

2024年中国旅行消費変化の最新報告

ENTRANCE株式会社

2024年11月29日

目次

・2024年半期中国人旅行消費全体動向

- 2024年半期中国人旅行者総数
- 2024年半期中国人旅行消費額総額
- 2024年半期中国人旅行平均消費額
- 2024年半期中国人旅行消費指数
- 2024年半期中国人旅行旅行距離分布
- 2024年半期中国人旅行旅行頻度分布

・2024年国慶節連休から見る中国人旅行者の動向

- 2024国慶節連休 | 国内目的地TOP10
- 2024国慶節連休 | 海外目的地TOP10
- 2024国慶節連休 | 年代別の海外旅行決定要因
- 2024国慶節連休 | 年収別の海外旅行決定要因

・2024年オーダーメイドツアー消費動向

- 2024年オーダーメイドツアー利用者特徴
- 2024年オーダーメイドツアー利用する4つの理由
- 2024年オーダーメイドツアー年代別利用理由
- 2024年オーダーメイドツアー年収別利用理由

・2024年旅行予約行動の最新動向

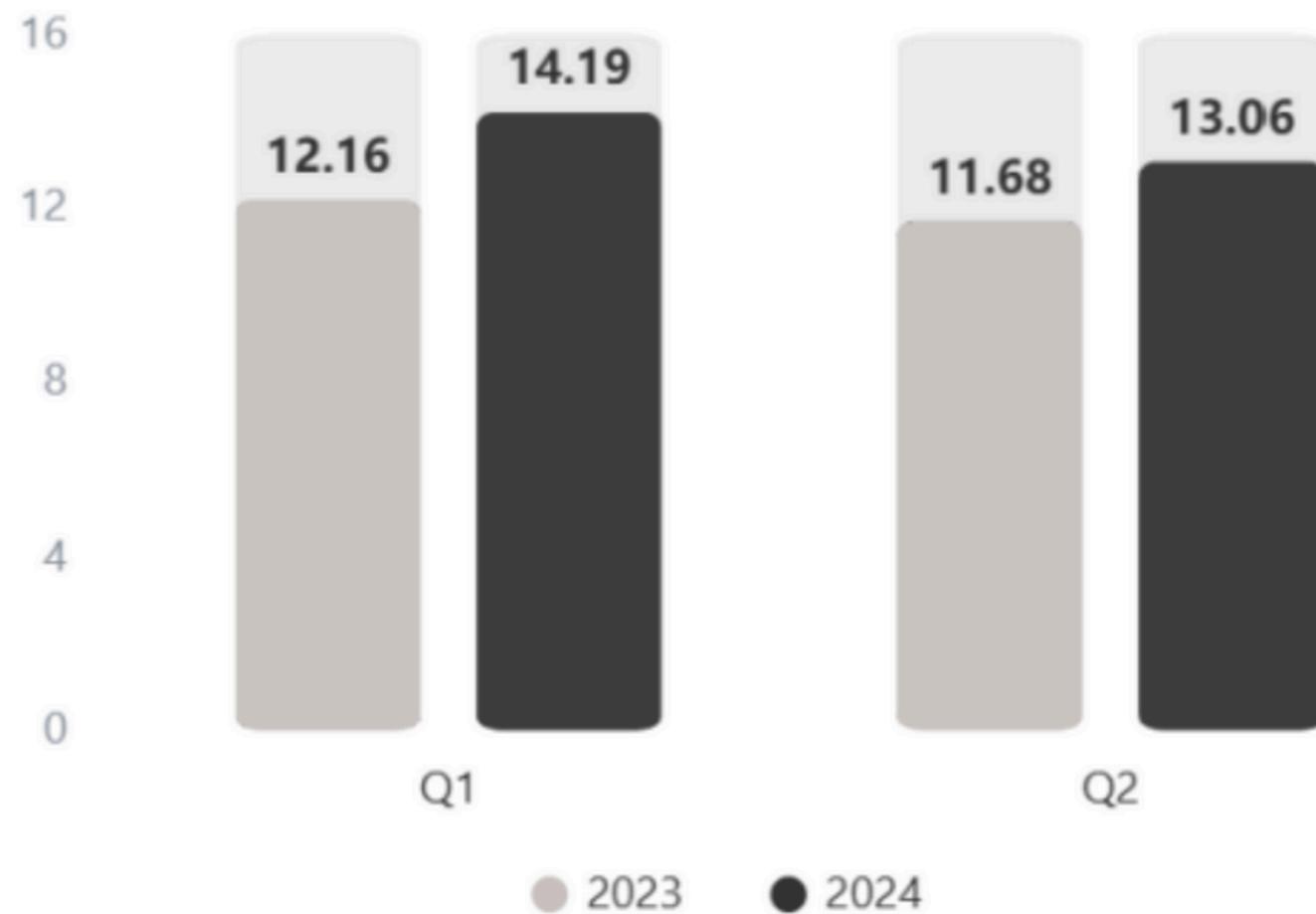
- 2024年旅行予約行動の媒体利用状況
- 2024年旅行予約媒体の満足度状況

・総括

2024年半期中国人旅行消費全体動向

2024年半期中国人旅行者総数

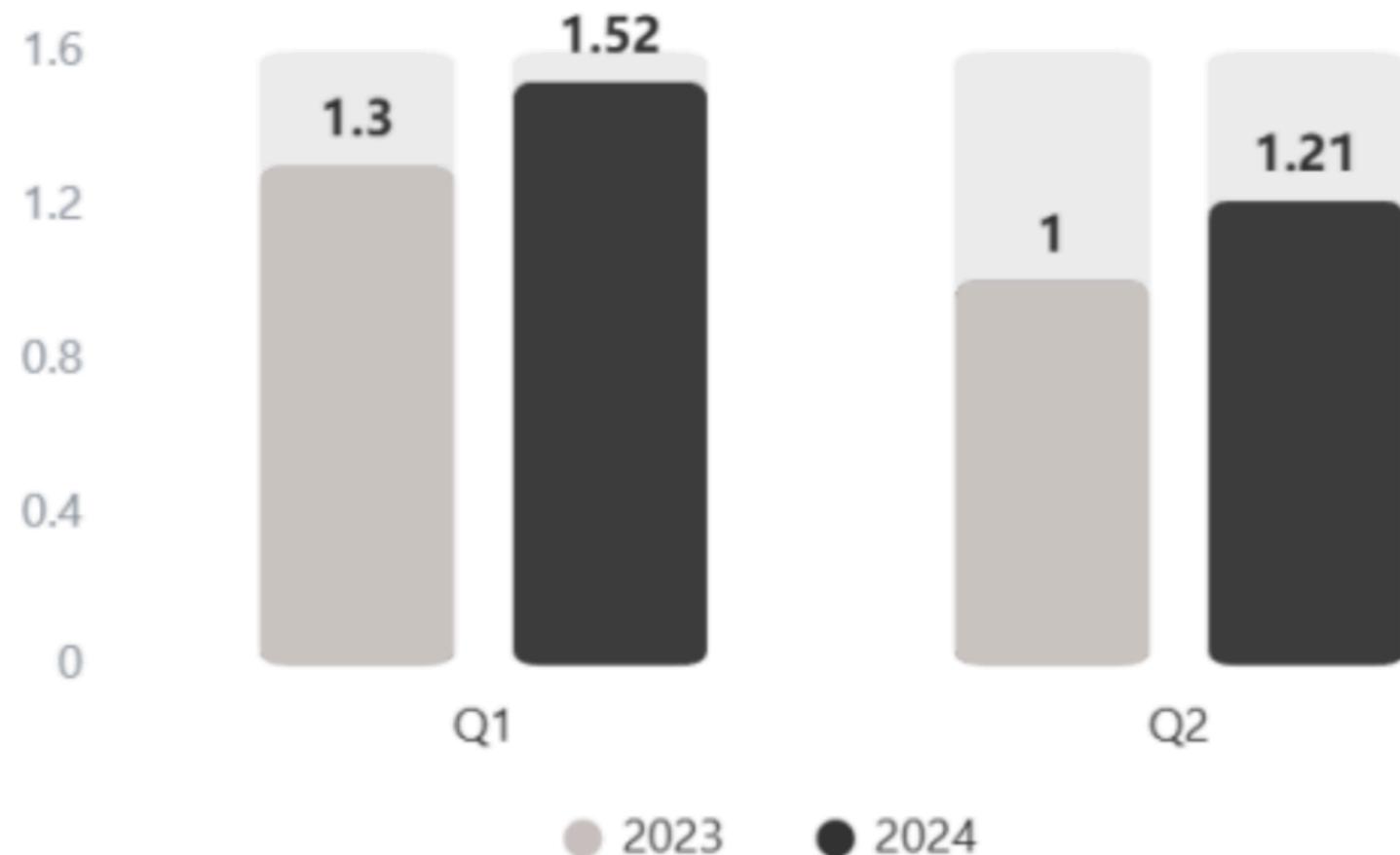
2023 VS 2024上半年国内出游出行人次（単位：億）



中国文化観光部（省文化観光部）の2024年上半期国内旅行調査の調査・統計結果（1月から6月）中国国内旅行者数は前年同期比14.3%増の27億2500万人となった。

