

2025年2月7日
Onedot株式会社

保有資産総計1,000億円超えの中国人たちに聞く！
“特別扱い”を求める中国富裕層
「おもてなし」の再定義が課題

日本におけるインバウンド市場は、訪日外国人観光客の客数よりも、消費額を伸ばす「量から質」への転換が推進されており、海外からの「富裕層」の取り込みが大きなテーマとなっています。そのような中で、「訪日インバウンド支援サービス」などを展開しているOnedot株式会社（本社：東京都港区、代表取締役CEO：鳥巢知得、以下Onedot）は、中華圏富裕層を中心としたコミュニティ運営を担う株式会社行楽ジャパン（本社：東京都港区、代表取締役：袁静、以下行楽ジャパン）と共同で、中国人富裕層を対象とした独自調査「富裕層訪日調査」（調査実施時期：2025年1月21日～24日）を行いました。

調査対象は、通常なかなかアプローチが難しい、**保有資産20億円を超える中国人富裕層**。中華圏の富裕層コミュニティを運営する行楽ジャパンの協力により今回の調査が実現しました。今回は57名への聴取に成功しているため、総計1,000億円超の資産を持つサンプル群となります。

調査結果からは、**メディカルツーリズムに繋がる高い健康/医療サービスの体験率、VIP体験や言語サービスへのニーズ、デジタル化が進んだ中国と比べての予約やサービス体験への不満**など、「富裕層ならではの」傾向が見えています。特に「**普段中国で体験しているような特別扱いがない**」といった意識が強く、この数年で急激に進化した中国都市部のサービスと比較されてしまい、不満が残るまま帰国してしまうような富裕層がいることがうかがえ、時代の変化に合わせた顧客対応の在り方も示唆する内容となっています。一方で、富裕層ほど、地方都市の訪問率も高く、地方誘客が大きなテーマとなるこれからのインバウンド市場において、チャンスが大きく広がっています。**日本でのVIP向けサービスを期待する顧客に対して、「おもてなし」の中身を再定義して最適なサービスを提供できるかが、**今後の課題になるかもしれません。

中国からの訪日旅行ニーズがますます高まる中、中国人富裕層が求めるモノ・コトの理解、また、そこに対応する商品やサービスの開発などにお役立て下さい。

<富裕層訪日調査から見た、中国人富裕層が求める体験>

「日本流」「日本品質」ではなく、
「中国でも享受できるレベル（かそれ以上）」の、
自分にパーソナライズされた、スムーズな体験

1

中国人富裕層に人気の都道府県は？



「富裕層」は単なる「旅行」での訪日ではなく、ビジネスも兼ねた訪日が多く見られます。昨今は熊本を中心に「産業観光」が盛り上がり、その影響もあるかもしれません！

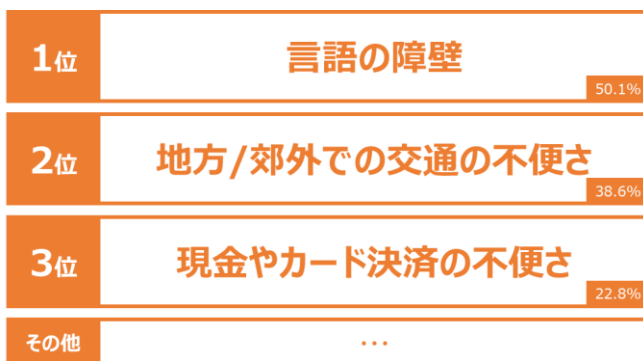


株式会社行楽ジャパン
代表社長

「王道」と言えるような東京・大阪・京都・北海道に加え、奈良や沖縄、九州各県もランクイン！

2

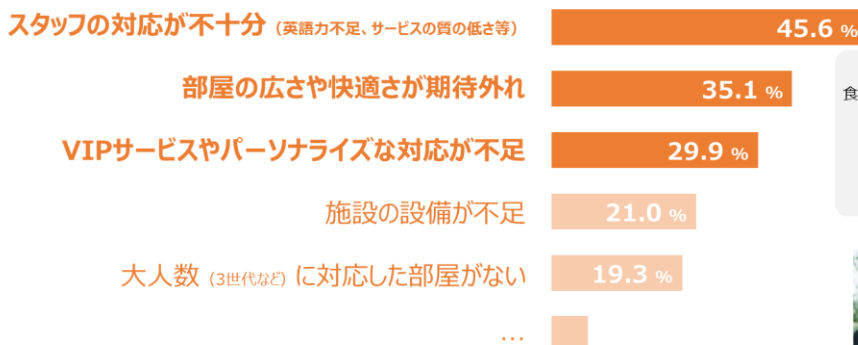
訪日旅行で困ったことは「言葉」「二次交通」「現金社会」



「現金を持ち歩かない」「生活でのほぼ100%がWeChatPay/Alipay」という中国での利便性と比べられてしまい、日本の不便さが浮き彫りに

3

ホテルは施設より「サービス（言語やVIP対応）」に不満



中国のホテルでは、専用の入り口やVIPラウンジ、食事時間の調整、個人的要望への事細かな対応など、「VIP対応（特別扱い）」が極めて一般的。その感覚で日本のホテルや旅館を利用すると、(質は高くても)「特別扱いされていない」と感じられてしまうこともありそうです。

