

※ 本リリースは国土交通記者会・交通運輸記者会に配布しております。

平成26年5月23日  
 理事長 松山 良一

## 中国旅行会社の訪日旅行取扱人数、過去最高を更新の見通し

～2014年 中国旅行会社アンケート調査結果～

### (概要)

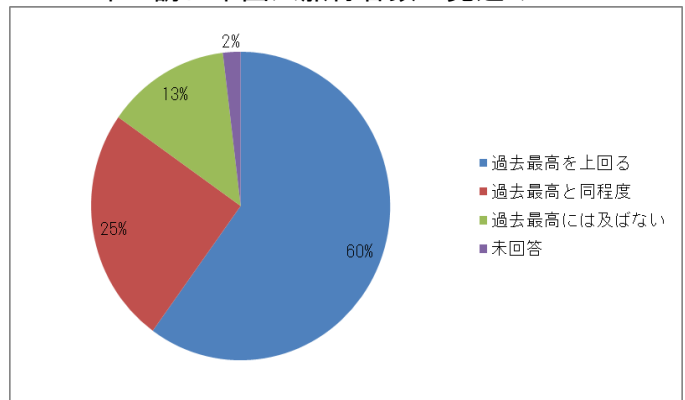
- JNTO北京・上海・香港各事務所は、訪日旅行を取扱う主要な旅行会社105社を対象に、2014年の中国訪日旅行市場の見通しについて合同でアンケート調査を実施。
- 60%の旅行会社が「自社の訪日旅行取扱人数は過去最高を上回る」と回答。

1. JNTO北京・上海・香港各事務所は、2014年2月から3月にかけて、訪日旅行を取扱う中国の主要な旅行会社105社を対象に、2014年の訪日旅行市場の見通しを中心に、合同でアンケートを実施しました。
2. 2014年の自社の訪日旅行取扱人数が、これまでの過去最高の実績を上回るか尋ねたところ、「上回る」が60%と過半数を占め、続いて「上回るか同程度」が25%となり、合計85%の会社が「過去最高と同程度以上」と回答しました。(下記グラフ参照)
3. 要因として、「リピーターの増加」、「訪日個人旅行の増加」、「円高の是正による割安感」などが挙げられました。
4. また2014年に増加が期待できる訪日旅行のテーマを尋ねたところ、定番の桜(1位)、温泉(2位)、ショッピング(3位)は不動でしたが、紅葉(4位)、スキー・雪遊び(5位)が前年に比べ大きく伸びました。

### 調査の概要

- ①調査対象 訪日旅行を取扱う主要旅行会社
- |         |     |      |     |
|---------|-----|------|-----|
| 華北地域    | 25社 | 華東地域 | 40社 |
| 華南地域    | 26社 | 内陸地域 | 14社 |
| 合計 105社 |     |      |     |
- ②回収率 100%
- ③調査方法 Eメール、FAX、訪問等
- ④調査期間 2014年2月10日～3月10日

2014年の訪日中国人旅行者数の見込み



## 2014年 中国訪日旅行市場動向調査 報告書

### 【調査概要】

#### 1. 調査対象

中国全土の主要な訪日取扱旅行会社 105社

華北		華東		華南		内陸	
北京市	10	上海市	14	広東省	15	重慶市	3
遼寧省	9	浙江省	13	福建省	6	四川省	4
山東省	4	江蘇省	12	広西チワン族 自治区	4	雲南省	2
黒竜江省	1	安徽省	1			陝西省	3
吉林省	1			海南省	1	河南省	2
計	25	計	40	計	26	計	14
合計 105 社							

#### 2. 調査実施主体

JNTO北京事務所(上記のうち華北及び陝西省・河南省の30社を担当)

JNTO上海事務所(上記のうち華東、広東省以外の華南、陝西省・河南省以外の内陸60社を担当)

JNTO香港事務所(上記のうち広東省15社を担当)

3. 回収率 100%

4. 調査方法 Eメール、FAX、QQ、訪問等による調査票送付・回収

5. 調査期間 2014年2月10日～3月10日

## 1. 2014年の訪日中国人旅行者数の見込み

各社に、2014年の自社の訪日旅行取扱人数が過去最高の実績を上回るかどうかの見込みを尋ねたところ、「過去最高を上回る」が過半数を占め60%、「過去最高と同程度」が25%、「過去最高には及ばない」が13%となり、**全体の85%が過去最高を記録する**との見方を示した。

回答の理由を各社に尋ねたところ、プラス要因として挙げられた主な点は以下の通り。

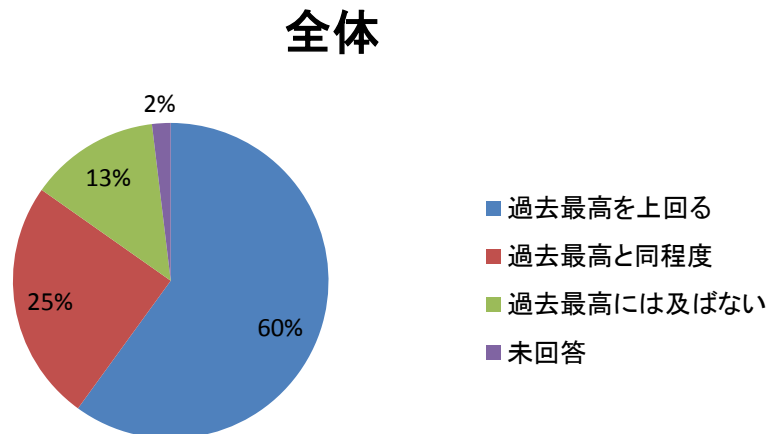
- ・訪日旅行の高い満足度に伴うリピーター化の進展
- ・可処分所得の増加に伴う出国旅行の増加
- ・訪日個人旅行の増加
- ・円高の是正による割安感
- ・旅行会社チャーターによる日本寄港クルーズの増加
- ・新規就航路線等日中間航空路線の増大
- ・東日本大震災の影響の減少

一方、マイナス要因として挙げられた主な点は以下の通り。

- ・日本国内の宿泊施設、バス等の確保の困難化
- ・日中間航空座席供給量の減少(減便、機材小型化)
- ・習近平政権の「儉約令」に伴う公務・商務旅行の減少

中国発訪日需要が旺盛である点について、各社の見解が大方一致している一方で、好況に伴う日本国内旅行需要の増加、東南アジアや台湾・香港を中心とする他国・地域からのインバウンド需要の急増等に伴い、**宿泊施設・バスの確保が逼迫しており、これら訪日需要を十分吸収できていない**ケースが生じているとの声が、各社から目立った。