2024年半年期中国人旅行消費額総額

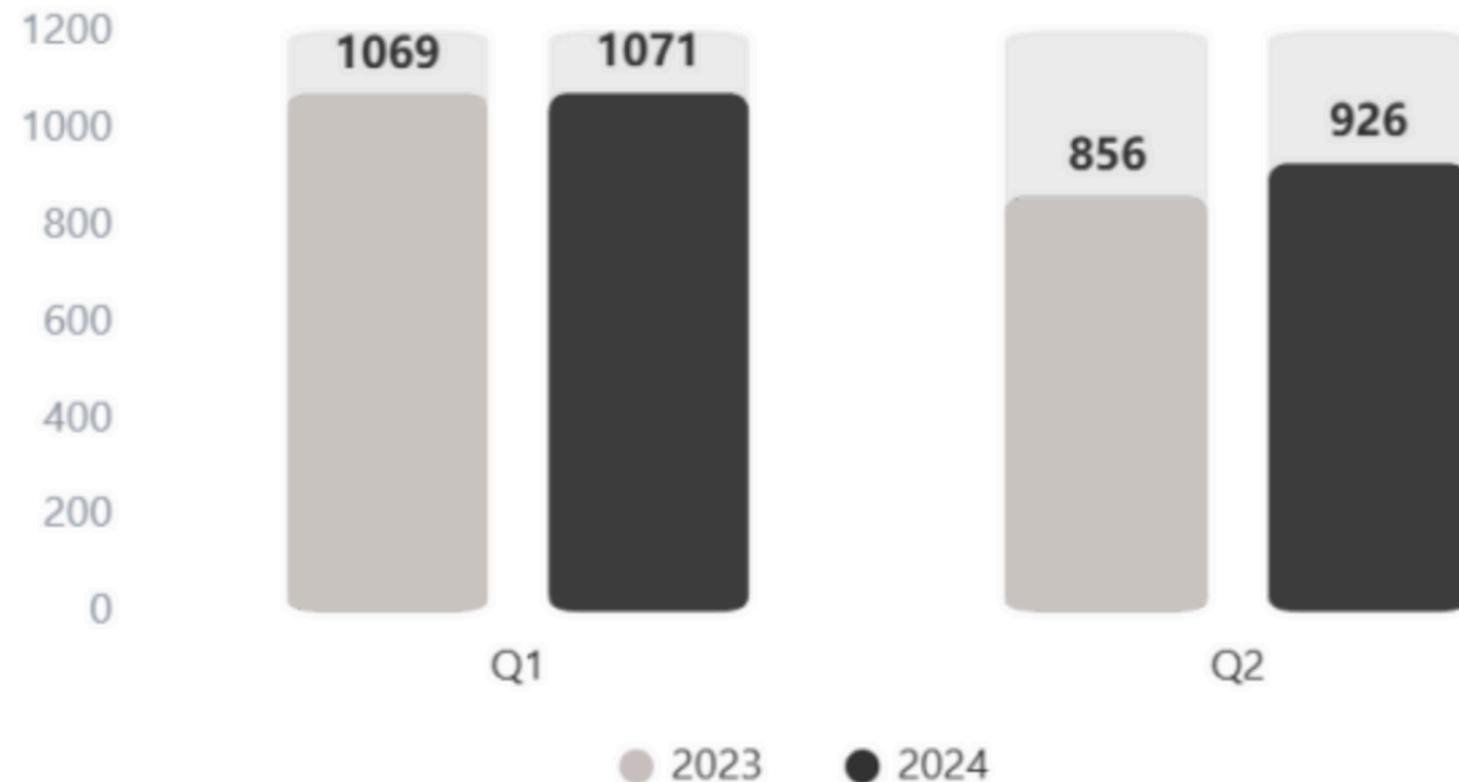
2023 VS 2024上半年国内出游总花费 (单位: 万亿元)



上半期の国内旅行者消費額は19.0%増の2兆7300億元（1元は約21.2円）となった。

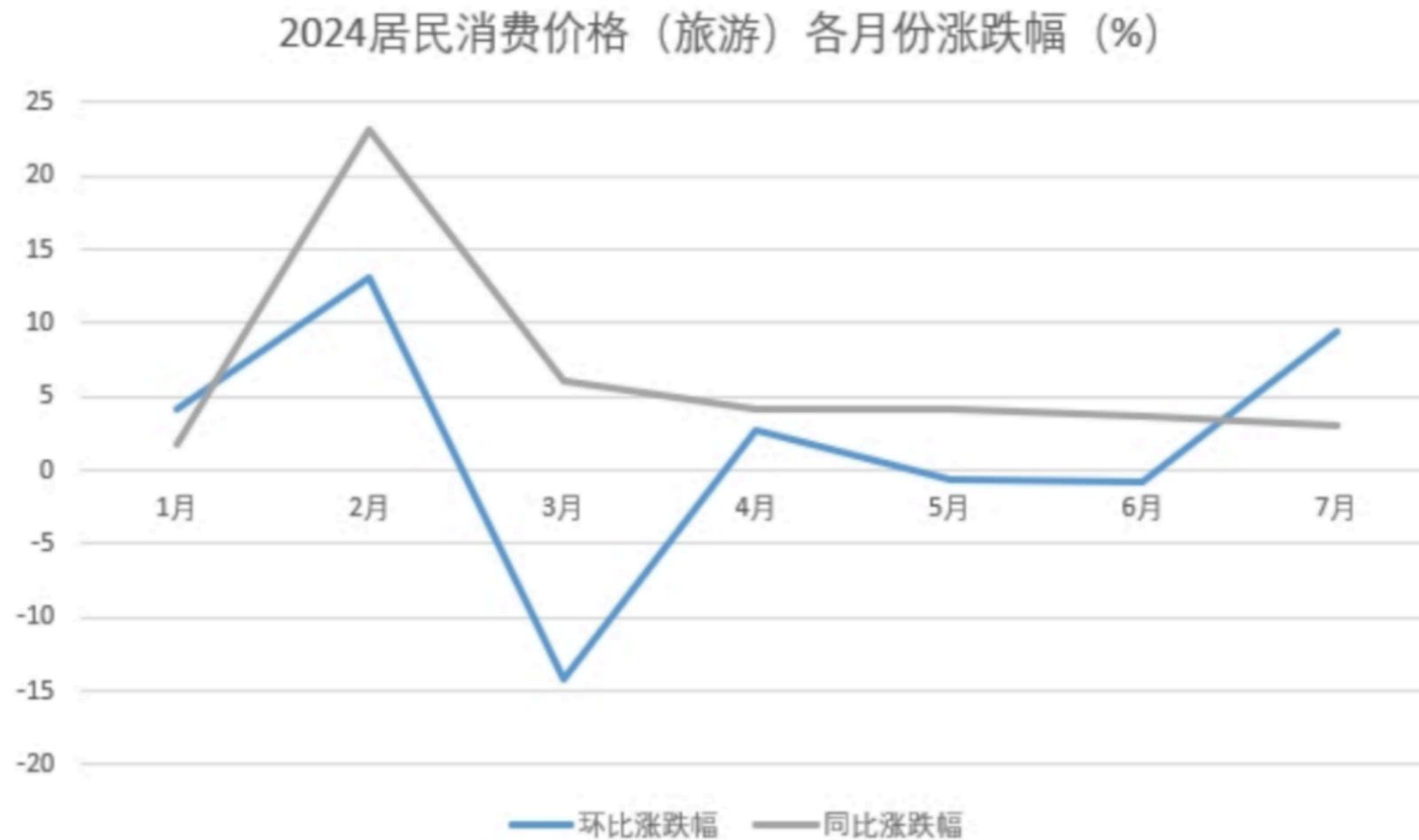
2024年半期中国人旅行平均消費額

2023 VS 2024上半年国内出游每人每次花费 (单位: 元)



中国国内旅行者の個人消費額について、第1四半期は2023年が1,069元(約22,362円)に対し、2024年は1,071元(約22,404円)で、第2四半期は2023年が856元(約17,906円)に対し、2024年は926元(約19,370円)でした。