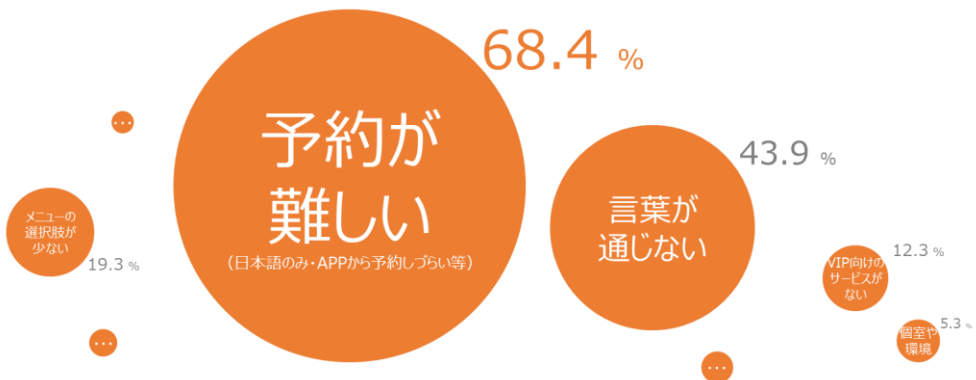


株式会社行楽ジャパン
代表社長

宿泊施設の不満はサービス関連に票が多く集まった。「高額なところに泊まったのに個別サービスもないの？」という感覚が強いのか。

4

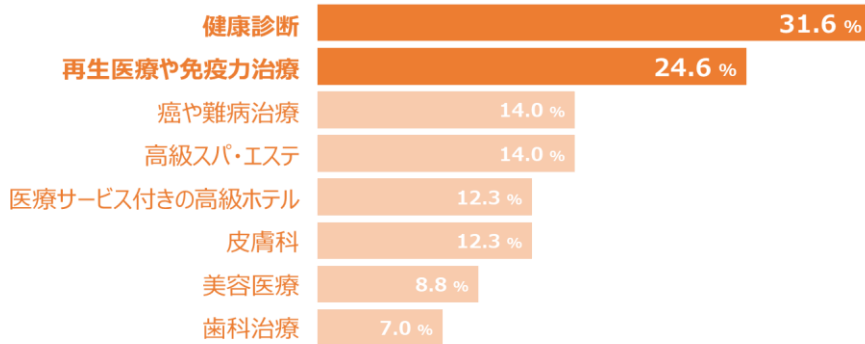
7割が「日本のレストランの予約に不満」



食事の内容や部屋・サービスへの不満は殆どないが、「予約が手間/困難」という点に不満が集中。

5

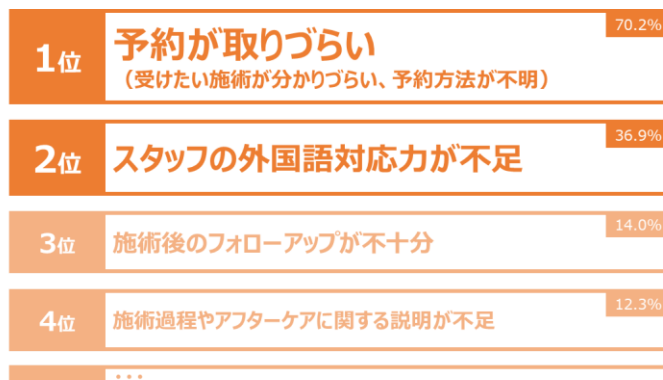
「日本での健康診断」は3割以上が利用！



健康診断もそうだが、日本の医療に関しては「再生医療」のイメージが強く、今の富裕層の重要な関心ごとの一つ！

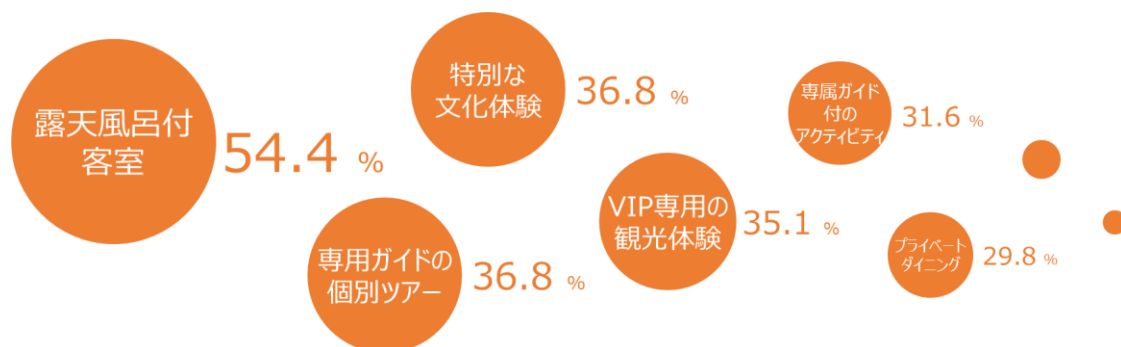
6

日本の美容/医療は「予約が取りづらい」「日本語ONLY」



日本の美容/医療の品質については高く評価している一方で、「予約が取りづらい」「外国語対応が出来ない」という印象…。

「露天風呂付客室」、「特別文化体験」に興味！



プライバシーを守りつつ、自分だけの独自の体験が欲しい傾向、また文化的な体験への興味も強い。

富裕層の「訪日体験」欲求KEYWORD



一般の旅行者には得られない、
「独自の/固有の体験」
(地方での体験も)



パーソナライズされた、
「自分向け(私人)」な体験



建築や美術、
伝統的な和食などの
特殊な「文化/芸術体験」

上海を中心とした、富裕層が拠点を置いている都市のサービスレベルはこの数年で急激に進化しています。そういった変化の中、最近特に感じる訪日中国人の傾向として、「日本の文化に馴染もうとする」というより、「どこであっても自分が快適な状態でいたい(その上で文化を楽しみたい)」という意識や行動があります。こういった、進化する中国人富裕層の目線も意識しながら、訪日客向けのサービスや商品を開発していく必要がありそうです。今後、富裕層が訪れたいと言っているのは地方都市が多く、そういった場所でもこの目線を持っておくことで可能性が広がるのでは。



株式会社行楽ジャパン
袁社長

【調査設計詳細】

■ 調査手法

インターネット調査

■ 調査対象

行楽ジャパンモニター（独自コミュニティ“行楽エリート”メンバー）

※保有資産20億～30億以上

※主として日本への興味関心が強く資産・所得が高い中華圏主要都市在住者

■ 対象者数

57名

