

中国人観光客 引き続き「爆買い」より「観光」に関心

訪日経験者の91.4%が日本への再来訪を希望。訪問先は昨年の調査同様に北海道が人気

中国最大の旅行情報サイト「馬蜂窝（マフオンウォー）」の公式日本総代理店業務や海外向け決済などのサービスを手掛けるインタセクト・コミュニケーションズ株式会社（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：譚 玉峰）は、2023年5月23日、24日に中国本土において25歳から49歳以上を対象に「中国における訪日意欲のアンケート調査」を実施しました（回答数1043件、うち男性555件、女性488件/メッセージングアプリ「Wechat」のアンケート機能<テンセント社提供>を利用）。

■アンケートの属性について

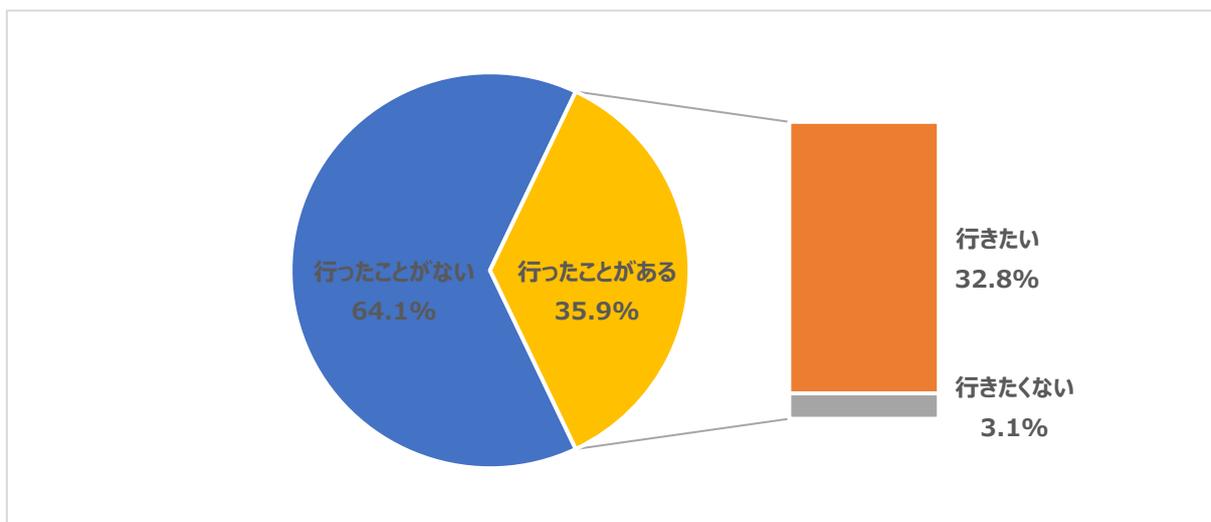
今回のアンケートでの男女比は男性：53.2%、女性：46.8%。年齢は男性25-29歳が35.9%、30-34歳が29.4%、35-39歳が20.4%、40歳以上は14.4%。女性25-29歳が43.9%、30-34歳が25.0%、35-39歳が16.0%、40歳以上は15.2%。月収は、6万円以下が10.3%、6万円-12万円が32.4%、12万円-20万円が35.9%、20万円-40万円が16.9%、40万円以上が4.6%でした。
※2023年5月 中国国家统计局の発表では2022年、中国都市部の非民間事業所就業者の平均月収は約9,500元（約18万5500円）、民間事業所就業者の平均月収は約5,436元（約10万6125円）。

■訪日意欲は高く、再訪を希望する人は91.4%

今回のアンケートでは、回答した人のうち、日本を訪れたことのある人が374人（35.9%）。訪れたことがない人は669人（64.1%）でした。昨年秋に実施したアンケート調査（2022年9月14日に当社が実施）でも『海外旅行が再開したら、どこへ行きたい』（複数選択：最大3つまで選択可、全回答数は2,168件）については、「欧州」が564件（26.0%）で最も多く、次に「日本」の503件（23.2%）で、日本旅行に興味を持つ人が多く、引き続き、日本への関心が高いことが分かりました。また、日本を訪れたことのある人のうち、「また日本を訪ねたい」と回答した人は342人（91.4%）で、多くの観光客が再訪を希望していました。

再訪を希望する人のうち、日本を訪ねたい時期（単一選択）について、「有給休暇を利用する」と答えた人が最も多い137人（40.1%）で、次に秋の大型連休とされる「国慶節を利用する」と答えた人が97人（28.4%）「夏休みを利用する」と答えた人が58人（17.0%）。中国からの観光客といえば、一般的には春節（旧正月）をイメージされる方も多いですが、「春節を利用する」と答えた人は26人（7.6%）でした。