2024年半期中国人旅行消費指数

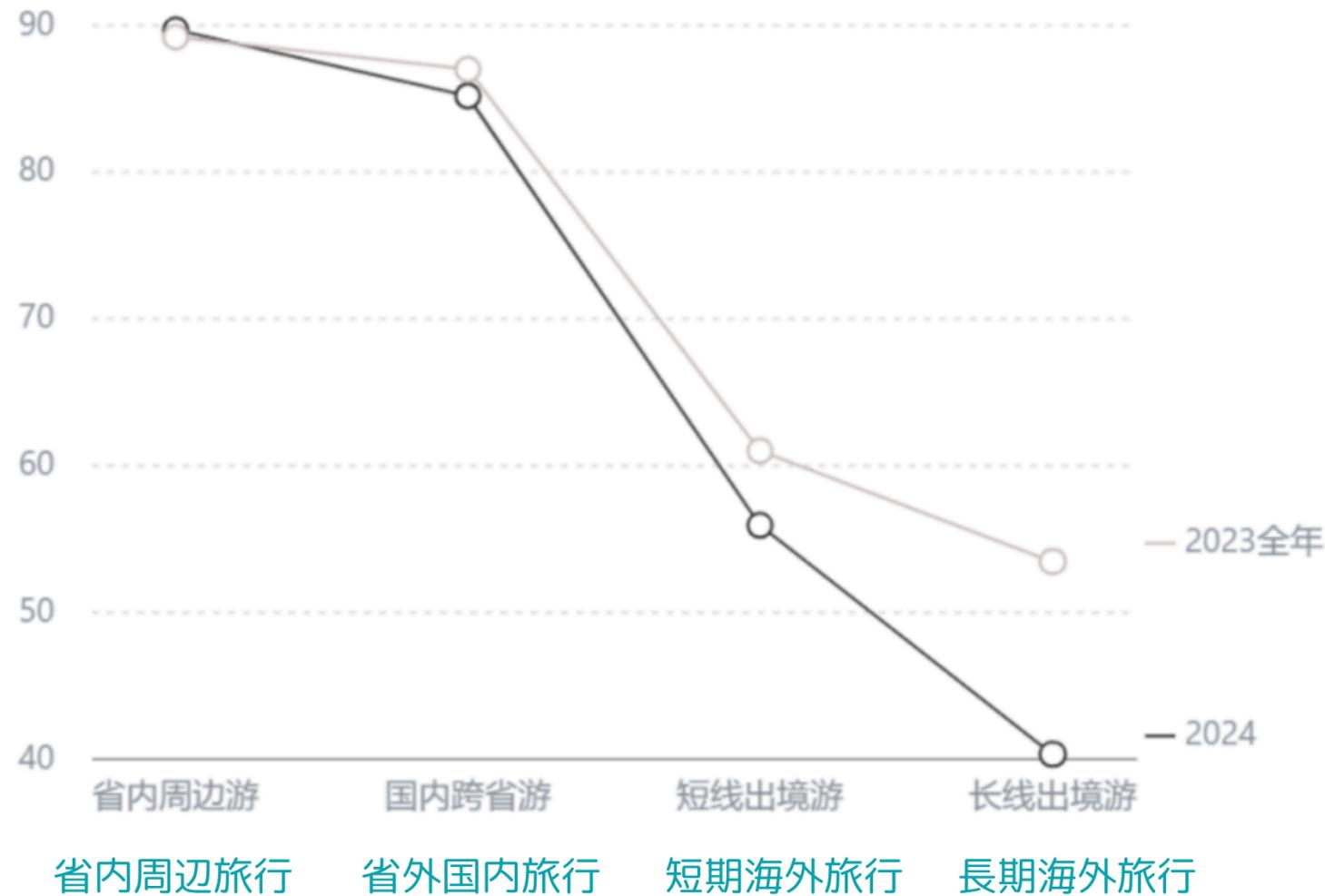


2023年と比較すると、2024年1月から7月までのCPI（消費者物価指数）は前年比6.4%上昇した。

関連調査によると、CPIは国内観光客の前月比成長率、観光支出、一人当たりの観光支出と逆の関係にある。2023年と比較してCPIの上昇を背景に、1人当たりのコストも2023年と比較して大幅に増加した。

2024年半期中国人旅行旅行距離分布

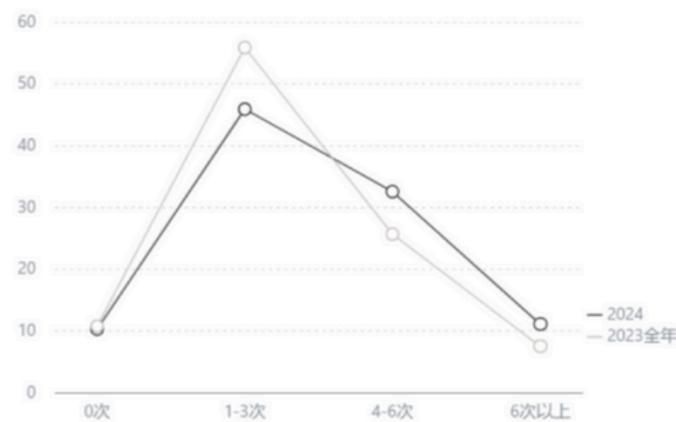
已出行人群占比 (%)



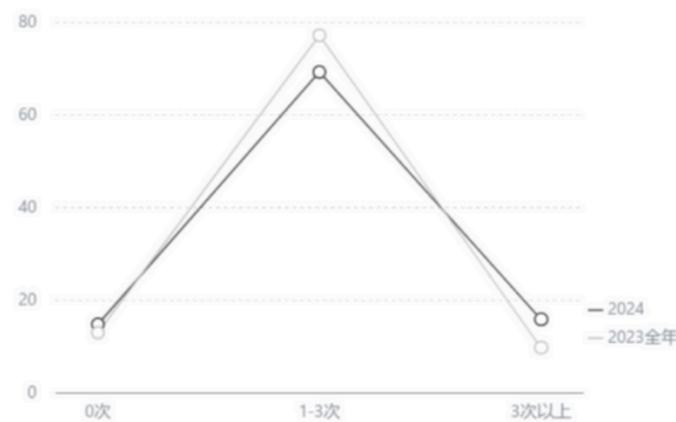
2023 年通年の旅行データと 2024 年第 3 四半期の旅行データを比較すると、2024 年の現在の国内旅行者の割合は、基本的に 2023 年通年の国内旅行者の割合に近いことがわかります。2024 年末までに、国内旅行者の割合は 2023 年全体の割合を大幅に上回ると予想されます。

2024年半期中国人旅行旅行頻度分布

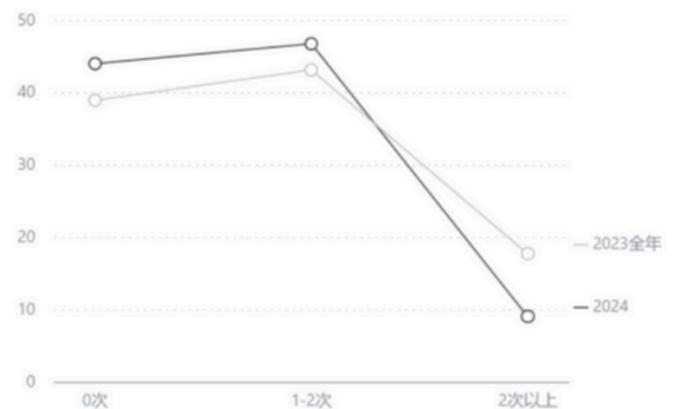
省内周边游已出行人群占比 (%)



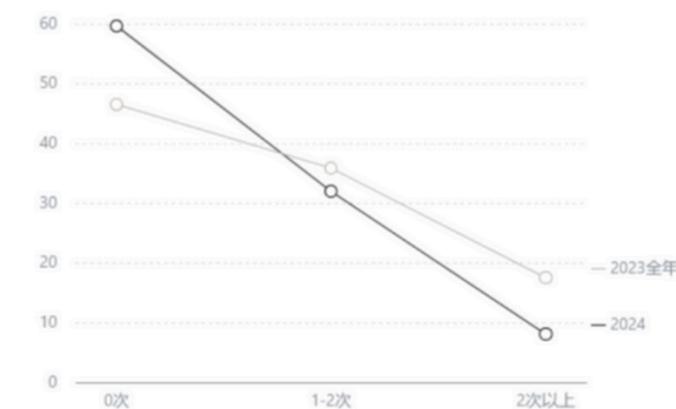
国内跨省游已出行人群占比 (%)



短线出境游已出行人群占比 (%)

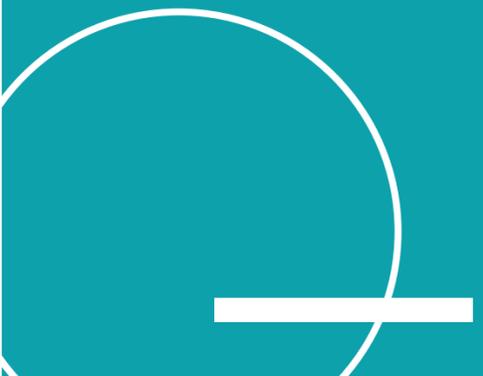
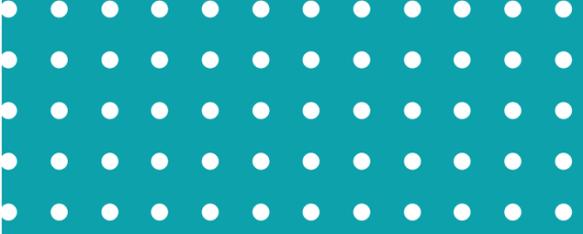


长线出境游已出行人群占比 (%)



2024年第3四半期までの旅行完了状況からみると、2024年の夏休み（7月1日から8月31日）観光シーズンのピークを迎えたばかりであり、全体的に地域を越えた移動人数の総数は約105.64億人になります。観光客数は前年同期比3.6%増加した。

