

トリップアドバイザー、ボストン コンサルティング グループとの旅行観光業における共同レポートを発表

## 2030年には中国がアジアの国外旅行市場をけん引 中小都市居住者の需要が大都市圏を上回る

東京 – 世界最大の旅行口コミサイト [TripAdvisor®](http://www.tripadvisor.jp)(トリップアドバイザー、本社:マサチューセッツ州ニュートン、NASDAQ:TRIP、CEO:スティーヴン・カウファー、日本語版サイト:<http://www.tripadvisor.jp>)とグローバル経営コンサルティング会社ボストン コンサルティング グループ(The Boston Consulting Group、以下 BCG)は、「成長する10億人規模のアジア人旅行者を獲得するには—— まずは中国から」と題する旅行観光業の将来に関する共同レポートを発表しました。レポートによると、2030年までの世界の旅客者数の伸びの5割以上がアジア太平洋地域に由来し、全旅客の49%はアジア太平洋地域内におけるものか、またはアジア太平洋地域と他の地域間の移動によるものになると予想されています。

これらの伸びの最大の要因は中国人旅行者の増加によるもので、2030年には、アジアにおける国外旅行の40%は中国人旅行者が占め、また、中国国内旅行市場も、米国を抜いて世界最大規模に達すると見られています。具体的には2030年までに、中国都市部の住民による旅行規模は国内外合わせて、現在の年間5億件から17億件に増加、旅行観光に対する消費総額は、現在の約7倍にあたる1兆8,000億米ドルに達する見込みで、とりわけ海外レジャー市場では、消費額ベースで年率15%もの急速な伸びが予想されています。

日本においては、2013年12月に月間訪日外客数が前年同月比25.4%増の85万5千人に上り、12月の訪日数としては過去最高を記録したほか、年間訪日外客数では初めて1,000万人を突破。とりわけ、中国、台湾、香港、タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、ベトナムなどのアジア各国の12月の訪日数は過去最高を記録しています。(日本政府観光局(JNTO)調べ)

また、観光庁の訪日外国人旅行消費額に関する推計(2013年)では、国籍・地域別の旅行消費額は、多い順に、中国(2,759億円)、台湾(2,475億円)、韓国(1,978億円)、米国(1,362億円)と続く結果に。訪日外国人一人あたりの旅行支出額でも、全体平均136,704円に対し、中国からの旅行者では209,899円とオーストラリア(213,056円)に次ぐ高い水準となったほか、費目別では、買い物代が全国籍平均44,691円であるのに対し、中国籍旅行者の平均は110,058円と全体平均を2倍近く上回る数字となり、中国人旅行者の消費意欲が依然高い傾向にあることが示されています。

こうしたなか、トリップアドバイザーでは、中国人旅行者が頻繁に検索している人気のデスティネーションや、居住地域、旅行を決める際の選択要因、旅行者のニーズや好みなど、中国からの国外旅行市場の成長動向を占う洞察をまとめました。

## 遠距離、かつエキゾチックなデスティネーションが人気

トリップアドバイザー中国語版サイト、daodao.com のデータによると、2013年7～8月に国外の旅行先を検索した中国のユニークユーザー数(香港、マカオを除く)は、前年同月比 250%以上の伸びをマーク。このうち、56%はアジア域内の国外旅行先を検索していた一方、44%の人々は、パリ、ローマ、ロンドン、ニューヨークを中心としたアジア地域以外のデスティネーションをサーチしていました。

