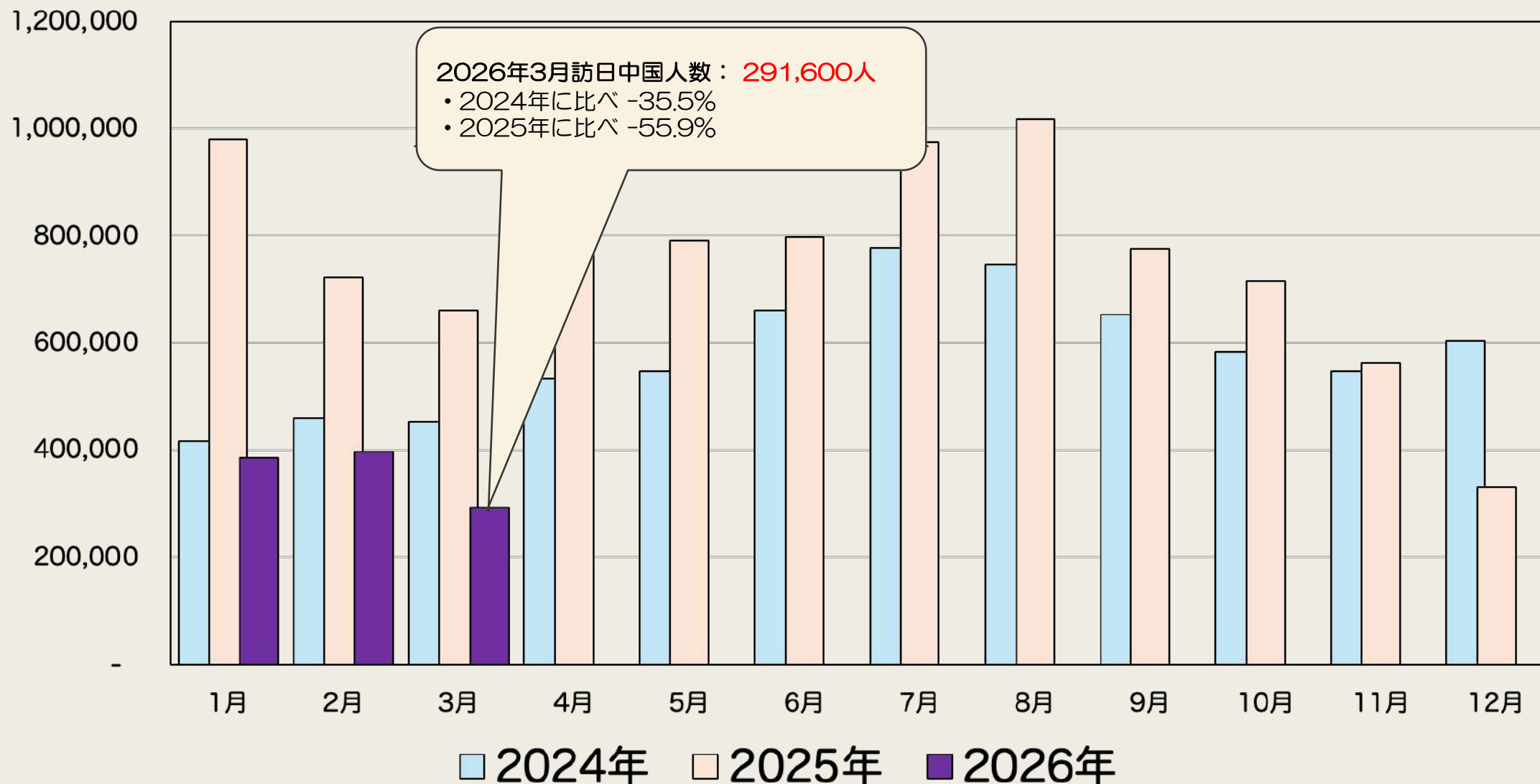


# 中国旅行市場・消費市場 情報共有

2026年4月内容

# 2026年3月 訪日中国者数

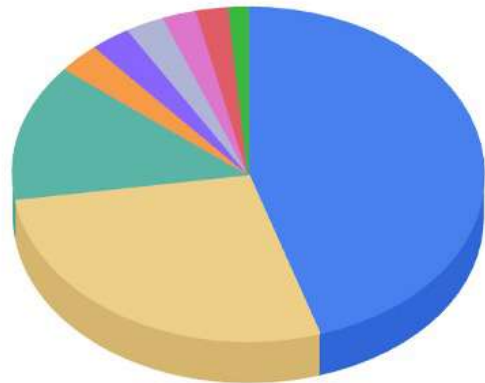
