

2025 年 9 月 24 日
インタセクト・コミュニケーションズ株式会社

<中国インバウンドの最新動向>

インタセクト、10 月 1 日から始まる「国慶節」の大型連休を前に 「2025 年 国慶節期間の日本旅行に関する調査」の結果を発表

～中国人観光客が最も訪れたい海外旅行先は「日本」、春節に続き人気トップを維持！

訪問予定地は「東京」「北海道」が人で、
日本旅行の目的は「グルメ」「ショッピング」「アニメや映画のロケ地訪問」などが上位に～



中国・台湾などの海外プロモーション・インバウンド支援を行うインタセクト・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、以下 インタセクト）は、10 月 1 日から始まる「国慶節」の大型連休を前に、国慶節期間中（2025 年 10 月 1 日～10 月 8 日）の日本旅行に関する最新動向を探るべく、**中国在住の方を対象に「2025 年 国慶節期間の日本旅行に関する調査」**を実施しました（有効サンプル数：6,165 人、そのうち 2025 年の国慶節期間中に「日本」を訪問予定と回答した 1,015 人が対象）。

本ニュースリリースでは、その調査結果を発表いたします。また、訪日プロモーションが専門の当社 担当者が、本調査の結果およびそれを踏まえたインバウンド施策で考慮すべき点について解説いたします。

<本調査結果のサマリー>

- 2025 年の国慶節期間、中国人観光客に人気の海外旅行先 1 位は「日本」！
今年の春節に続き、日本旅行の高い人気が明らかに
- 国慶節期間の日本旅行で、中国人観光客に人気の都道府県は「東京」と「北海道」！
また、「大阪・関西万博」開催中の「大阪」が第 3 位に
- 日本旅行の予算（航空券、宿泊費を除く）、「10,001 元（約 21 万円）以上」は減少傾向に。
一方、低予算旅行（約 10 万円以下）の観光客はやや増加傾向に
- 日本旅行の目的 1 位は「グルメ」！訪問先のさまざまなエリアで「ご当地グルメ」を期待。
また、「ショッピング」や「アニメや映画のロケ地訪問」なども上位に！
- 日本旅行中の買い物は「自分用」「家族や友人へのおみやげ」とも、化粧品と食品が人気

<回答者の属性について>

本調査は、テンセント社が提供するメッセージングアプリ「WeChat」上のアンケート機能を使用し、中国在住の方（有効サンプル数：6,165 人、そのうち 2025 年の国慶節期間中に「日本」を訪問予定と回答したのは 1,015 人）を対象に、2025 年 8 月 22 日～25 日に実施しました。

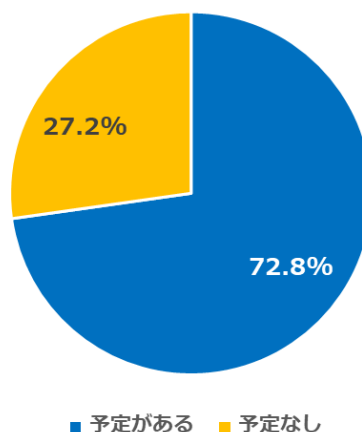
今回、調査に回答したのは、成都市、広州市、深セン市、上海市、杭州市、北京市、蘇州市、南京市、天津市、重慶市の計 10 都市に在住の 6,165 人（男性：2,489 名、女性：3,676 名）です。年齢層の内訳は、18 歳未満が 63 人、18～24 歳が 1,191 人、25～30 歳が 1,930 人、31～40 歳が 1,936 人、41～50 歳が 727 人、51～60 歳が 225 人、61 歳以上が 93 人となっています。

