

2020年中国旅行市場概況

- ・ 拡大するカスタマイズ旅行市場

目次

1. 2020年中国旅行市場概況 と今後の予測

2020年中国旅行市場概況（国内外航空）	P4
2020年中国旅行市場概況（国際線）	P5
2020年中国旅行市場概況（海外目的地）	P6
2020年中国旅行市場概況（旅行頻度/消費額）	P7
2020年中国旅行市場概況（消費意欲）	P8
今後の消費者動向予測（消費額）	P9
今後の消費者動向予測（出国時期）	P10
今後の消費者動向予測（人気目的地）	P11

3. 2021中国社会トレンドキーワード

2021年中国生活スタイルトレンドキーワード	P22
キーワード：无糖主义 酒变甜	P23
キーワード：回血式独居 冰雪热潮	P24
キーワード：无性别穿搭 冰雪热潮	P25
キーワード：在家健身 治愈式流行	P26
キーワード：外出露营 回家做饭	P27
	P28

2. 拡大するカスタマイズ旅行市場概況

カスタマイズ旅行急拡大する背景	P12
カスタマイズ旅行の特徴と最新動向	P13
カスタマイズ旅行市場概況（成長率）	P14
2020年カスタマイズ旅行市場概況（年代分布）	P15
2020年カスタマイズ旅行市場概況（旅行形態）	P16
2020年カスタマイズ旅行市場概況（人気目的地）	P17
2020年カスタマイズ旅行市場概況（旅行日数）	P18
2020年カスタマイズ旅行市場概況（予約リードタイム）	P19
	P20