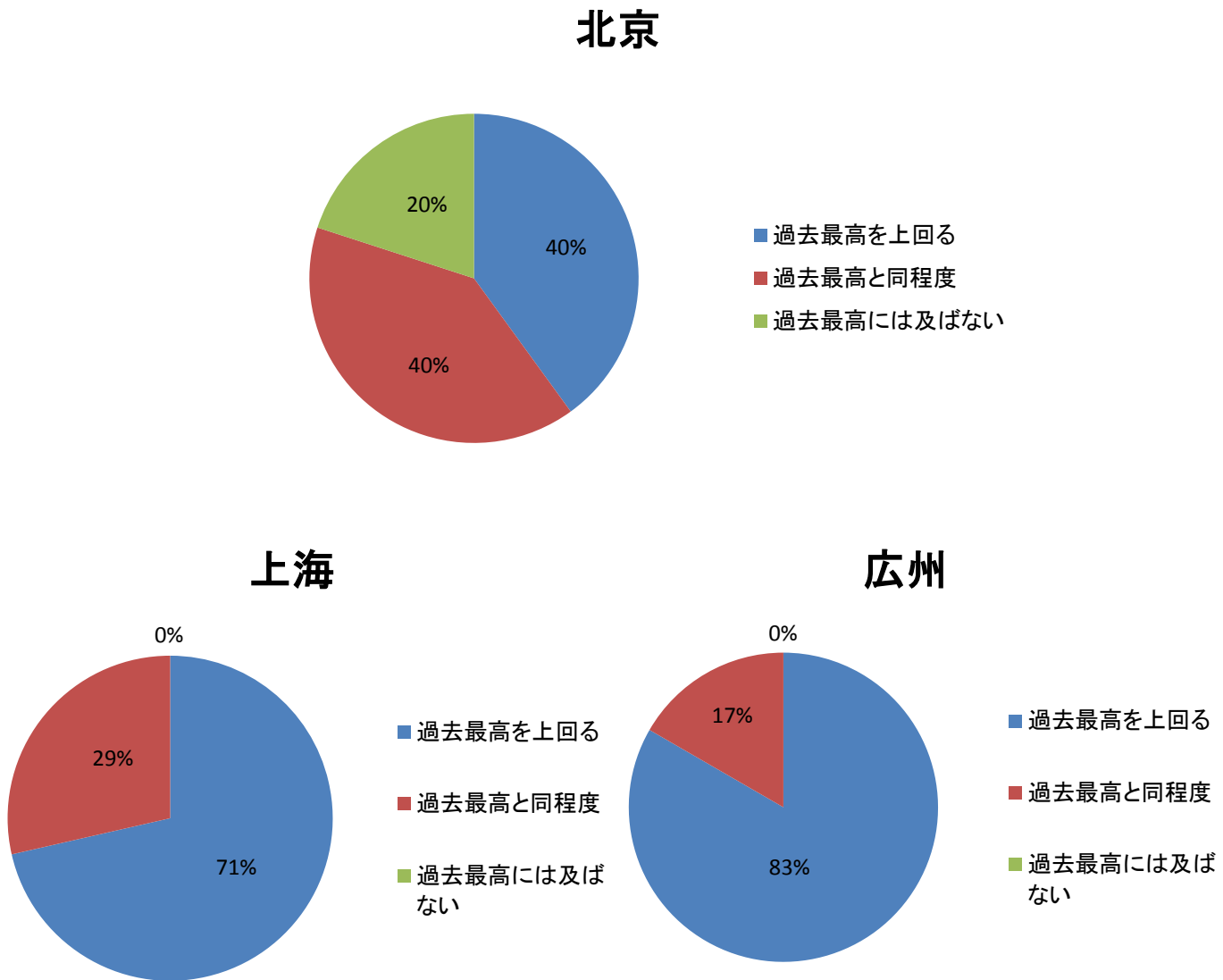
[図1] 2014年の訪日中国人旅行者数の見込み



中国発訪日市場三大都市の回答を見ると、前向きな見方がより強く表れている。北京は「過去最高と同程度以上」が80%に達しながら、「及ばない」との回答も20%あった一方、上海・広州はいずれも全社が「同程度以上」、また70%以上が「上回る」と回答している。

※調査対象社は、北京：10社、上海：14社、広州：6社

[図2] 2014年の訪日中国人旅行者数の見込み(三大都市別)

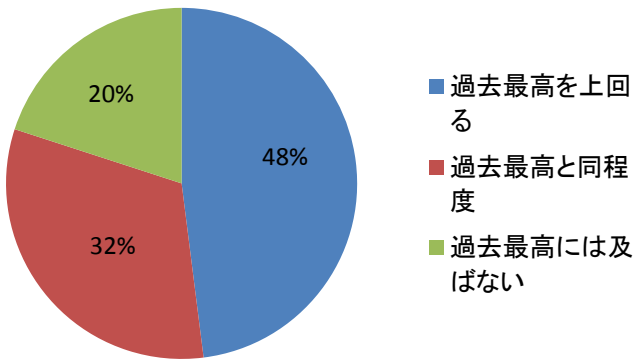


また、地域別の内訳は以下の通り。

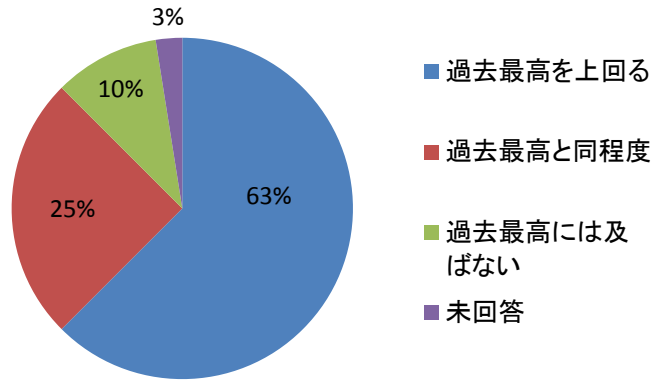
- <華北> 「上回る」の割合(48%)が4地域で最小、「及ばない」の割合(20%)が4地域で最大。
- <華東> 「上回る」と「同程度」を合わせた割合(88%)が華南と並んで4地域で最大。  
上海の14社は全て「上回る」または「同程度」との回答。
- <華南> 「上回る」の割合(69%)が4地域で最大。  
広東省の15社は全て「上回る」または「同程度」との回答。
- <内陸> 約8割が「上回る」または「同程度」との回答。

[図3] 2014年の訪日中国人旅行者数の見込み(地域別)