<調査結果の詳細>

■「2025 年の国慶節期間中（10 月 1 日～10 月 8 日）に海外旅行をする予定はありますか」（回答者数：6,165 人、単一回答）

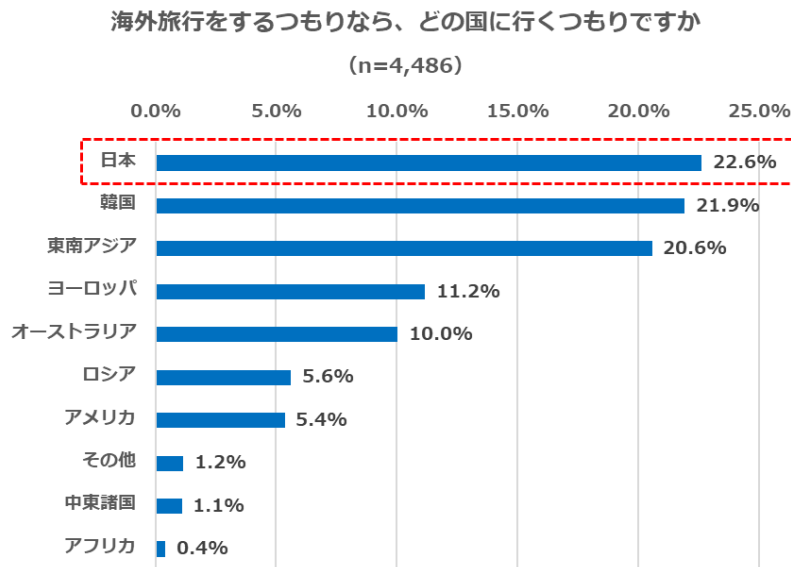
2025年の国慶節期間中に海外旅行をする予定はありますか

(n=6,165)



2025 年の国慶節期間中（10 月 1 日～10 月 8 日）に海外旅行をする予定が「ある」と回答した人は、全体の 7 割以上となる 72.8%（4,486 人）でした。

■「海外旅行をするつもりなら、どの国に行くつもりですか」（回答者数：4,486 人、単一回答）



そのうち、海外旅行先として「日本」と回答した人は、回答者全体の 22.6%（1,015 人）を占め、最も多い結果となりました。続いて、「韓国」が 21.9%（984 人）で 2 位、「東南アジア」が 20.6%（923 人）で 3 位でした。

当社が今年 1 月に発表した「**2025 年 春節期間の日本旅行に関する調査**」※では、「日本」が 1 位（24.3%）、「東南アジア」が 2 位（22.3%）、「韓国」が 3 位（17.2%）で、引き続き日本旅行の人気の高いことがわかりました。また、日本、東南アジア、韓国を含めた「アジア地域」も、全体の 65.1%（2,922 人）と引き続き高い人気となっています。アジア地域以外では、「ヨーロッパ」が 4 位で 11.2%（501 人）、「オーストラリア」が 5 位で 10.0%（450 人）でした。

※「**2025 年 春節期間の日本旅行に関する調査**」の詳細は、以下をご参照ください。

◇2025 年 1 月 17 日発表：＜中国インバウンドの最新動向 | 2025 年 第一弾＞インタセクト、「2025 年 春節期間の日本旅行に関する調査」を実施

<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000127.000032118.html>

◇2025 年 1 月 23 日発表：＜中国インバウンドの最新動向 | 2025 年 第二弾＞インタセクト、「2025 年 春節期間の日本旅行に関する調査」の中から中国インバウンドの日本旅行中の動向について、最新結果を発表

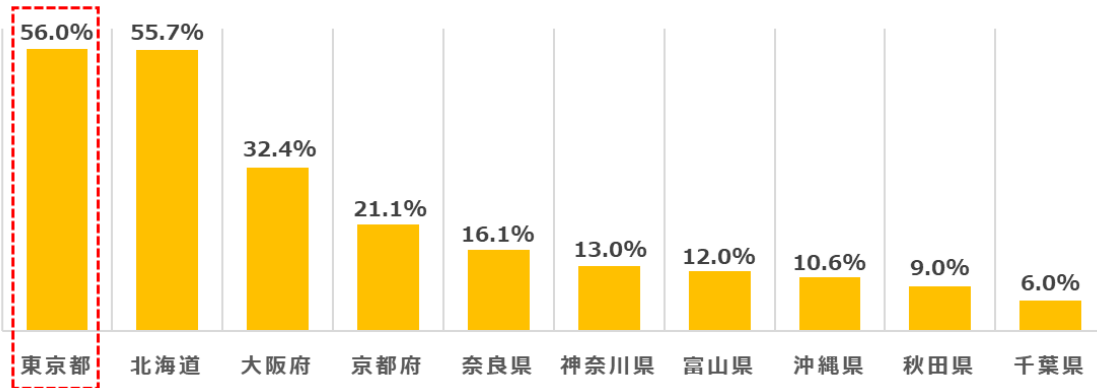
<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000128.000032118.html>

■「2025年の国慶節期間に、日本国内でどの地域を訪問する予定ですか」（回答者数：国慶節期間中に「日本」を訪問予定と回答した 1,015 人 ※以下の設問は同様、複数回答 5 つまで）

2025年の国慶節期間に、日本国内でどの地域を訪問する予定ですか

<人気都道府県のトップ10>

(n=1,015)