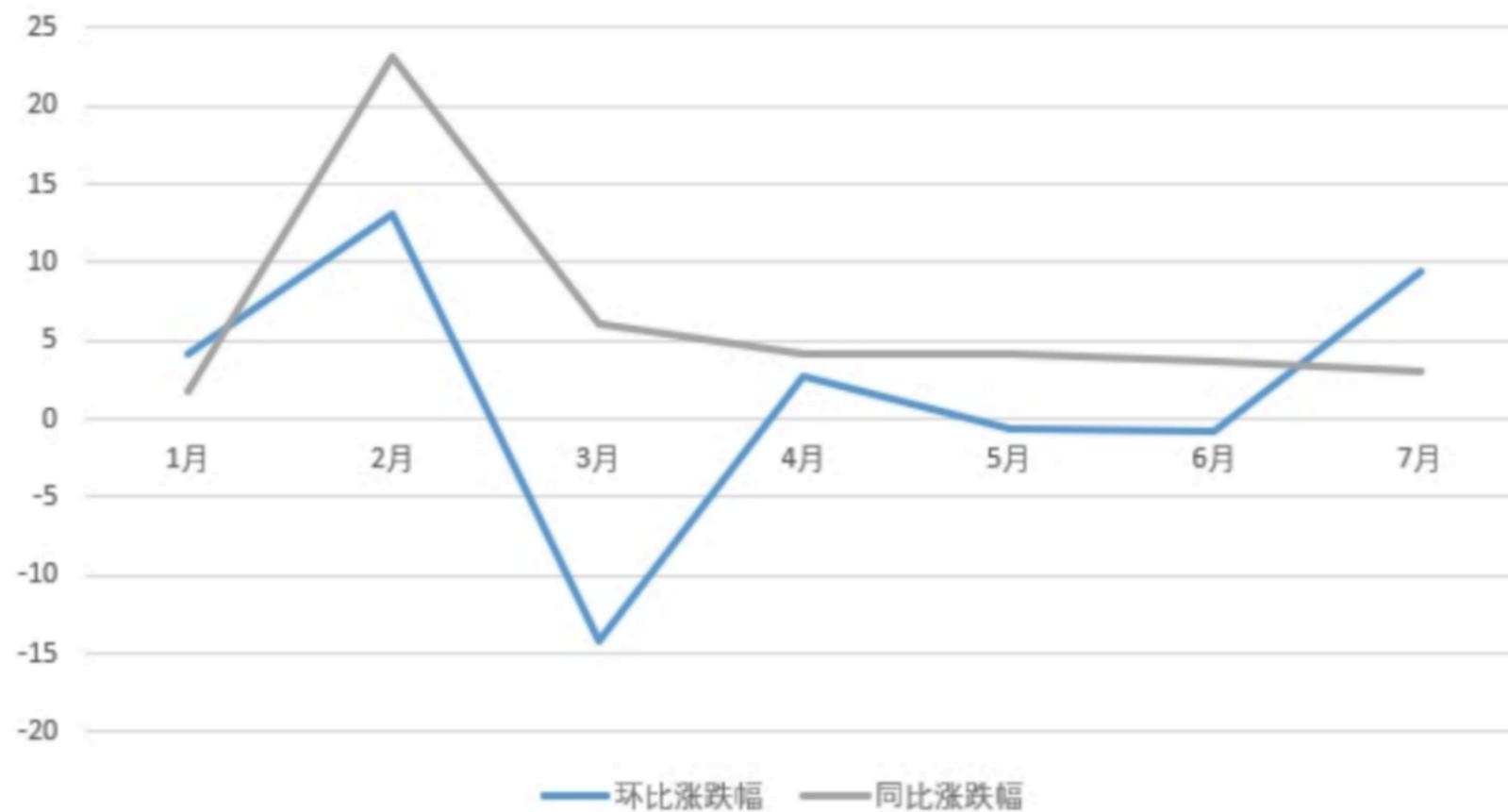
- ・ 短期海外旅行回数（左下図）
2024年8月まで、既に1～2回を完了した人は45%で2023年を超えました。
- ・ 長期海外旅行回数（右下図）
2024年8月まで、既に1～2回の人約32%で、これから下半期にかけて全体を超えると予測される。



2024年国慶節連休から見る 中国人旅行者の動向

2024国慶節連休 | 国内目的地TOP10

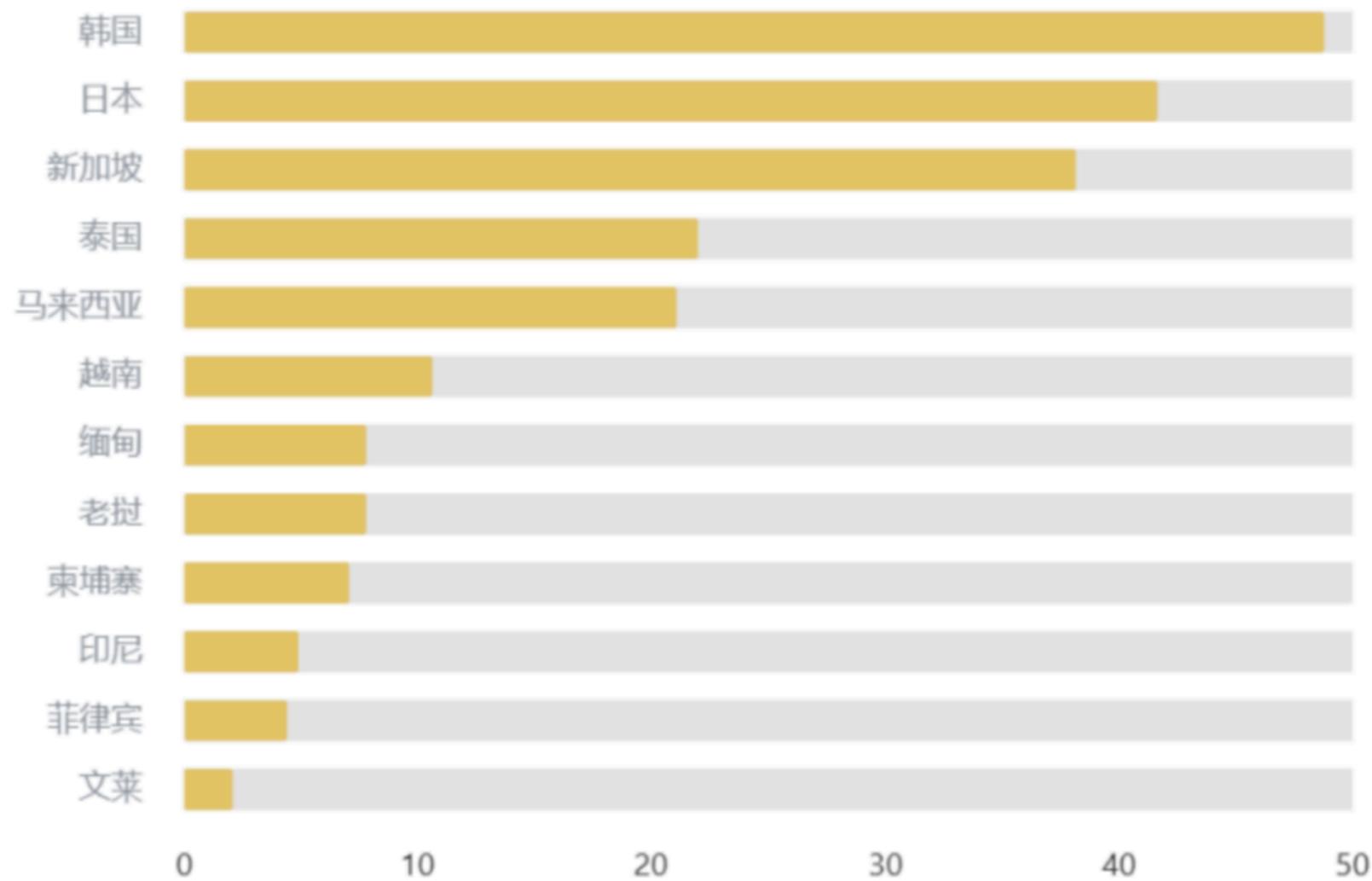
2024居民消费价格（旅游）各月份涨跌幅（%）



国慶節期間の旅行計画では、国内目的地の選択肢は一級都市/新一級都市に集中しています。国内目的地トップ3は北京、上海、重慶です。

2024国慶節連休 | 海外目的地TOP10

短线出境游目的地选择 (%)



1位：韓国

韓国政府は地域観光、産業イノベーション、観光利便性を重視し、2027年に韓国の外国人観光客数を3,000万人に増やすことを目標とした「韓国観光輸出イノベーション戦略」を発表した。

2位：日本

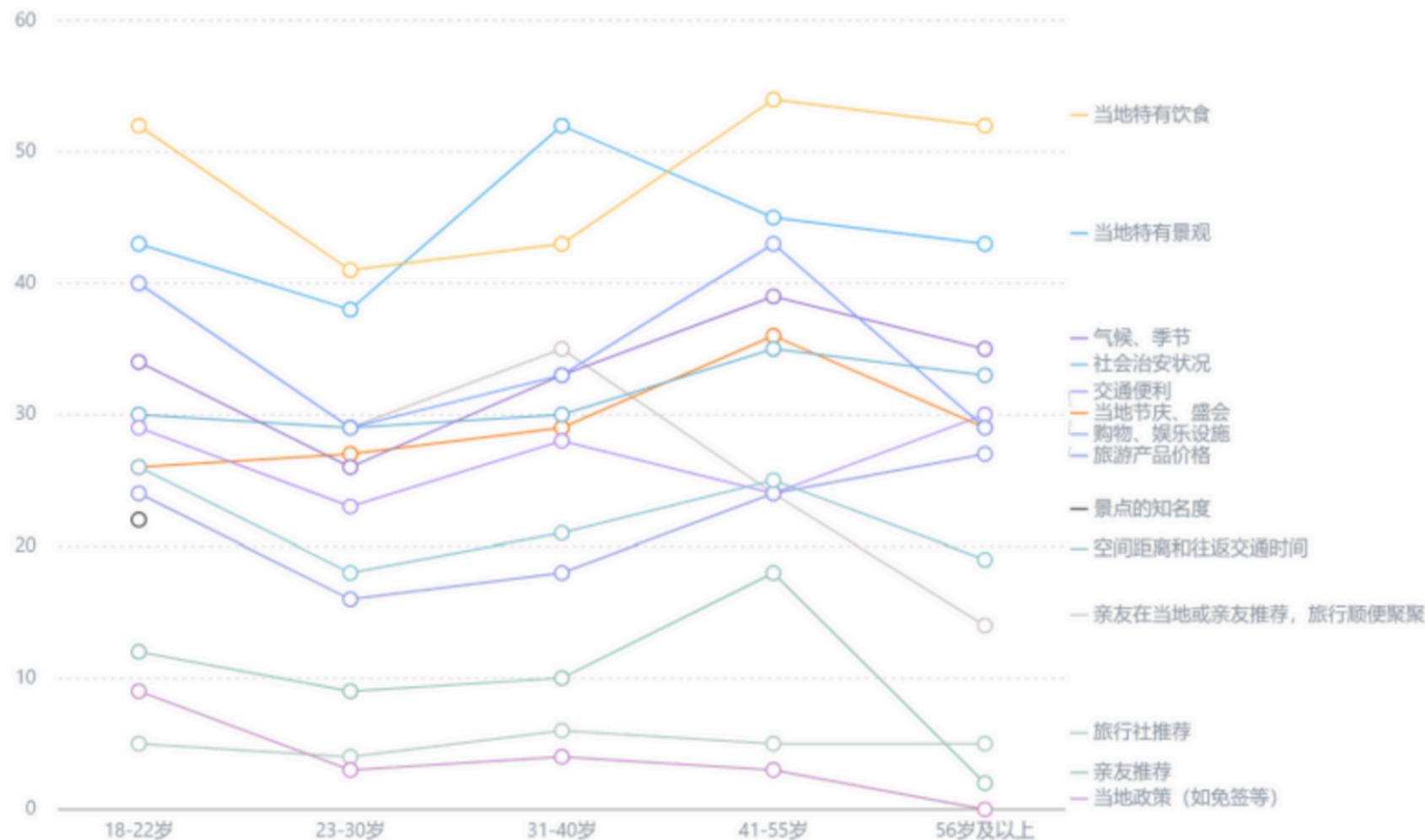
日本政府観光局（JNTO）のデータによると、2024年上半期に日本を訪れた外国人観光客は延べ約1778万人で、過去の同時期の水準を大きく上回った。