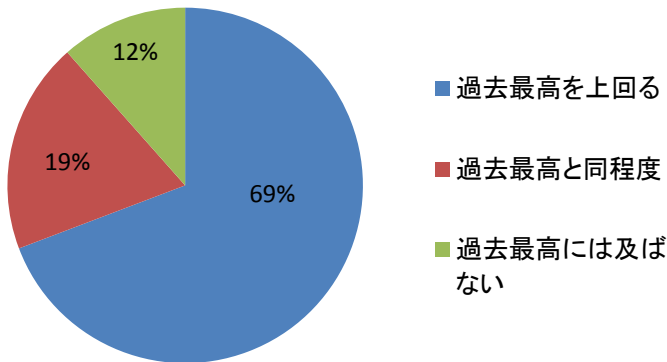
### 華北



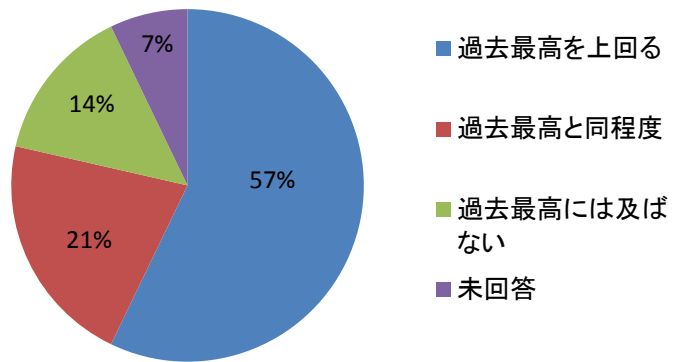
### 華東



### 華南



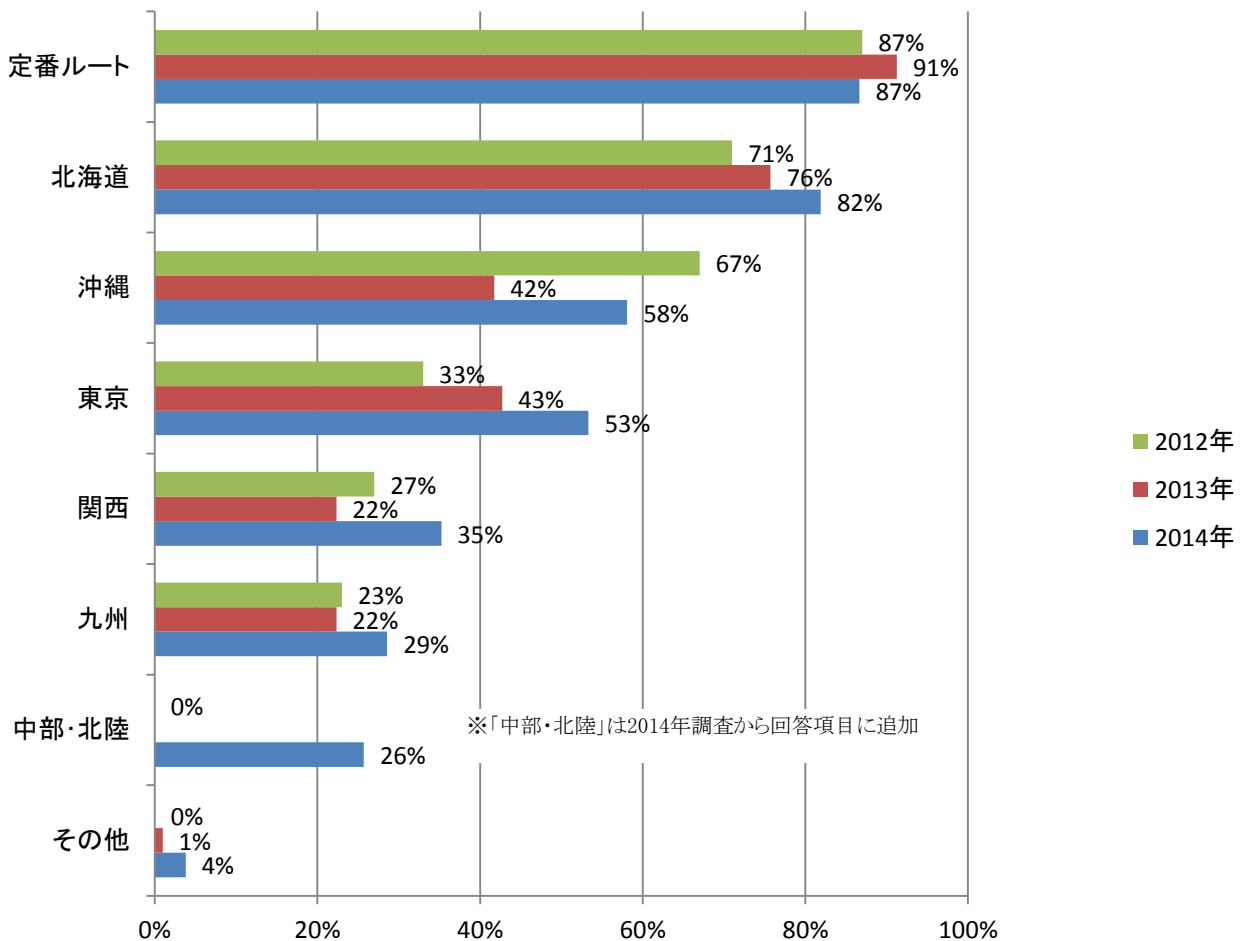
### 内陸



## 2. 2014年に販売に力を入れる目的地

2014年に販売に力を入れる目的地について、複数回答で尋ねたところ、最も多いのが例年調査同様ゴールデンルートで、約9割を占めた。次いで、北海道82%、沖縄58%、東京53%、関西35%、九州29%、中部・北陸26%と続く。2012年、2013年調査結果と比較すると、旅行会社の訪日取扱意欲全体が向上していることから、各地ともポイントが上がっているが、特に、東京は個人旅行化の進展、関西や沖縄は訪日リピーターの増加や新規就航便(14年1月吉祥航空・上海＝那覇、同3月春秋航空・上海＝関空、同4月吉祥航空・上海＝関空、等)による航空座席供給量の増大等が背景として考えられる。人気の高い北海道についても引き続き注目が衰えることはなく、むしろゴールデンルートに迫る勢いを示している。また、「昇龍道」を冠するツアーが販売されている中部・北陸についても、九州に迫る26%を記録している。

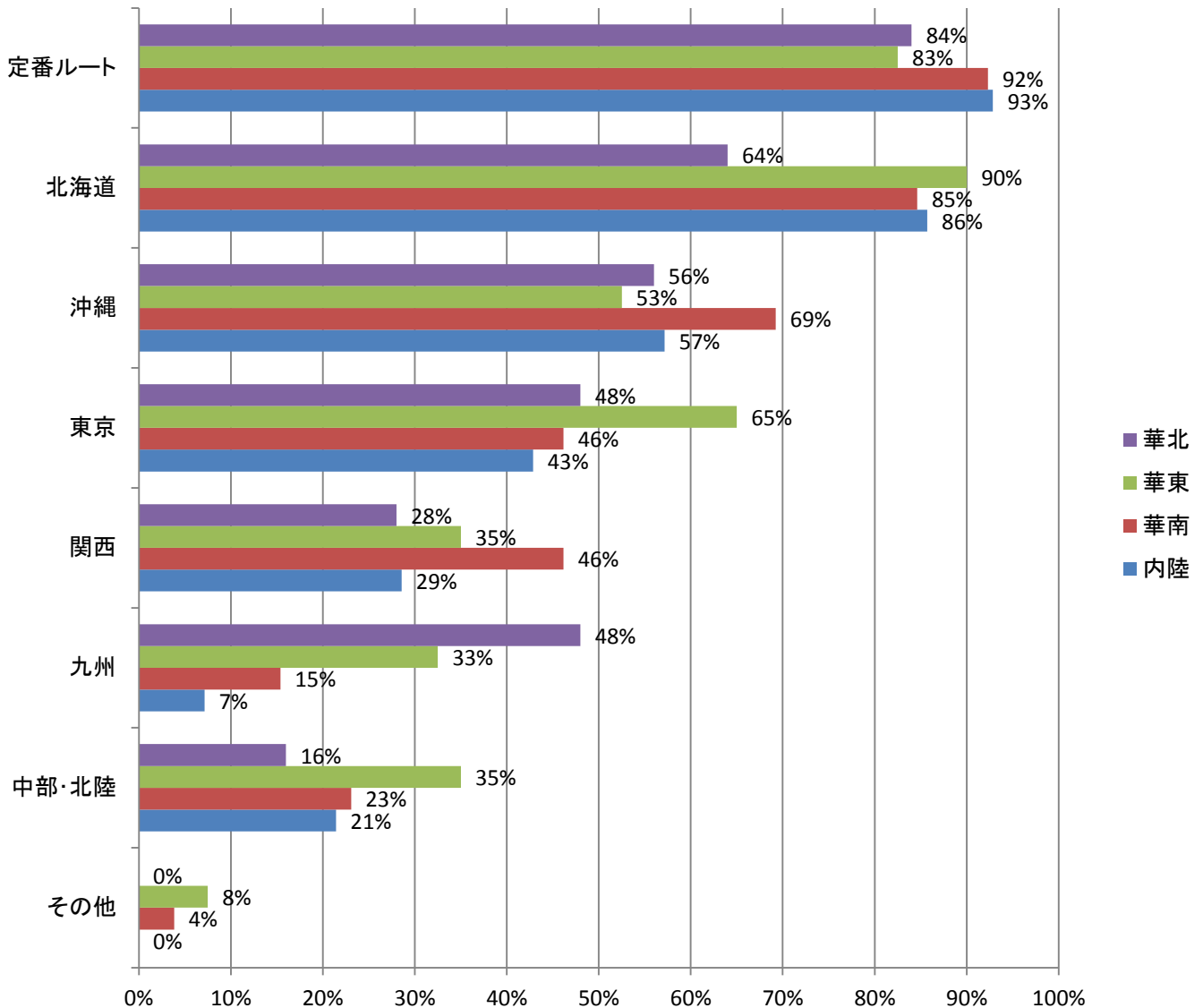
[図4] 2014年に販売に力を入れる目的地(複数回答)



