

# 大衆点評2025国慶節レポート

美团・大衆点評について

2025国慶節大衆点評から見る中国人観光客最新訪日状況

2025年国慶節大衆点評キャンペーン紹介

大衆点評事業部

2025年10月



# 美团・大衆点評について

中国をリードするライフサービスEコマースプラットフォーム「美团」  
消費者と販売者をつなぐテクノロジーを駆使し、「食べる」「遊ぶ」「ショッピング」をはじめとした生活に関わる多くの店舗情報を提供しユーザの生活がよりよくなるサービスを提供しています。

店舗へ

家へ

## Consumer Decision Making Guide

より良いライフスタイルを|美味、楽しいを共有



美团

## Daily trading platform

事、宿泊、旅行、買い物、娯楽など200以上



# ユーザは美团・大衆点评を使用し日本エリアで何ができるのか



## 食べる

- ・人気レストラン検索
- ・オススメ料理表示
- ・無料席予約
- ・店舗口コミ見比べ
- ・営業時間など情報表示
- ・店舗地図誘導



- ・人気ホテル検索
- ・オンラインホテル予約
- ・店舗口コミ見比べ
- ・営業時間など情報表示
- ・店舗地図誘導

## 泊まる



## 買い物

- ・人気ショッピングスポット検索
- ・お得クーポンダウンロード、使用
- ・店舗口コミ見比べ
- ・営業時間など情報表示
- ・店舗地図誘導



- ・人気観光スポット検索
- ・オンラインチケット購入
- ・店舗口コミ見比べ
- ・営業時間など情報表示
- ・店舗地図誘導



## 遊ぶ

**2025年1～3月期における訪日中国人の月平均数は78.8万人に対し、  
「大衆点评」では、同期間の日本エリアにおける月間アクティブユーザー（MAU）が  
平均49.4万人にのぼり、訪日中国人の62%以上が活用していることが分かっています。**

# 2025国慶節大衆点評から見る 中国人観光客最新訪日状況

## 国慶節期間中国からのアウトバウンドエリアでみる傾向



香港・マカオを除くと、人気の旅行先は主に日本、シンガポール、韓国、タイ、マレーシアの5か国に分布しています。

### <エリア別人気訪問地TOP10 >

1. 香港
2. マカオ
- 3. 東京**
- 4. 大阪**
5. シンガポール
6. バンコク
7. ソウル
8. 京都
9. クアラ・ Lumpur
10. チェジュ島



