中国旅行市場・消費市場
情報共有

2023年12月内容

予測：2023~2024 冬春 中国人観光客海外旅行目的地Top10（Airbnbによる）

① 日本、大阪

② 日本、京都

③ ノルウェー、トロムセー

④ 日本、東京

⑤ タイ、チェンマイ

⑥ ニュージランド、オークランド

⑦ ニュージランド、クイーンズタウン

⑧ 日本、白馬村

⑨ 日本、札幌

⑩ フランス、パリ

https://mp.weixin.qq.com/s/liuWA172158WaCQ-oevlxg

BRAND JAPAN Co., Ltd.

Ctrip：2024年春節 海外旅行急増

- 2024年元旦
  - 00年以降生まれの旅行者が90年生まれと肩を並べて観光の主力
  - 元旦休み期間の出国旅行の人気目的地がアジア圏の国がメインで、日本は人気No.1

- 2024年春節
  - 予約急増、2023年より20倍増

https://www.tripvivid.com/42875.html

BRAND JAPAN Co., Ltd.

2024年春節 シン・マ・タイ団体旅行が人気

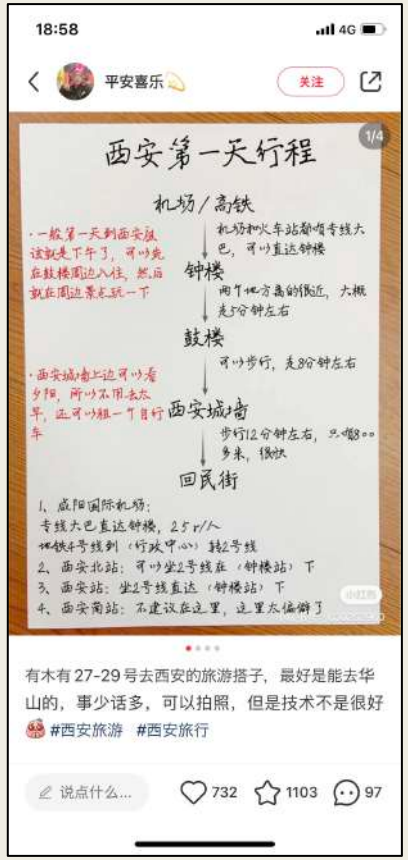
- シンガポール、マレーシア、タイなど東南アジア諸国が中国人観光客に対してビザ免除（30日間）開始
- 旅行会社が東南アジア旅行の団体商品をメインで販売
- ただし、旅費が高騰していることが大きく懸念されている

https://baijiahao.baidu.com/s?id=1785460070878692931&wfr=spider&for=pc

BRAND JAPAN Co., Ltd.

新たな旅行スタイル：旅游搭子（旅行仲間）探し

- SNSを利用して、自分が行きたい旅行目的地に同じ共感を持ってくれる人を探して一緒に旅行する
- 個人旅行（FIT）で自ら旅行プランからチケットや宿泊手配まで相談しながら進める
- 主にZ世代で流行っている仲間の作り方



https://baijiahao.baidu.com/s?id=1783100002581109299&wfr=spider&for=pc

BRAND JAPAN Co., Ltd.

海外旅行が新たなブルーオーシャンに

- 中国の海外旅行：過去10年間（コロナを除く）では、全体的に上昇傾向にあり、大きなマーケットとなった
- 2023年の海外旅行解禁に伴い、海外旅行関連の企業数が昨年同期より290%増
- 海外旅行関連企業のTop 5は、北京、成都、深圳、広州、上海の順となっている

過去10年の海外旅行関連企業数の推移（単位：万社）

2022年・2023年 11月の海外旅行関連企業数の対比（単位：万社）

https://baijiahao.baidu.com/s?id=1784971647898923008&wfr=spider&for=pc

BRAND JAPAN Co., Ltd.

