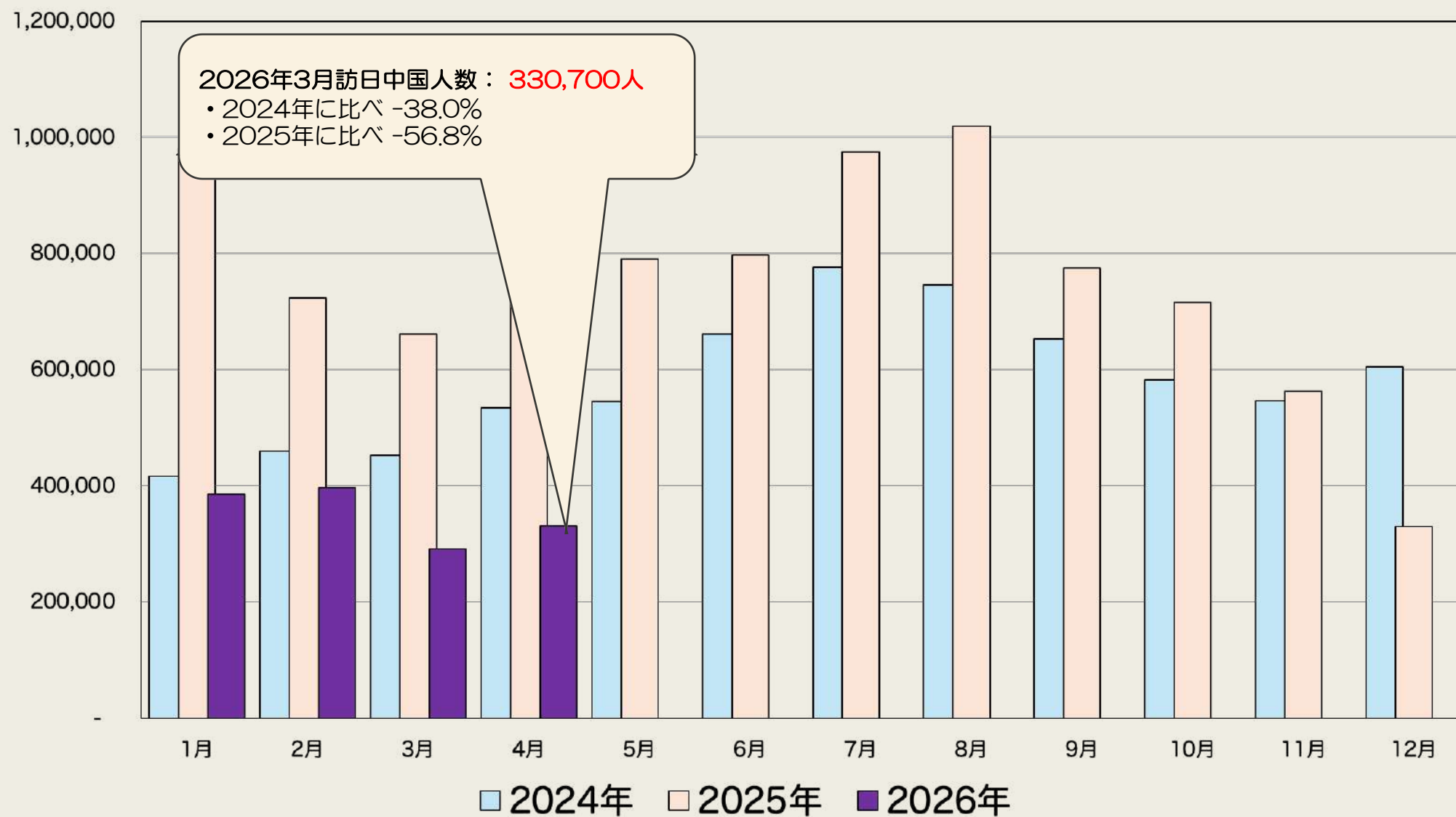


中国旅行市場・消費市場 情報共有

2026年5月内容

2026年 4月 訪日中国者数

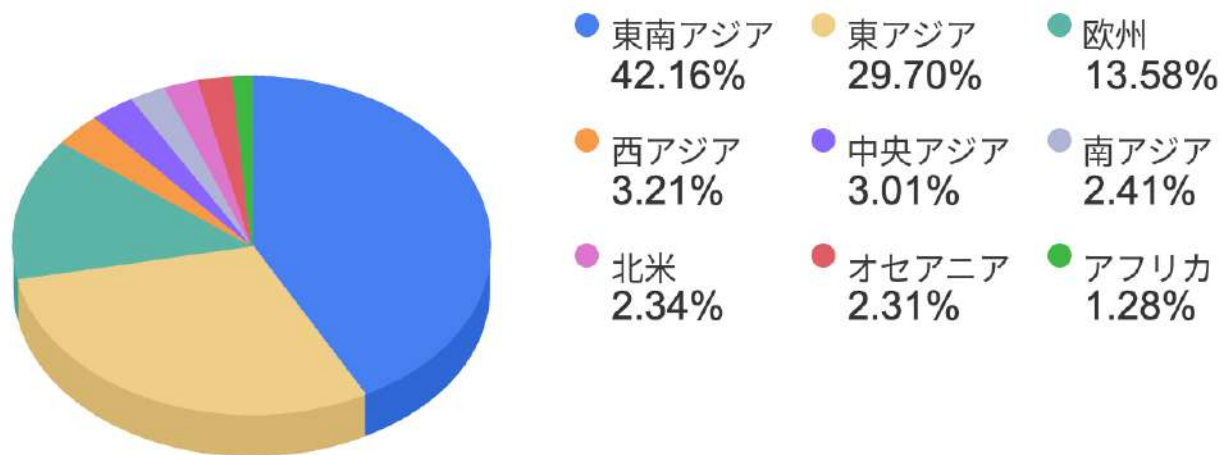
2024年・2025年・2026年 訪日中国人数