3位：シンガポール

2024年2月9日より、シンガポールと中国の相互ビザ免除協定が発効し、中国人観光客にとってシンガポールへの旅行が非常に便利になります。

2024国慶節連休 | 年代別の海外旅行決定要因

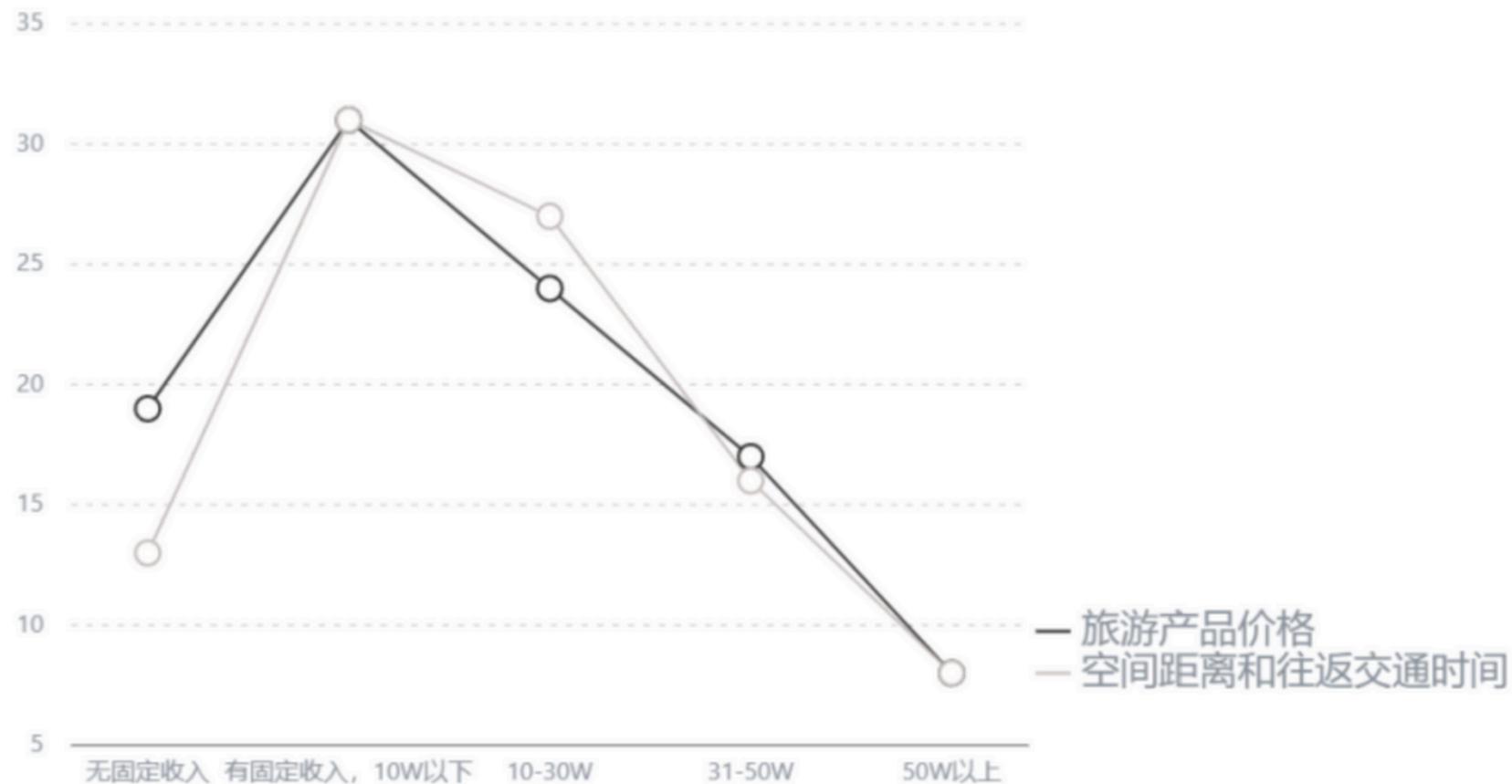
不同年龄段X境外目的地选择原因 (%)



- 31～40歳 地元のユニークな景観と景勝地の知名度
- 41～55歳 季節の気候、地元のお祭りやイベント、友人や家族からのおすすめ
- 低年齢層【18～22歳】と高年齢層【41～55歳】で同様の選択傾向がみられる。 - お得なショッピング施設とエンターテイメント施設 - 空間距離と往復の移動時間 - 旅行商品の価格

2024国慶節連休 | 年収別の海外旅行決定要因

不同收入段X境外目的地选择原因 (%)

