

トリップアドバイザーが中国で台頭する FIT の実態を発表 自立した旅行スタイルを持つ彼らの行動・消費パターンや嗜好は？

世界最大の旅行口コミサイト「TripAdvisor®」(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:ステファン・カウファー、日本語版サイト:<http://www.tripadvisor.jp/>)は、調査会社フォーカスライトに委託を行い、3000人を超えるアウトバウンド中国人旅行者から得た彼らの行動・消費パターン、嗜好等についての調査結果を発表しました。「China Unbounded: The Rapid Rise of China's Outbound Millions」と題されたこの調査は、中国本土のアウトバウンド旅行者を多面的に捉え、中でも特に中国で台頭する FIT (Free Independent Traveler: 個人旅行者) に着目し、その最新動向を明らかにしました。

Chinese National Tourism Administration の発表によると、2015年の中国人のレジャー旅行市場は前年比20%増となり、120万人が海外旅行に出かけました。トリップアドバイザーの中国のチーフ・オブ・スタッフであるレオ・リンは、次のようにコメントしています。「昨今の中国人 FIT の増加は、グローバルの旅行サービスプロバイダーとホスピタリティビジネスにとって、巨大かつ未開拓の市場が存在することを示しています。中国人 FIT を取り込みたい事業者は、彼らのニーズに合わせた戦略が必要なのはもちろんですが、変容・進化していく彼らの期待値に常に適応し続けていく準備もできていないといけません。中国本土で展開する『トリップアドバイザーマオトゥイン』では、FIT を取り込みたい事業者の皆さんがどのようにこの洗練された旅行者たちに対応すべきかサポートを行っていきます。」

- 中国人 FIT はどんな人たち？
 - 若く、高学歴で裕福な層

調査結果は、中国の FIT 層が若く、高学歴で、比較的豊かであることを示しました。FIT 旅行者のうち 89% は 18 歳から 44 歳のグループに属しており、中でも 25 歳から 34 歳のグループが最も多く全体の 41% を占めました。77% の中国人 FIT は学士号かそれ以上の学歴を有しており、月額 252,000 円以上の収入を得ていました。調査に回答した FIT 旅行者の 4 分 1 以上 (28%) は広東省に住んでいて、次いで上海、四川省、北京、江蘇省に住んでいました。

中国人 FIT はアウトバウンド旅行に積極的です。これまで FIT 旅行者が中国本土から外に旅行した回数は平均 5.5 回で、調査対象者全体の平均である 5.2 回を上回りました。中国人 FIT の英語力は総じて高く、21% の人が「英語でのコミュニケーションに問題はない」、41% の人が「英語は概ね理解できる」と回答していました。彼らは非常に自立しており、昔ながらの典型的なパッケージツアーやエスコート付のグループツアーに参加するのではなく、自分で計画を立てることを好みます。

- 中国人 FIT の旅行先の傾向
 - 思い立ったら即出発？ 約 2 割の人が出発当日から 6 日前にかけて行き先を決定
 - 旅行のピークシーズンは 10 月
 - 直近のアウトバウンドレジャー訪問先、1 位は日本

中国人 FIT は旅行計画を非常に短時間で行うようです。3 割 (32%) の人たちが直近の旅行について、行き先を出発の 1 週間前から 2 週間前に決めていました。なんと、1 週間未満 (出発当日から 6 日前にかけて) に行き先を決

めると回答した人も 18%いました。合計すると 50%の中国人 FIT は行き先を 2 週間以内に決めていました。

中国人旅行者にとってのアウトバウンド旅行シーズンは 5 月から始まり、10 月初旬の国慶節がピークとなるようです。中国人 FIT 旅行者の 77%は 5 月から 10 月の間にアウトバウンド旅行をしていました。うち 3 割(29%)は 10 月中の旅行でした。直近のアウトバウンド旅行について聞いたところ、3 分の 1(34%)の中国人 FIT は 3 泊以内の行程となっていました。4~6 泊の行程だったという人は 40%で、26%の人は 7 泊かそれ以上の行程だったと回答しました。

中国人 FIT の 90%以上はアウトバウンド旅行の際、大中華圏、およびその他のアジア諸国へ旅行していました。直近のレジャー旅行の行先を聞いたところ、最も多かったのは日本、次いでタイ、韓国の順でした。

直近のアウトバウンドレジャー旅行における訪問先

1. 日本
2. タイ
3. 韓国
4. アメリカ合衆国
5. マレーシア
6. シンガポール
7. フランス
8. イギリス
9. イタリア
10. カナダ

過去 12 か月以内にヨーロッパを訪れた旅行者から人気だった行き先は、フランス、イギリス、イタリア、ドイツ、オランダ、およびスペインでした。中国人 FIT が米国で多く訪れたのは、ニューヨーク州、カリフォルニア州、コロンビア特別区(ワシントン D.C.)、ハワイ州、そして、ワシントン州でした。

● 中国人 FIT が旅行に求めるものは？

- ショッピングは旅の主要アクティビティだが、行き先の選定には「目的地が安全」であることが何より重要

調査によると、42%の中国人 FIT は「ショッピング」は旅行の中で重要なモチベーションであると回答していました。特に日本・韓国に行く旅行者にとって、ショッピングは欠かせないアクティビティのようです。とはいえ、「行き先を決める上で重視する要素」では、ショッピングはさほど重視されていませんでした。つまり、旅行者たちは旅先でショッピングをしたいと思っているものの、行き先の選定には他の要素がより強く影響していました。