訪問予定の地域（都道府県）に関しては、「東京」が最も多く、56.0%（568 人）で 1 位となりました。「東京」を選んだ理由（フリーアンサー）は、やはり「ショッピング」を挙げた人が多く、また「東京タワー」や「浅草寺」、「インスタ映えスポット」など、東京観光に期待する声もありました。そのほか、昨今の日本アニメの人気もあってか、「秋葉原」や「二次元」といったキーワードを挙げた回答も多くありました。

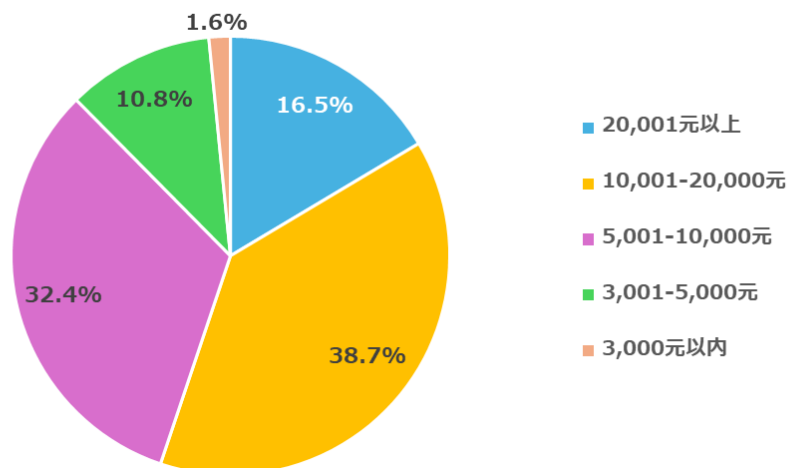
次いで、2 位には「北海道」（55.7%、565 人）がランクインしました。春節期間の調査では 7 割近くの中国人観光客が訪問すると回答し、圧倒的な 1 位となった「北海道」は、今回、雪景色鑑賞やスキーなど冬のアクティビティがハイシーズンでないことから、春節期間と比べて 10 ポイント以上減ったものの、都道府県全体では 2 位と依然として高い人気を誇っています。「北海道」を選んだ理由は、「景色がきれい」「富良野」「インスタ映えスポット」など、広大な自然が創り出す景色を期待する意見が多く見受けられました。また「グルメ」「海鮮」「寿司」といった“食”に関する期待も高いようです。

3 位、4 位は、春節期間の調査と同様、3 位が「大阪」（32.4%、329 人）、4 位が「京都」（21.1%、214 人）でした。「大阪」の訪問理由には、「USJ（ユニバーサル・スタジオ・ジャパン）」を挙げた人も多く、関西を訪れる目的の 1 つになっているようです。また、国慶節の期間中に訪問できる「大阪・関西万博」（10 月 13 日に閉幕）を訪問理由に挙げた人もいました。

■「日本旅行のご予算はいくらですか（航空券、宿泊費を除く）」（回答者数：1,015 人、単一回答） ※ 1 元 = 21 円換算

日本旅行のご予算はいくらですか（航空券、宿泊費を除く）

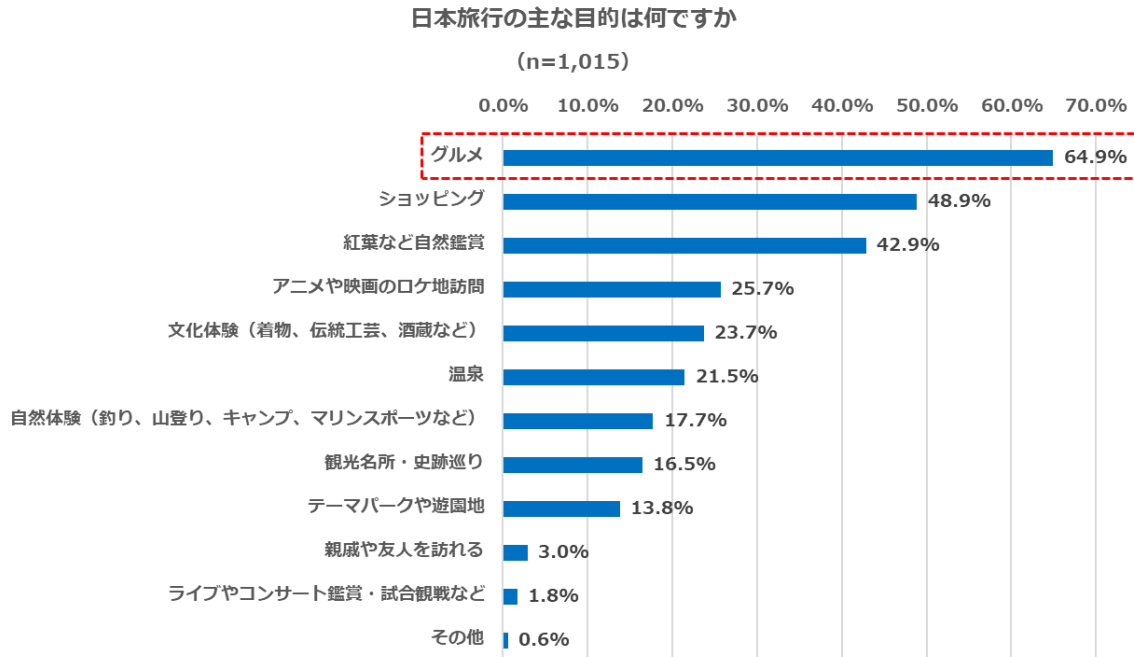
(n=1,015)



