

「爆買い」変化

【北京共同】中国政府系のシンクタンク、中国旅行研究院などは26日までに、中国人が海外旅行する際の消費の対象が、商品を大量に購入する「爆買い」から、ホテルや飲食店での「より良いサービス」の体験に移っているとの調査結果をまとめた。

爆買いの勢いは一時より落ちたものの、所得が向上し海外経験も増えるにつれ、消費形態が成熟し始めているようだ。

調査は中国の旅行サイト大手、携程旅行網（シートリップ）の今年1～6月の顧客データなどを分析。訪日旅行者の支出に占める買い物の割合は低下し、ホテルやレストラン、娯楽での消費が増えた。

渡航先の順位で、日本はタイ、韓国に次いで3位だった。訪日数が2回目以降のリピーターは60%を占め、

中国人旅行者 ホテルや娯楽 消費が増える

こうした人々は目的地として地方都市を好むという。

旅行研究院は、中国人旅行者は海外で「以前のよう」に食費などを切り詰めて買物に使うのではなく、現地の人の生活を深く体験することを望んでいると指摘。多くの観光地を駆け足で回るより、一つの場所に長く滞在する傾向が強まっていると分析した。

1～6月の中国人海外旅

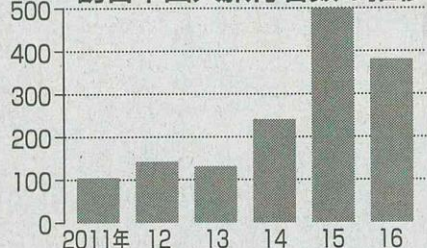
行者数は前年同期比4%増の5903万人だった。日本政府観光局によると、1～7月に中国から日本を訪れた旅行者は約380万人で、4割近く伸びている。旅行研究院は、パスポートや香港への通行証といった海外旅行に必要な証明書を持っている中国人は5%にすぎないとして「海外旅行市場の潜在力は大い」と強調した。

中国人旅行者の
渡航先順位

1	タイ
2	韓国
3	日本
4	香港
5	台湾

※中国旅行研究院など調べ、2016年前半

訪日中国旅行者数の推移



※日本政府観光局調べ、16年は1～7月