また、地域別の内訳は以下の通り。

- 〈華北〉 気候的に近い北海道(64%)よりも九州(48%)への関心が他地域に比べて高い。
- 〈華東〉 個人旅行化の進展が最も著しい上海を中心に、東京(65%)が際立っているのに加え、上海からの直行便を有し、昇龍道ツアーも催行されている中部・北陸への関心(35%)も高い。
- 〈華南〉 14年1月に広東省の旅行会社がチャーターした初の日本寄港クルーズでの寄港実績や、香港＝那覇の航空便増強等から沖縄への関心(69%)が特に高い。
- 〈内陸〉 ゴールデンルート(93%)や北海道(86%)といった定番の目的地への関心が高い。

[図5] 2014年に販売に力を入れたい目的地・地域別 (複数回答)

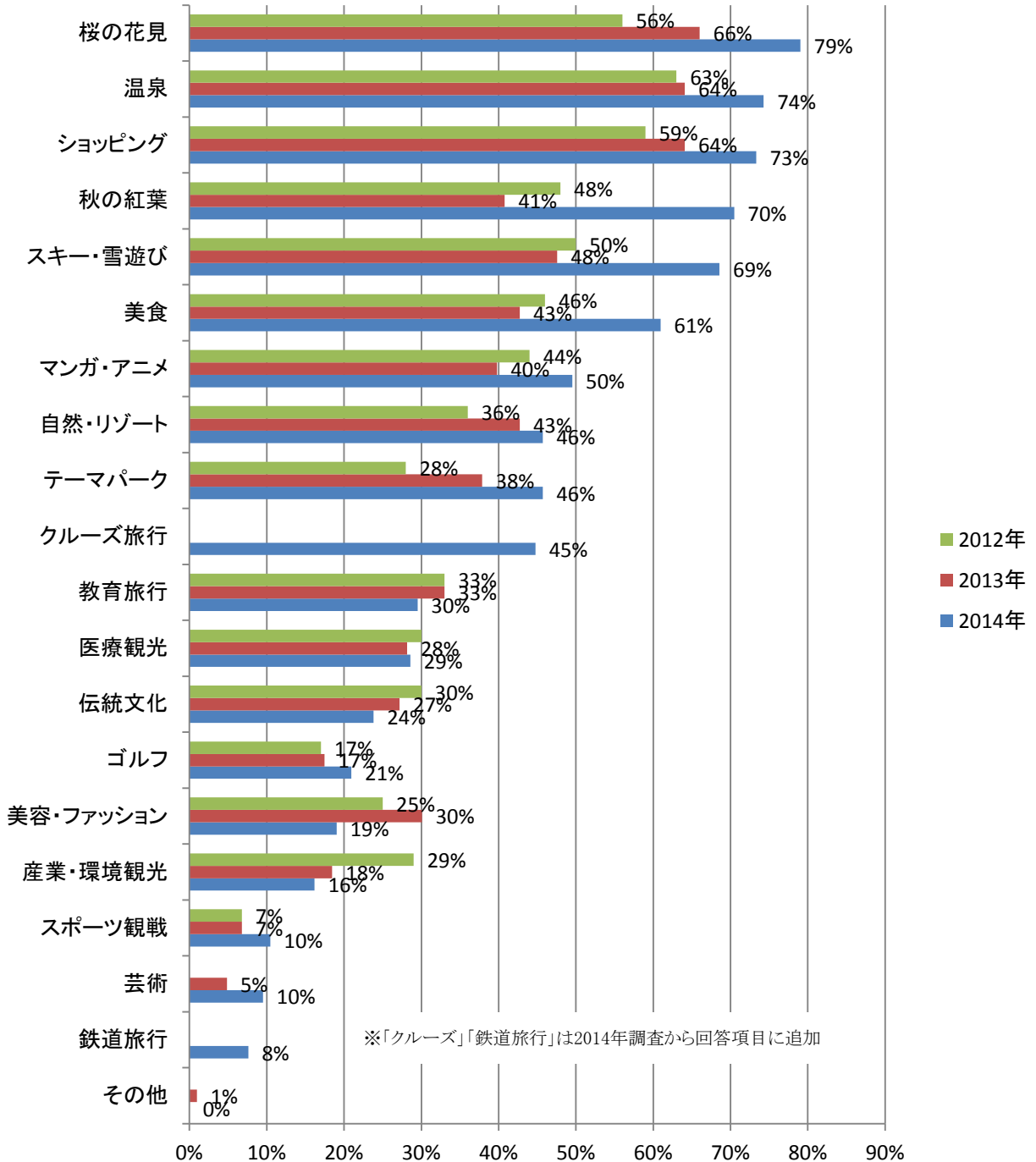


### 3. 2014年に増加が期待できる訪日旅行のテーマ

2014年に増加が期待できる訪日テーマを尋ねたところ、1位:桜の花見(79%)、2位:温泉(74%)、3位ショッピング(73%)、となった。これら上位3テーマは2012年、2013年にも上位3位に含まれており、訪日旅行における不動のテーマと言える。

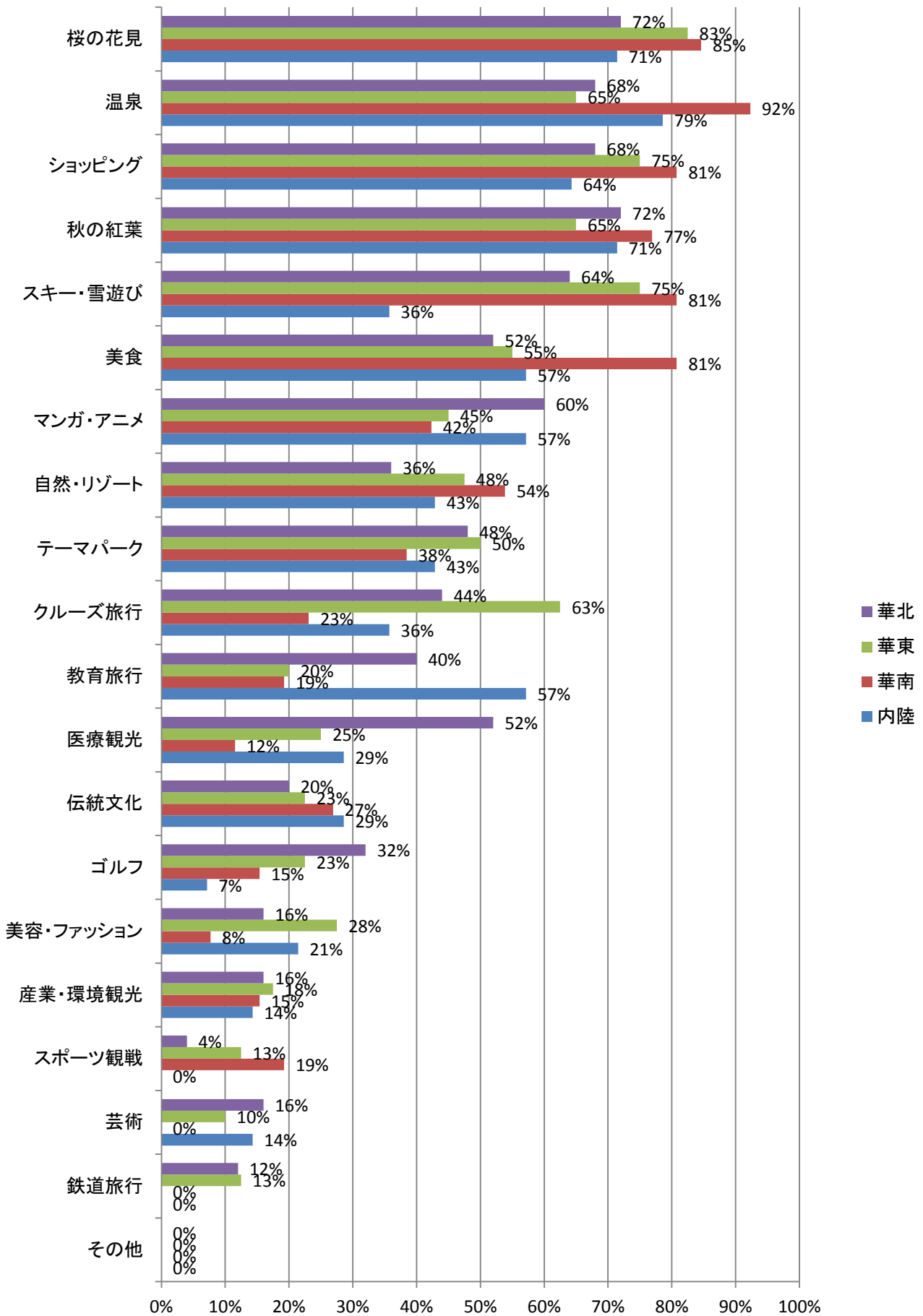
今年は旅行会社の訪日への期待の高さから全体的にポイントが上がっているが、特に紅葉(70%)、スキー・雪遊び(69%)が大きく伸び、上位3テーマに迫ってきたのが特徴である。また、地域別に見ると、クルーズについては、最大の送り出し港・上海を擁する華東(63%)、それに次ぐ天津を擁する華北(44%)に加え、内陸でも36%となっており、クルーズへの期待は沿海都市にとどまらない。華北、内陸地域は、医療観光、教育旅行、マンガ・アニメ等といった、目的の明確なテーマに対する期待が高い。

