

ホットリンク、中国のSNS上のクチコミを分析 最大級商戦「春節」における訪日中国人消費動向を予測 ～春節に帰郷する派わずか3割、旅行先の決め手は「自然」と5割以上が回答～

【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 濱野智成、以下トレンド Express)は、訪日予定の中国人による SNS 上のクチコミをもとに、中国のお正月で最大級の商戦でもある「春節」(2017年1月28日)の時期における訪日中国人の消費動向予測を発表します。また、あわせて「中国人の春節の過ごし方に関するアンケート調査結果」も発表します。

【日本でいきたいランキング、観光資源やグルメが注目を集めた「広島県」「福井県」がランクイン】

トレンド Express では、中国の SNS 上で春節に訪日旅行を予定しているユーザーの投稿を収集・分析し、日本でいきたい場所をランキングにしました。上位に「大阪府」「東京都」「京都府」など定番の都道府県がランクインする一方で、昨年の国慶節に比べ6位「広島県」、9位「福井県」など行き先の多様化が見られました。昨年に引き続き、関西圏の人気の高さがうかがえる一方で、昨年の国慶節では4位だった東京都が2位に順位を伸ばす結果となりました。これは、初めて訪日する方が増加している可能性を示しています。また、広島県についての具体的な投稿をみると、海・山などの自然、世界遺産(厳島神社)などの観光資源やグルメ(牡蠣、お好み焼きなど)に関する人気に加え、スキーやアイドルコンサート、歴史に関する言及など多岐に渡り関心を集めています。福井県は、寿司や越前蟹などについての書き込みが多く、グルメに注目が集まっているようです。



データ出所: 2016年10月1日-12月1日-31日の間の新浪微博を対象に、「2017年春節に日本でいきたい場所」に関する書き込みを収集、整理。

【人気を集める“日本文化体験”、日本でしたいことに「餅つき」が初ランクイン】

同様に日本でしたいことをランキングにしたところ、「買い物したい」がダントツのトップでしたが、2位「雪を見たい」や5位「スキーをしたい」など季節要因が訪日需要に大きく影響にしていることが分かる結果となりました。アクティビティ(スキー)よりも鑑賞(雪を見る)が上位だったことから、SNS にフォトジェニックな写真を投稿することが好きな中国人の人にとっては写真映えする景色や風景がより重要であることが推測されます。また、3位「日本料理を食べたい」、4位「温泉に入りたい」、6位「ライトアップ(夜景)を見たい」など定番の需要があがる中、9位に「餅つきをしたい」が初ランクイン※しました。中国では、餅(年糕)は蒸して成型し作るため、杵と臼を用いた餅つきは日本独自の文化と捉えられているようです。最近の傾向として“日本文化体験”が人気を集めており、10位以下にも「民宿に泊まりたい」「カプセルホテルに泊まりたい」「利き酒をしたい」「日本料理を作りたい」などがあがりました。



データ出所: 2016年10月1日-12月1日-31日 新浪微博を対象に、「2017年春節に日本でしたいこと」に関する書き込みを収集、整理。

※トレンド Express が、2015年5月から週次で発表している「日本でしたいことランキング」において初めてのランクインとなります。

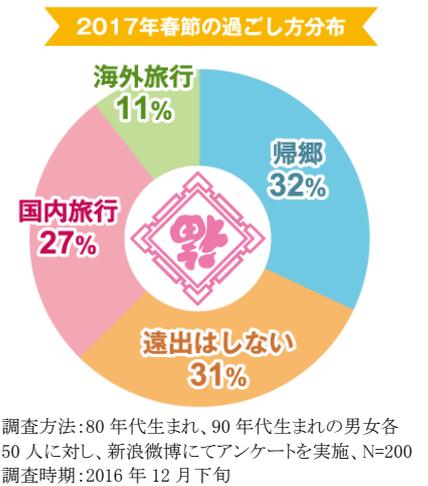
【人気が高まる「化粧品」「ベビー用品」、一方、定番化により順位を大きく下げた「医薬品」】

同様に春節に日本で買いたいものを調査したところ、1位「化粧品」、2位「ベビー用品」、3位「健康食品/サプリメント」、4位「医薬品」、5位「生活用品」でした。一昨年、昨年までは、医薬品がトップで次いで化粧品でしたが、今年は化粧品、ベビー用品が入り替わる結果となりました。今回、医薬品が4位と大幅にランクダウンした要因は、日本土産として定番化したことにより SNS への投稿自体が減少したことが一因と推測されます。また、この春節に注目のアイテムは、化粧品カテゴリーの「フレッシュル クリアソープ N」です。肌ケアを重要視する中国人は、冬の乾燥対策として保湿性の高い商品に注目すると考えられます。また、中国人に人気のカネボウ化粧品の商品であるという点も支持される理由となりそうです。ベビー用品カテゴリーの中で注目のアイテムは、「ピジョン ベビーおふろでローション フローラルパウダーの香り」です。ベビー用品カテゴリーではおむつがダントツの人気でしたが、昨年は離乳食やボディケア商品と様々な商品が注目され、ここ最近じわじわとクチコミ数が増加しています。