ユニクロ：中国市場で値上げしても売れる

- 2023年、ユニクロが中国市場において6,202億円の売り上げを獲得（昨年より15.2%増、過去録更新）
- 営業利益が昨年同期より28.2%増
- 2023年秋冬シーズン商品をさらに値上げして、399元(約8,000円)~999元(約20,000円)へ調整
- 消費者クチコミ：似たような商品（安い）を購入してみたが、質が良くない。ユニクロの方が安定している

FAST RETAILING

Group: FY2023 (Sep. 2022 - Aug. 2023)

Large rises in revenue and profit exceed business estimates.
Achieved record high corporate results for the third consecutive year.

unit : billions of yen	Yr to Aug.2022	Yr to Aug.2023							
	Actual	1H Actual	y/y	2H Actual	y/y	Full Year Actual	y/y	Latest est. (Jul.13)
Revenue	2,301.1	1,467.3	+20.4%	1,299.2	+20.1%	2,766.5	+20.2%	2,730.0
Gross profit	1,206.8	741.5	+17.9%	694.8	+20.3%	1,436.3	+19.0%	-
(to revenue)	52.4%	50.5%	-1.1p	53.5%	+0.1p	51.9%	-0.5p	-
SG&A	900.1	524.2	+19.3%	530.1	+15.0%	1,054.3	+17.1%	-
(to revenue)	39.1%	35.7%	-0.3p	40.8%	-1.8p	38.1%	-1.0p	-
Business profit	306.7	217.3	+14.5%	164.6	+40.9%	381.9	+24.5%	370.0
(to revenue)	13.3%	14.8%	-0.8p	12.7%	+1.9p	13.8%	+0.5p	13.6%
Other income, expenses	-9.3	2.9	-	-3.8	-	-0.9	-	-
Operating profit	297.3	220.2	+16.4%	160.8	+48.8%	381.0	+28.2%	370.0
(to revenue)	12.9%	15.0%	-0.5p	12.4%	+2.4p	13.8%	+0.9p	13.6%
Finance income, costs	116.2	10.2	-56.0%	46.5	-49.9%	56.8	-51.1%	28.6
Profit before income taxes	413.5	230.4	+8.4%	207.4	+3.2%	437.9	+5.9%	398.6
(to revenue)	18.0%	15.7%	-1.7p	16.0%	-2.6p	15.8%	-2.2p	14.6%
Profit attributable to owners of the parent	273.3	153.3	+4.5%	142.8	+12.9%	296.2	+8.4%	260.0
(to revenue)	11.9%	10.5%	-1.5p	11.0%	-0.7p	10.7%	-1.2p	9.5%

3

https://baijiahao.baidu.com/s?id=1784693678810332890&wfr=spider&for=pc

中国人富裕層 2024年消費予定：旅行消費の消費意欲が最も高い

- 約48%の人が旅行に対して消費を増やす予定
- 子供教育の投資額が最も高い
- 自己成長の投資がブームだったが、2024年においては横ばい傾向
- ラグジュアリ品の消費は順調に増加