[図6] 2014年に期待できる訪日旅行のテーマ(複数回答)





[図7] 2014年に期待できる訪日旅行のテーマ・地域別(複数回答)

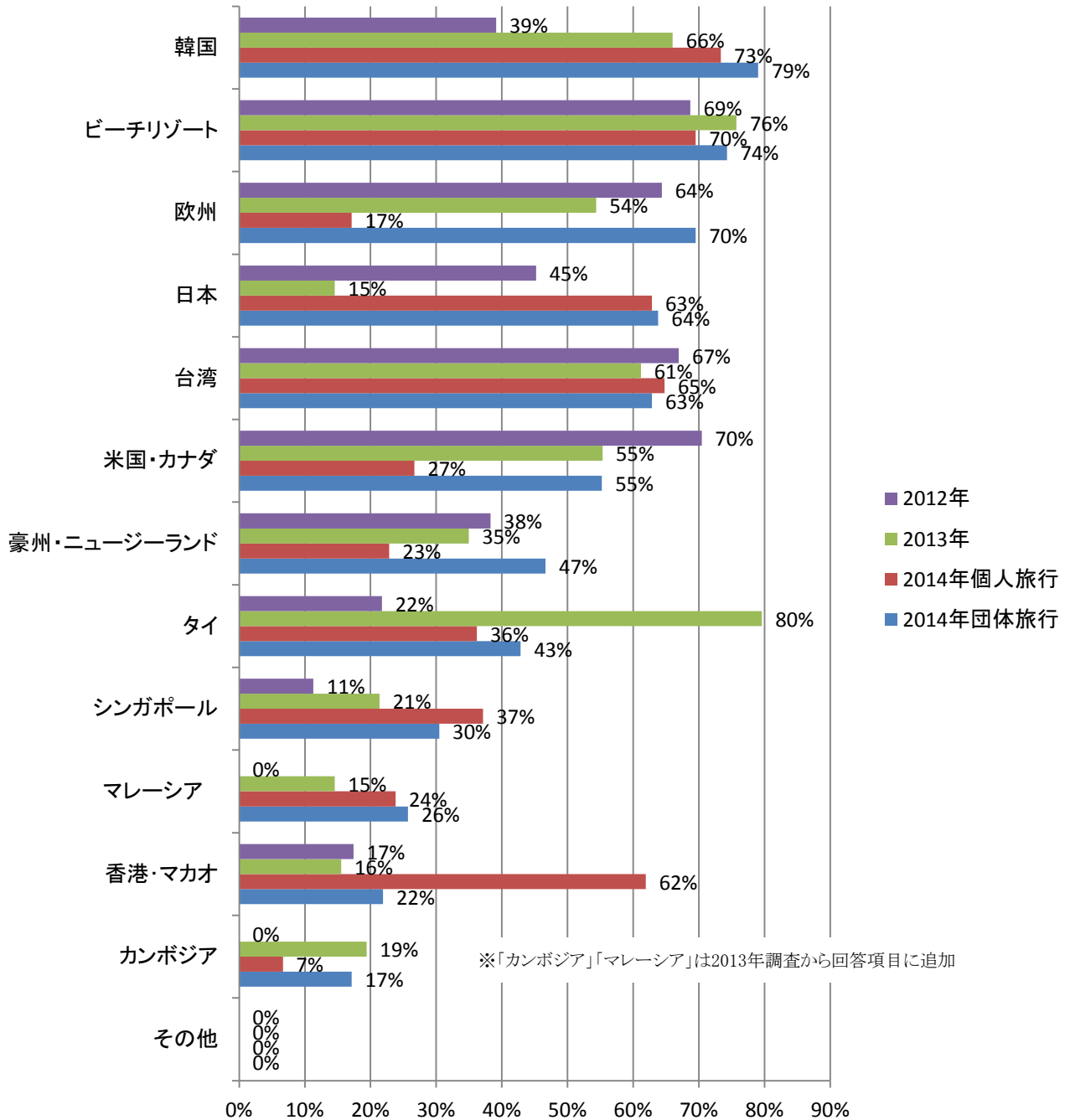


#### 4. 2014年に人気となる海外旅行目的地

2014年に人気となる海外旅行目的地(香港・マカオを含む)を個人旅行と団体旅行に分けて、複数回答で尋ねたところ、個人旅行については、1位が「韓国」(73%)、2位が「ビーチリゾート」(70%)、3位が「台湾」(65%)となった。一方、団体旅行については、1位が「韓国」(79%)、2位が「ビーチリゾート」(74%)、3位が「欧州」(70%)となった。

韓国については、中国各地からのチャーター便を含むLCCやクルーズ船を利用した廉価な団体旅行商品の存在、大ヒットでロケ地ツアーも多数催行されている韓国ドラマ『来自星星的你(星から来たあなた)』人気、査証取得の容易さ(或いは済州島等への査証免除)等から、団体・個人共に最も人気となると予想されている。一方、2012年公開のタイを舞台にしたコメディ映画『Lost In Thailand』による大人気の反動及び国内の政情不安等で、タイは大きく減少している。日本は団体・個人とも昨年、一昨年からの回復が予想されている。

