

ホットリンク、中国の SNS 上のクチコミ分析から 訪日中国人に“次に人気になりそうな”体験やスポットを予測 ～「お神輿」や「お祭り」「花火」など夏のイベントや、九州への注目がアップ～

【概要】

ホットリンクグループである、株式会社トレンド Express(本社:東京都千代田区、代表取締役社長 桧野安弘、以下 トレンド Express)は、中国の SNS 上のクチコミを収集、分析し、これから訪日中国人の間で人気を集めそうな体験やスポットに関する消費予測を発表します。

【背景】

日本政府観光局(JNTO)の発表によると、2016年上半期の訪日中国人数は307万6600人(昨年比41.2%)にのぼり、引き続き、中国国内では日本旅行が高い人気を誇っています。一方、訪日中国人の消費動向は変化がみられ、今年はモノ消費だけでなく“コト消費(体験)”の需要の高まりや、旅行先や購入される日本商品に“多様化・分散化”が見てとれます。例えば、中国の SNS 上に「日本で〇〇を買った」と投稿された商品数は、「図解中国トレンド Express」を刊行した昨年(2015年)の5月比で5.3倍の517商品(2016年6月時点)まで増加し、特定の商品に爆買いが集中していた状況から分散化が進んでいます。また、リピーター客の増加により訪日旅行の主目的が“買い物”だけでなく増えてきたことで、日本でしたいと思う体験も多様化しています。そこで、インバウンド消費需要予測として、今後注目を集める可能性が高い少数派の投稿をランキングにしました。

《引用・転載時のクレジット表記のお願い》

本リリースの引用・転載時には、必ず「出所:ホットリンク「図解中国トレンド Express」」もしくは「トレンド Express 調べ」と明記ください。

【季節を感じられる“日本らしさ”が今後のトレンドに、競馬や人間ドックなど意外なニーズも】

右表は、中国の SNS 上で「日本で〇〇したい」と書き込まれた投稿を収集した「〇〇したいランキング」の20位以下のランキングです。

本ランキングは、常に「買い物したい」が1位となり、「日本料理を食べたい」「温泉に入りたい」「着物を着たい」等おなじみのニーズが上位にランクインしています。

少数派の21位以下をみると、21位「お神輿を担ぎたい」や22位「お祭りに参加したい」等、夏のイベントに関連したものがあがりました。桜の時期を過ぎたあたりから、夏のイベントに関連する投稿が徐々に増えており、6月下旬の週には「花火を見たい」「金魚すくいをしたい」「風鈴が作りたい」が初登場しました。

27位「競馬をみにいきたい」は、日本の競馬CMやニュース等が中国の SNS 上で話題になっており、起用されている美人なCMキャラクターに会いに行きたいといったクチコミもありました。26位「利き酒をしたい」は、中国国内での日本酒人気の拡大や、観光客を積極的に受け入れる酒造が増加した影響で、需要が広がっています。6月上旬の端午節前には「端午節に日本で

利き酒をしたい」と投稿した人が増加し、6位まで上昇しました。30位「人間ドックを受けたい」は、これまでアメリカに診察や検査を受けに行っていた中国人が、食習慣や体の構造に近い日本人向けの医療サービスを選ぶ傾向にあることが影響しているようです。ガンなどの早期発見を目的としたツアーも数多く組まれています。

順位	日本でしたいことランキング
21位	お神輿を担ぎたい
22位	お祭りに参加したい
23位	走りたい(ランニング)
24位	渓流下りをしたい
25位	鹿をみたい
26位	利き酒をしたい
27位	競馬をみにいきたい
28位	人力車に乗りたい
29位	オートバイを運転したい
30位	人間ドックを受けたい