国慶節期間の日本旅行の予算として、最も多い回答は 10,001 元～20,000 元（約 21 万円～42 万円）で、38.7%（393 人）でした。次に多かった回答は 5,001 元～10,000 元（約 10.5 万円～21 万円）で 32.4%（329 人）でした。3 番目に多かった回答は 20,001 元以上（約 42 万円以上）で 16.5%（167 人）。

円安効果の一服や日本の物価高が影響してか、春節期間の調査では 10,001 元以上の予算だった人は全体の 6 割以上（62.0%）でしたが、今回のアンケートでは 55.2%（560 人）と約 7 ポイント減少しました。一方、比較的低予算での旅行を予定している人（5,000 元以下＝約 10.5 万円以下）はやや増加傾向で、春節期間のアンケートでは 10.0%でしたが、今回は 12.4%（126 人）でした。

■「日本旅行の主な目的は何ですか」（回答者数：1,015 人、複数回答 3 つまで）

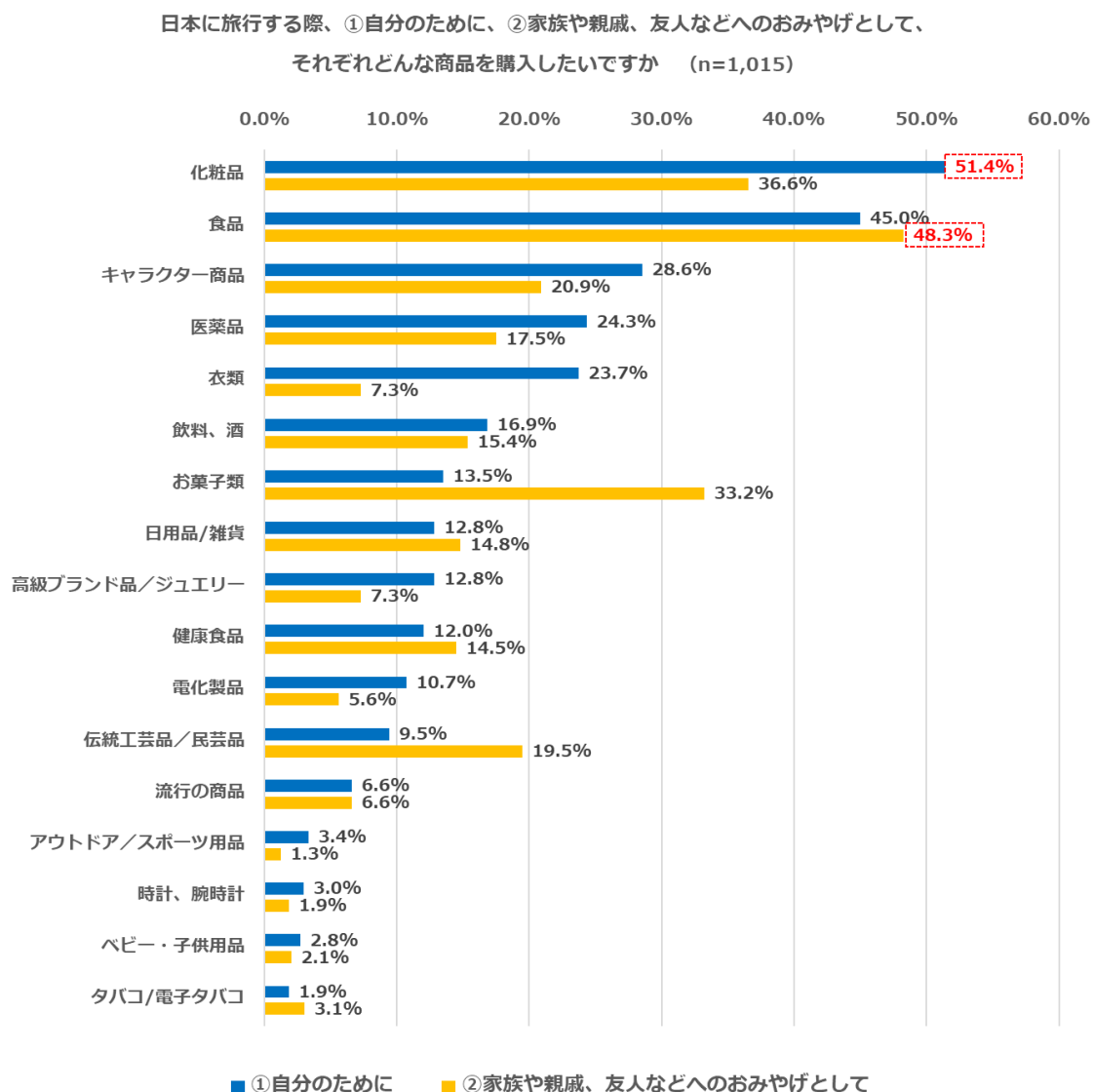


国慶節期間における日本旅行の主な目的として最も多い回答は、「グルメ」（64.9%、659 人）で、春節期間の調査と同様の結果となりました。訪問予定の地域の訪問理由（フリーアンサー）でも、多くの都道府県でそのエリアならではの「グルメ」が訪問理由に入るなど、日本の「食」に対する中国人観光客の関心の高さがうかがえます。

2 位は「ショッピング」で 48.9%（496 人）でした。春節期間の調査では 4 位（39.7%）でしたが、今回は約 9 ポイント増加しました。円安に関しては、今年一服感はあるものの、コロナ禍前に比べるとまだ安く、加えて、昨今は高級ブランド品よりも化粧品・医薬品・食品など“本当に必要なもの”を選ぶ傾向が強まっており、「ショッピング」は日本旅行の定番の楽しみとなっているようです。

そのほか、上位には「アニメや映画のロケ地訪問」（42.9%、435 人）が入りました。以前から、“聖地巡礼”は日本旅行の目的の一つとなっていました。若年層を中心に引き続き人気が高いようです。各都道府県の訪問理由でも、そのエリアにゆかりのあるアニメや漫画の作品名が数多く挙げられました。