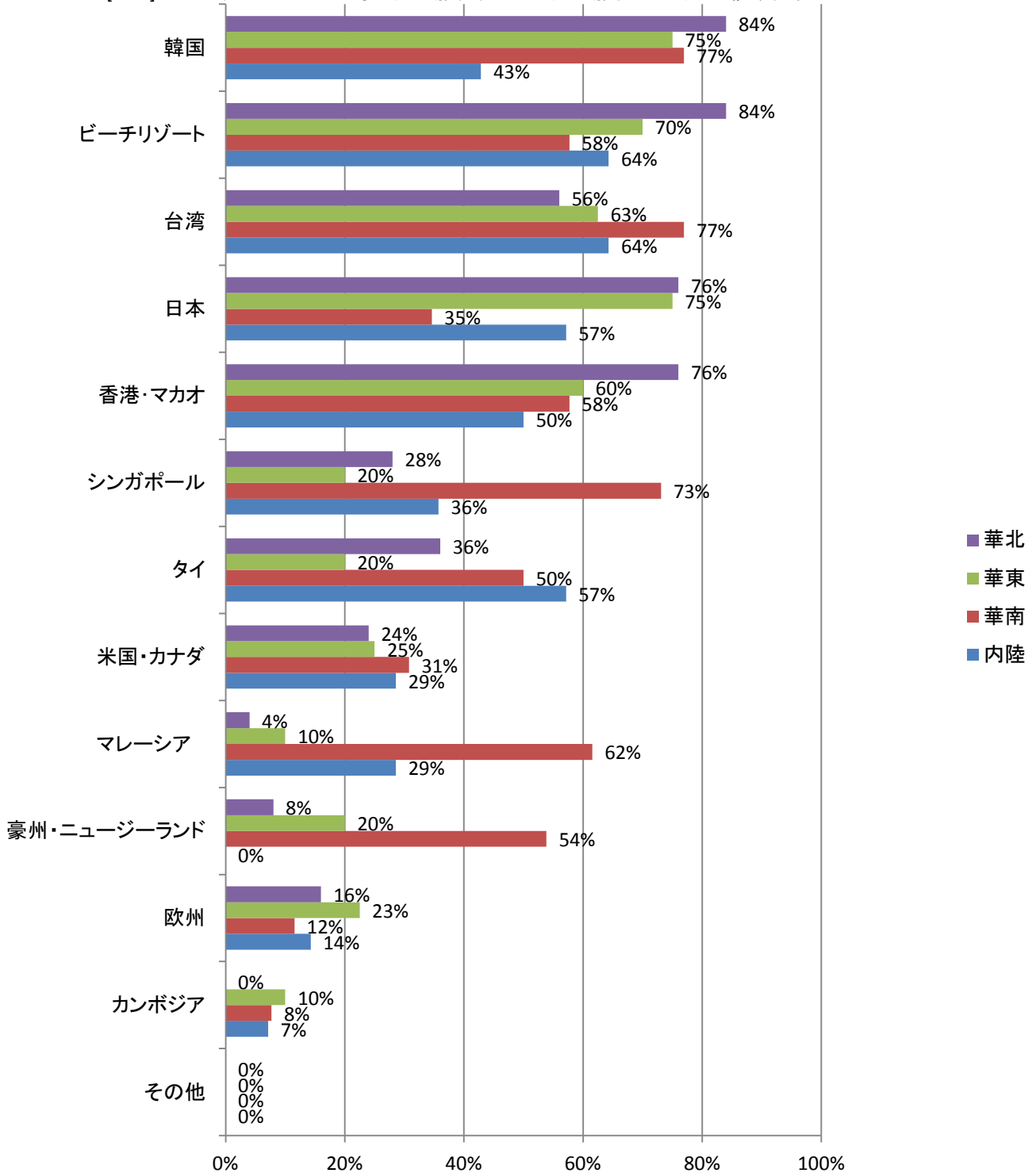
【図8】 2014年に人気となる海外旅行目的地(複数回答)



個人旅行に関する地域別の内訳は以下の通り。

- 〈華北〉 ビーチリゾートを筆頭に、韓国、日本、香港・マカオへの人気が高い。
- 〈華東〉 韓国・日本に加え、ビーチリゾートへの人気が高い。欧州も他地域の約2倍のポイント。
- 〈華南〉 他地域に比べ、地理的に近接な台湾に加え、東南アジアと豪州・ニュージーランドへの高さが際立つ。
- 〈内陸〉 全地域で唯一、日本が韓国を上回る。タイも高い。

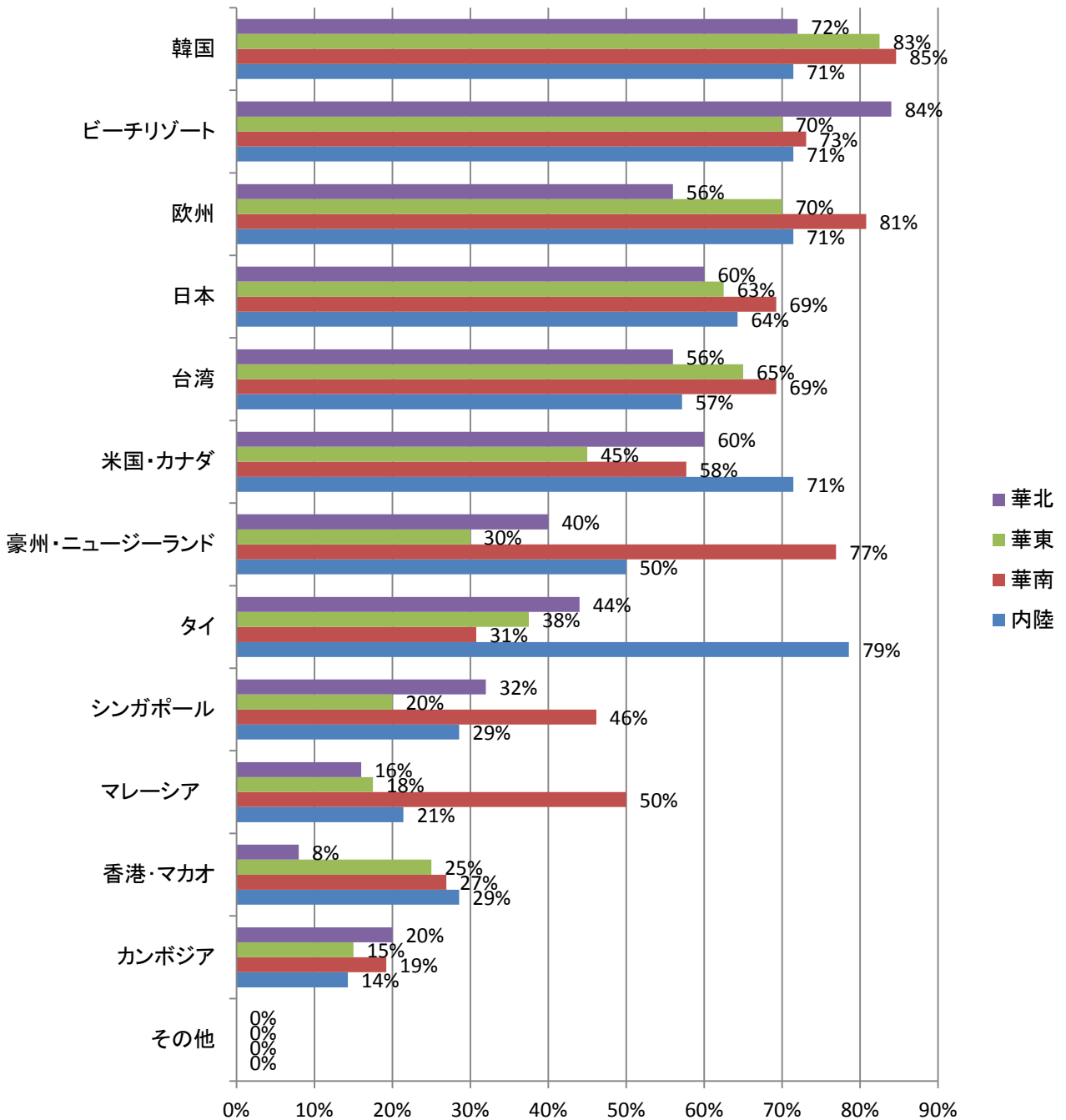
[図9] 2014年に人気となる海外個人旅行目的地(個人旅行)・地域別(複数回答)