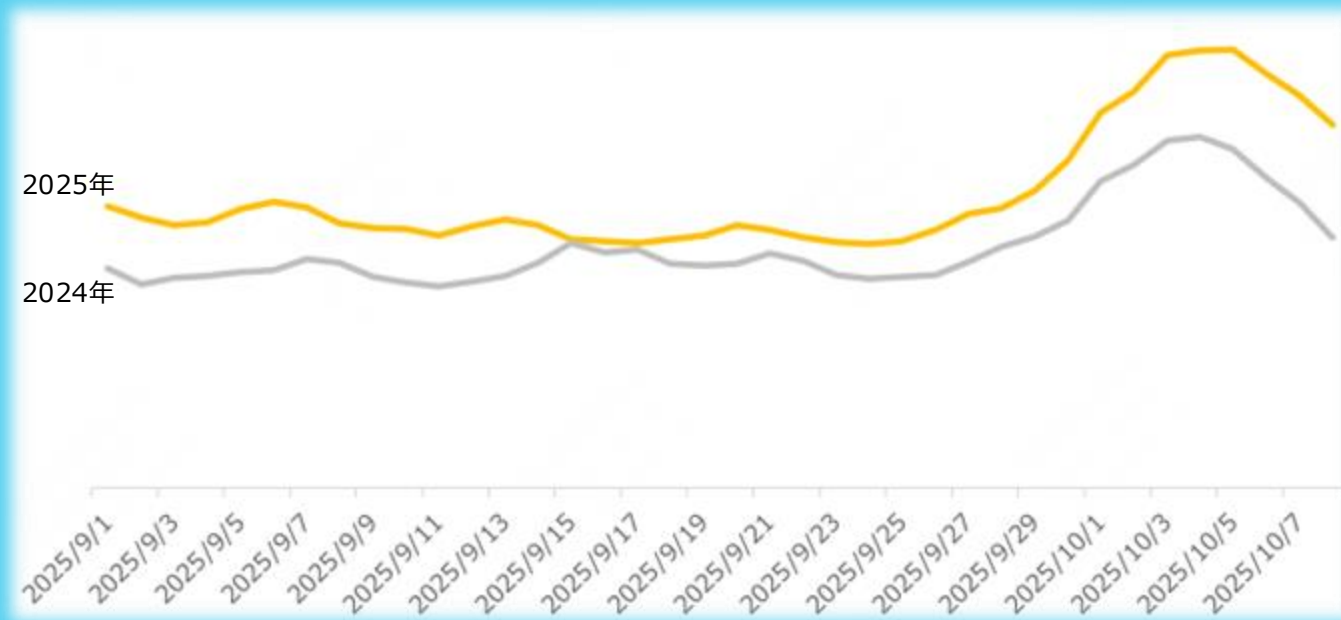
# 国慶節期間大衆点评日本エリアページ閲覧数推移



2025年度の国慶節長期休暇は中秋節が重なり10月1日～10月8日まで8連休となりました。

日本エリア2025年国慶節期間ユーザ数は**2024年と比べて顕著に増加しました。**

10月4日、5日にピークを迎えており、国慶節期間の日本エリアでのユーザ数は前年同期比で**1.3倍**となりました。



国慶節期間  
日平均DAU  
前年比増加

24%+

国慶節期間  
店舗ページ平均訪問時間  
前年比増加

22%+

## 国慶節期間中国人の日本エリア人気訪問先



並び順位から見ると、関西エリア全体として盛り上がりを見せており、特に神戸は初めて福岡や名古屋を上回りました。

また、国慶節の時期には、南の沖縄でも、北の札幌でも高い人気を集めています。

### <日本人気訪問地TOP10>

1. 東京
2. 大阪
3. 京都
4. 神戸 🔥
5. 福岡
6. 名古屋
7. 沖縄
8. 横浜
9. 千葉
10. 札幌



Welcome to Japan!

## 国慶節期間中国人の日本エリア人気訪問先



先月同時期におけるユーザの増長率（総数ではない）を比較したところ、ポテンシャルエリアとして日本海側、青森、鹿児島など新しい都市発掘の意向が確認できます。初めての方ではなく、2回目3回目リピーターの方が多く増えています。

### <日本エリアポテンシャルエリアTOP10>

1. 沖縄(宮古島)
2. 島根
3. 愛媛 (松山)
4. 青森
5. 鳥取
6. 兵庫 (姫路)
7. 和歌山 (白浜)
8. 鹿児島
9. 山口
10. 宮崎



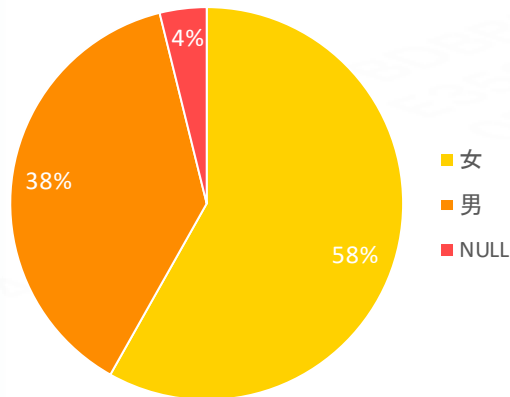
Welcome to Japan!

# 国慶節期間訪日中国人観光客の変化

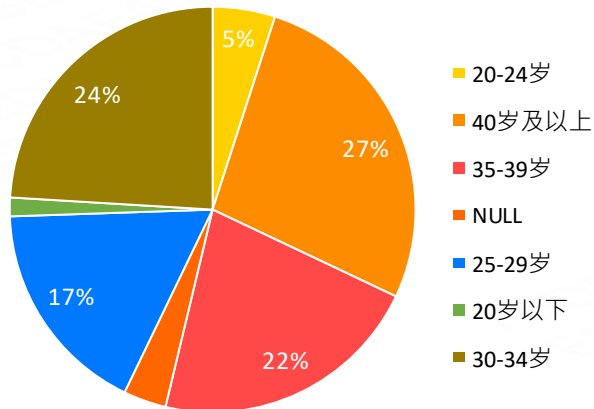


国慶節期間の訪日中国人観光客は、女性が58%と男性を上回り、30～40代を中心とした比較的成熟した世代が多い傾向にあります。居住地では上海が32.4%と最も多く、次いで北京、深圳、広州、杭州が続き、経済的に豊かな都市部在住者が訪日旅行を牽引しています。