※以下、アンケート回答者は「また日本を訪ねたい」と回答した342人が対象



■訪日の目的：9割以上の回答者が「観光地」を選択。続いて「日本食」が2位

「日本に旅行する理由は何ですか」というアンケート（複数選択）については、「観光地に行きたい」が1位で309件（90.4%）とほとんどの回答者が観光を強い関心を持っていました。次いで「日本食を食べたい」が276件（80.7%）。「日本で買い物をしたい」は3位で233件（68.1%）でした。訪れたいエリア（単一選択）については、北海道の人气が高く115件（33.6%）、関東（茨城、栃木、群馬、山梨、長野、埼玉、千葉、東京、神奈川）が87件（25.4%）、九州（福岡、佐賀、長崎、大分、熊本、宮崎、鹿児島）が43件（12.6%）、近畿（滋賀、京都、奈良、和歌山、大阪、兵庫）が39件（11.4%）でした。昨年秋に当社が実施したアンケートでも訪日の目的は、「買い物」より「観光」を希望する人が多く見受けられましたが、引き続きその傾向となっています。

これは、前述の昨年秋のアンケートでも同様の結果が出ており、『行ってみたい日本の観光地』（複数選択：最大3つまで選択可、全回答数は2,713件）は、富士山が最も多く518件（19.1%）、続いて北海道の502件（18.5%）で、かつての“爆買い”をイメージさせる東京への観光は464件（17.1%）で3位でした。

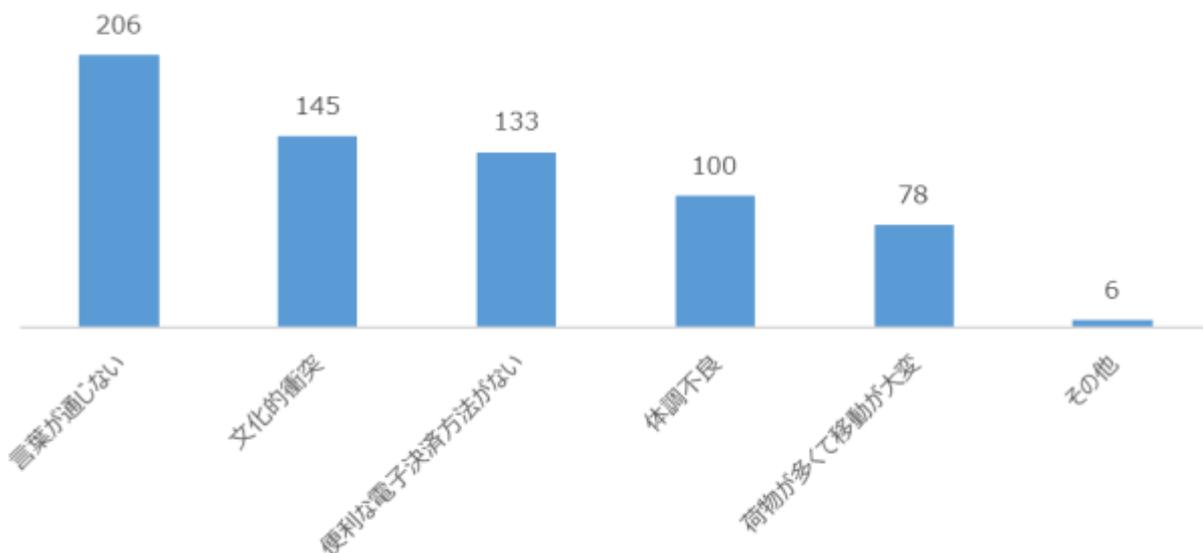


■アフターコロナ、訪日意欲は上昇傾向

2019年12月から始まった新型コロナウイルス感染拡大に伴う対策で海外旅行に制限がかけられてきましたが、いわゆる「ビフォーコロナ」と「アフターコロナ」での訪日意欲のアンケート（単一選択）について、「訪日意欲が上がった」と回答した人は152人（44.4%）、「変わらない」と回答した人が92人（26.9%）。「下がった」と回答した人は98人（28.9%）でした。訪日予算については、「ビフォーコロナ」では、10万円-30万円と回答した人が115件（33.6%）、30万円-60万円が112件（32.8%）、60万円以上は95件（27.8%）でしたが、「アフターコロナ」では、60万円以上と回答した人は113件（33.0%）と最も多く、10万円-30万円と回答した人が112件（31.6%）、30万円-60万円が100件（29.2%）でした。

