訪日客、伸び鈍化 前年比 1 2 % 増、今年最低 8 月						
00181	2016 年 10 月 13 日	朝刊	埼玉・1 地方	029	00355 文字		
	偽造カードでたばこ“爆買い”か 容疑中国人 1 4 人逮捕 / 埼玉県						
00182	2016 年 10 月 19 日	朝刊	オピニオン 1	015	03684 文字	あり	
	( 耕論 ) 新幹線の売り込み方 辻村功さん、阿達雅志さん、堀本幹夫さん						
00183	2016 年 10 月 20 日	朝刊	5 総合	007	00392 文字		
	訪日客の消費額、前年より 2 . 9 % 減 7 ～ 9 月						
00184	2016 年 11 月 01 日	朝刊	1 経済	006	01472 文字	あり	
	訪日 2 0 0 0 万人、薄い恩恵 クルーズ船客が牽引、大台突破も… 地元商店寄らず・宿泊なし						
00185	2016 年 11 月 02 日	朝刊	2 経済	006	00299 文字	あり	
	書道・着付け、体験 OK キャンルに外国人向け観光案内所 【西部】						
00186	2016 年 11 月 02 日	朝刊	長崎全県・2 地方	026	01323 文字	あり	
	訪日観光客つかめ、佐世保の官民本腰 街歩きの実便性高め、消費誘う / 長崎県						
00187	2016 年 11 月 05 日	朝刊	オピニオン 1	017	01158 文字		
	( 風 北京から ) 若者に学ぶ隣国への姿勢 古谷浩一						
00188	2016 年 11 月 12 日	朝刊	2 経済	007	00938 文字	あり	
	爆買い収束、体験前面に そば打ち・着付け、売り込む 【名古屋】						
00189	2016 年 11 月 12 日	朝刊	ちば首都圏・1 地方	025	00573 文字		
	N A A、減収減益 5 年ぶり、爆買い沈静化影響 今年度上期 / 千葉県						
00190	2016 年 11 月 21 日	朝刊	宮崎全県・1 地方	031	01576 文字	あり	
	( リポートみやざき ) 外国クルーズ、日南にどっと 中国・台湾などから寄						

	港、昨年の3倍超／宮崎県					
	2016年11月26日	朝刊	週末b e ・ b O 1	001	00973 文字	あり
00191	(フロントランナー)「日本僑報社」編集長・段躍中さん 日中を「生の声」で橋渡し					
	2016年12月14日	朝刊	2 外報	010	02174 文字	あり
00192	「爆買い」超える交流を 中国で日本語学ぶ若者に聞く 中国人の日本語作文コンクール					
	2016年12月21日	朝刊	富山全県・2 地方	028	01040 文字	あり
00193	(朝をひらく)生活者の価値観 モノよりコト重視へ 大谷洋子 /富山県					
	2017年01月11日	朝刊	4 総合	004	00463 文字	あり
00194	訪日2400万人、鈍る勢い 昨年最多 欧米富裕層にPRへ					
	2017年01月12日	朝刊	1 経済	007	01511 文字	あり
00195	(けいざい+)爆買い失速、歪む格安船旅 免税店誘導、高額食品で稼ぎ					
	2017年01月18日	朝刊	1 経済	007	01433 文字	あり
00196	訪日爆買い、伸び失速 1人あたり11%減 昨年総額7.8%増					
	2017年01月18日	朝刊	1 経済	007	01389 文字	あり
00197	爆買い、急ブレーキ 昨年1人あたり11.5%減 【大阪】					
	2017年01月24日	朝刊	オピニオン2	014	00990 文字	
00198	(社説)訪日観光 「体験」で広く息長く					
	2017年01月27日	朝刊	新潟全県・1 地方	025	00753 文字	あり
00199	古町の買い物、まとめて免税 三越にカウンター 海外客向け、商店街が委託 /新潟県					
	2017年01月29日	朝刊	2 社会	036	01265 文字	あり
00200	春節商戦、あの手この手 和文化やコスプレ体験・スマホ決済利用で特典 【西部】					
00201	2017年02月04日	朝刊	2 経済	009	01273 文字	あり