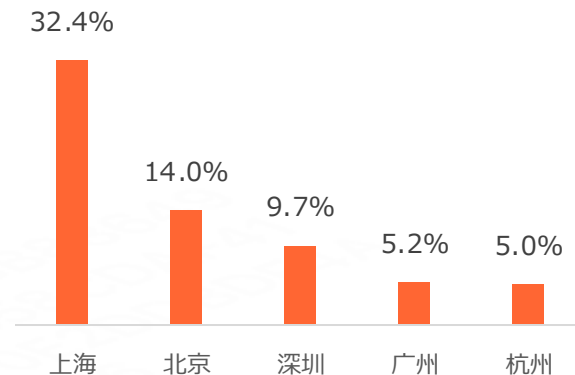
性別



年齢



居住エリアTOP5



# 国慶節期間日本エリアでの検索キーワードTOP10



- ・ 飲食カテゴリー：すき焼き、焼き鳥、コーヒーが上昇傾向
- ・ ショッピングカテゴリー：高島屋、オニツカタイガーが上昇傾向
- ・ 観光・体験カテゴリー：マッサージ、温泉、アンパンマンミュージアムが上昇傾向

## 飲食カテゴリー

| No | 关键词  | キーワード<br>(日本語訳) |
|----|------|-----------------|
| 1  | 拉面   | ラーメン            |
| 2  | 烤肉   | 焼肉              |
| 3  | 寿喜烧  | すき焼き 🔥          |
| 4  | 烧鸟   | 焼鳥 🔥            |
| 5  | 寿司   | 寿司              |
| 6  | 咖啡   | コーヒー 🔥          |
| 7  | 一兰拉面 | 一蘭ラーメン          |
| 8  | 鳗鱼饭  | うな重             |
| 9  | 鸟贵族  | 鳥貴族             |
| 10 | 居酒屋  | 居酒屋             |

## ショッピングカテゴリー

| No | 关键词      | キーワード<br>(日本語訳) |
|----|----------|-----------------|
| 1  | 高岛屋      | 高島屋 🔥           |
| 2  | 唐吉诃德     | ドン・キホーテ         |
| 3  | montbell | montbell        |
| 4  | 药妆店      | 薬局・ドラッグストア      |
| 5  | 大丸百货     | 大丸百貨            |
| 6  | 超市       | スーパー            |
| 7  | 鬼冢虎      | オニツカタイガー 🔥      |
| 8  | 优衣库      | ユニクロ            |
| 9  | 始祖鸟      | アークテリクス         |
| 10 | 三宅一生     | イッセイミヤケ         |

## 観光・体験カテゴリー

| No | 关键词     | キーワード<br>(日本語訳) |
|----|---------|-----------------|
| 1  | 按摩      | マッサージ 🔥         |
| 2  | 银座      | 銀座              |
| 3  | 日本环球影城  | USJ             |
| 4  | 温泉      | 温泉 🔥            |
| 5  | 心斋桥     | 心斎橋             |
| 6  | 梅田      | 梅田              |
| 7  | 浅草寺     | 浅草寺             |
| 8  | 秋叶原     | 秋葉原             |
| 9  | 新宿      | 新宿              |
| 10 | 面包超人博物馆 | アンパンマンミュージアム 🔥  |