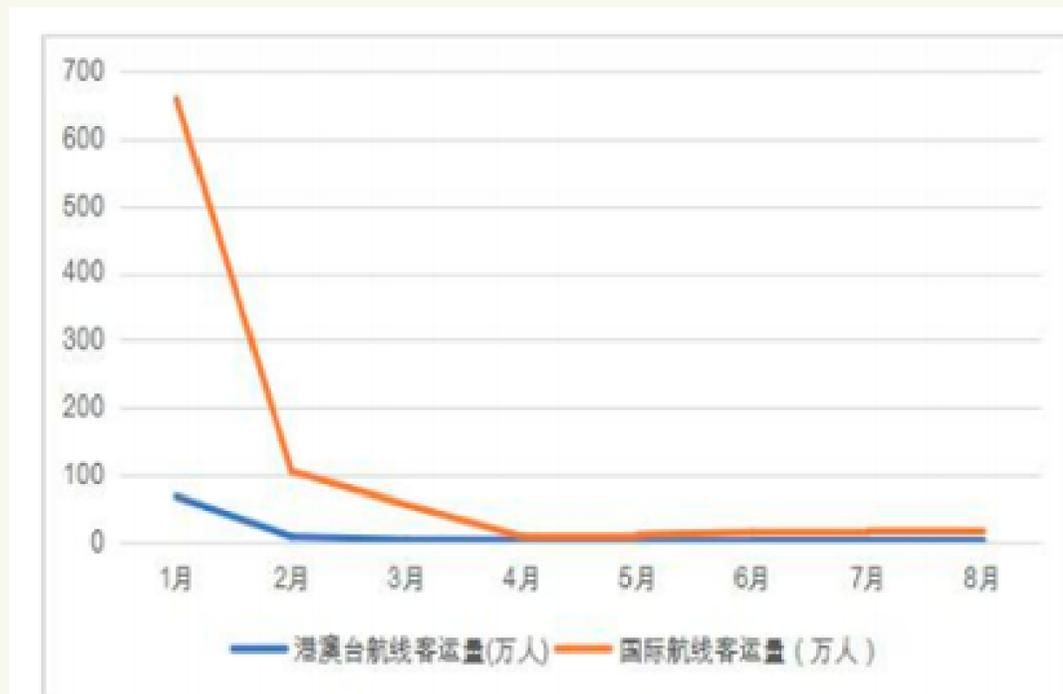
“

1. 2020年中国旅行市場の概況

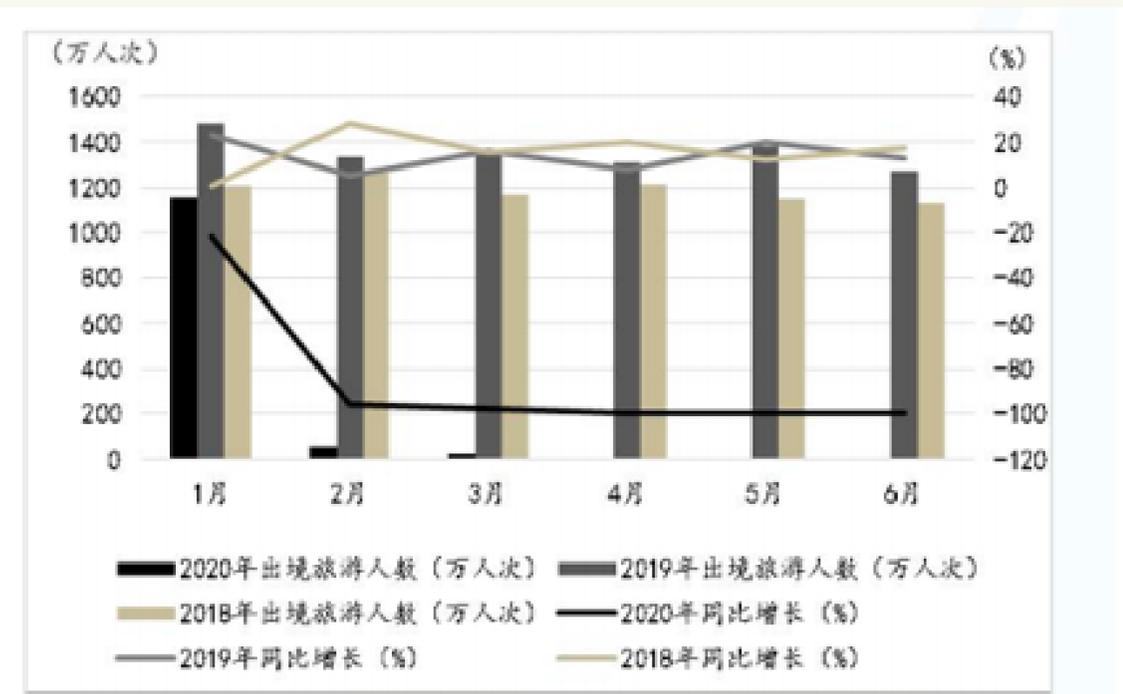
”