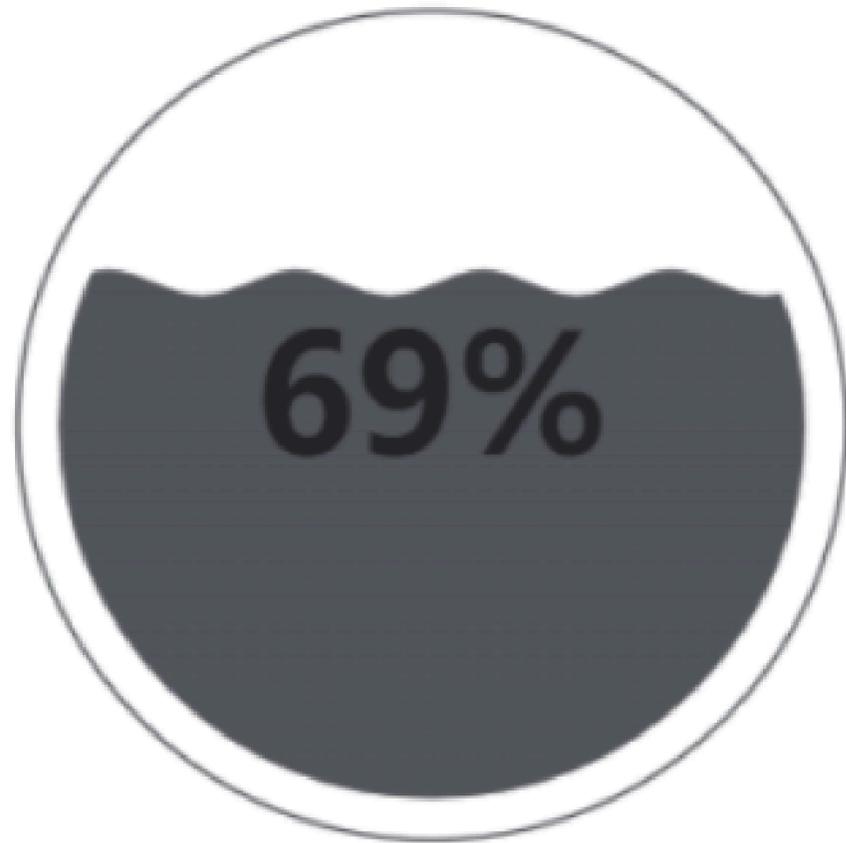


● 価格感度

「固定収入あり、10万元(約216万円)未満」の回答者は長期海外旅行において価格感度は最も高く、個人の年収が増加するにつれて価格感度は徐々に低下している。

2024年オーダーメイドツアー消費動向

2024年オーダーメイドツアー利用者特徴（全体）

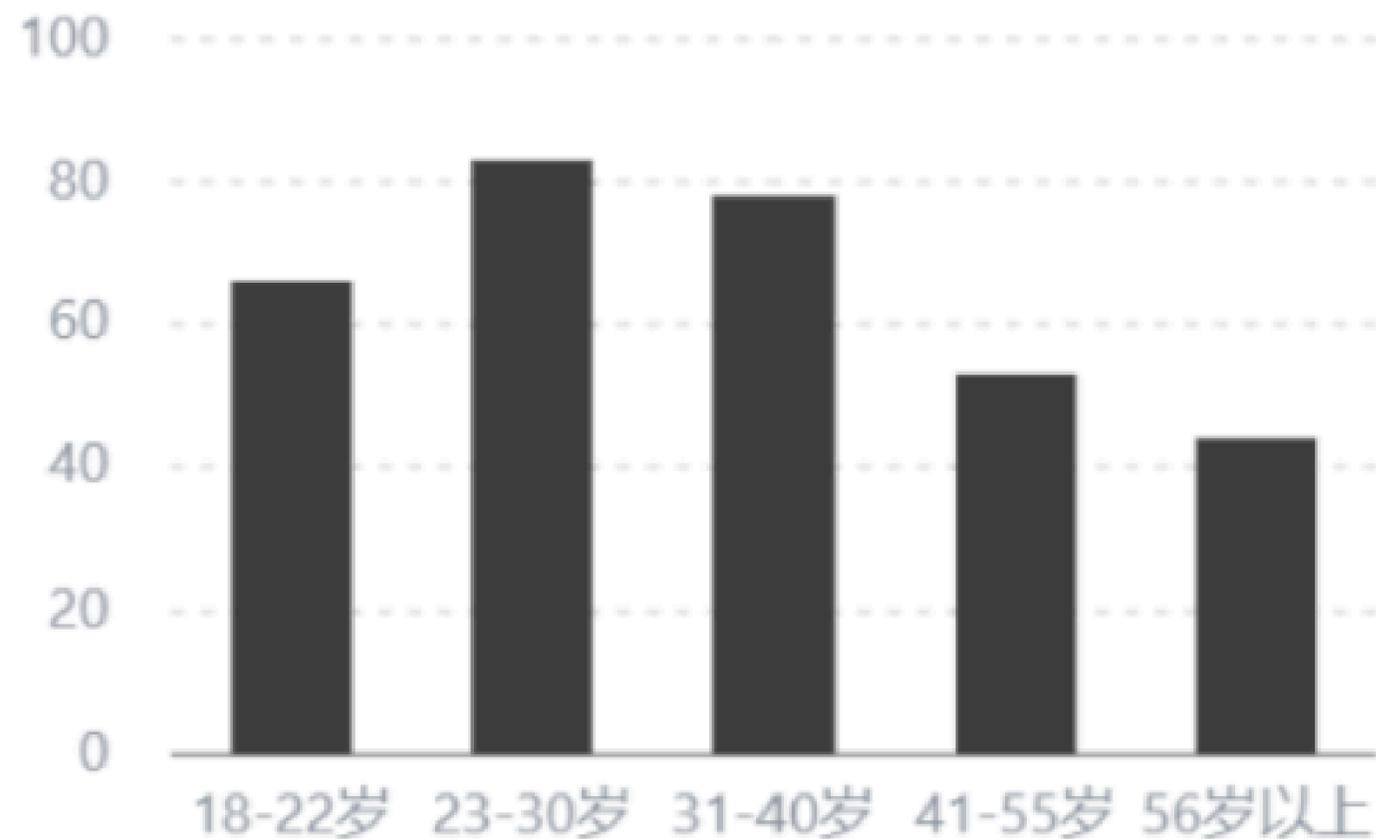


●69%

回答者の 69% が、オーダーメイドツアーに喜んでお金を払う意向があります。

2024年オーダーメイドツアー利用者特徴（年齢別）

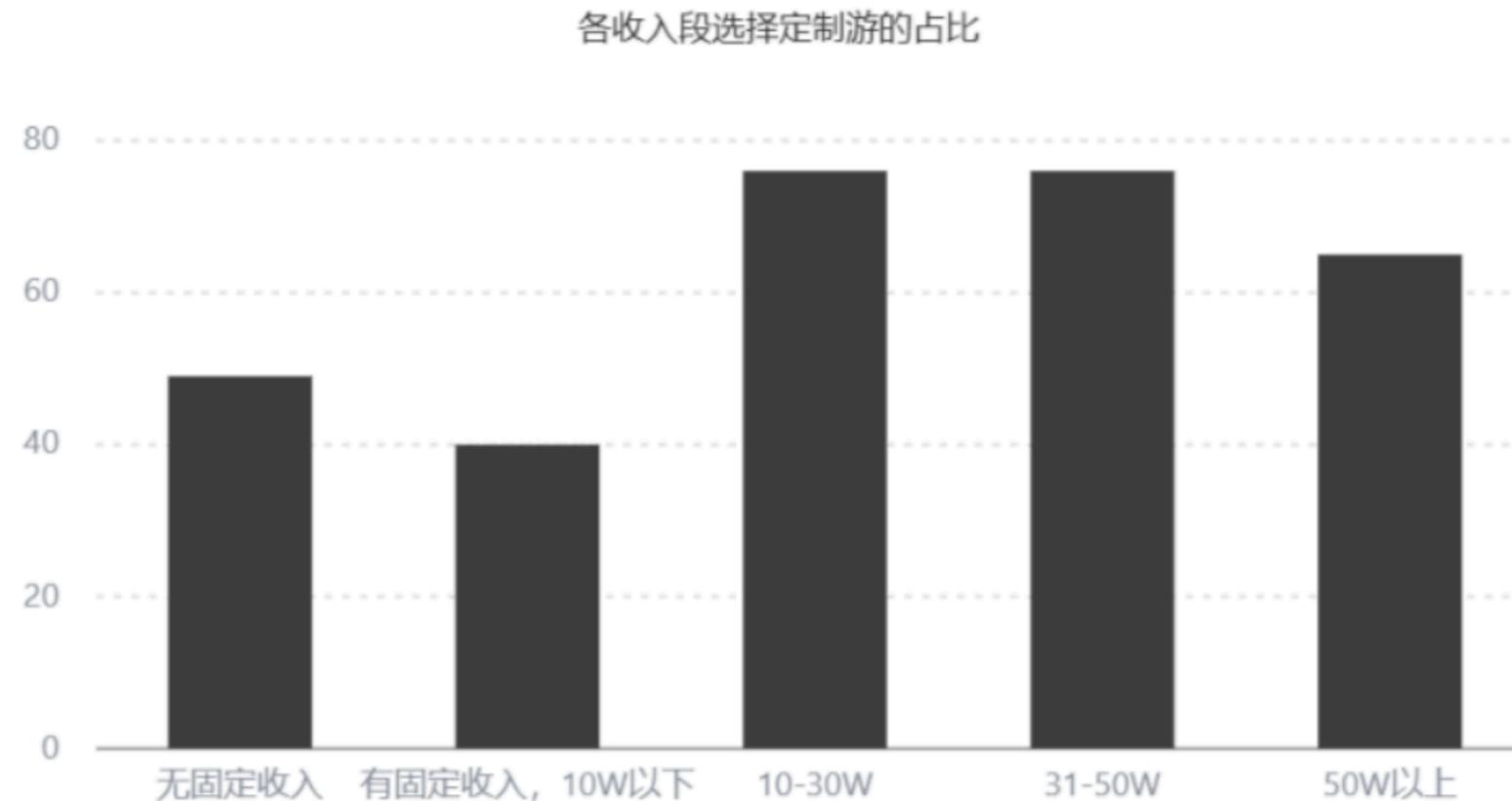
各年龄段选择定制游的占比



● 年齢別

【18～40歳】の若年層と中年層は、比較的オーダーメイドツアーに高い意欲を持ち、特に【23～30歳】の方は80%以上で、オーダーメイドツアーにお金をかけたいと回答した。