# 国慶節期間日本エリアでの検索キーワードショッピング篇



ユーザーの需要性から見ると、百貨店は依然として欠かせない買い物の場であり、ただ2024年高級ブランドに対する需要は、徐々にセレクト系アパレルブランドへと変わっています。同時に、24時間営業の総合型店舗やドラッグストア、コンビニエンスストアへの需要も高水準を維持しています。

| No | 关键词      | キーワード<br>(日本語訳) | No | 关键词       | キーワード<br>(日本語訳) |
|----|----------|-----------------|----|-----------|-----------------|
| 1  | 高岛屋      | 高島屋             | 11 | lululemon | lululemon       |
| 2  | 唐吉诃德     | ドン・キホーテ         | 12 | 松屋        | 松屋              |
| 3  | montbell | montbell        | 13 | 松本清       | 松本清             |
| 4  | 药妆店      | 薬局・ドラッグストア      | 14 | 便利店       | コンビニエンスストア      |
| 5  | 大丸百货     | 大丸百貨            | 15 | 友都八喜      | ヨドバシカメラ         |
| 6  | 超市       | スーパー            | 16 | JINS      | ジンズ             |
| 7  | 鬼冢虎      | オニツカタイガー        | 17 | keen      | keen            |
| 8  | 优衣库      | ユニクロ            | 18 | 拉夫劳伦      | ラルフローレン         |
| 9  | 始祖鸟      | アークテリクス         | 19 | parco     | パルコ             |
| 10 | 三宅一生     | イッセイミヤケ         | 20 | 无印良品      | 無印良品            |

# 最近中国若者層の流行りについて



中国で大人気の鳥貴族を日本で食べて、タワレコで自分の好きなCDを購入  
**キーワード**  
鳥貴族・タワレコ(塔店)

ジブリ動画が好きで、聖地巡礼して撮影する  
**キーワード**  
宮崎駿・ジブリ・聖地巡礼



東京へコンサートを見に来て、弾丸ツアーした攻略  
**キーワード**  
コンサート・推し活



二次元目的で日本へ旅行、ショッピング&飲食の旅行記録  
**キーワード**  
二次元・グッズを買う(吃谷)



# 最近中国若者層の流行りについて

中国語と日本語はいずれも漢字を使用するため、  
近年では若者の間で**日本語の単語をそのまま中国語化して使う**傾向が見られます。  
文字のないカタカナであっても、**発音の近い漢字を当てて表記する**ケースが増えています。  
「手作（手作り）、無料（無料）、配信（配信）、特典（特典）などよく最近の投稿で見られています。



「吧唧」 = 「バッジ」



「推活」 = 「推し活」



「谷子」 = 「グッズ」

「谷子」という言葉は、日本語の「グッズ」から音訳されたものです。  
「吃谷」は、中国のオタク文化の中で派生した独自の表現で、「グッズを買う」という意味です。  
さらに、「吃谷就不吃五谷了」という言い回しもあり、  
これは「グッズにお金を使いすぎて食費（五穀）がなくなる」という意味になります。

# 2025年国慶節大衆点評キャンペーン

# 大衆点評国慶節キャンペーン



## ● 大衆点評海外旅行事業部2025年下半期S級プロジェクト：

国慶節・中秋節の中国からの旅行者がピークになる期間に旅前・旅中フェーズにて国内外の自社及び他社プラットフォームにて億単位のリソースを投入し、海外旅行需要ピークに大衆点評で提携店舗の露出を強化しました。