団体旅行に関する地域別の内訳は以下の通り。

- 〈華北〉 ビーチリゾートの高さが際立つ一方、個人で全地域最大であった香港・マカオが極端に低い。
- 〈華東〉 韓国、ビーチリゾート、欧州等が高い。
- 〈華南〉 韓国、欧州に加え、豪州・ニュージーランドの高さが際立つ。シンガポール・マレーシアも高い。
- 〈内陸〉 距離的に近接する地域ではタイの人気が高く、重慶全3社・雲南全2社がタイを挙げた。

[図10] 2014年に人気となる海外団体旅行目的地(団体旅行)・地域別(複数回答)



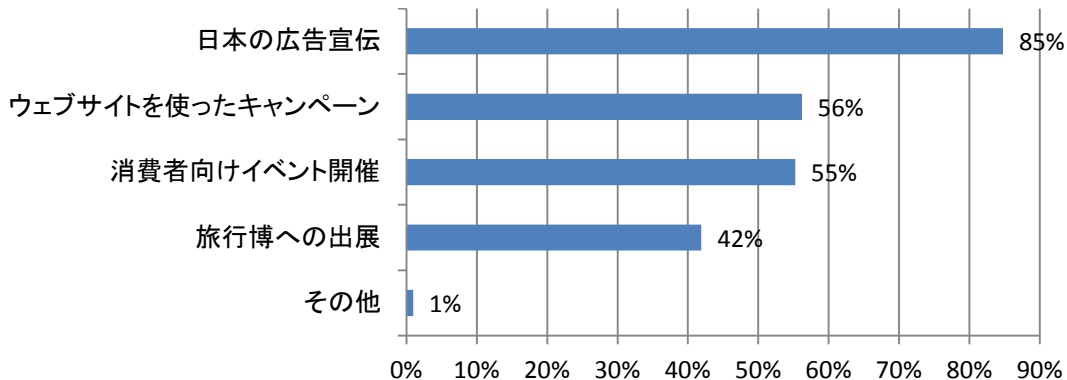
## 5. 日本側に期待する訪日旅行促進事業

訪日旅行促進のため、日本にどのような事業の実施を期待するかを、一般消費者向けの施策、旅行業界向けの施策に分けて、複数回答で尋ねた。

### 【一般消費者向け施策】

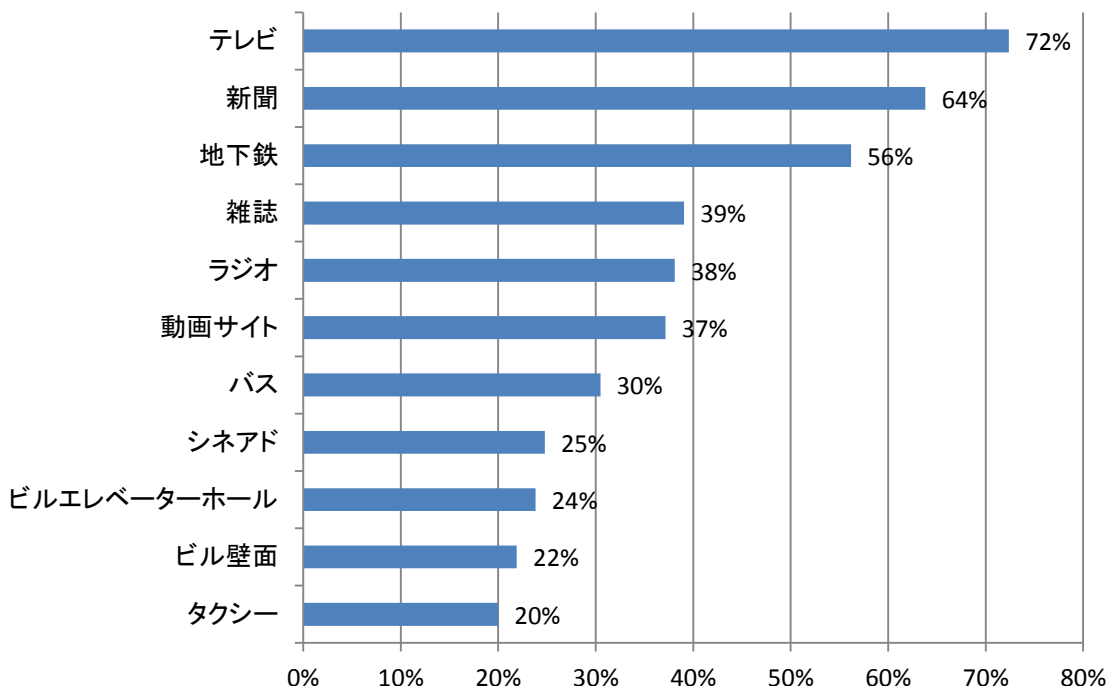
1位が「日本の広告宣伝」で85%、2位が「ウェブサイトを使ったキャンペーン」、3位が「消費者向けイベントの開催」で、殆どの社から旅行目的地としての日本の認知度向上のための広告宣伝が期待された。

[図11] 日本に求める一般消費者向け訪日旅行促進事業(複数回答)



また、「日本の広告宣伝」の手法については、伝統的メディアであるテレビ(72%)が1位、新聞(64%)が2位であった。交通広告・屋外広告では地下鉄(56%)が最も高く、近年影響力が拡大している動画サイト(37%)についても期待が大きかった。

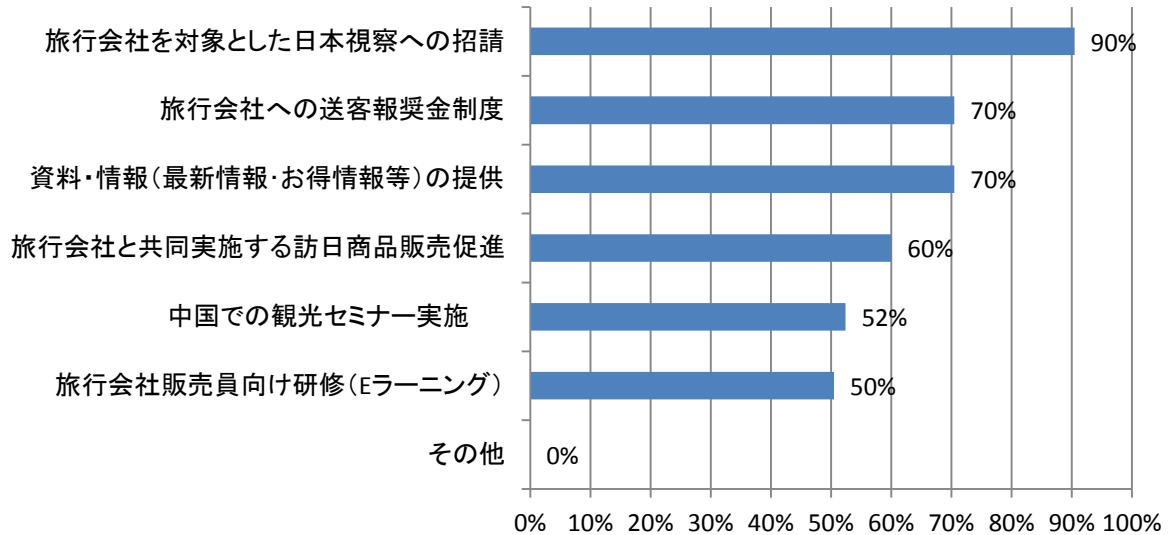
[図12] 日本に求める一般消費者向け広告宣伝手法(複数回答)