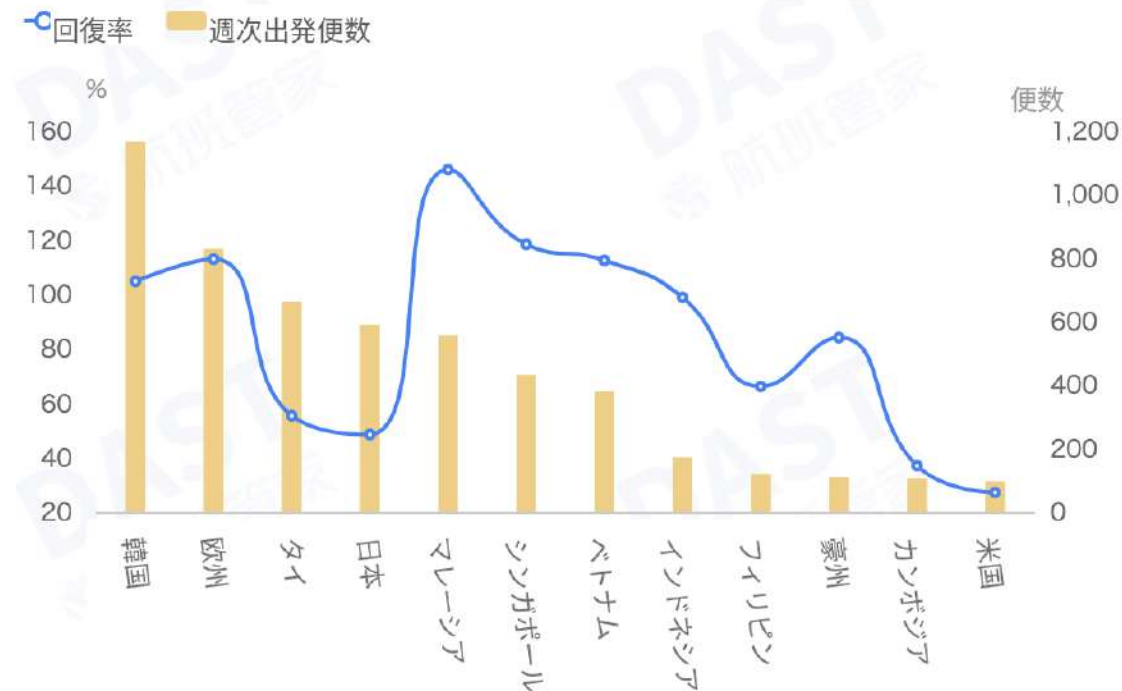
2026年 第21週 (5/18~5/24) 国際線状況

- 日中発着便数が590便/週、低迷状態が継続しているが、香港航空会社が増便計画を発表
- 香港のグレーター・ベイ社が香港↔沖縄便をほぼ1日1便の計画を7月11日から実施予定