2024年オーダーメイドツアー利用者特徴（収入別）

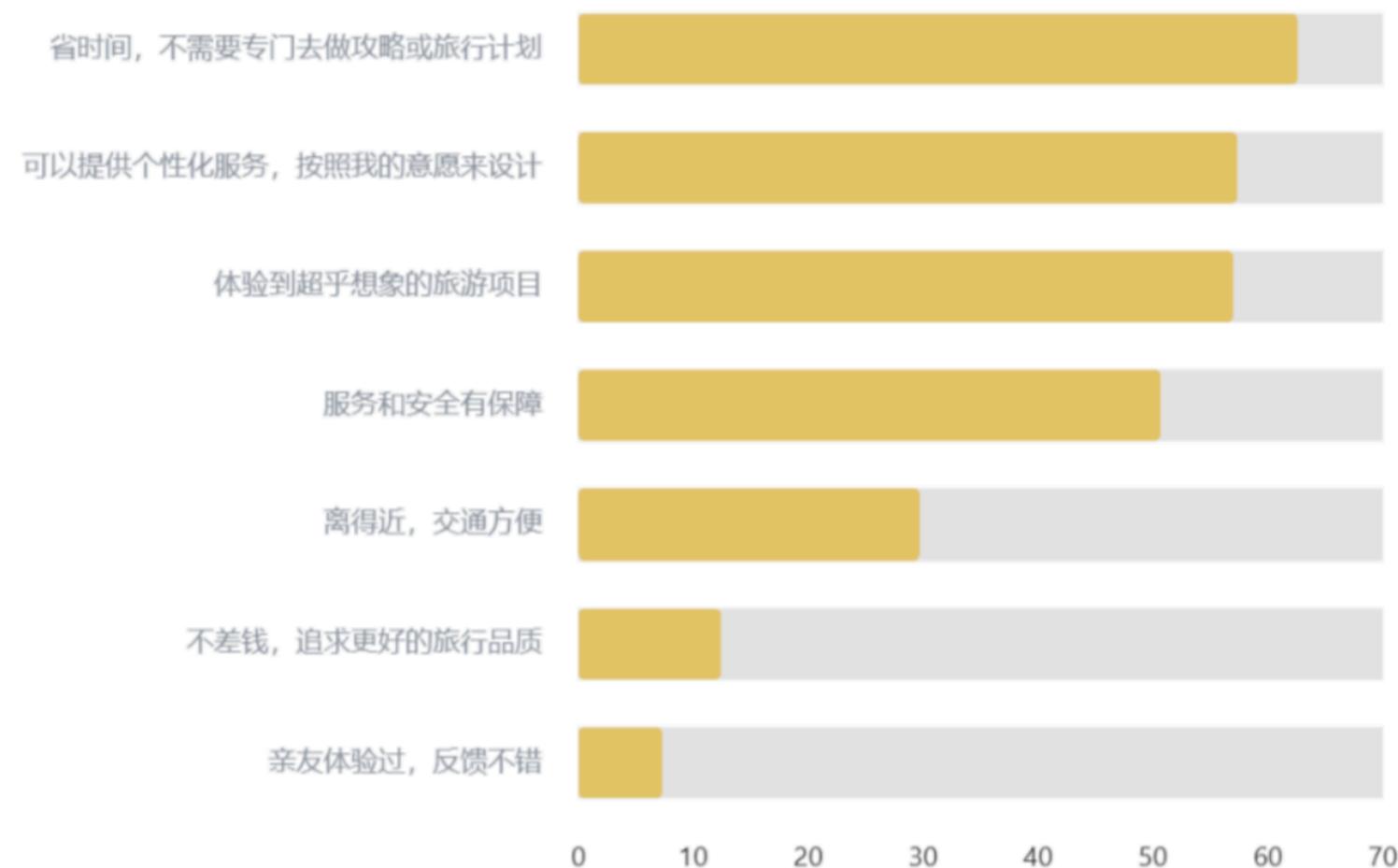


●収入別

【固定収入あり、10万元(約216万円)以下】の方はオーダーメイドツアーを選択する割合が最も低く、【10～30万元(約216～637万円)】と【31～50万元(約658～1,060万円)】の中高所得層がオーダーメイドツアーを選択する割合が最も高い。

2024年オーダーメイドツアー利用する4つの理由

选择定制游的原因 (%)

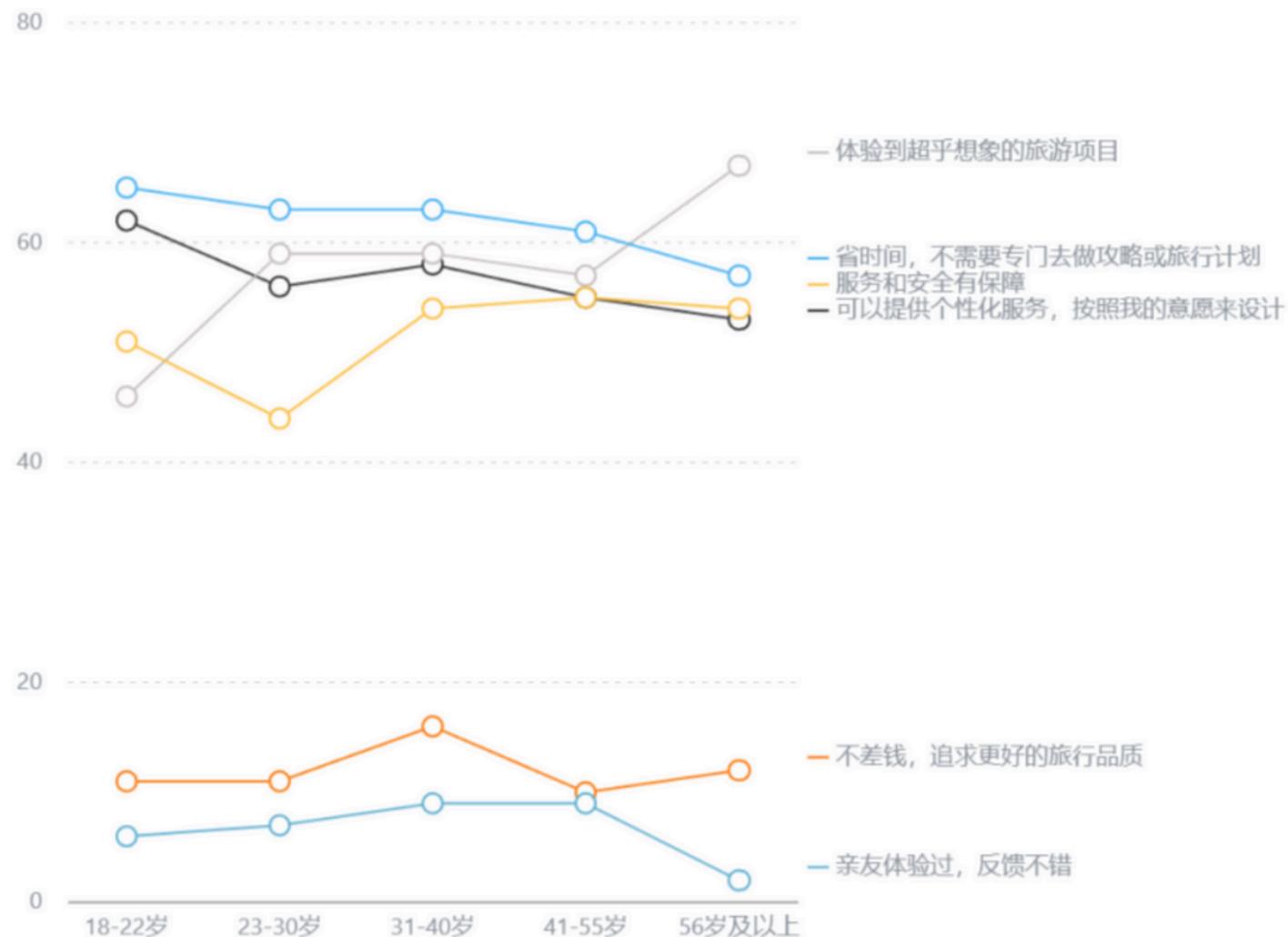


オーダーメイドツアーを選択する理由には、次の4つの重要な要素があります。

- ①時間を節約する。
- ②パーソナライゼーション。
- ③想像を超えた観光プロジェクト。
- ④サービスと安全性。

2024年オーダーメイドツアー一年代別利用理由

不同年齢X定制游选择原因 (%)



●56歳以上

一線都市・新一線都市のベビーブームの第一世代は「珍しいものや新しいことに対する強い追求」を反映しており、想像を超えた観光プロジェクトを重視している。

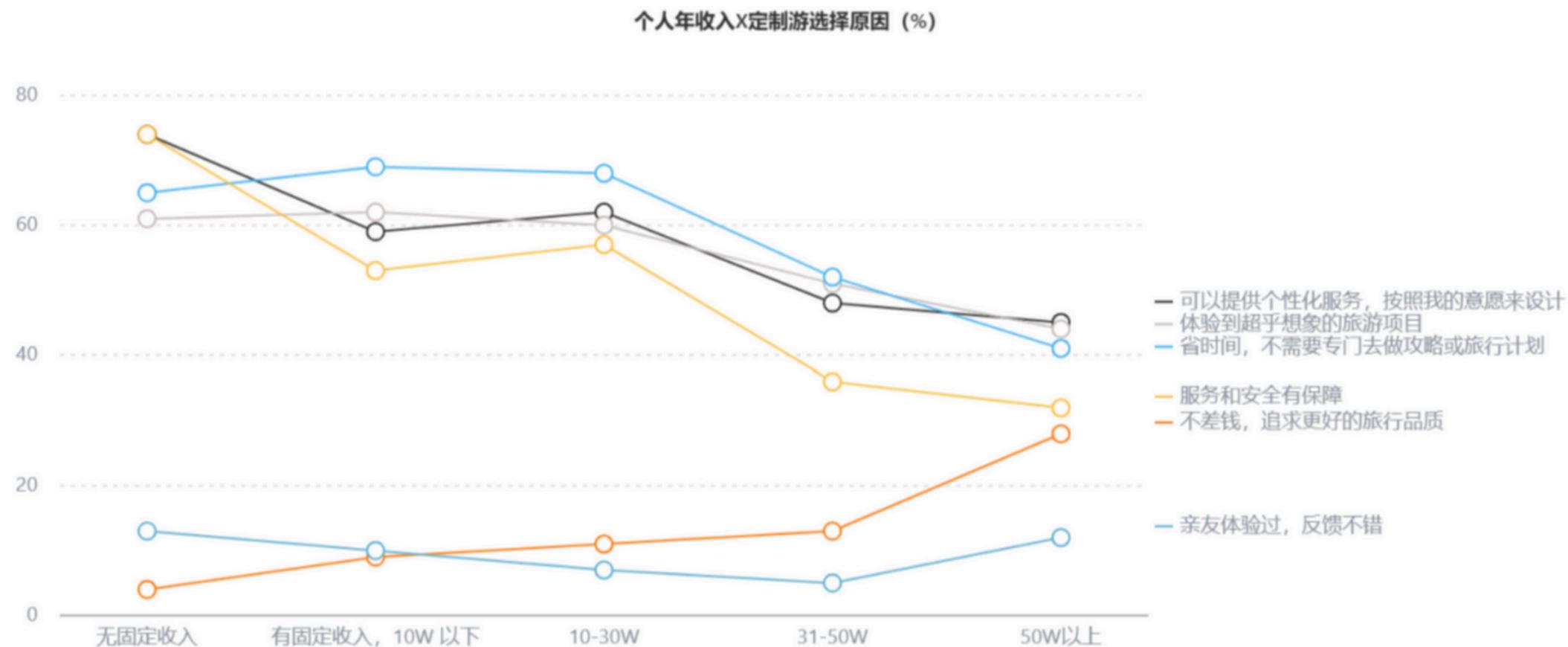
●18~22歳 若者 (18 ~ 22 歳)