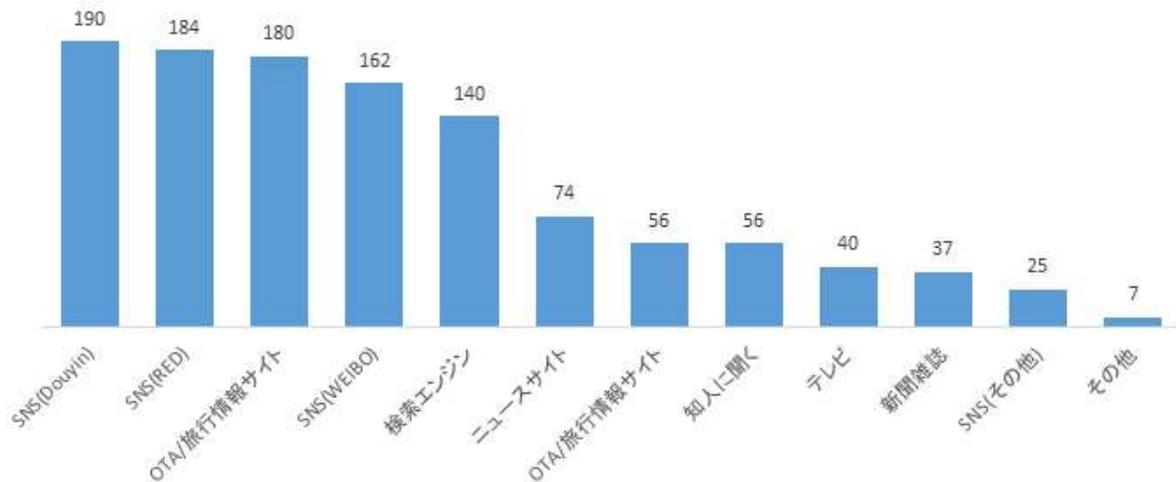
■訪日時の懸念点、言葉の壁、決済方法など

訪日時の懸念点についてのアンケート（複数選択）は、やはり「言葉が通じない」が最も多く、206件でした。次に「文化的衝突」と回答した人が145件、「便利な決済方法がない」が133件でした。『決済方法』に関しては、昨年秋のアンケート（全回答数は998件）でも、「積極的にWechat Payやアリペイ等の電子決済を使いたい」が43.3%、「電子決済、クレジットカード、現金の順番に使用」が240件（24.0%）と大多数で、「積極的に現金を使いたい」は139件（13.9%）と、少数にとどまっているなど、キャッシュレス化が中国人観光客の新たなニーズと言えるでしょう。



■情報収集方法はSNSが主流、アニメ、ゲームなどサブカル人気

日本関連の情報収集に関するアンケート（複数選択）では、やはりSNSとOTA/旅行情報サイトが上位を占めています。「Douyin（中国版TikTok）」が190件（55.6%）、「RED（中国版インスタグラムともいわれています）」が184件（53.8%）、「Weibo（中国版Twitterともいわれています）」が162件（47.4%）と上位を占めています。続いて「検索エンジン」が140件（40.9%）、「ニュースサイト」が74件（21.6%）でした。



関心あるニュース（複数選択）に関しては、「アニメ」が最も多く、190件(57.3%)でした。「ゲーム」も「経済（184件：51.6%）」、「流行り（162件：45.0%）」に次いで4番目に多い140件（40.1%）と、日本が誇るサブカルに関心が集中していました。

■まとめ

前回の調査（昨年秋）と同様、日本への旅行を希望している人の人気の観光地は、都心から北海道などのアウトドアへの意識が高いことがわかりました。その背景は、やはり SNS への依存。

「Douyin（中国版 TikTok）」、「RED」、「Weibo」へのマーケティングは、中国人観光客を獲得するための重要な手段となっています。さらに電子決済へのニーズも高く Wechat Pay、Alipay などニーズに合わせたシステムの導入が中国人観光客獲得の条件になってきています。

■会社概要

商号	: インタセクト・コミュニケーションズ株式会社
代表者	: 代表取締役社長 譚玉峰
所在地	: 〒101-0052 東京都千代田区神田小川町3丁目1番地 B・Mビル2F
設立	: 2000年11月
事業内容	: 中国向け越境 EC 及び、中国を主軸とした海外プロモーション・インバウンド支援、アフィリエイト運用代行、システム開発など
資本金	: 9,856万円
URL	: https://www.intasect.com/

2000年11月に設立。日本・中華圏のWEBマーケティング、決済・インバウンド総合支援、システム関連サービス、企業イノベーションの4つの柱を軸にワンストップで中国向けのインバウンド事業を支援しています。具体的には、WeChat Pay・Alipay+のマルチ決済「IntaPay」や、百度広告などの集客支援、電子契約や業務プロセス改善等のワークスタイル改革、ヘルスケアIoT関連の研究開発、オフショア開発、アフィリエイト運用代行、日本・海外SNS投稿監視など、最先端のテクノロジーを武器として、国内外で幅広く展開しています。



インタセクト・コミュニケーションズ株式会社
海外広告推進グループ 多言語プロモーションチーム 担当/土屋・岡・辰巳・渡部
電話：03-3233-3527 (営業時間: 平日 9:00~18:00)
メール：m_promotion@intasect.co.jp
<https://inboundpromotion-intasect.com/>