これから1年間の家庭消費計画

▶ 未来１年家庭消費计划

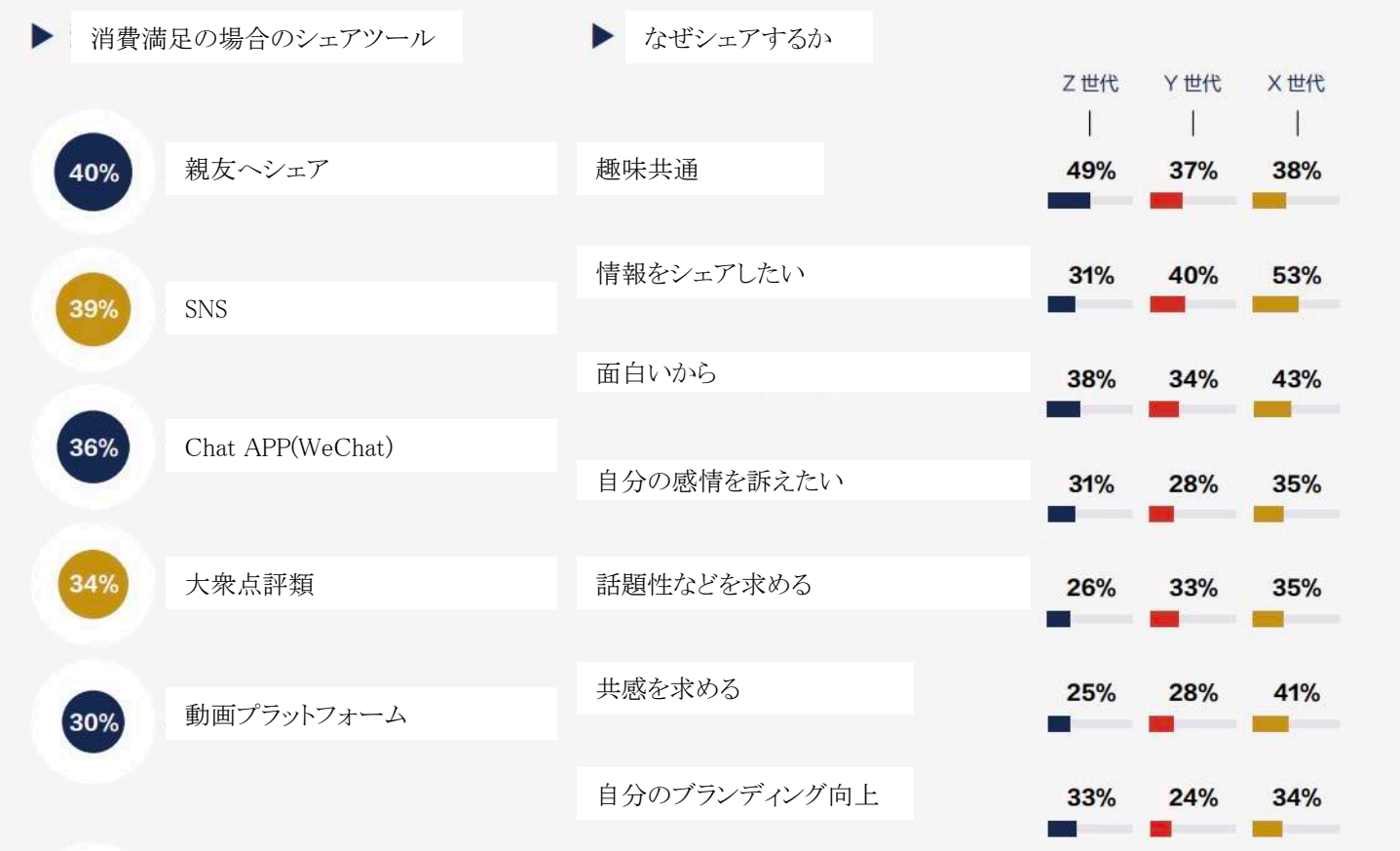
	増加予定(30%以上)	増加予定(30%以内)	現状維持	減少予定(30%以内)	減少予定(30%以上)
家庭年度总体消费	17%	42%	40%	1%	0%
細分消费领域 旅行	5%	**43%**	47%	4%	1%
健康	8%	37%	52%	3%	0%
電子用品	8%	37%	51%	4%	1%
ラグジュアリー品	8%	35%	49%	6%	**2%**
子供教育	**9%**	34%	54%	3%	1%
娯楽	7%	35%	50%	7%	1%
プレゼント	8%	27%	53%	**11%**	0%
個人趣味	6%	28%	54%	**11%**	1%
自己成長	6%	27%	**62%**	4%	1%

https://hurun.net/zh-CN/reports/Detail?num=JHFGNRDDDVGB

BRAND JAPAN Co., Ltd.

中国人富裕層 若い人のほど、クチコミ好き

- 消費体験の満足度が高い場合、Z世代が最も親友へシェアしたがる傾向
- X世代がSNSを通じて情報をシェアする傾向が高い



https://hurun.net/zh-CN/reports/Detail?num=JHFGNRDDDVGB

BRAND JAPAN Co., Ltd.