2026年第21週国際線出発便数の地域別シェア分布

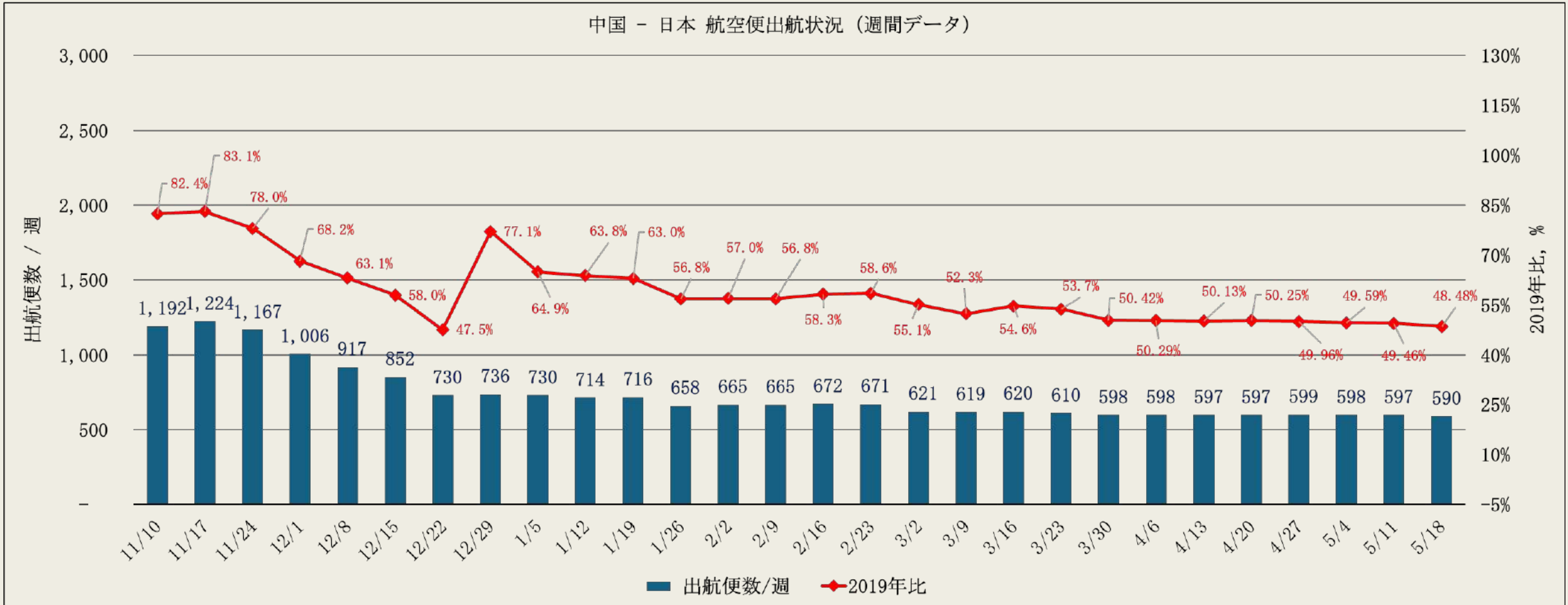


2026年第21週中国発主要国・地域向け便数および回復率



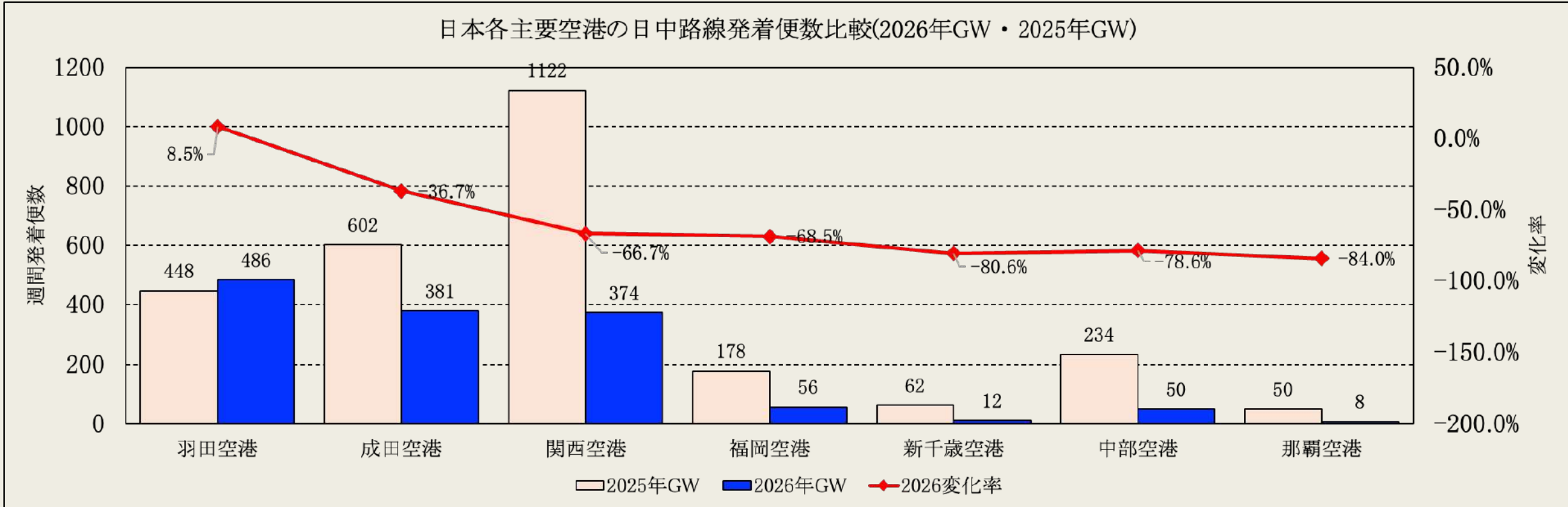
直近 中国 - 日本出航便の状況まとめ - 2026/5/25時点

- 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



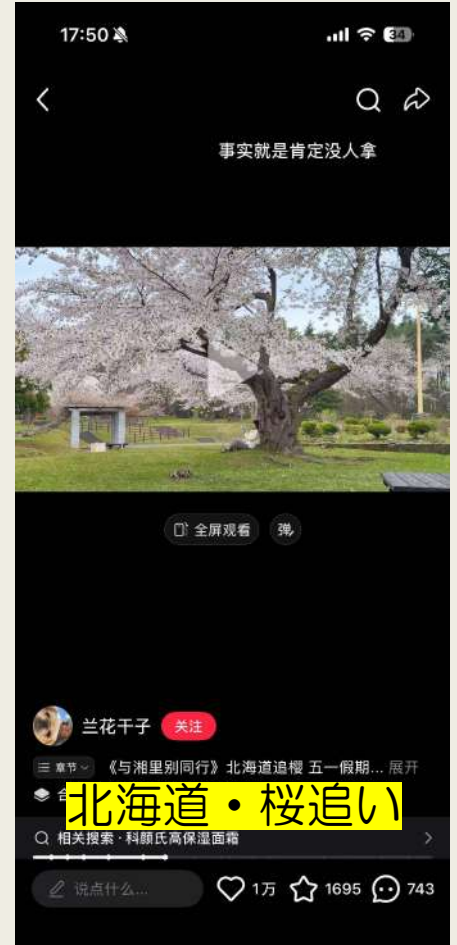
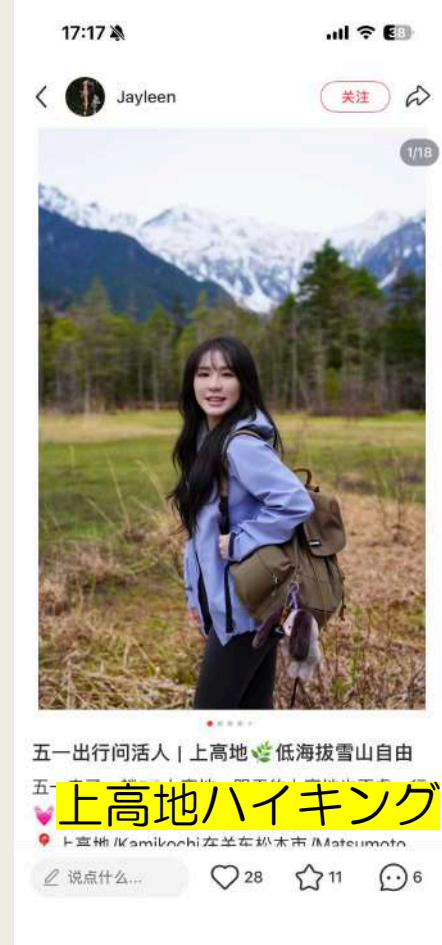
直近 中国 - 日本出航便の状況まとめ - GW期間中

- 2026年GW（4/30~5/6）の中国 - 日本発着便数が1,371便、2025年の2,808便に対して約-51.51%
- 羽田空港：8.5%増、 成田空港：36.7%減、 関西空港：66.7%減



GW期間中の訪日旅行トレンド