2020年中国旅行市場概況（国内外航空）

2020年2月から国内線・国際線利用者が大きく落ち込み、2月-6月の期間中の利用客がほぼゼロだった。



2020年1月-8月中国民航港澳台和国际航线客运量趋势图

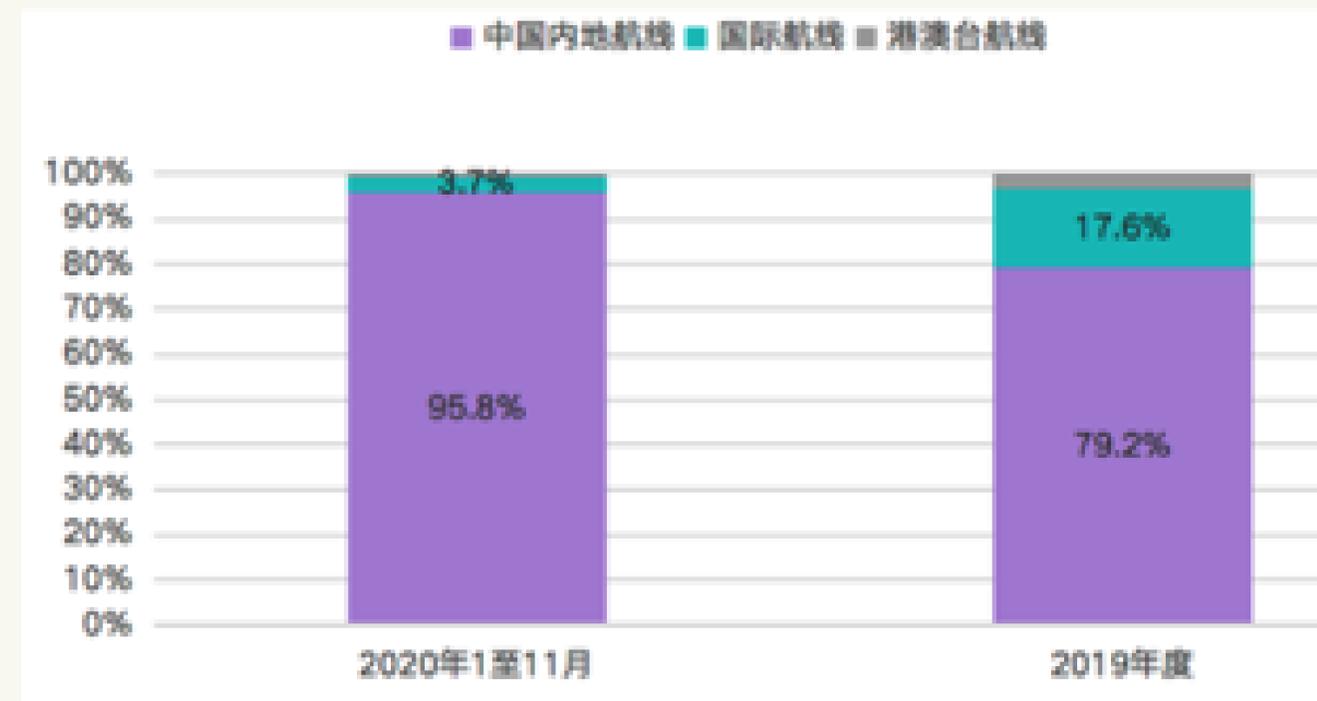


2018-2020年1-6月份的出境旅游数据对比

出典：中国旅行研究院

2020年中国旅行市場概況（国際線）

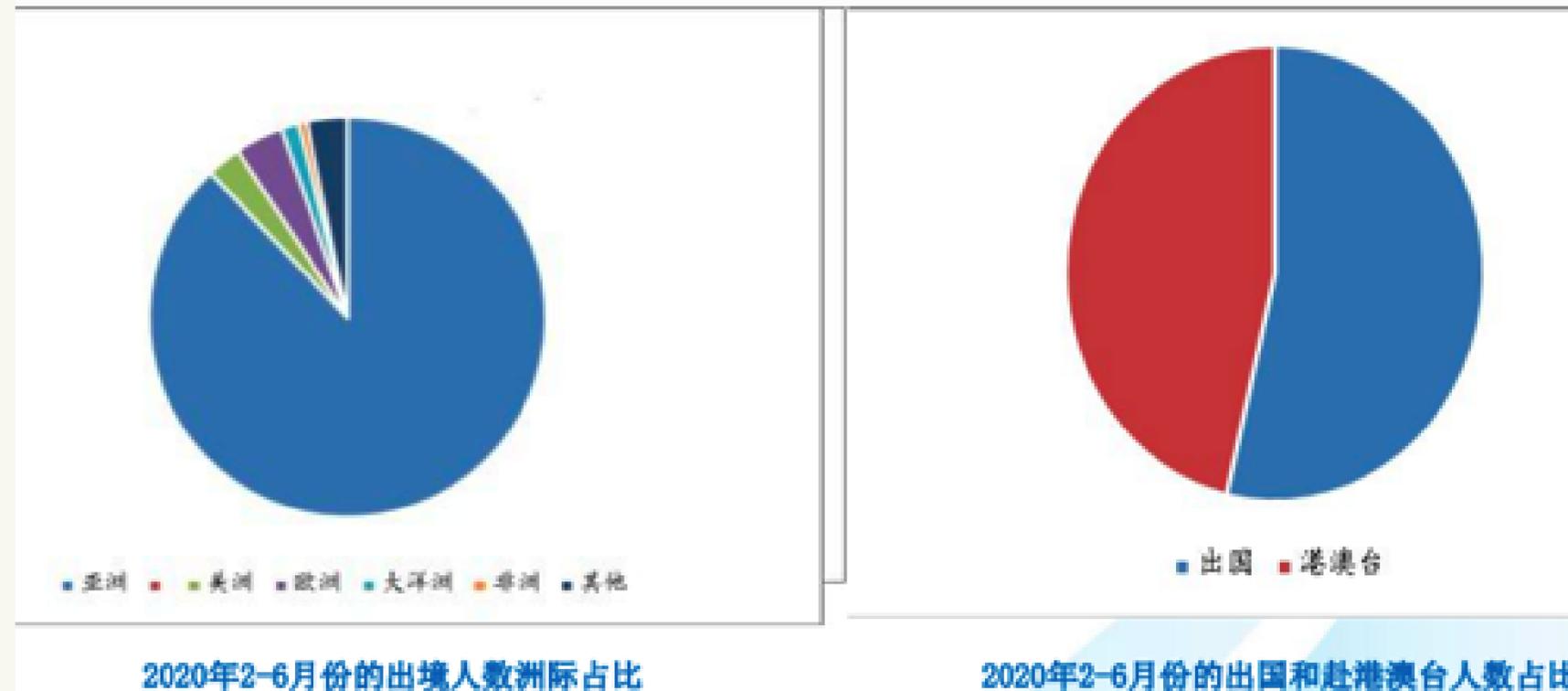
2020年1月-11月の期間中、国内線利用者が昨年の79.2%と比較して95.8%と倍増したが、国際線利用者は17.6%から3.7%と激減した。香港マカオ台湾への旅行者も3.2%から0.5%となり、新型コロナウイルスの影響を受けた1年となった。



出典：同程旅行

2020年中国旅行市場概況（海外目的地）

海外旅行目的地は、アジアが引き続き人気で、次いでヨーロッパ・アメリカ・オセアニア・アフリカと続く。海外旅行において、目的地の半数以上は香港・マカオ・台湾だった。



出典：中国旅行研究院

2020年中国旅行市場概況（旅行頻度/消費額）

穷游网的最新調査によると、65.8%の調査対象者は1年に4回以上旅行した。消費額については、年間で平均30000元(48万円)を消費しているのが46.3%となり、新型コロナウイルス前と比較して大きな変化はなかった

