

# 中国旅行市場・消費市場 情報共有

2024年9月内容

# 2024年 中秋節旅行狀況 (休み期間：2024/09/15~2024/09/17の3日間)

- 国際線の予約：同期より160%増、海外ホテルの予約：同期より140%増
- 中国香港/マカオ以外、バンコク、東京、大阪など近距離の国が人気海外旅行目的地
- 国内旅行：延べ旅行者数約1億人、2019年同期に比べ6.3%増、満月を楽しむテーマが人気



2024中秋假期  
**国际机票**预订热度  
 同比增长超过**160%**  
**国际酒店**预订热度  
 同比增长近**140%**

## 2024中秋假期热门出境旅游目的地

- |        |       |
|--------|-------|
| 📍 中国香港 | 📍 大阪  |
| 📍 中国澳门 | 📍 新加坡 |
| 📍 曼谷   | 📍 首尔  |
| 📍 东京   | 📍 迪拜  |
| 📍 吉隆坡  | 📍 普吉  |

## 2024中秋假期热门国际航线

- 📍 广州-曼谷
- 📍 青岛-首尔
- 📍 成都-曼谷
- 📍 北京-东京
- 📍 广州-金边



# 2024年 国慶節旅行狀況予測 (休み期間：2024/10/1~2024/10/7の7日間)

- 国慶節期間中の国内線、国際線チケット代は昨年同期より20%低、その中、日本、シンガポールなどは30%低
- 海外旅行目的地の中、日本はNo.1  
それ以外はタイ、韓国、マレーシア、ベトナム、オーストラリア、イギリス、シンガポール
- 国内旅行：子連れ旅行、大混雑の状況が予想される
- 海外旅行：コスパ重視（特に移動、宿泊）



# 中国発国際線：日本行き発着便数がNo.1

- 2024年36週目（9月2日～9月8日）の中国から日本行き：1065便/週、2019年同期の83.5%まで回復
- 現在の国際線便数のNo.1となっている

2024年第36週目主要国／地区のフライト状況					
第36周   9.02-9.08					
排序	目的地	本周出港航班	较上周变化	2019年同期	回復率
1	日本	1065	1	1275	83.53%
2	韓国	1036	-7	1097	94.44%
3	タイ	757	-101	1248	60.66%
4	香港（中国）	533	-133	711	74.96%
5	マレーシア	449	-19	376	119.41%
6	シンガポール	397	-30	374	106.15%
7	台湾（中国）	303	0	599	50.58%
8	ベトナム	276	-19	346	79.77%
9	ロシア	200	7	255	78.43%
10	マカオ（中国）	164	-91	291	56.36%
11	インドネシア	130	2	166	78.31%
12	イギリス	118	-1	90	131.11%
13	オーストラリア	104	1	130	80.00%
14	アラブ首長国	95	-7	102	93.14%
15	カンボジア	93	-1	312	29.81%
16	アメリカ	89	2	347	25.65%
17	フィリピン	85	-12	211	40.28%
18	ドイツ	85	0	102	83.33%
19	フランス	57	-1	96	59.38%
20	カナダ	10	0	111	9.01%

統計来源 | 全球机场局 & 航班管家DAST 头条 @全球机场局

# 海南島 離島免税店、販売額減少気味

- 海南島離島免税店の販売額が減少傾向  
考えられる原因：転売ヤーの規制、海外旅行の好調、円安の影響など
- 今後のインバウンド（中国旅行・買い物）に対する期待値が高い



# Onitsuka Tiger、中国内陸展開

- Onitsuka Tiger NIPPON MADE™ シリーズが中国へ初進出
- Onitsuka Tigerは現在中国の若い女性の中で大人気、SNS上も「上海は鬼の靴ばかり」などの書き込みが多い



