

中国旅行市場・消費市場 情報共有

2024年2月内容

国内の南北大移動：合計移動延べ人数が90億人超

- 2024年春節：合計移動延べ人口は90億人、そのうち72億人は車移動（高速無料期間あり：9日間）
- 国内航空便：8,000万人以上利用、2019年より9.8%増、2023年より44.9%増

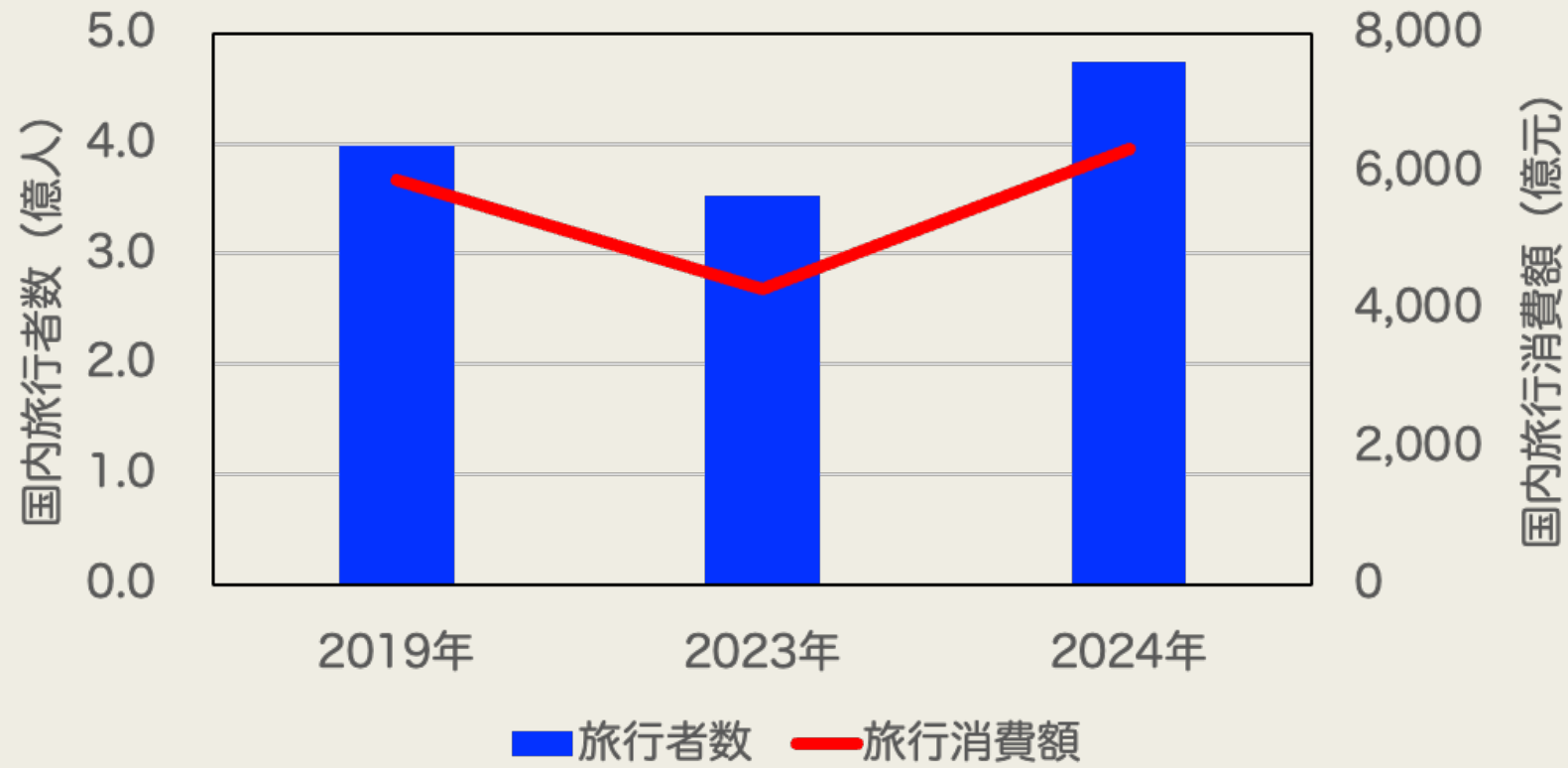


春節期間の国内旅行状況

春節休み期間：2024/2/10~2024/2/17

- 春節休み期間中、中国国内旅行者数：延べ人数4.74億人、2019年同期より19%増、2023年同期より34.3%増
- 国内旅行消費額：6326.87億元（約13.18兆円）、2019年同期より7.7%増、2023年同期より47.3%増

中国春節休み期間の国内旅行状況



春節期間終了際、旅行先から戻れない事態

- 2月18日(日)は仕事の初日のため、旅行先から大勢の人が生活地へ戻る
- 飛行機チケットが高騰すぎ、海南島から上海の片道チケットが1.4万元（約29.2万円）
- 海南島から上海へ戻るため、韓国経由を選ぶ人もいる



春節の消費傾向

- 「デジタル」「健康」「省エネ」が三大消費テーマとなっている
- 自家用だけではなく、「年貨（年賀土産）」としてプレゼントをする消費が主流
- お正月料理にも「小分け、小盛り」などの無駄遣いのないような行動も増えている

デジタル商品



健康食品



省エネの取り組み



各ECプラットフォームの消費促進

- 春節をテーマにした特集ページに参加してお年玉が獲得できる、買い物クーポン、買い上げ後のキャッシュバックなど
- 遠方に会えない人とファミリー写真や友人との集合写真をAI技術で生成するなどの特別なキャンペーン
- 全国ECの春節用の商品販売額が8,000億元（約16.67兆円）を超える見込み



海南島免税店の売上好調

春節期間、海南島旅行が人気になったとともに、離島免税店の売上も好調

- ・ 1月26日~2月9日：合計免税売上が22.6億元(約471.9億円)、去年同期より4.3倍増
- ・ 2月10日~2月12日：合計免税売上が8.8億元(約183億円)、消費人数が11.69万人、消費単価が7,538元(約15.7万円)