【春節に「帰郷」する人はわずか3割、「遠出しない」もほぼ同数】

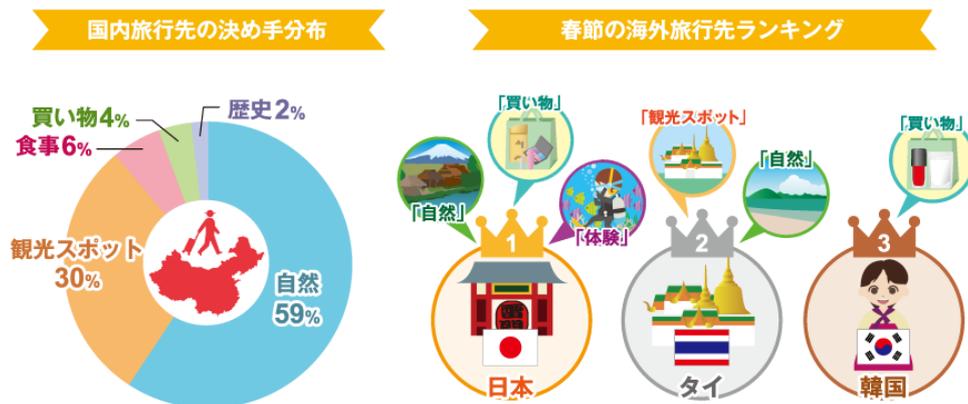
今後、訪日中国人客のメイン層となる80後(80年代生まれ)、90後(90年代生まれ)の中国人200人に対して、「春節の過ごし方」についてアンケートを実施しました。トップは「帰郷」でしたが、わずか3割程度にとどまりました。伝統的な祝日である春節は、帰省して家族と一緒に過ごすのが習慣というイメージがありますが、2位「遠出しない」と僅差となる結果でした。また、3位の「国内旅行」に続き、「海外旅行」を予定している人は全体の1割程度でした。

「遠出しない」理由を調査したところ、「お金がない」「交通費(チケット)が高い」「親戚づきあいが面倒くさい」などと回答する人が多く、「寝正月」「ネットサーフィン三昧」「近場のレジャー施設に行く」「働く」などして過ごす人が多いことが分かりました。



【癒しを求める傾向?! 5割以上が旅行先の決め手は「自然」と回答】

春節に「旅行をする」と回答した人に行先や目的について調査したところ、国内旅行先として「北京」「厦門(福建省東南部、温暖なリゾート地)」、「麗江(雲南省、山や湖・溪谷などの豊かな自然)」「杭州(西湖や山々などの自然や、史跡)」などがあがりました。国内旅行先の決め手については半数以上が「自然」と回答し、自然が楽しめる場所やのんびりと過ごせるリゾート地が人気を集めていることが分かります。また、海外旅行先を調査したところ1位「日本」、2位「タイ」、3位「韓国」という結果になりました。旅行の目的を調査したところ、日本は「買い物」「自然」「体験」と多様化が見られました。韓国は「買い物」のみ、タイは「観光スポット」「自然」となりました。



調査方法: 上記、新浪微博によるアンケート結果で「国内旅行」「海外旅行」とそれぞれ回答したユーザーに対するアンケート
調査時期: 2016年12月下旬

「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】

「自然」や「文化体験」といった買い物以外の日本の魅力を発信し、ターゲットを意識したプロモーションなどがカギに今回の調査では、80年代生まれや90年代生まれの若い世代の間で春節の過ごし方が多様化していることが浮き彫りとなる結果となりました。「海外旅行」の割合が1割程度にとどまった点については、伸びしろという点でまだまだ訪日数の増加が期待できるのではないのでしょうか。人気の国内旅行の要素として「自然」に対する需要が高かった点から、潜在的に自然に対する欲求が高いという仮説が立てられます。今後は日本の観光資源の強みとして、自然や文化体験が効率的に楽しめるという魅力を訴求していくことが効果的と言えそうです。また、需要の多様化により今後はターゲットの行動パターンをより意識したプロモーション施策や、継続的な情報発信の重要性が増すことが予想されます。

■図解中国トレンドExpressについて(<http://www.hottolink.co.jp/hb/lp/trendexpress/>)

週1回、月4回配信。中国 SNS 上の日本旅行に関するクチコミを集計、分析することで訪日中国人需要の半歩先を知るレポートサービスです。春節や国慶節などの節前には、その節ごとの動向予測を特集。分析レポートは見やすい図解やグラフとセットでご提供します。レポート内容を見やすくわかりやすくビジュアル化しているため、直観的でスムーズな把握が可能になります。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
- ・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: 代表取締役会長 梶野 安弘 / 代表取締役社長 濱野 智成

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: 1,243百万円(2016年9月末時点)

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/> 公式ブログ: <http://www.hottolink.co.jp/blog>

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 コーポレートコミュニケーション本部 広報部

東京都千代田区富士見一丁目3番11号 富士見デュープレックスビズ TEL:03-6261-6932