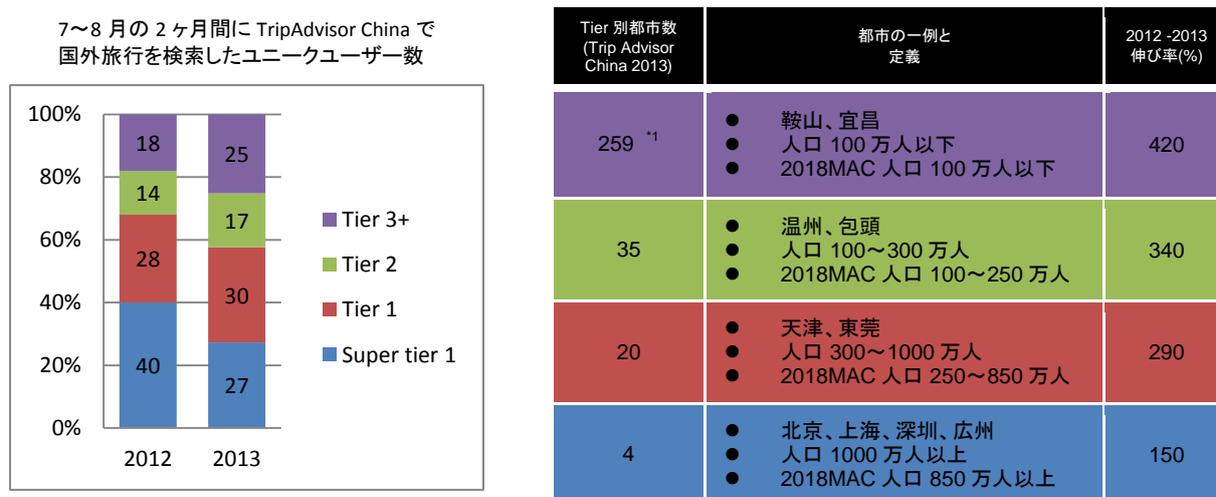
BCG が行った 2013 年の調査でも、遠距離旅行に興味を持つ中国人富裕層の若者が増加傾向にあることが示されています。過去 3 年間の旅行で最も人気の高かった旅行先のうち、遠距離旅行はわずか 20%(米国およびフランス)でしたが、今後 5～10 年間のうちに訪れたい旅行先の 80% は、アジア域外という結果になりました。なかでも、「いつかは訪れたい旅行先」として人気が高かったのは、モルディブ、米国、フランス、オーストラリア、ギリシャ、英国、ニュージーランド、イタリアで、観光やリラクゼーション、ショッピングといった目的に加え、新たなトレンドとして、アウトドアアクティビティやアドベンチャーを求める旅行者も増えており、ニュージーランドやオーストラリアもなどのデスティネーションにも注目が集まっています。

## 中小都市部の中間層が今後のけん引役に

北京、上海、広州、深圳など人口 1,000 万を超える代表的な大都市の競争環境は極めて厳しいことが示された一方で、今回の共同レポートでは、中国の中間所得～富裕層(MAC)および潜在的な消費者層のうち 80%以上が、大都市ではなく中小都市部に住んでいることが明らかになっています。

daodao.com の 2013 年のデータによると、国外の旅行先を検索したユニークユーザーの 7 割以上が 4 大都市を除く地域の居住者で、4 大都市外部からのアクセスは、内部からのアクセスに比べ、2～3 倍の速さで伸びていることが示されています。大都市以外のエリアへの進出には、マーケティングや流通モデルなど地域に即した対応が求められますが、一方で、先行者利益を得る可能性が高いことも示唆されています。

EXHIBIT 4 | トリップアドバイザー中国語版サイトで国外旅行を検索する利用者の大半が 4 大都市以外の地域に居住



データ: TripAdvisor China (daodao.com)

注 釈: TripAdvisor China 利用者には、市場全体の平均より比較的経験豊富な個人旅行者が多く含まれる

MAC は、世帯当たりの年間可処分所得 13,000USドルを超える中間所得層および富裕層を指す

\*\*1 ユニークユーザーの居住地域は、中国 300 都市にまたがる IP アドレスの特定により決定。また、都市のグループ分け(Tier)は、2018 年の MAC 人口予測に基づき区分け。グラフ内の数字は四捨五入

出 展: トリップアドバイザー、BCGレポート「成長する 10 億人規模のアジア旅行者を獲得するには——まずは中国から」2013 年 12 月

## 中国人旅行者のニーズと期待を満たす

今回のレポートを受けて、トリップアドバイザー・チャイナのマネージングディレクター、リリー・チェンは「急成長する中国の国外旅行市場により、世界各地でこれまで例を見なかったような様々なビジネスチャンスが生まれると見ています。中国人旅行者の好みを正しく理解し、それに応えることができれば、自社を差別化し市場で優位に立つことができるでしょう」とコメントしています。

今回の調査では、中国人旅行者の特に若い富裕層旅行者の嗜好性が急速に変化していることも明らかになっています。例えば、欧米の同世代の旅行者に比べると、決断が早く、旅行の計画に費やす時間が短い傾向にあり、これは、中国人旅行者が格安商品を好むことや、中国では3~6ヶ月も事前に休暇の計画を立てることがあまり一般的でないことに由来します。また、ホテルを選ぶ際の基準については、「立地」「清潔さ」「料金」を重視する傾向にあり、とりわけネット上の評判や知合いのお勧めを信用する傾向が強いことも示されています。

daodao.com の最近の調査からは、中国人旅行者の心理に関する結果も明らかになっています。

- 中国人旅行者は到着時の支払いを好む
- 旅行経験の浅い利用者は中国国内のオンライン旅行会社(OTA)を通じた予約を好む一方、旅行経験豊富な人々は、海外の OTA のサイトを利用するか、宿泊施設への直接予約を利用する傾向にある
- 中国人旅行者が望む客室設備は、室内無料 Wi-Fi、エアコン、中国茶、スナック菓子、インスタント麺