国内出游虽然时长多为**3-5天**，
但频次更多，**65.8%**一年在**4次**以上。



相较于节假日的便利，更愿意享受工作日出行的那份舒心。

国外旅游花费单次超过**20000元**的占比为**42.6%**，
30.7%年均花费在**50000元**以上。

而国内旅游年均花费在**30000元**以上的超过**46.3%**。

出典：穷游网

2020年中国旅行市場概況（消費意欲）

一方、Trip.comグループをはじめとする、大手OTAサイトは、ライブコマースを通じた販売促進は成功を納め、2020年は旅行ライブコマース元年ともなった。

例えば、「携程」では、2020年は約3000件のホテルや観光名所地と提携し、118回のオンラインライブコマースを実施して、大きな販売成果をあげていた。

【結果】

合計300万泊分のホテル販売された
合計2億人の消費者がライブ配信中旅行予約
合計取引額は40億元(650億円)を超え

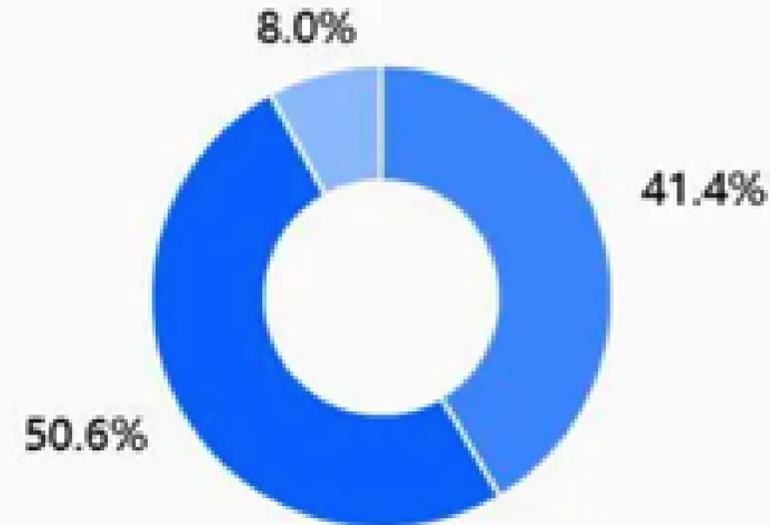
出典：旅行社资讯网

今後の消費者動向予測（消費額）

全体の9割以上の旅行者は、旅行予算を増やす予定がなくリベンジ消費の傾向が見られない。わずか8%の旅行者のみが、リベンジ消費に意欲を見せた。

已经/计划旅行花费相比原来计划的变化
(针对已经/计划出游的用户)

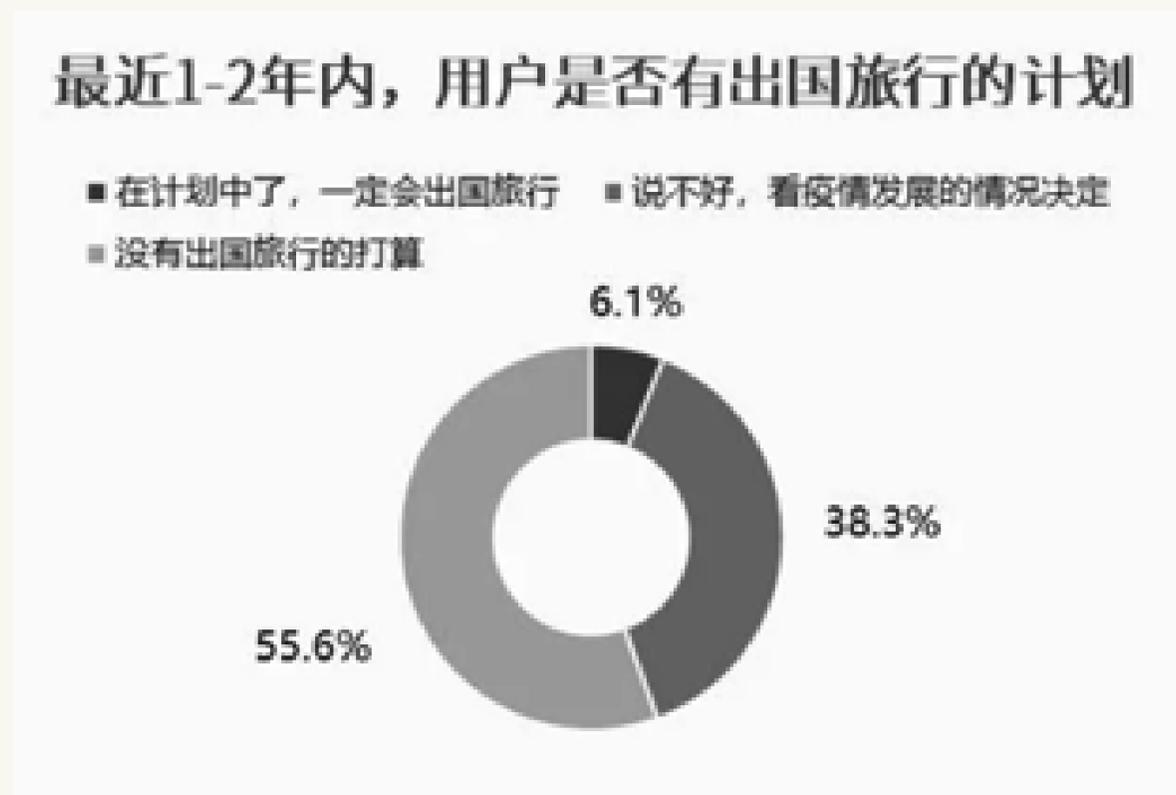
■ 花费适当减少一些 ■ 维持原来计划, 花费不变 ■ 会多花点钱



出典：・穷游网

今後の消費者動向予測（出国時期）

直近1-2年以内で、海外旅行の予定があると答えた人は全体の**6.1%のみとなり、38.3%**が新型コロナウイルスの状況次第で決めると答えた。
また、最も多い**55.6%**が直近1-2年以内で、海外旅行の予定がない。