■ 実査期間

2025年1月21日（火）～ 2023年1月24日（金）

24年度には、訪日観光者数が過去最高値を更新した日本ですが、大都市圏への訪問が多数を占め、混雑や人手不足により、オーバーツーリズムなど様々な問題が引き起こされています。各地域の自然、文化、産業等への旺盛な知的好奇心を持つ富裕層（高付加価値旅行者）の取り込みが課題となっています。「**今まで取り込めていない、高付加価値旅行者への働きかけを強め、消費額増加への取組強化、地方への誘客促進を重視していくことが必要**」と日本観光庁よりコメントしています。

一方で、富裕層の旅行動態を把握する方法は限られていました。より解像度の高い「高付加価値旅行者」の実像に迫るため、株式会社行楽ジャパンと連携して、通常なかなかアプローチが難しい、保有資産20億円を超える中国人富裕層に調査を行いました。

今後、ますます重要になる高付加価値旅行者、その課題の解決には大きなビジネスチャンスが存在するかもしれません。

Onedot株式会社は、インバウンド戦略策定から、旅マエ・旅ナカのマーケティング、予約・決済機能を備えたアプリサービスの開発等を支援しています。

行楽ジャパンは中華圏富裕層コミュニティ「行楽エリート」の運営、プチ富裕層インバウンドコンサルティング支援などを行なっています。

会社概要

- 商号 : Onedot株式会社
- 代表者 : 代表取締役CEO鳥巢知得
- 所在地 : 東京都港区三田3丁目5-27
- 設立 : 2016年12月8日
- 事業内容 : ペットコマース「Petnote」事業/中国向け育児メディア「Babily」運営 / 中国デジタル戦略・マーケティング支援/訪日インバウンド支援
- URL : <https://onedot-inc.com/>

会社概要

- 商号 : 株式会社行楽ジャパン
- 代表者 : 代表取締役 袁 静
- 所在地 : 東京都港区新橋6-1 3-9-2F
- 設立 : 2015年9月16日
- 事業内容 : 中華圏富裕層コミュニティ運営、プロモーション支援/中華圏インバウンドSNSメディア運営
- URL : <https://kouraku-japan.jp>

本件に関するお問い合わせ先

Onedot株式会社 : bizdev@onedot-inc.com もしくは

株式会社行楽ジャパン : tazaki_ryuki@kouraku-elite.com

*調査結果をご利用いただく際は必ず「**Onedot株式会社・行楽ジャパン共同調査**」と明記ください。