■「日本に旅行する際、①自分のために、②家族や親戚、友人などへのおみやげとして、それぞれどんな商品を購入したいですか」（回答者数：1,015 人、複数回答 3 つまで）



日本で購入したい商品について、「①自分のために」に購入したいものの 1 位は「化粧品」で 51.4%（552 人）でした。「化粧品」は「②家族や友人へのおみやげ」としても人気が高く、36.6%（371 人）と 2 位でした。「①自分のために」の 2 位は「食品」で 45.0%（457 人）、「②家族や友人へのおみやげ」では 48.3%（490 人）で 1 位となりました。「化粧品」と「食品」が「①自分のために」「②家族や友人へのおみやげ」の両方で 1、2 位となっています。

3 位以降、「①自分のために」は「キャラクター商品」（28.6%、290 人）、「医薬品」（24.3%、247 人）、「衣類」（23.7%、241 人）と続きます。一方、「②家族や友人へのおみやげ」の 3 位以降は、「お菓子類」（33.2%、337 人）、「キャラクター商品」（20.9%、212 人）、「伝統工芸品」（19.5%、198 人）という結果でした。

■当社 担当者による解説①

「調査結果の解説（数字・傾向分析）について」

海外広告推進グループ 訪日プロモーション企画室 部長代理
大阪支社 支社長代理 下川 雅博



今回の調査では、国慶節期間における日本旅行での訪問予定地で「東京」が1位となりました。「北海道」と僅差ではありましたが、冬のアクティビティが少ないこの時期は、「観光」や「ショッピング」が重視され、「東京」が一番人気の旅行先となったようです。

日本旅行の目的は、春節に続き「グルメ」が1位で、中国人観光客の日本の「食」の関心の高さがうかがえます。

旅行予算はやや減少傾向で、1万元超の回答者は春節比で約7ポイント減少しました。これは円安効果の一服や日本国内の物価高、さらに高級品よりも化粧品・医薬品・食品といった実用商品の重視が背景とみられます。