2024年・2025年・2026年 訪日中国人数



# 2026年 第16週 (4/13~4/19) 国際線状況

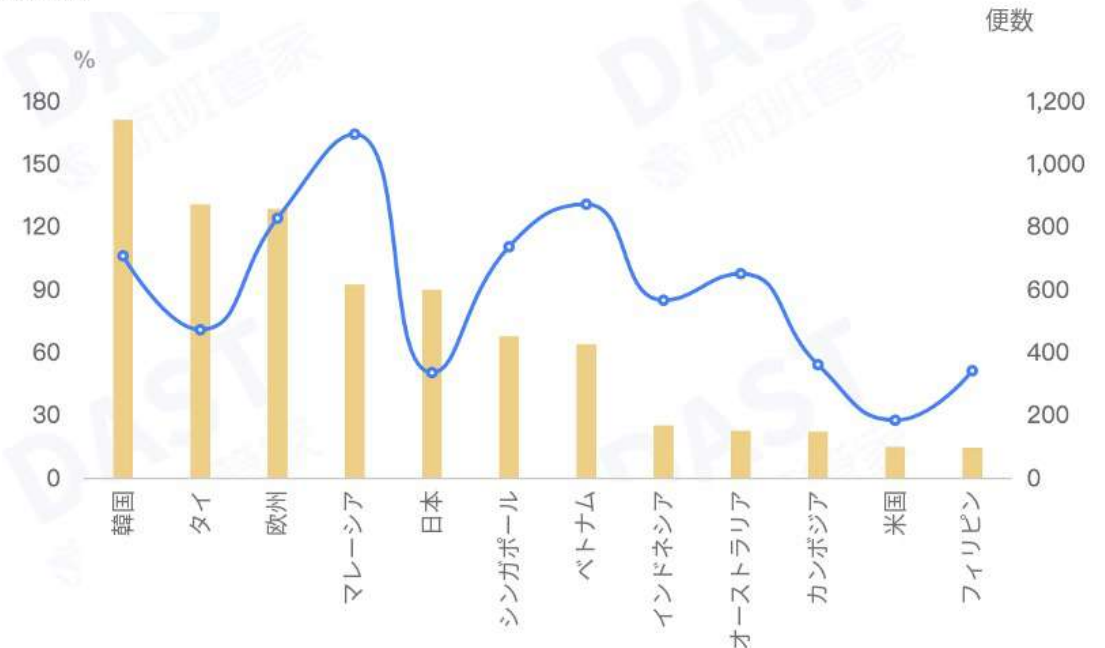
- 日中発着便数が579便/週、低迷状態が継続している
- 2026年 春・夏ダイヤ計画に大幅の増便計画なし