- GW期間中は、自然景観・地方旅行・体験型観光を中心とした旅行スタイルが多く見受けられました。



GW期間中の訪日旅行トレンド

- 「街歩き+趣味消費」を組み合わせた旅行スタイルが中国SNS上で多く見られました。



2026年 中国GWは体験型消費も拡大

- 2026年の中国GWは国内旅行者数が延べ3.25億人、消費額は1,854.92億元（4.32兆円）。
- 国家級レベル観光スポットにおいて、夜間来訪者数は延べ8,041万人、前年比6.44%増。
- 有料公演やライブ鑑賞も若年層を中心に関心が高まっている。

ヒント：訪日中国人若者は、買物だけでなく、夜景・文化・ライブ感のある体験と組み合わせた回遊興味が高い



ライブ消費は会場外のIP・ポップアップも人気

- 中国GWの有料公演チケット収入は24.76億元（577億円）、前年比14.66%増。
- 同期間に主要都市で芸能人ブランド・アイドルIPのポップアップが少なくとも18件あったと整理。
- ポップアップを「ブランド広告・ファン運営・販売への転換」を兼ねる施策として捉えている。

ライブ・IP消費で確認できる指標

※数字は各公開情報の公表値

有料公演

24.76億元
+14.66%

中国文化観光部の公表値。公演消費が中国GWで伸長。

芸能人IPポップアップ

少なくとも
18件

北京・上海・南京・長沙など主要都市に集中。

施策の性格

広告・運営・販売

単純な物販ではなく、ファン接点とブランド資産形成を兼ねる。

中国、LABUBU IP商品の生活領域化

- POP MARTは4月30日、THE MONSTERS生活家シリーズのLABUBU冷蔵庫を発売。
- 2種類を各999台限定、価格は5,999元（140,367円）。発売前の予約者数は合計6万人超と報じられている。
- 二次流通価格は短時間で大きく変動している。最高22,999元（538,140円）まで公開されている。



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	東京都中央区日本橋人形町 1-17-10トラッド日本橋人形町2階
HP	https://brandjapan.net/
業務連絡先	project@brandjapan.net