



2011.12月号 日経トレンドイー 「日本を元気にする20人」



中国で大人気のブロガー 今後は健康ジャンルに注目

ファッションブロガー
TOKYO PANDA

05年に中国へ渡り、医大を卒業。現在は病院の実習生として働く一方、ファッションブロガーとして活動

中国は日本以上にネット社会。中国版Twitterの「微博(ウェイボー)」が急拡大していて、ネット有名人の影響力が強い。そして今、**中国の若い女性に売れる商品のキーワードは、「萌える」**。オタク系ではなく、カワイイ系の服やグッズが好まれます。

最近は中国進出をする日本企業が多くなりましたが、私が次に有望だと思うのは健康ジャンル。中国人はもともと健康意識が高いので、**今の日本のようにランニングや自転車ブームが来る**と思います。

また今後は、例えば「TOKYO PANDAツアーア」を組んで、中国人観光客と一緒に買い物をしながら日本を紹介したい。そして、すでにいくつかオファーはあります。日本企業の中国向け商品の開発に関わるなど、リアルな日中の架け橋になるのが目標です。



ブログの人気に日本企業も注目。資生堂はTOKYO PANDAとコラボし、中国の通販専用品「PURE & MILD SOI」をアピールする