00202	上場企業、5年ぶり減益 4～12月決算見通し、円高響く					
	2017年02月09日	朝刊	1 経済	009	01011 文字	あり
00203	円高・原油安、経常黒字拡大 昨年20兆円 訪日客増も後押し					
	2017年02月09日	朝刊	石川全県・1 地方	030	00470 文字	
00204	北陸の中国人客、20年には19万人予測 /石川県					
	2017年02月10日	朝刊	山形・1 地方	021	01509 文字	あり
00205	飾らぬ「雪国」、海外客に新鮮 中国人家族に同行 /山形県					
	2017年02月14日	朝刊	富山全県・2 地方	026	00470 文字	
00206	北陸の中国人客、2020年に19万人試算 名古屋の研究機関 /富山県					
	2017年02月16日	朝刊	北九・1 地方	027	03527 文字	あり
00207	人口流出対策に重点 事業見直し財源 北九州市予算案 /福岡県					
	2017年02月18日	朝刊	福井全県・2 地方	025	00397 文字	
00208	北陸の中国人客、2020年は19万人超 経済研究所が試算 /福井県					
	2017年03月02日	朝刊	岩手全県・1 地方	025	01118 文字	あり
00209	(点検!新年度予算:3)国際戦略 外国人客に魅力PR 受け入れ態勢充実図る/岩手県					
	2017年03月10日	朝刊	4 総合	004	01068 文字	あり
00210	サウジ国王1000人訪問団 都内高級ホテルやハイヤー「特需」 12日来日、46年ぶり					
	2017年03月27日	朝刊	2 外報	008	00469 文字	
00211	(特派員メモ 東京)白さんの思いを胸に					
	2017年04月03日	夕刊	1 総合	001	01736 文字	あり
00212	中国でも、いい湯だな 日本式温浴施設が人気沸騰					
	2017年04月03日	夕刊	2 総合	002	00658 文字	
00212	円安頼み、不透明な景気 トランプ政策、焦点 景況感改善					

00213	2017 年 04 月 07 日	夕刊	2 総合	011	01214 文字	あり
	日本式「湯」熱烈人気 清潔さ・サービス好感 中国 【大阪】					
00214	2017 年 04 月 20 日	朝刊	1 経済	009	00238 文字	
	訪日客の消費額、5 四半期連続減 1～3 月、1 人あたり					
00215	2017 年 05 月 07 日	朝刊	グローブ 2 面	002	02040 文字	あり
	グローブ 1 9 3 号<京都へおこしやす>日本を深く味わいたい。中国人と京をゆく					
00216	2017 年 05 月 08 日	夕刊	2 社会	016	01002 文字	あり
	「飯炊き仙人」おかえり 堺の村嶋さん、中国で技伝え帰国 【大阪】					
00217	2017 年 05 月 13 日	朝刊	2 経済	011	00418 文字	
	中部空港、減収減益 爆買い縮小で 5 年ぶり 3 月期決算 【名古屋】					
00218	2017 年 05 月 19 日	朝刊	富山全県・1 地方	027	00538 文字	
	富山空港利用 1 6 %減 2 8 年ぶり 6 0 万人下回る 昨年度 /富山県					
00219	2017 年 05 月 30 日	朝刊	2 経済	006	01193 文字	あり
	爆買い後も売り場進化 訪日客なお増加、小売り各社知恵					
00220	2017 年 06 月 20 日	朝刊	都区内・2 地方	024	00260 文字	
	外国人旅行者が昨年最多 1 3 1 0 万人 都が実態調査 /東京都					
00221	2017 年 06 月 23 日	朝刊	1 経済	009	01322 文字	あり
	(ミダス王の誘惑) 消費低迷が貯蓄を減らす 小野善康・阪大特任教授 【大阪】					
00222	2017 年 06 月 24 日	朝刊	1 外報	011	01111 文字	
	中国の有力企業、金融当局が調査 党幹部とつながる会社も					
00223	2017 年 06 月 27 日	朝刊	2 外報	011	03081 文字	あり
	自由な未来、描けぬ香港 来月、中国返還 2 0 年					
00224	2017 年 07 月 20 日	朝刊	5 総合	007	00324 文字	



00225	訪日客消費総額、過去最高を更新 4～6月					
	2017年08月16日	朝刊	1 経済	004	00768 文字	あり
	飲食店「訪日客、食べに来てや！」 メニュー翻訳・アプリで支払い 【大阪】					

表 1

人民日報記事データベースから記事を収集し、記事検索のキーワードは「爆買い」とした。

総件数：16 件

番号	タイトル	日時
1	“爆买” 背后的思维反思	2015.12.24 第 5 版
2	“中国产品” 变成 “中国品牌” 需要几步	2016.01.13 第 20 版
3	花在境外的钱，怎么拉回来？	2016.01.29 第 5 版
4	日本，离摆脱通缩还有多远？	2016.02.17 第 23 版
5	以品质提神 “追赶中产阶层”	2016.03.22 第 5 版
6	从“讲究” 到讲究	2016.04.22 第 18 版
7	1 个电饭煲内胆 5 个月生产周期	2016.04.22 第 18 版
8	别人家的电饭煲为啥上万元？	2016.04.22 第 18 版
9	图片报道	2016.5.10 第 5 版
10	“大龙” 出海	2016.06.07 第 16 版
11	从“爆买” 到体验	2016.10.29 第 5 版
12	感受“变” 与 “不变” 的春节温情	2017.01.26 第 5 版
13	跨境电商助力日本扩大对华贸易	2017.03.14 第 22 版
14	从“越贵越买” 到理性选择	2017.05.02 第 5 版
15	为何“爆买” 日本机器人	2017.07.10 第 18 版
16	让经典名方焕发发生机	2017.10.27 第 5 版

表 2