行き先を決める上で最も重要な 3 つの要素として挙げられたのは、(1)目的地が安全、またはその政情が安定していること(65%の人たちが「行き先を選定する上で非常に重要」と回答)、(2)公害が少なく、清潔な環境であること(36%が「非常に重要」と回答)、(3)自然があること(35%が「非常に重要」と回答)が挙げられました。オーストラリアとニュージーランドはこの二か国を訪れたことがある中国人 FIT からこれらの要素で最も高く評価されていました。

旅行に行く理由を尋ねた際には、中国人 FIT の 56%は「日常生活から離れてリラックスするため」と回答していました。これは主に東南アジアへ旅行する人たちに当てはまるようです。また、47%の人たちは「自然、文化、歴史的な観光地を見るため」と回答していました。

- 中国人 FIT の消費

- 旅行中の財布の紐は緩い? ショッピングに平均 11 万 5 千円使っていたことが判明

中国人 FIT は平均して 1 回の旅行につき 297,600 円を消費していました。29%の人は、直近の海外旅行で 336,000 円以上使ったと回答していました。大都市圏在住の中国人 FIT は一回の旅行あたりの消費額がより多い傾向にありました。最も消費額が多かったのは北京在住の旅行者で一回あたりの平均消費額が 444,200 円、次いで四川省在住の旅行者で平均消費額は 372,200 円、そして上海在住の旅行者で平均消費額は 370,900 円という結果でした。

中国人 FIT 旅行者の消費の中で、ショッピングが占める割合は非常に大きく、直近の海外旅行において平均で 115,100 円を買い物に使っていたことが分かりました。特にアメリカ合衆国とカナダに行った際の買い物の金額は大きく、この 2 か国を訪れた人は平均して 295,300 円も使っていました。ショッピングに次いで中国人 FIT の消費額が大きかったのは「航空券」(75,500 円)、そして「宿泊費」(51,700 円)でした。なお、中国人 FIT が食事にかけた金額の平均は 34,900 円でした。

今後 2 年間の旅行傾向について尋ねたところ、今後も東アジア地域への短距離旅行に行くとは回答した中国人 FIT は引き続き多かったものの、ヨーロッパ、オーストラリア、ニュージーランド、北米への長距離旅行に対する興味関心も高く見受けられました。約半数(49%)のアウトバウンド中国人 FIT は、過去 12 か月よりも今後 2 年の方がより沢山旅行をするつもりであると回答していました。そして今後 2 年間の方により旅行をすると回答した人たちのうちの 52%は海外にいる間に「より長い旅行をするつもりである」と答え、54%は「より消費をするつもりである」と回答していました。

- [China Unbounded: The Rapid Rise of China's Outbound Millions](#) 調査方法

- 調査期間: 2015 年 11 月 2 日～17 日
- 実施機関: フォーカスライト社 (部分的にトリップアドバイザーが調査費用を負担)
- 調査手法: オンライン調査
- 有効回答者数: 3,043 名
- 対象者: 18 歳以上の中国人男女。中国本土から過去 1 年間に少なくとも 1 回以上のレジャー旅行をした人で、旅のプランニングに能動的に関わった人。
有効回答者のうち FIT 旅行者は 1,043 名。

※中国本土からの「アウトバウンド旅行」には、香港・マカオ・台湾への旅行も含む。

¹The Chinese National Tourism Administration (CNTA)より。HP: <http://en.cnta.gov.cn/>

※リリース内の金額は人民元から日本円に換算しており、2016 年 6 月 1 日時点の為替 1 人民元=16.8 円を適用し、10 の位を四捨五入しています。

トリップアドバイザーについて

トリップアドバイザーは、旅行者が最高の旅行を計画・予約・実行できるよう、旅のプランニングから予約までをサポートする世界最大*の旅行サイト。何百万もの旅行者のアドバイスと、幅広い旅行の選択肢および数百を超える予約サイトから最安値を検索できる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。世界最大の旅行者のコミュニティとして、世界 48 の国と地域でサイトを展開し、世界 650 万軒を超えるホテル、レストラン、観光スポットに対して 3 億 5,000 万件以上の口コミ情報を掲載しています。月間ユニークユーザー数は約 3 億 4,000 万人**。

TripAdvisor, Inc. (本社: 米国マサチューセッツ州ニュートン、NASDAQ:TRIP)は、トリップアドバイザーブランドサイトのほか、以下の 24 の旅行関連サイトを運営しています:

<http://www.airfarewatchdog.com>

, <http://www.bookingbuddy.com>, <http://www.cruisecritic.com>, <http://www.everytrail.com>,

<http://www.familyvacationcritic.com>, <http://www.flipkey.com>, <http://www.thefork.com>, (含む <http://www.lafourchette.com>,

<http://www.eltenedor.com>, <http://www.iens.nl>, <http://www.besttables.com>, <http://www.dimmi.com.au>) <http://www.gateguru.com>,

<http://www.holidaylettings.co.uk>, <http://www.holidaywatchdog.com>, <https://www.housetrip.com>, <http://www.independenttraveler.co>

[m, http://www.jetsetter.com](http://www.jetsetter.com), <http://www.niumba.com>, <http://www.onetime.com>, <http://www.oyster.com>, <http://www.seatguru.com>,

<http://www.smartertravel.com>, <http://www.tingo.com>, <http://www.tripbod.com>, <http://www.vacationhomerentals.com>,

<http://www.viator.com>, <http://www.virtualtourist.com>

*出典: comScore Media Metrix for TripAdvisor Sites, worldwide, 2016 年 2 月

**出典: TripAdvisor log files, Q1 2016

お問い合わせ先

トリップアドバイザー株式会社 広報担当

東(ヒガン)Tel: 03-4510-3131 / 秋山 Tel: 03-4510-3147

E-mail: jp-pr@tripadvisor.com