「購入したい商品」に関しては、「自分用」と「おみやげ用」でやや傾向が異なり、自分用は化粧品が根強い人気となっている一方で、家族や親戚、友人などへのおみやげとしてとして食品やお菓子類などの需要が高い結果となりました。

■当社 担当者による解説②

「調査結果を踏まえた、インバウンド施策で考慮すべき点について」

海外広告推進グループ 訪日プロモーション企画室 リーダー
辰巳 亮



近年の訪日旅行者は、旅行前から小紅書（RED）や抖音（Douyin）、馬蜂窝（マフオンウォー）などのSNSで「日本で買うべきもの」「訪れるべき場所」といった情報を収集するのが一般的となっています。旅行中も、購入品や訪問先をSNSで発信し、その口コミが次の旅行者の購買行動に直結するサイクルが形成されています。

※「日本旅行中のSNS発信に関する調査」の詳細は、以下をご参照ください。

◇2024年7月18日発表：＜中国インバウンドの最新動向 第二弾＞インタセクト、訪日旅行経験のある中国人を対象とした「日本旅行中のSNS発信に関する調査」の結果を発表

<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000112.000032118.html>

今回の調査結果で「ショッピング」や「アニメや映画のロケ地訪問」が上位に入った背景には、こうしたSNS発信による情報拡散の影響が大きいと考えられます。インバウンド施策を考える上では、単に商品の魅力を伝えるだけでなく、SNS上で共有されやすい体験やストーリーを提供することが重要です。例えば、限定性のある商品パッケージや“写真映え”する店舗演出、地域ならではの文化体験を組み合わせることで、旅行者自らが発信したくなる環境を整えることが効果的

といえます。

また、公式情報を発信する場所として百度（バイドゥ）での検索に対応した公式情報の設置や、旅ナカのユーザーにも対応できる様に、高德地図（Amap）上における情報整理等も中国インバウンド客を囲い込む為には必要な情報提供の場となっています。

上記の様な情報整理をした上で、より多くのお客様を囲い込む為の情報発信の場として、広告掲載なども有効的な施策の一つになっています。

■本調査の一部及び全文引用・転載等について

- ・公序良俗に反する掲載方法、媒体ではないことを前提とし、当社への事前・事後の許諾なしで自由に行っていただいて構いません。
- ・報道機関様以外に、同業他社様のセミナー・サービス紹介資料などへの引用も可能です。
- ・引用・転載いただく際は、「出典／インタセクト・コミュニケーションズ(株)」または類似の記載にて出所の明示をお願いいたします。
- ・公表内容をもとにしたグラフの再作成なども自由ですが、引用の仕方により実際と異なる結果に誤認されるような表現とならないようご注意ください。
- ・報道機関様向けに担当者のコメント、取材対応なども可能です。
- ・その他ご要望などは、文末のお問い合わせ先までお気軽にご連絡ください。

■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 : 中国本土・台湾を主軸とした観光 DX による海外プロモーション・インバウンド（訪日誘客）支援、中国向け越境 EC、アフィリエイト運用代行、アフィリエイトサイトパトロール、システム開発など
資本金 : 9,856 万円
URL : <https://www.intasect.com/>

2000 年に設立した日本国内及び中国大陸・台湾地域を主体とした海外プロモーション・システム開発企業で、以下のとおり、幅広い事業を展開しています。

国内海外 QR 決済ソリューション「IntaPay」。

海外向けとしては、生成 AI を用いた観光 DX による訪日誘客施策・旅ナカ回遊促進、百度広告や SNS、在日・海外インフルエンサーなどの海外デジタル広告、WeChat ミニプログラム開発、越境 EC 等の海外販路拡大。

また、アフィリエイト広告運用及びアフィリエイトサイトパトロール、SI サービス、ERP 事業、BPM、電子契約、無人 AI 店舗、モバイルオーダー「eateat」、添削・共有・指示ツールの「Passton」等、国内外において DX 技術を用いた幅広い事業を展開中です。

2025 年現在、国内・中国本土あわせ 10 拠点以上、グループ全体の従業員数は約 1,000 名となっています。

【本件に関するお問い合わせ(メディア掲載・インタビュー・コメント依頼など)】
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
電話 : 03-3233-3527 (営業時間: 平日 9:00~18:00)
メール : m_promotion@intasect.co.jp
お問い合わせ : <https://www.intasect.com/contact/>