出典：中国旅行研究院

今後の消費者動向予測（人気目的地）

2021年に予想される海外旅行先の人気国トップ10の中では、中国から近い日本、タイ、韓国がトップ3を占め、4位にはリゾート地のモルディブが続いている。次いで、イタリア・スイス・フランスなどのヨーロッパの国々がランクインした。



出典：穷游网

“

2. 拡大するカスタマイズ旅行市場

”

カスタマイズ旅行急拡大する背景

人々の生活は大きな変化があった2020年は、旅行の安全性について注目が集まり、人々の旅行スタイルも変化した。

そんな中で、新型コロナウイルスの流行はこれまでの旅行へ変化をもたらし、**高品質、個性的、深い体験**を主な特徴とする少人数のグループ向けにカスタマイズされた**"カスタマイズツアー"**がブレイクした。

国内旅行再開後、より多くの「海外旅行の代替商品」を作ることが課題になり、多様化する消費者のニーズに満たすためには、**目的地の特徴を更に掘り下げる**ことでカスタマイズすることが重要となる。

出典：途牛

カスタマイズ旅行の特徴と最新動向

产品结构迭代 “三二一”

三度浓缩 日程、行程、签约提前期

两处灵活 用户的目的地选择、出游及交通组合方式

一大凸显 旅游+文化类产品

「3つの凝縮」

- ① 日程の凝縮：短日程でもディープ体験できる。
- ② 旅程の凝縮：好きなスポットと体験以外の内容は排除できる
- ③ 予約の凝縮：開始の3-4日前まで予約が可能

「2つの自由度」

- ① 目的地選択：ユーザーのより踏み込んだ商品や付加価値サービスがある旅行先を柔軟に選択する人が増えた。
- ② 移動手段の選択：FIT旅行+カスタマイズの「複合」旅行ツアーや長距離における「高速鉄道+飛行機」の商品カスタマイズの需要が大幅に増加