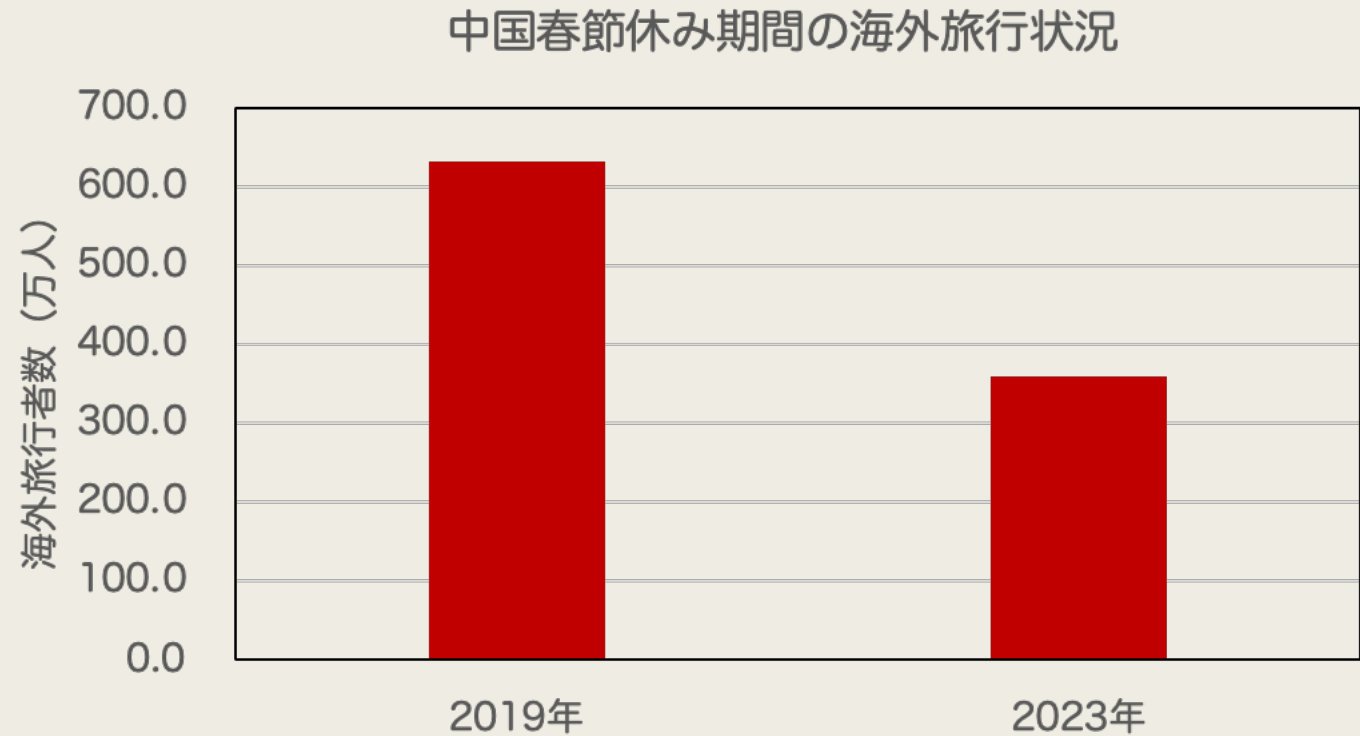
春節の度に注目されるゴールド商品

- ゴールド商品の購買意欲が高く、特に若い消費者の中でゴールド商品を求める人が増えている
- 上海のゴールド品ショップでは、一日1000本のゴールドバー完売
- 株価や不動産の落下によって、ゴールド商品を投資目的の購入も増えている



春節期間中の海外旅行の状況