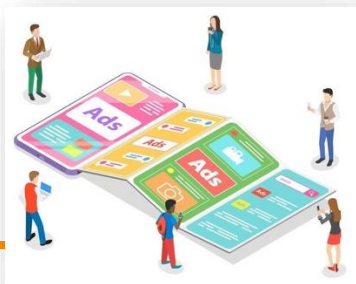
## ● 海外の加盟店と連携し、高品質なクーポン内容を提供：

ユーザーの海外旅行体験をより快適にし、加盟店のオフライン売上拡大を促進

- ✓ 大衆点評アカウントから予告
- ✓ KOCから口コミ拡散
- ✓ 国慶節キャンペーン開始

- ✓ オフライン店舗宣伝物掲載
- ✓ KOLから動画配信

- ✓ 国慶節キャンペーン本番
- ✓ KOL投稿を盛り上げる



仕込みフェーズ・第一弾  
9月16日～



拡散フェーズ・第二弾  
9月25日～

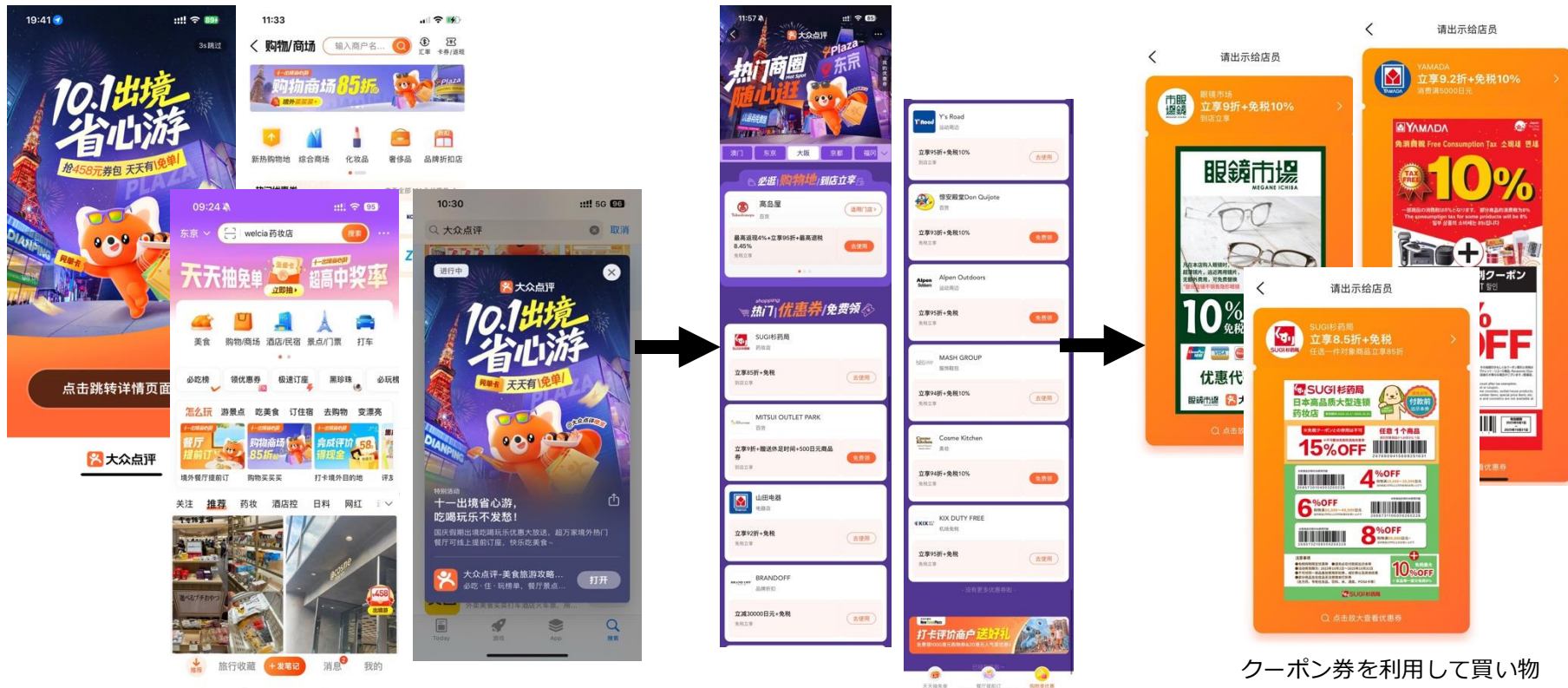


熱狂フェーズ 国慶節・中秋節期間  
9月30日～

# 大衆点評国慶節キャンペーンーアプリ内露出



東京、大阪、京都、名古屋、神戸、福岡6エリアにてキャンペーンを展開し、おすすめの限定クーポン券を紹介し、店舗へ送客します。



各エリアにて露出を強化

エリアごとにおすすめクーポン券を掲載

クーポン券を利用して買い物

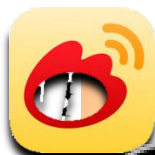
# 大衆点評国慶節キャンペーンー公式アカウント配信



外部トラフィック誘導：大衆点評の外部フォロワー総数は9,000万人以上。  
連動した広告配信により、1,000万回以上の露出が見込めます。



Wechat公式アカウント**8900w+**  
WeChat動画チャンネル**28w+**



Weibo公式アカウント**95w+**