さらにチェンは、中国人旅行者が国外を旅する際の主な障害は、言語の壁と文化の違いである、と指摘します。「中国語が話せるスタッフや中国語の旅行ガイド、写真掲載のメニュー、中国人旅行者に一般的なユニオンペイ(中国銀聯)カードへの対応など、中国人旅行者が安心できるサービスを提供することが重要」と話しています。

トリップアドバイザーと BCG の共同レポート「成長する 10 億人規模のアジア人旅行者を獲得するには—— まずは中国から」は[こちら](#)からダウンロードできます。

以上

## トリップアドバイザーについて

トリップアドバイザー®(本社: 米国マサチューセッツ州ニュートン、NASDAQ: TRIP)は、旅行者が最高の旅行を計画し実行するための世界最大の旅行口コミサイト\*です。トリップアドバイザーは、旅行者の実体験に基づくアドバイスと、幅広い旅行の選択肢および予約ツールとシームレスにつながったプランニング機能を提供しています。世界最大の旅行者コミュニティとして、2 億 6,000 万人を超える月間ユニークユーザー\*\*を持ち、310 万軒以上の宿泊施設、レストランおよび観光名所等に対し 1 億 2,500 万件以上の口コミ数を誇り、世界 34 か国でサイトを展開しています(中国では daodao.com として運営)。トリップアドバイザー フォー ビジネスは、旅行業界とトリップアドバイザーを訪れる膨大な数の利用者をつなぐビジネス部門です。

トリップアドバイザーは、以下 20 の関連旅行サイトを管理、運営しています。

[www.airfarewatchdog.com](http://www.airfarewatchdog.com), [www.bookingbuddy.com](http://www.bookingbuddy.com), [www.cruisecritic.com](http://www.cruisecritic.com), [www.everytrail.com](http://www.everytrail.com),  
[www.familyvacationcritic.com](http://www.familyvacationcritic.com), [www.flipkey.com](http://www.flipkey.com), [www.gateguru.com](http://www.gateguru.com), [www.holidaylettings.co.uk](http://www.holidaylettings.co.uk),  
[www.holidaywatchdog.com](http://www.holidaywatchdog.com), [www.independenttraveler.com](http://www.independenttraveler.com), [www.jetsetter.com](http://www.jetsetter.com),  
[www.niumba.com](http://www.niumba.com), [www.onetime.com](http://www.onetime.com), [www.oyster.com](http://www.oyster.com), [www.seatguru.com](http://www.seatguru.com),  
[www.smartertravel.com](http://www.smartertravel.com), [www.tingo.com](http://www.tingo.com), [www.travelpod.com](http://www.travelpod.com), [www.virtualltourist.com](http://www.virtualltourist.com),  
[www.kuxun.cn](http://www.kuxun.cn).

\* 出展: comScore Media Metrix for TripAdvisor Sites, worldwide (2013年6月)

\*\*出展: Google Analytics, worldwide data (2013年7月)

## ボストンコンサルティンググループ(BCG)について

BCGは、世界をリードする経営コンサルティングファームとして、政府・民間企業・非営利団体など、さまざまな業種・マーケットにおいて、カスタムメイドのアプローチ、企業・市場に対する深い洞察、クライアントとの緊密な協働により、クライアントが持続的競争優位を築き、組織能力(ケイパビリティ)を高め、継続的に優れた業績をあげられるよう支援を行っています。

1963年米国ボストンに創設、1966年に世界第2の拠点として東京に、2003年には名古屋に中部関西オフィスを設立しました。現在世界約45ヶ国に81拠点を展開しています。

<http://www.bcg.co.jp>

## 【記事掲載に関する報道関係者からのお問い合わせ】

広報代理/株式会社トレイントラックス

担当: 遠藤玲奈、佐古彩乃

TEL: 03-5738-4177、FAX: 03-5738-4178

E-MAIL: [pr@traintracks.jp](mailto:pr@traintracks.jp)

トリップアドバイザー株式会社 広報担当 東真菜、三橋竜二

TEL: 03-6416-5275 / 03-6416-9336

E-MAIL: [mhigashi@tripadvisor.com](mailto:mhigashi@tripadvisor.com) / [rmitsuhashi@tripadvsor.com](mailto:rmitsuhashi@tripadvsor.com)