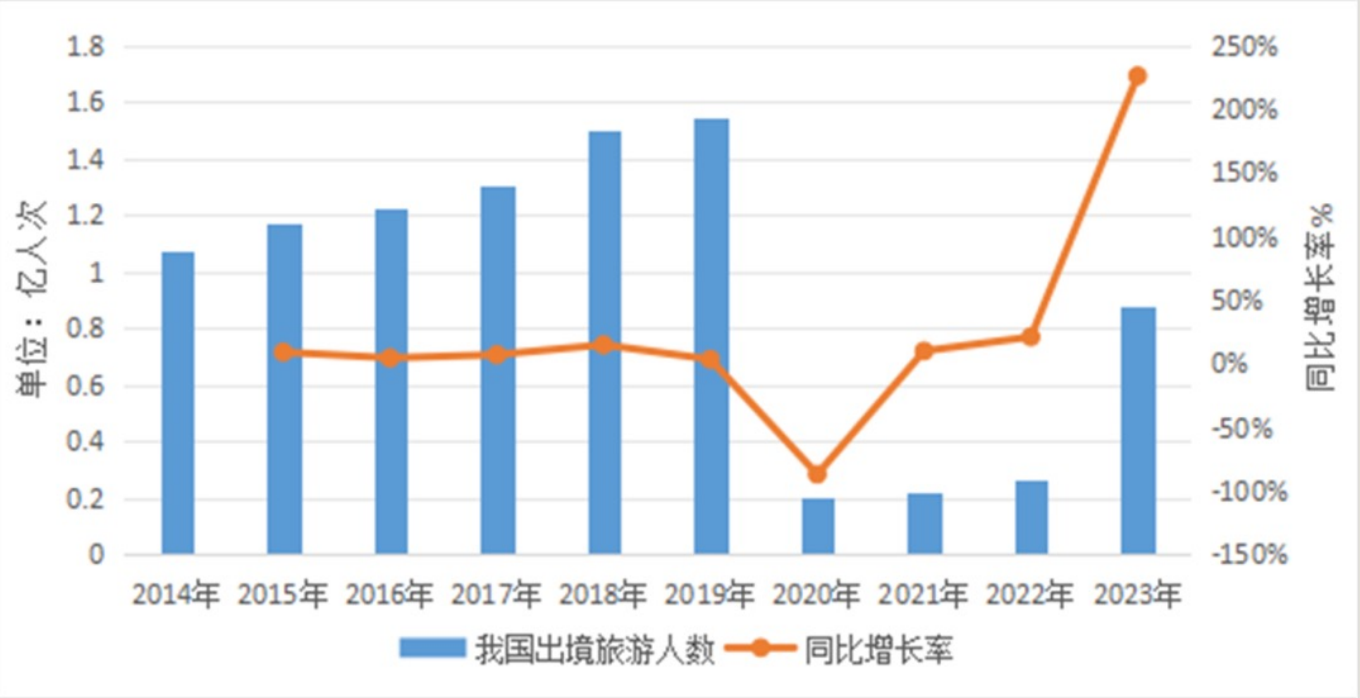
- 2024年春節、中国本土から海外への旅行者延べ人数合計**360万人**、**2019年同期の約6割まで回復**
- 団体旅行：タイ、マレーシア、シンガポールなどのビザ免除国が大人気
- 個人旅行：日本、韓国など、ビザの必要な旅行目的地へ集中
- 相互ビザ免除措置の対応国の旅行が人気上昇、タイやシンガポールの旅行消費予約数が2019年同期よりも増加