効率性、利便性、パーソナライゼーションをより重視します。

2024年オーダーメイドツアー一年収別利用理由

●50万元（約1,060万円）以上の高所得者 費用より良い観光の質の求めている。

●年代別【18～40歳】の若年層と中年層は、比較的オーダーメイドツアーに高い意欲を持ち、特に【23～30歳】の方は80%以上で、オーダーメイドツアーにお金をかけたいと回答した。

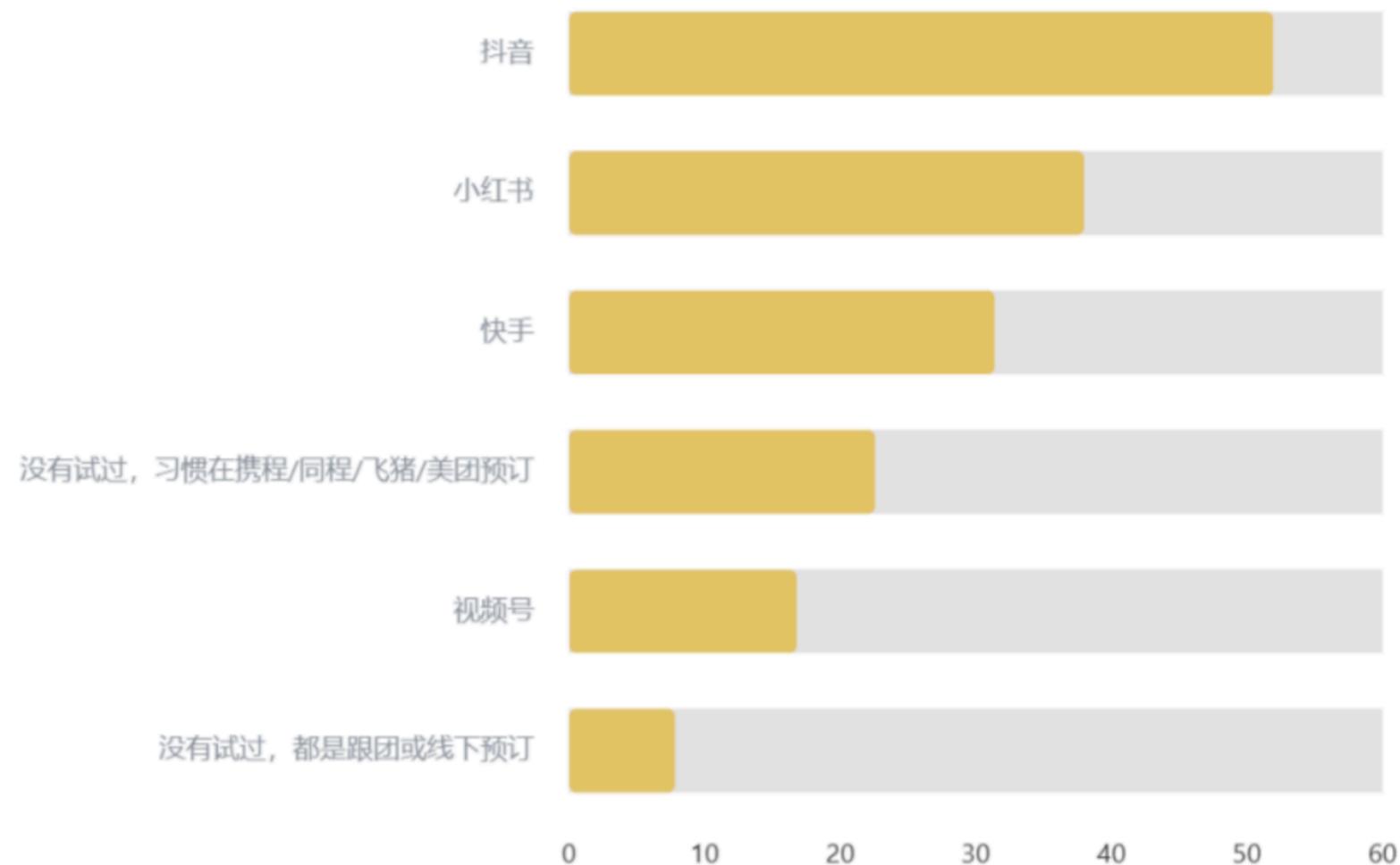


出典：环球旅讯レポート「2024Q3中国旅游消费趋势洞察报告」

2024年旅行予約行動の最新動向

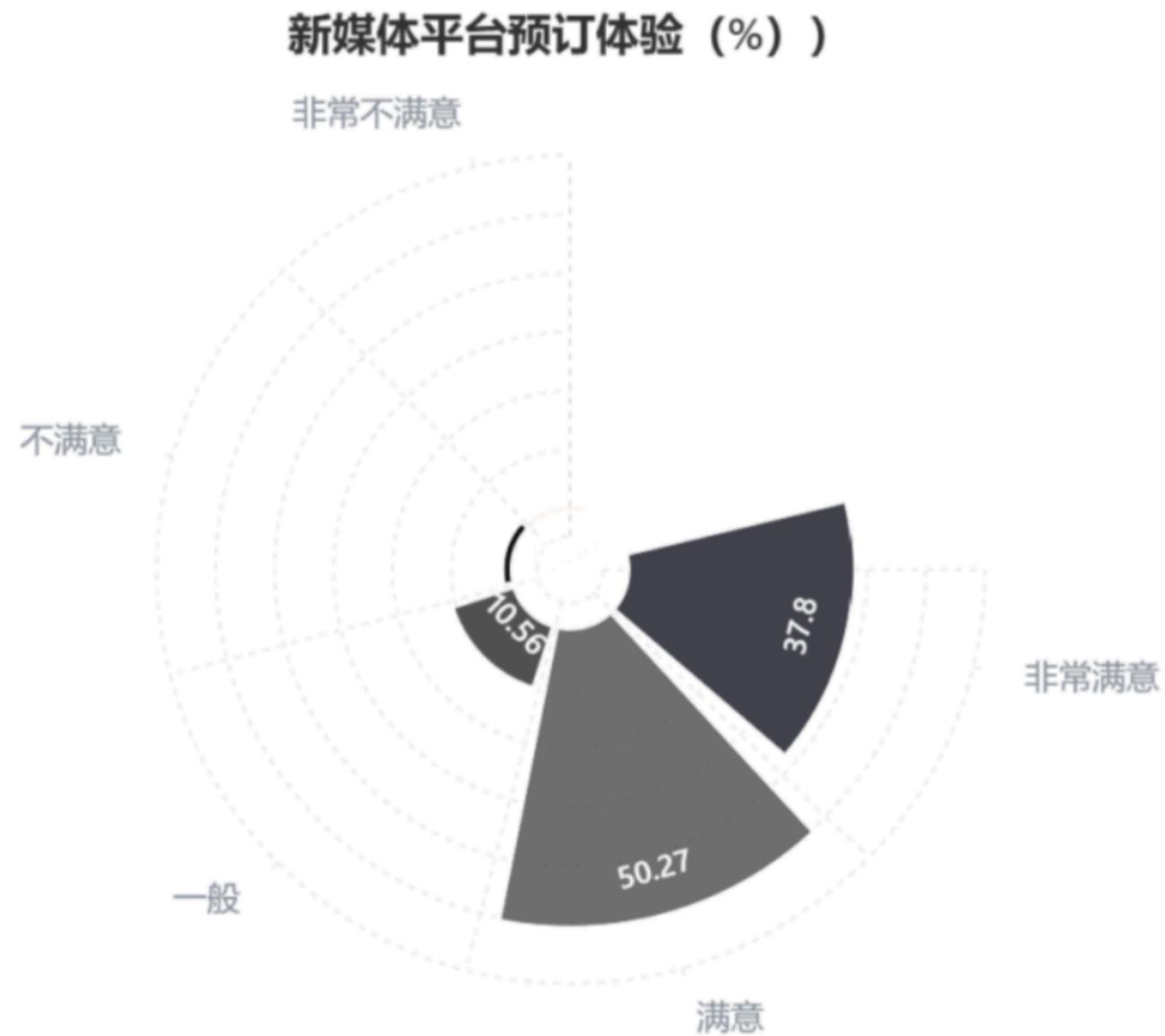
2024年旅行予約行動の媒体利用状況

新媒体渠道预订旅行社相关产品 (%)



回答者の約80%が、プラットフォームを通じて旅行会社の商品を予約したと回答した。そのうち、「中国版 TikTok 抖音」の使用人数が最も多く、2位は「小紅書 (RED)」、3位は「快手 (kuaishou)」となります。

2024年旅行予約媒体の満足度状況



プラットフォームを通じて旅行会社の商品を予約した経験のある回答者から90%近くが「満足」と回答し、「不満」と「非常に不満」についてはわずか1.12%と0.24%にとどまった。

総括

- 2024年の旅行者人数も消費額も前年より超える見込み
- 2024年中国観光客の短期海外旅行目的地では日本がTOP3に入る
- 中国旅行者はオーダーメイドツアーを選択する人が増える傾向
- 中国旅行者はほとんどプラットフォーム経由で旅行商品を予約する

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