

## 資生堂、パートナー8社や日本政府観光局(JNTO)と協働し、

## 「日本の美」を発信する「观美日本」を開設

～中国生活者に向けたプラットフォーム、2023年8月14日から本格始動～



資生堂は、航空、観光、ホテル、小売業界における複数のパートナー企業と共に、中国人生活者に向けて「日本の美」を発信するプラットフォーム「观美日本\*(GUAN MEI RI BEN/グアンメイリーベン)」を開設しました。このプラットフォームは、「WeChat ミニプログラム※1」で運用します。

\* 簡体字「观美日本」は、日本の漢字に変換すると「観美日本」です

※1 「WeChat ミニプログラム」は、中国において月間アクティブユーザーが約 13 億人のインスタントメッセージングアプリ「WeChat」内のコンテンツです。

#### 取り組みの背景と目的

新型コロナウイルス感染拡大の影響により、中国では長期にわたり海外旅行が制限されたことで、中国人生活者が日本の情報に触れる機会が減少※2し、日本の観光や商品、サービスの体験等に対する興味関心が低下していました。コロナ禍を経て、行動制限が緩和された現在、中国人生活者の海外旅行への意欲が大幅に上昇しています。また、訪日旅行の目的として、日本ならではの文化やサービスの体験を重視する傾向が強まっています※3。

そこで、中国人生活者の日本への観光や商品、サービスの体験等に対する興味関心を再燃させ、訪日旅行と体験型消費を促進することを目的に、「日本の美」を発信するプラットフォーム「观美日本」を開設しました。業界を横断して企業・組織が連携し、「观美日本」を通じて、インバウンド需要の再活性化および日本経済活性化への貢献を目指します。

※2 中国人訪日意向者の 68%がコロナ禍で「日本に関連した情報を積極的に収集/調べなかった」と回答(インテージチャイナ調べ 2023年1～2月調査 訪日意向者 N=2,194)

※3 インテージチャイナ調べ 2023年1～2月 訪日意向者 N=2,194

#### 「观美日本」の概要

日本のあらゆるものの「美しさ」を発見できるプラットフォームです。全国津々浦々の知られざる「通」な場所、行ったことがあるのに知らなかった場所・モノ、日本ならではのサステナビリティなどを紹介します。日本に根付いてきた文化を五感で体験できるモノ・コトや日本人ならではの視点や発想で生まれた流行のモノ・コトを中国人生活者の興味関心が高い5つのカテゴリー「感、顔、食、景、物」別に発信します。

「观美日本」イメージ



**【アクセス方法】**  
 WeChat アプリをダウンロード後、ミニプログラム「观美日本」を検索、または以下のコードをスキャンしてください。



5つのカテゴリー

日本特有の風土や話題性のある景色を楽しめる場所



日本特有の調理法、四季の彩や素材を味わえる食事やお店



日本特有の美容習慣や日本の最新技術によって生まれた化粧品やサービス



日本特有の感性・知恵・細部へのこだわりや、サステナブル性のあるメイドインジャパンの物



日本特有の文化・おもてなしの体験や人とのコミュニケーションを通じたふれあい



景	日本特有の風土や話題性のある景色を楽しめる場所
食	日本特有の調理法、四季の彩や素材を味わえる食事やお店
顔	日本特有の美容習慣や日本の最新技術によって生まれた化粧品やサービス
感	日本特有の文化・おもてなしの体験や人とのコミュニケーションを通じたふれあい
物	日本特有の感性・知恵・細部へのこだわりや、サステナブル性のあるメイドインジャパンの物

「观美日本」参画企業・後援組織

参画企業	星野リゾート 全日本空輸 株式会社 日本航空 株式会社 株式会社 大丸松坂屋百貨店 株式会社 高島屋 株式会社 阪急阪神百貨店 株式会社 松屋 株式会社 三越伊勢丹 株式会社 資生堂
後援	日本政府観光局(JNTO)