小红书

RED公式アカウント**4w+**



# 大衆点評国慶節キャンペーンー外部宣伝



## トップ・ハイクラスKOL（フォロワー50万人以上） 専門的影響力



@C小姐的毫不费劲时髦世界



@东君小宇



@来酱在日本

現地の旅行・店舗紹介・ライフスタイル系  
インフルエンサーが発信をリード

## KOC（フォロワー5千人以上）クチコミ拡散



@高锰酸钾同学



@Alice住在东京



@那小莎

KOCや一般ユーザーによるクチコミ拡散で、  
一般人の視点から共感を喚起

## コンテンツ連携形式：ショッピング／飲食のテーマコンテンツ & 話題を盛り上げる



動画：カスタマイズされたコンテンツ  
インテグレーション

画像・テキスト：まとめ形式での掲載・言及



海外旅行／目的地関心層

海外旅行/日本旅行...

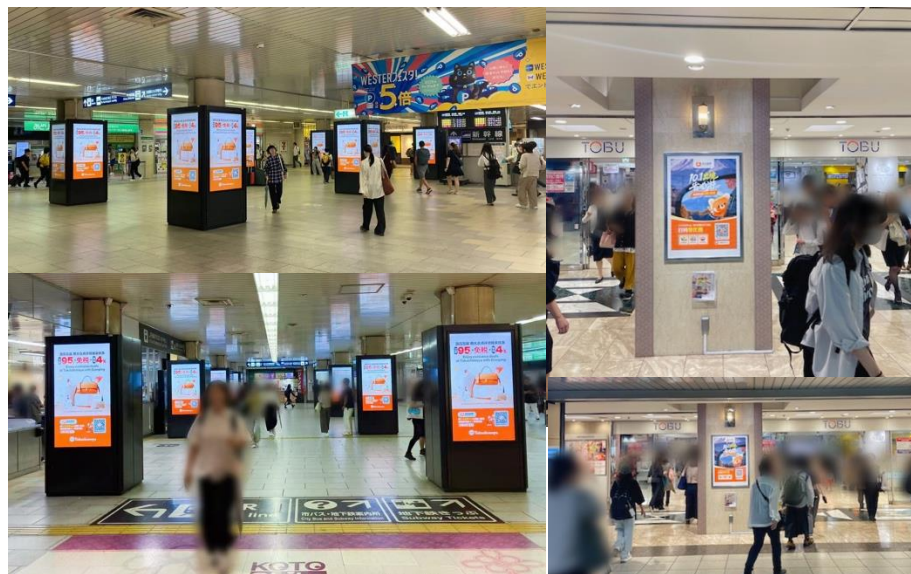
ターゲット層へのリーチ強化/  
検索キーワードでのポジショニング

# 大衆点評国慶節キャンペーンーオフライン露出

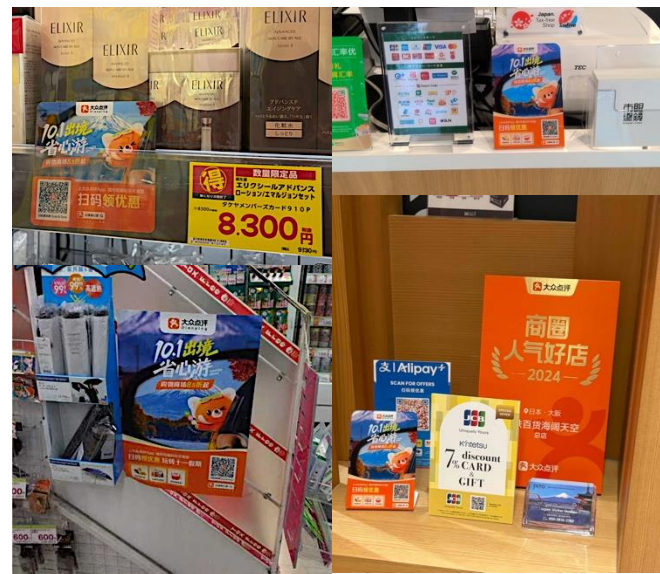


リテールがオフラインでの高品質な露出提供、プラットフォームによる高品質な独占供給を提供。  
オンラインとオフラインの連動により、旅行中の市場を的確に捉え、ユーザーへ精度高くリーチ。

## 駅サイネージ



## レジ周辺



# ありがとうございました。

大衆点評事業部

2025年10月