## 【旅行業界向け施策】

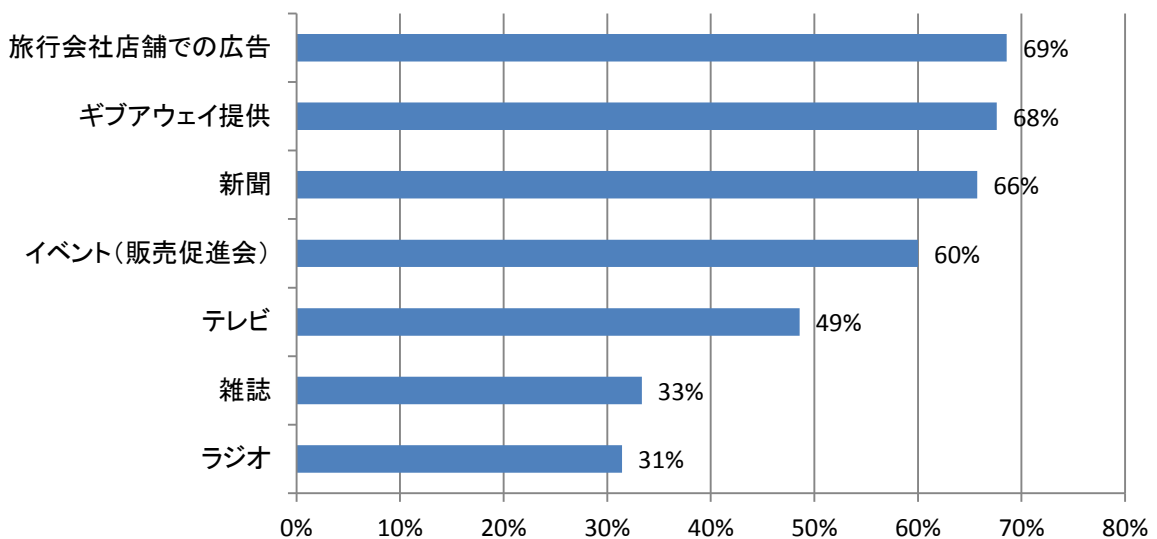
1位が「旅行会社を対象とした日本視察への招請」で90%、2位が同率で「資料・情報の提供」(70%)と「送客報奨金制度」(70%)であった。旅行商品造成のための視察機会や情報提供の期待が多く寄せられた。

[図13] 日本に求める旅行業界向け訪日旅行促進事業(複数回答)



旅行会社と共同実施する訪日商品販売促進の手法としては、旅行会社店舗での広告、ギブアウェイ提供、新聞広告、イベント(販売促進会)の順で多かった。

[図14] 日本に求める共同実施する販売促進の手法(複数回答)



## 6. 総括

2013年の訪日中国人数は、上半期の落ち込みにより前年比7.8%減の131万人となった。しかしながら、2013年9月以来、直近の2014年3月まで7ヶ月連続で各月の過去最高を更新しており、旺盛な訪日需要が戻っていることは間違いない。こうした状況下で行われた今回の調査では、2014年の各社の取り扱う訪日旅行について、過去最高の実績を見込むとの回答が85%に達する等、軒並み肯定的な見通しが強く表れる結果となった。

一方、訪日需要の確実な増大に伴って、日中間航空路線の新規就航や、2,000～3,000人規模の集客力を有するクルーズの日本寄港等、日中間の輸送能力が増強されている反面、日本国内の宿泊施設、バスの確保が難しく、需要を取り逃しているとの指摘が中国各地の多くの旅行会社から聞かれた。

日本国内の目的地では、定番のゴールデンルート、北海道、沖縄に加え、九州や中部・北陸に対しても、徐々に旅行会社の取り組み意欲が高まっている。また、東京、関西の伸長は、訪日リピーターの拡大、消費者の個人旅行志向の高まりを表すと共に、旅行会社の訪日個人旅行への取り組み姿勢の高まりも感じさせる。

訪日旅行のテーマとしては、桜、温泉、ショッピングが不動のトップ3を占めた。日本の四季への関心は定番といえるものの、今年は特に、紅葉、スキー・雪遊びへの関心が高まっており、桜に次ぐ訴求ポイントとして注目される。また、クルーズ旅行は、船内のエンターテイメント、滞在中の移動の容易さ、安価なツアー価格、荷物制限がなくショッピングが楽しめる点、等が人気で、中国人海外旅行の一形態としての地位を築いており、その人気は、出港する沿海都市のみならず、内陸都市にも及んでいる。

日本以外の海外旅行目的地では、韓国が、査証要件、韓国ドラマ人気、多数の格安航空便・クルーズ船等の要因で、団体・個人とも最も人気になるとの見込まれている。更に、豪州・ニュージーランド、欧州等の長距離目的地も人気が見込まれており、中国人アウトバウンドの取り込みに向けた国際競争は一層激しさを増している。

**3. 2014年に御社が販売に力を入れる目的地を教えてください。(複数回答可)**

- 定番ルート  東京  中部・北陸(\*)  関西  北海道  九州  沖縄  
 その他( )

\*名古屋・高山・白川郷・富山・金沢・長野等(例:昇龍道ツアー)

**4. 2014年の御社の訪日旅行の取扱人数は過去最高を上回るとおもいますか?**

- 過去最高を上回る  過去最高と同程度  過去最高には及ばない

【参考】訪日外客数

2010年:141万人

2012年:143万人

2013年:131万人

<以下に理由を記入してください>

**5. 2014年に増加が期待出来る訪日旅行のテーマは(複数回答可)?**

- 温泉  美食  桜の花見  秋の紅葉  ゴルフ  スキー・雪遊び  
 ショッピング  テーマパーク  マンガ・アニメ  産業・環境観光  医療観光  
 美容・ファッション  自然・リゾート  教育旅行  伝統文化  スポーツ観戦  
 アート(芸術)  鉄道旅行  クルーズ旅行  その他( )

**6. 2014年、団体旅行の目的地として人気となる国・地域はどこだと思いますか?(複数回答可)**

- 日本  韓国  香港・マカオ  台湾  タイ  シンガポール  マレーシア  
 カンボジア  豪州・ニュージーランド  欧州  米国・カナダ  
 ビーチリゾート(モルディブ、プーケットなど)  その他( )

**7. 2014年、個人旅行の目的地として人気となる国・地域はどこだと思いますか?(複数回答可)**

- 日本  韓国  香港・マカオ  台湾  タイ  シンガポール  マレーシア  
 カンボジア  豪州・ニュージーランド  欧州  米国・カナダ  
 ビーチリゾート(モルディブ、プーケットなど)  その他( )

**8. 日本側に期待する訪日客促進事業(複数回答可)**

【一般消費者向け】

- 消費者向けイベント開催(イベント会場等)  
 ウェブサイトを使ったキャンペーン(微博でのプレゼントキャンペーン、情報発信等)  
 旅行博への出展  
 日本の宣伝広告

特にどの媒体を期待しますか?

- テレビ  ラジオ  新聞  雑誌  地下鉄  バス  タクシー  ビル壁面  
 ビルエレベーターホール  シネアド  動画サイト  
 その他( )

【旅行業界向け】

- 旅行会社と共同実施する訪日商品販売促進

特にどの内容を期待しますか?

- テレビ  ラジオ  新聞  雑誌  旅行会社店舗での広告  イベント(販売促進会)  
 ギブアウェイ提供  
 旅行社への送客報奨金制度  
 中国での観光セミナー実施  
 旅行社販売員向け研修(Eラーニング)  
 旅行社を対象とした日本視察への招請  
 資料・情報(最新情報・お得情報等)の提供  
 その他( )