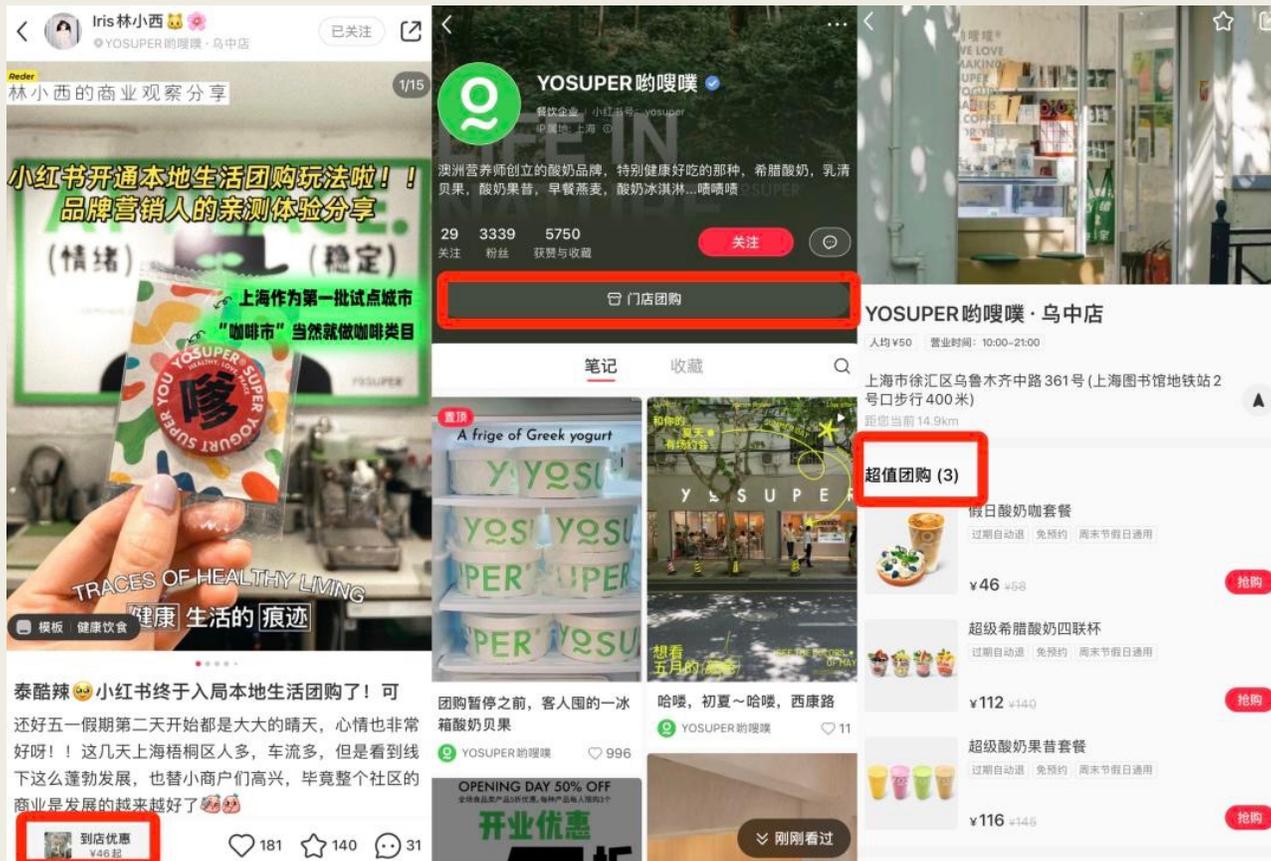
# 中国の若者：「反精致（オシャレの反対面）」が流行

- 都心部ではお洒落な店が多すぎるため、素の生活が懐かしくなる若者において「反精致」というスタイルが流行り出した
- 店舗のデザインが雑、環境雰囲気がかたいなど、現在お洒落なスタイルと真逆な店舗がヒット
- 車で来店しないで自転車で来店の場合、カフェお代わり自由などを強調する店もある



# トピック：RED、現地生活サービス・O2O事業へ注力

- 中国本土、現地生活サービス&O2O事業の競争が激しい中、RED社も参入
- 中国の若者が最も使われるソーシャルプラットフォームとして、49都市にて事業展開予定
- 2025年の中国現地生活サービス市場規模が2.5万億元を超える予測のなか、RED社の取り組みが注目されている



# MISSION

日本の素晴らしいモノ・文化・精神・技術を  
様々なメディアと手法を通して中国市場へ発信し  
クライアントと一緒に日本の素晴らしさを多くの人に伝える

会社名	株式会社 BRAND JAPAN
代表者	代表取締役 李 思萱
所在地	東京都千代田区丸の内1-6-2 新丸の内センタービル21階
Webサイト	<a href="http://www.brandjapan.net">www.brandjapan.net</a>
業務連絡先	<a href="mailto:project@brandjapan.net">project@brandjapan.net</a>