「ワンランク上」

"観光+文化"がカスタマイズツアーで最も人気のある商品ラインとなり、商品設計・地上受取サービス・ツアーガイドサービスに対する要求も高くなってきている。

出典：途牛

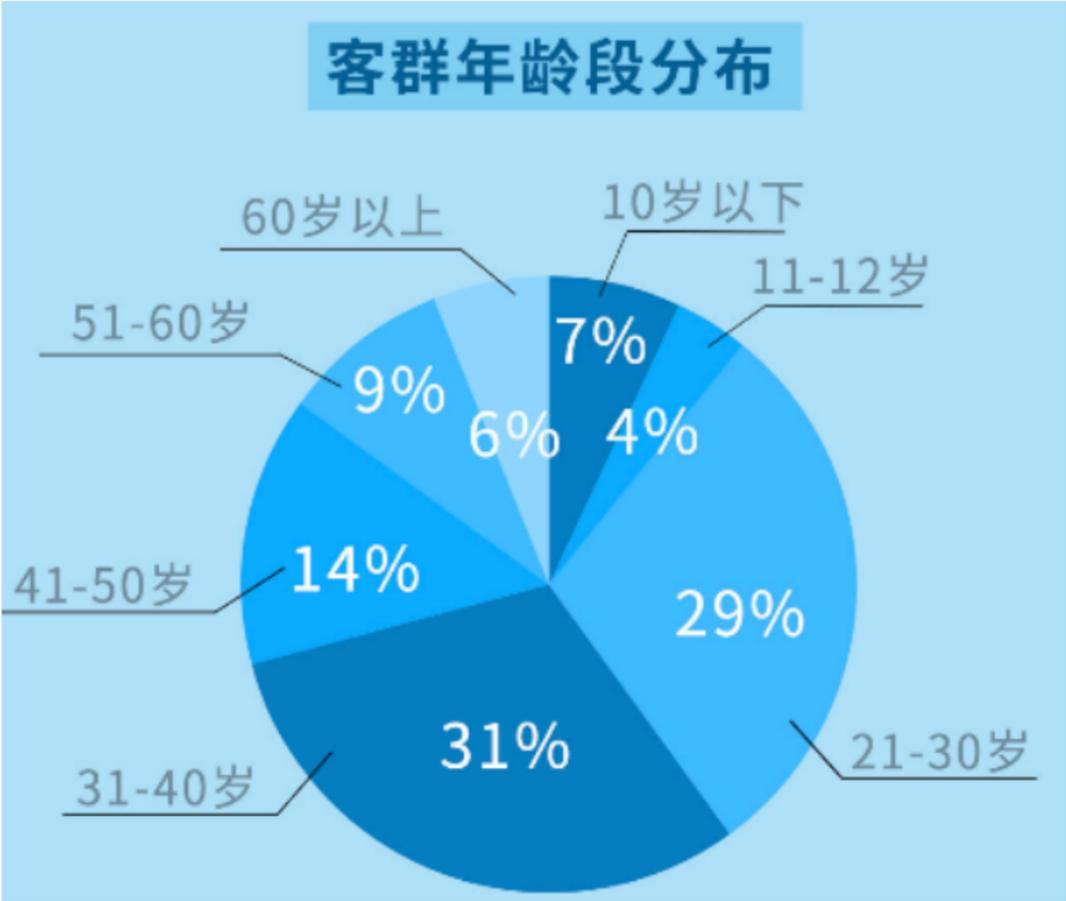
カスタマイズ旅行市場概況（成長率）

中国旅行研究院の発表によると、2022年、中国海外旅行人口が2億人に達し、カスタマイズ旅行の市場シェアも全体の20%~30%、凡そ4000万~6000万人規模にと予測されている

中国大手OTAの途牛の予約データによると、2020年7月のカスタマイズツアー商品の予約件数は**前年比300%近く増加**した。パッケージ商品の中でも最も有力な成長商品となり、GMV(流通取引額)も前年比**800%以上の成長**を遂げた。

出典：中国旅行研究院・途牛

2020年カスタマイズ旅行市場概況（年代分布）



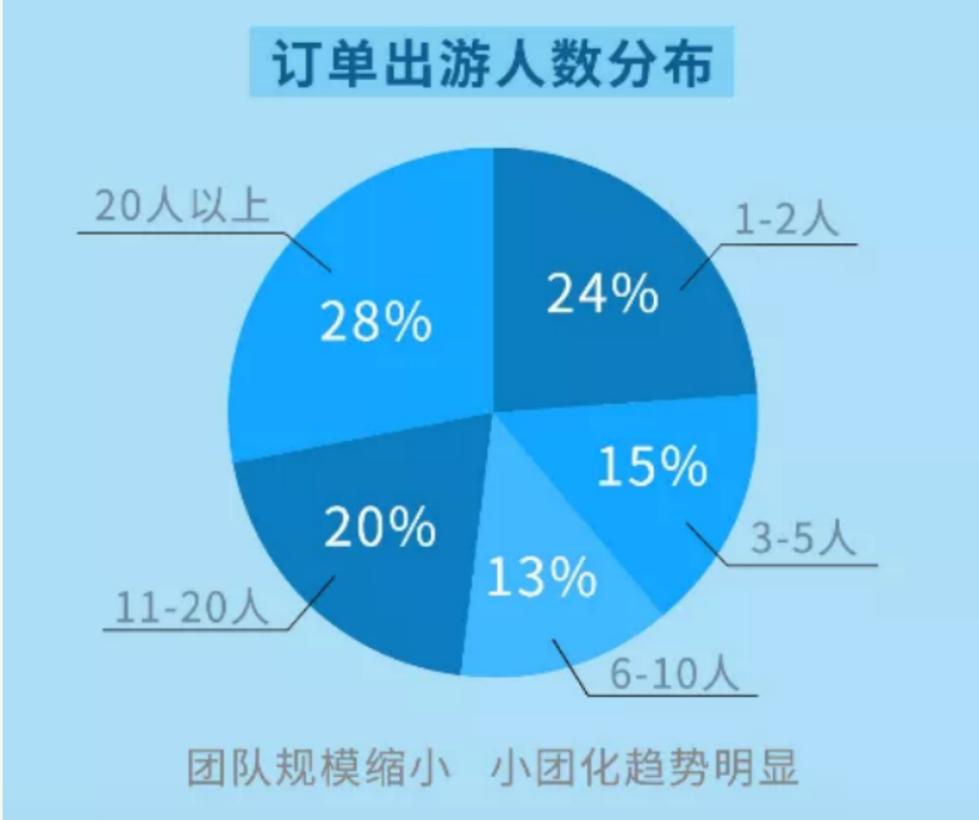
年齢層の分布から見ると、"柱"となっているのは20-30代である。

若い世代は、こだわりを持って自分に合ったサービスや質の高い旅行体験を重視している。一方で、40代以上と10代以下のカスタマイズツアーへの参加はまだまだ少ない。

出典：途牛

2020年カスタマイズ旅行市場概況（旅行形態）

カスタマイズツアーの旅行者数内訳を見ると、5名以内が39%、6-10名が13%と、以前のツアーと比較して少人数化していることがわかる。旅先でのプライバシーと安全性がより考慮されている。