2023年ラグジュアリー業界研究レポート抜粋

- 2023年全世界のラグジュアリー品取引額が1.5兆ユーロ（約234兆円）と予想、過去最高記録更新
- 欧州市場の回復が早く、米州市場の回復が鈍い
- 中国、サウジアラビアとオーストラリアのラグジュアリー品消費が顕著
- 2024年の予測において、中国消費増加速度がコロナ前より低めであるが、他の国より高い

2024年 ラグジュアリー商品消費増加速度(予測)

ALTAGAMMA CONSENSUS 2024 CONSUMATORI

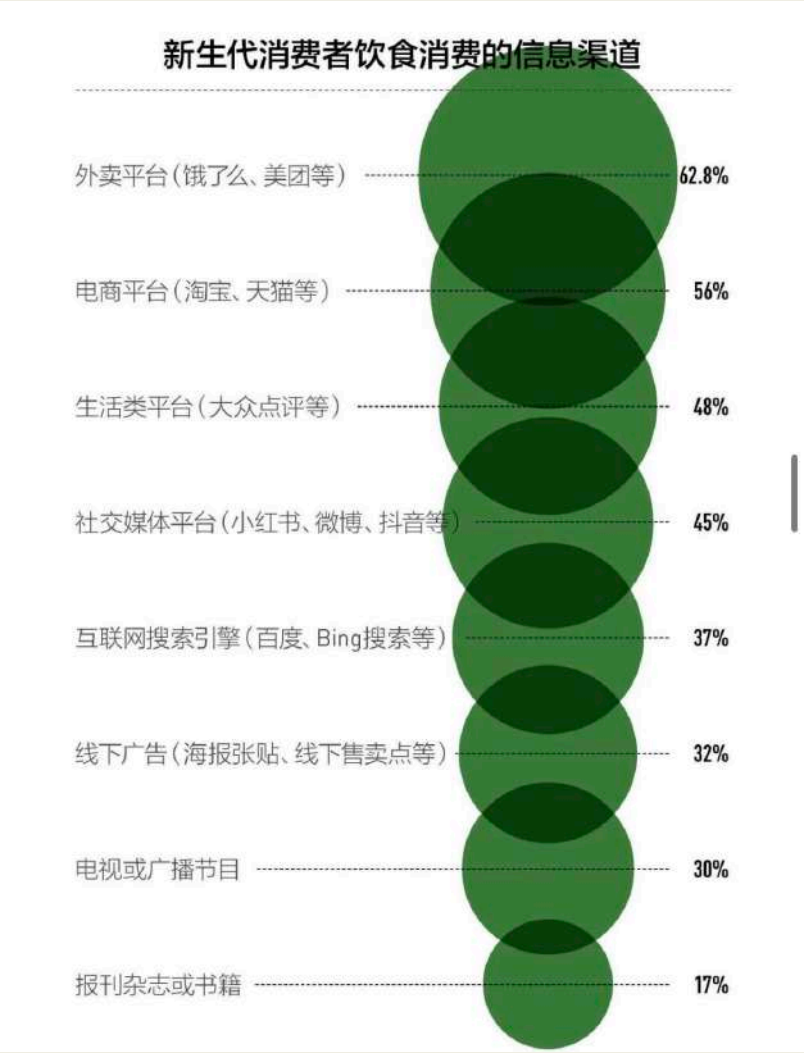
CONSUMATORI	Consensus 2024
Cina	+10%
Giappone	+5%
Europa	+0%
Nord America	+3%
Asia Pacific (Australia &Co)	+7%
ROW	+5,5%

知乎 @巴黎奢管

https://zhuanlan.zhihu.com/p/668324192

BRAND JAPAN Co., Ltd.

トピック：中国若者飲食消費の情報入手ツールまとめ



デリバリープラットフォーム：62.8%

ECサイト：56%

生活プラットフォーム（大衆点評）：48%

SNS：45%

検索エンジン：37%

オフライン広告：32%

テレビ広告：30%

雑誌等：17%

https://mp.weixin.qq.com/s/t-6LfWdOwKcmapN43SsR8w

トピック：ピーマンラテ、奇妙な組み合わせが人気

・上海の小さな喫茶店から広がり、SNS上で人気話題に・・・

https://mp.weixin.qq.com/s/TzAow9uK3-wmjw6HNCsiAQ

BRAND JAPAN Co., Ltd.

MISSON

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