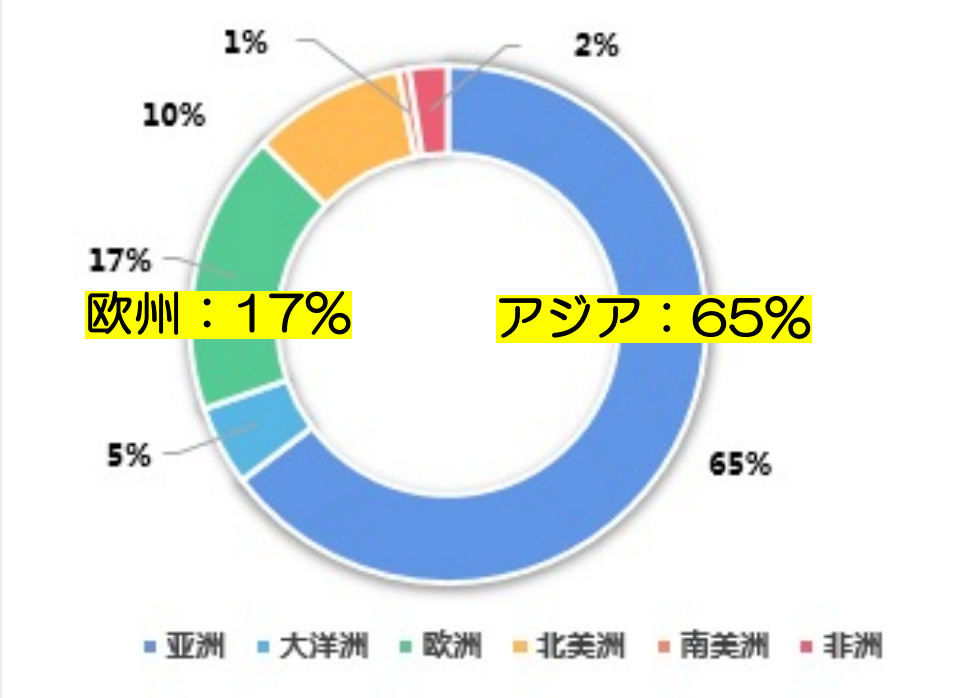
2024年 海外旅行人数1.3億人

- 2023年の海外旅行者延べ人数：8,700万人
- 2024年の海外旅行者延べ人数：1.3億人、約2019年の8割まで回復すると予測
- 旅行者の中、65%の人がアジアを目的地とした海外旅行を予定している

海外旅行者数（億人、増加率）



旅行予定目的地



<https://mp.weixin.qq.com/s/gKJNz2GtHPMUr5Jd6le-bw>

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	www.brandjapan.net
業 務 連 絡 先	project@brandjapan.net