出典：途牛

2020年カスタマイズ旅行市場概況（人気目的地）

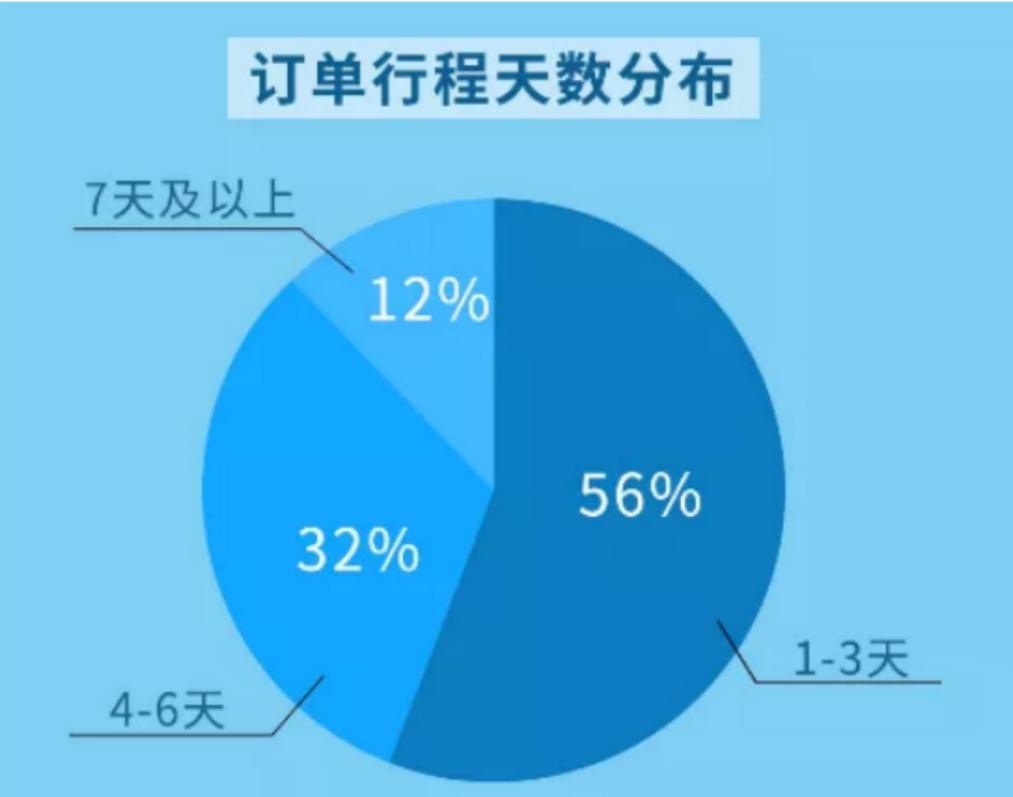
2020年のカスタマイズツアーの人気目的地TOP10は、浙江省、江蘇省、海南省、広東省、雲南省、上海市、北京市、山東省、福建省、四川省の順となっている。



出典：途牛

2020年カスタマイズ旅行市場概況（旅行日数）

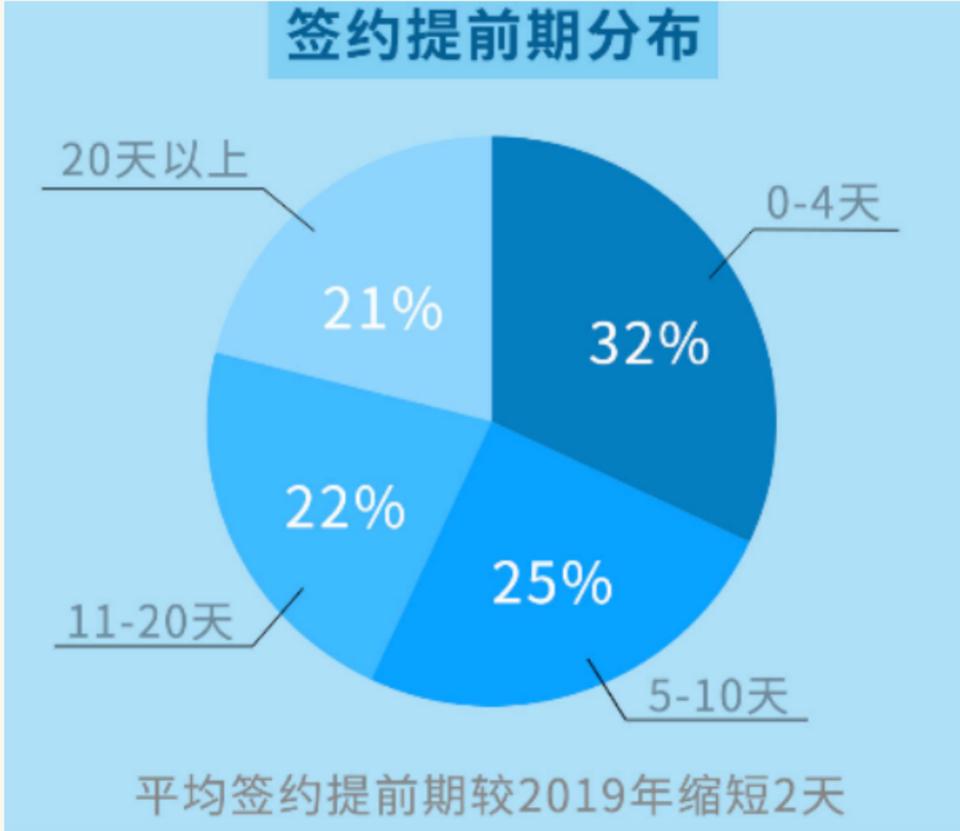
カスタマイズツアーの旅程時間は比較的コンパクトな旅程となっているが、データによると、1-3日の旅行が56%と半数以上を占めており、出発当日-4日前に旅行が確定した割合が最も多い32%となった。