### 2026年第16週国際出発便の目的地地域別構成比



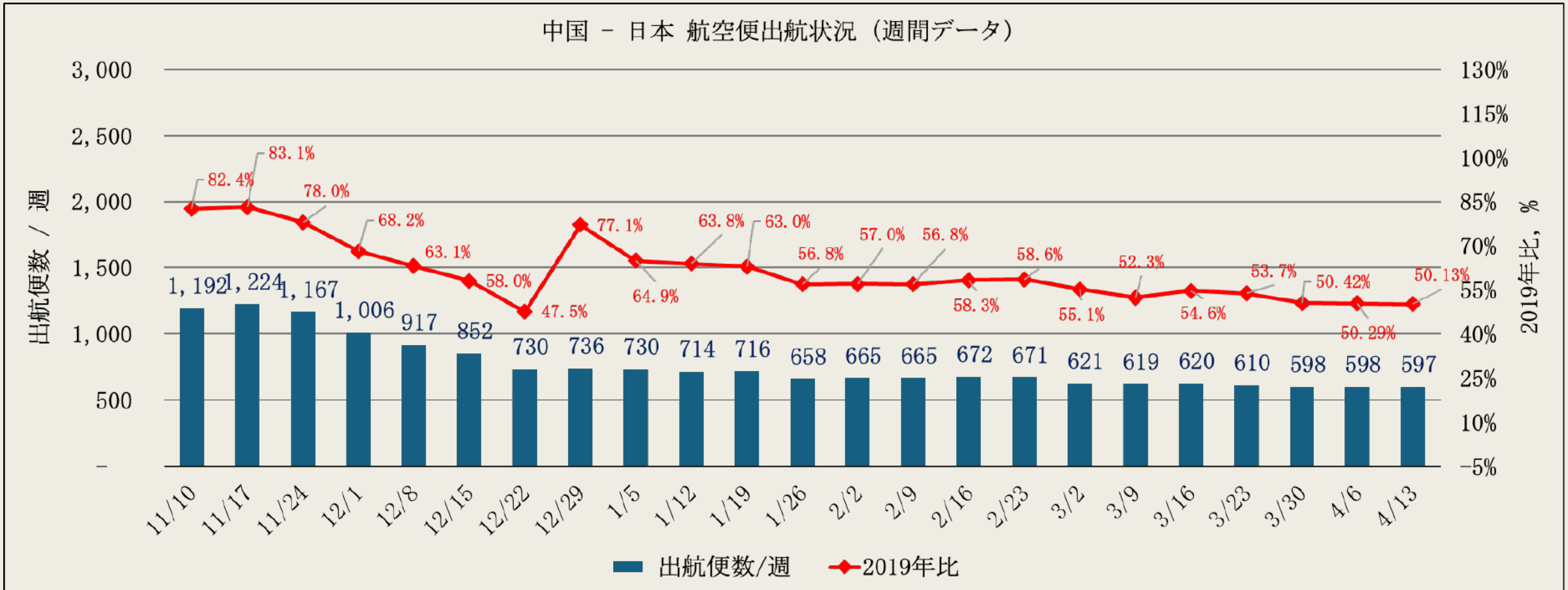
### 2026年第16週中国発主要国・地域向け便数と回復率

回復率 前年同期便数



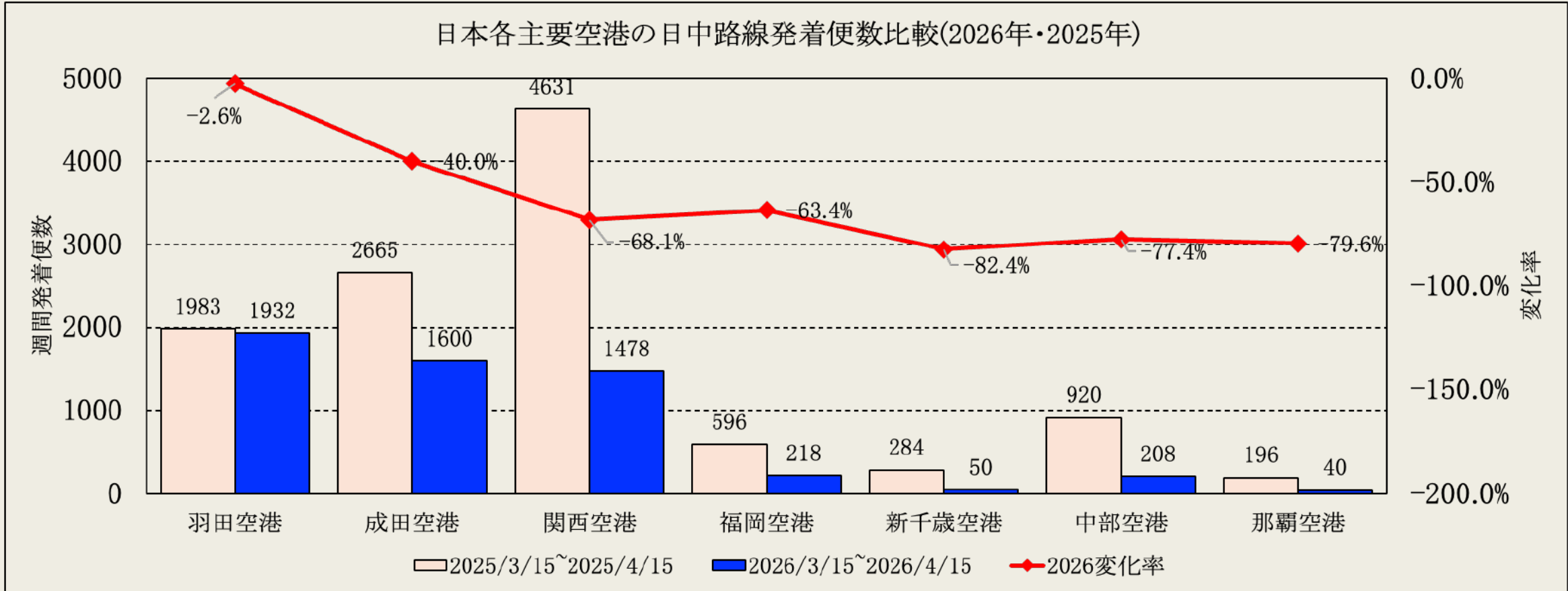
# 直近 中国 - 日本出航便の状況まとめ - 2026/4/23時点

- 2026/4/23までも日中発着便数は低迷の状態が継続している
- 桜シーズンの増便が見れず、チケット代金は高騰



# 直近 中国 - 日本出航便の状況まとめ - 桜シーズン比較

- 2025年・2026年の桜シーズン（3月15日～4月15日）の日本空港発着便数比較  
羽田空港：ほぼ変わらず、 成田空港：40%減、 関西空港：68.1%減、