データ出所:トレンド Express 調べ

2016年5月25日～6月21日に、新浪微博上で「日本で〇〇に行った」と言及している書き込みを元に集計、ランキング化

【地方分散が顕著に、特に九州の注目度がアップ】

右表は、中国の SNS 上に「日本で〇〇に行った」と書き込まれた投稿のうち、2016 年上半期に初登場したものを収集したランキングです。個人旅行を好むリピーター客の割合が増加したため、東北や北陸、九州などゴールデンルートと呼ばれる東京・大阪・京都以外の地方都市が多く初登場し、地方分散が見てとれます。2016 年上半期は、4 位「黒川温泉(熊本)」や 5 位「宇佐神社(大分)」、7 位「桜島(鹿児島)」、10 位「阿蘇火山博物館(熊本)」と多くの九州初登場スポットが人気を集めました。昨年 8 月と今年 4 月における都道府県のクチコミ件数を比較すると、九州の成長率は大きく、1 位「佐賀」、2 位「熊本」、4 位「長崎」、5 位「鹿児島」、7 位「福岡」と 10 位までに 5 県がランクインする結果となりました。

これまで買い物がメインだったインバウンド消費が、今後は“日本の特色や情緒を感じられる”ことを求める傾向が強まっており、今後新たに注目を集める観光地が増えていくことが予想されます。例えば、「祇園祭」等の各地のお祭りや神戸ルミナリエをはじめとする冬のイルミネーション等、季節ごとの“日本らしさ”を感じられるスポットも人気になることが予想されます。

順位	2016年初登場スポット
1位	中尊寺金色堂(岩手県)
2位	大磯(神奈川県)
3位	金沢東茶屋町(石川県)
4位	黒川温泉(熊本県)
5位	宇佐神社(大分県)
6位	忍野村(山梨県)
7位	桜島(鹿児島県)
8位	ひらかたパーク(大阪府)
9位	雑司町(奈良県)
10位	阿蘇火山博物館(熊本県)

データ出所:トレンド Express 調べ
2016 年 1 月～6 月に、新浪微博上で「日本で〇〇に行った」と言及している書き込みを元に集計、ランキング化

【中国の SNS 上で最も人気を集めたのは“ユニバーサル・スタジオ・ジャパン”】

順位	話題のテーマパークランキング
1位	ユニバーサル・スタジオ・ジャパン(大阪府)
2位	富士急ハイランド(山梨県)
3位	東京ディズニーランド(千葉県)
4位	ハウステンボス(長崎県)
5位	東京ディズニーシー(千葉県)
6位	ふなばしアンデルセン公園(千葉県)
7位	ナガシマスパーランド(三重県)
8位	江戸ワンダーランド日光江戸村(栃木県)
9位	ルスツリゾート(北海道)
10位	グリーンランド(熊本県)

2016 年は上海のディズニーランドの開園もあり、中国国内ではテーマパークブームが到来しています。そのため、今夏は日本のテーマパークを楽しむ人も増加すると推測されます。左表の、昨年 6 月から 1 年間に中国の SNS 上における日本のテーマパークのクチコミ件数を集計したランキングを見ると、「ユニバーサル・スタジオ・ジャパン」が最も人気を集めていることが分かります。クチコミの内容を詳しく見ると、「ウィザーディング・ワールド・オブ・ハリー・ポッター」、「アメーzing・アドベンチャー・オブ・スパイダーマン・ザ・ライド 4K3D」、「お化け屋敷」等のアトラクションが特に注目を集めていました。3 位「東京ディズニーランド」や 5 位「東京ディズニーシー」は、特に女性からの支持を集めたのに対し、1 位「ユニバーサル・スタジオ・ジャパン」や 2 位「富士急ハイランド」は男性の方が好む傾向にあります。また、4 位「ハウステンボス」は男女ともに広く支持を集めています。

データ出所:トレンド Express 調べ
2015 年 6 月～2016 年 5 月に、新浪微博上で日本のテーマパークについて言及している書き込みを元に集計、ランキング化

さらにクチコミ分析すると、女性は“可愛いらしいお土産”や“ファストパスなどの合理的なサービス”“自撮りに向けたスポット”等が評価のポイントになり、男性は“面白いアトラクション”“リアル感のある4D”“アニメファンが満足できるコンテンツ”等が心を掴むポイントだということが分かりました。さらに、年齢別に見てみると、8 位「江戸ワンダーランド日光江戸村」は特に 40 代からの高い支持を集め、6 位「ふなばしアンデルセン公園」は 19 歳以下の支持が高いことが分かりました。