出典：途牛

2020年カスタマイズ旅行市場概況（予約リードタイム）

旅行者が周辺ツアーやショートトリップを好むという新たな特性の影響が反映されているが、予約のリードタイムの分布は分散しており、もっとも多いのは、「10日前～当日」の57%となっている



出典：途牛

“

3. 2021中国社会トレンドキーワード

”

2021年中国生活スタイルトレンドキーワード

小紅書(RED)がライフスタイルに関する10個のキーワードを発表しました。
このキーワードは、2021年若者世代のトレンドを象徴することになるでしょう。



2021年中国生活スタイルトレンドキーワード①②

无糖主义(無糖主義)

.....

近年中国でも、糖質や当分を控えたり、制限する健康法が話題になっている。消費者の80%が食品やドリンク成分に含まれている当分の割合に注目しているようだ。

"无糖"に関する記事の投稿は前年比145%増加し、閲覧数も101%増加した。

酒变甜(お酒は甘くなる)

.....

中国女性の間では、サングリアなどフルーツ入りのお酒が流行するなど、見た目が可愛いお酒を楽しむことが流行しているようだ。

"酒变甜"に関する記事の投稿数は前年比129%増加し、閲覧数も75%増加した。

2021年中国生活スタイルトレンドキーワード③④

回血式独居(HP回復の一人暮らし)

一人で過ごす時間にペットと過ごしたり、料理をしたり、映画を見たり、ワインを飲んだり、平和な暮らしをすることが好まれる傾向にある。

"独居"に関する記事の投稿は前年比372%増加し、閲覧数も362%増加した。

冰雪热潮(雪の季節をホットに楽しむ)

中国では、冬のオリンピックがもうじき開催されることから、スキーやスノーボードなどのウィンタースポーツが盛り上がりを見せている。

"滑雪"に関する記事の投稿数は前年比89%増加した。

2021年中国生活スタイルトレンドキーワード⑤⑥

无性别穿搭(性別を超えたファッション)

.....

中国のファッションにも"ジェンダーレス"の波が押し寄せている。女性も男性も自分を表現するために好きなものを身につけるといふ新しい世代の考え方だ。
"无性别穿搭"に関する記事の投稿は前年比182%増加し、閲覧数も83%増加した。

国潮澎湃(中国国産ブランドの美)

.....

ファッションから化粧品、子ども用品にいたるまで、中国国産のブランドを好む若者が増えているようだ。

小紅書(RED)の国産ブランド数は4.5万個以上、国産ブランドに関する議論は28億回を超えた。

2021年中国生活スタイルトレンドキーワード⑦⑧

在家健身(おうちトレーニング)

.....

コロナウィルスの影響で在宅時間が増え、運動不足の人が増えたことで、トレーニング動画を流しながらおうちトレーニングに注目する女性が増えた。

"健身打卡(トレーニング記録)"に関する記事の投稿は前年比363%増加した。

治愈式流行(旅先での心身回復)

.....

観光重視の旅行から休息重視の旅行が増えている。

中国女性たちは「世界を知る」から「自分をみつける」に変わってきている。

小紅書(RED)のトラベル関連の投稿数は前年比88%増加した。

2021年中国生活スタイルトレンドキーワード⑨⑩

外出露營(野外キャンプ)

.....

コロナウィルスの影響で旅行も制限されるなか、自然と触れ合いソーシャルディスタンスを守って楽しめるキャンプが人気だ。

キャンプ関連の投稿数は前年比271%増加し、閲覧数も170%増加した。

回家做饭(家で料理を楽しむ)

.....

コロナウィルスの影響で、外食の機会が減った若者たちは、自宅料理を楽しんでいるようだ。13億人を超える人が小紅書でグルメ関連の内容を検索し、グルメ関連記事は2000万件以上にのぼる。

グルメ関連記事の投稿数は前年比300%増加した。

総括

- 1.2020年中国国内の旅行市場は、国内外大きな落ち込みを見せましたが、旅行需要は依然として高まっている。一方、海外旅行の回復はまだ時間かかる様子で、海外目的地の中で、アジア諸国は人気である
- 2.2020年カスタマイズツアーが急拡大を見せている。旅行日数がより短縮され、目的地の自由度がより高まり、目的地のディープ体験したい需要が高い
- 3.2021年中国人のライフスタイルの変化にあったように、キャンプ旅行の需要も大きく上昇している。

発行者

ENtrance株式会社

- 本社 東京都新宿区新宿5-15-14 INBOUND LEAGUE 330
- 代表 王璇 (Wang Xuan)
- 設立 2019年7月
- HP: <https://entrance-co.com>
- 連絡先: info@entrance-co.com

協力団体

一般社団法人日中ツーリズムビジネス協会

HP: <http://cjtc-club.com>

連絡先: info@cjtc-club.com



Wechat