# 直近 中国 - 日本出航便の状況まとめ - 2026/4/23時点

- 桜シーズン中、中国から日本行きのチケット代が高騰
- 例：4/6、上海→成田 エコノミ 片道10,073元(約23.5万円)
- 4/9、上海→成田 エコノミ 片道8,053元(約18.8万円)

The image displays three screenshots of a flight search interface. The first screenshot shows search results for the Shanghai to Tokyo route on April 6th (04-06). A red box highlights the flight MU521 (Shanghai Pudong to Narita) with a price of ¥10,073. The second screenshot shows results for the same route on April 9th (04-09), with a red box highlighting flight MU539 (Shanghai Pudong to Narita) at ¥8,053. The third screenshot shows results for the Shanghai to Osaka route on April 10th (04-10), with a red box highlighting flight FM821 (Shanghai Pudong to Kansai) at ¥3,073. Each screenshot includes flight details such as departure/arrival times, airlines, aircraft types, and cabin classes.

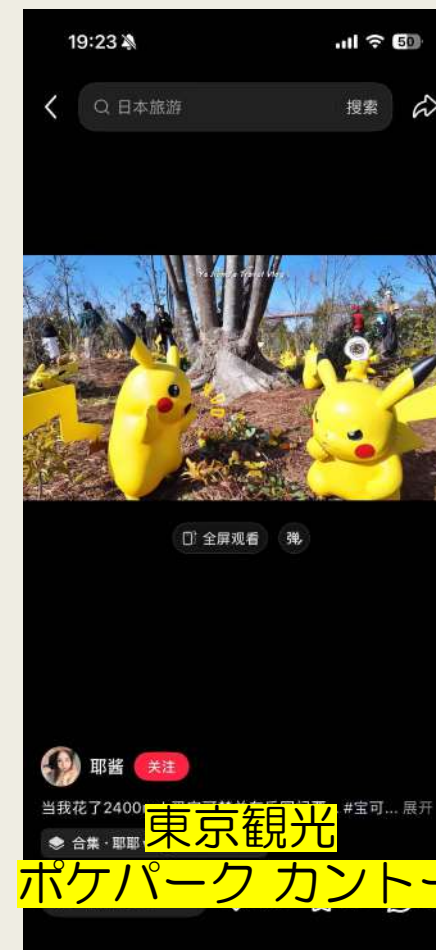
# 中国系航空会社の乗継需要拡大で日本路線の意味も変化

- 中東情勢や飛行ルート of 優位性を背景に、中国系航空会社が乗継需要を取り込みつつある
- 上海発東京・大阪線では、乗継需要を見込んだ大型機材の投入が増えている
- 中国経由の移動客は、乗継中の消費につながる可能性もある
- 訪日需要を見る際は、単純往復だけでなく乗継需要も視野に入れる必要がある



# 訪日観光、屋外アクティビティの活発化

- 4月に訪日傾向はハイキングや街歩きなどの屋外アクティビティに加え、体験型コンテンツへの関心も継続して見られます。



# スシロー、中国本土で転売対策を強化

- 一部店舗で、予約時に携帯番号下4桁の入力と来店時の本人確認が始まった
- 背景には、待ち番号の転売や代行取得の増加がある
- スクリーンショット共有の無効化や不正予約の取消など、運用面の対策も進めている
- 人気飲食店では、予約導線や行列管理そのものが顧客体験に直結している



# 中国コーヒー市場で高価格帯ブランド再編の動き

- ラッキン（瑞幸）咖啡の大株主である大鈺（だいせい）資本が、ブルーボトルの実店舗資産を取得すると報道
- 報道によると、店舗運営は大鈺資本、消費財事業はネスレが保有を続ける構図とされている
- 中国コーヒー市場では低価格帯の競争が激化しており、高価格帯ブランドへの関心が高まっている
- 今後は価格訴求型と体験価値型の二極化がさらに進む可能性がある



# 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   | 東京都中央区日本橋人形町<br>1-17-10トラッド日本橋人形町2階                                |
| HP    | <a href="https://brandjapan.net/">https://brandjapan.net/</a>      |
| 業務連絡先 | <a href="mailto:project@brandjapan.net">project@brandjapan.net</a> |