《引用・転載時のクレジット表記のお願い》
本リリースの引用・転載時には、必ず「出所:ホットリンク「図解中国トレンド Express」」もしくは「トレンド Express 調べ」と明記ください。

【トレンド Express 編集長コメント】

リピーター層が求めるのは、日本ならではの体験やまだ知られていない場所への旅行

訪日中国人による“爆買い”は終焉だという報道もありますが、日本旅行に「買い物」が欠かせない要素であることに間違いありません。しかし、リピーターが増加して行く中で、訪日旅行に対するニーズが多様化しているのも事実です。リピーター層は自由度の高い旅行を好む傾向にあり、空港に出発と解散時のみ集合し団体旅行扱いとし、現地での行動は自由という団体旅行と個人旅行の良さをかけあわせた“フリープラン型団体旅行”が流行し始めています。このようなスタイルを選ぶ訪日中国人は、日本ならではの様々な体験や皆にあまり知られてなく、訪れる人がまだ少ない場所に行くことを魅力に感じるようです。爆買いが安定化してきた今、日本のインバウンド産業の底力が問われる時です。夏は、お祭りや花火、浴衣など日本ならではの体験を提供できるチャンスでもあります。企業や自治体、業種の垣根を越え、地域として訪日外国人を取りこむ努力が必要です。“面子”を気にする訪日中国人向けには、SNS に投稿したくなる写真映えや、プレミア感の演出も有効と言えます。



株式会社トレンド Express
編集長 四家 章裕

ホットリンクは、今後もビジネスにおけるソーシャル・ビッグデータの活用を推進し、インバウンド消費関連の情報についても積極的に展開して参ります。

■ 図解中国トレンド Express について

本件の詳細については、「図解中国トレンド Express」にてご確認いただけます。

[■■ 図解中国トレンド Express 詳細はこちらから！ ■■](#)

今なら無料サンプルレポートを差し上げています！お申し込みは今すぐ！

[■■ 無料サンプルレポート申込みはこちらから ■■](#)

■ 株式会社トレンド Express について

株式会社トレンド Express は、ホットリンクグループの強みを活かし、ソーシャル・ビッグデータを核としたインバウンド消費に関する情報だけでなく、ビジネスモデルの策定や具体化のソリューションを提供いたします。

【事業内容】

- ・世界各国ソーシャル・ビッグデータを使ったマーケット調査・インバウンド消費に関する需要予測・分析・レポートニング
- ・図解トレンド Express の編集・発行

設立日:2015年11月

資本金:1,000万円(2015年11月1日現在)

代表者:代表取締役社長 桧野 安弘

企業サイト:<http://www.trendexpress.jp/>

Twitter:https://twitter.com/trendexpress_jp

■ 株式会社ホットリンクについて(証券コード:3680 東証マザーズ)

ホットリンクは、グローバルでのソーシャル・ビッグデータの流通と分析ソリューションの提供により、ソーシャル・ビッグデータを価値化する企業です。市場や自社・競合、またお客様の声やキャンペーン反響などの各種調査、ターゲットユーザーのプロファイリング、ブームの兆し発見などマーケティング ROI 向上や製品改善、経営革新や予測、また高まるインバウンド消費に関する需要予測・分析・レポートニングなど、ビジネスにおけるソーシャル・ビッグデータの幅広い活用を支援します。ホットリンクは、グローバルにおけるデータ流通に加え、世界におけるインバウンド消費支援サービスの拡大により、今後のさらなる成長を実現します

設立日： 2000年6月26日

資本金： 1,034百万円(2016年5月31日現在)

代表者： 代表取締役社長 CEO 内山 幸樹

企業サイト：<http://www.hottolink.co.jp/>

Twitter：http://twitter.com/hottolink_pr

Facebook：<https://www.facebook.com/hottolink.inc>

■お問い合わせ

株式会社ホットリンク 経営推進本部 コーポレートコミュニケーション部

東京都千代田区四番町6番東急番町ビル TEL:03-5745-3903