



ENtrance株式会社

中国親子旅行 市場洞察

2021.06.26



目次

一、親子旅行市場概況と背景	P 3		
親子旅行の定義とピークシーズン	P 4		
親子旅行誕生の背景	P 5		
教育市場	P 6		
大学受験	P 7		
出産政策の改正	P 8		
コロナ前中国の親子市場	P 9		
中国年齢別人口比例	P 10		
子供の日（六一）の概要	P 11		
子供の日のため、業者の動き	P 12		
二、親子旅行需要の変遷	P 13		
月間親子旅行需要変遷	P 14		
テーマ別月間親子旅行需要変遷	P 15		
月間親子旅行周辺遊需要変遷	P 16		
月間親子旅行遠隔需要変遷	P 17		
週間親子旅行需要変遷	P 18		
コロナ後の回復	P 19		
三、親子旅行の旅行心理と消費行動	P 20		
旅行方法別の旅行形態特徴	P 21		
		性別別の旅行形態特徴	P 22
		子供年齢別の旅行形態特徴	P 23
		親の年齢別の旅行形態特徴	P 24
		同行者数別の旅行形態特徴	P 25
		親の消費全体像	P 26
		旅行行動特徴（年齢別移動方法分布）	P 27
		旅行行動特徴（宿泊消費傾向）	P 28
		旅行行動特徴（宿泊先の類型）	P 29
		四、親子旅行の人気目的地と商品	P 30
		旅行目的地（人気急増な目的地TOP10）	P 31
		旅行目的地（人気目的地）	P 32
		旅行目的地（人気テーマ）	P 33
		人気宿泊先	P 34
		OTAの選択傾向	P 35
		消費力top10の都市	P 36
		OTAの人気親子旅行商品	P 37
		総括	P 38

一、親子旅行市場概況と背景

親子旅行の定義とピークシーズン



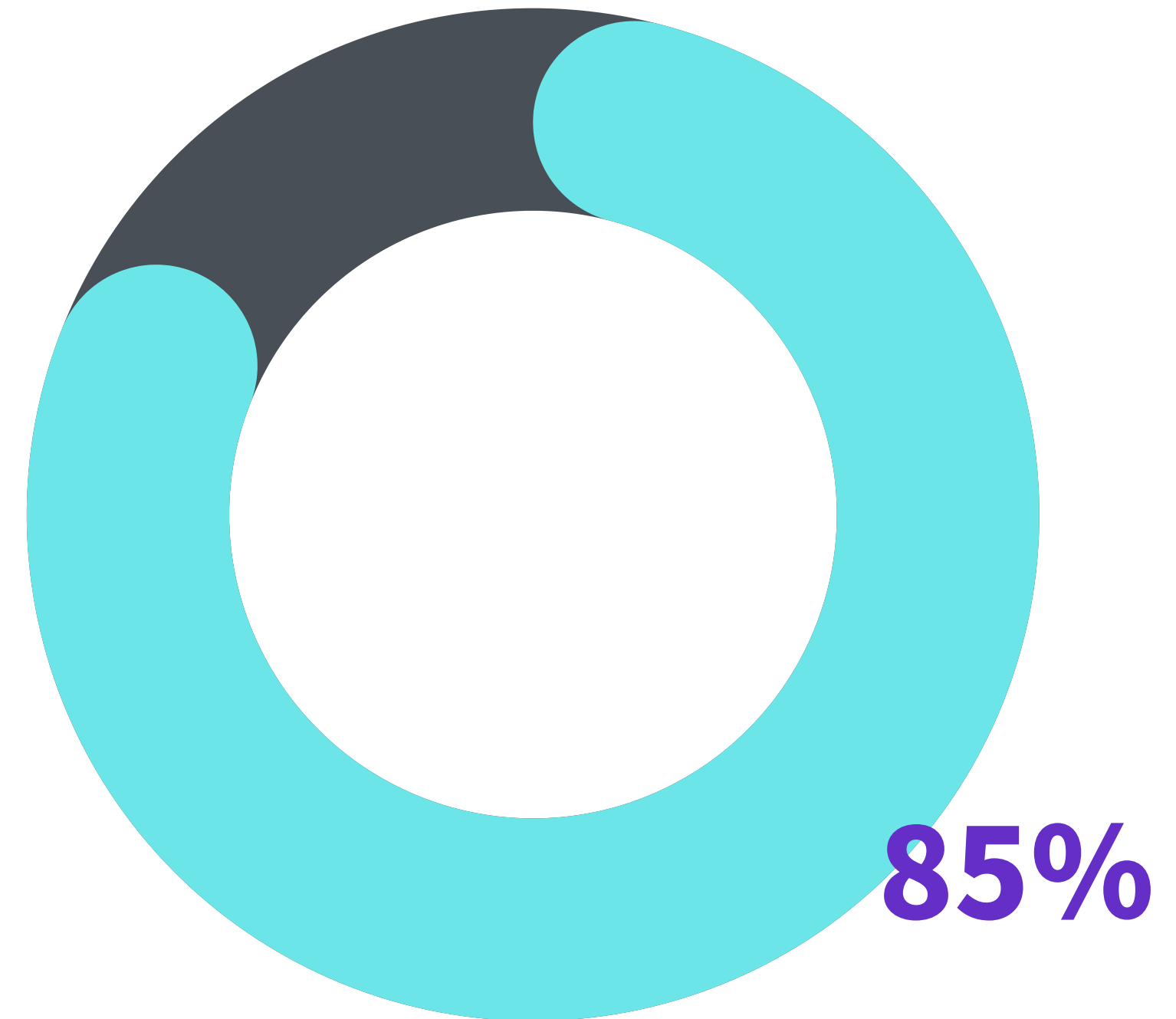
親子旅行とは、親が子供と一緒に旅行することを指します。これは、親子間の良好な相互作用関係を構築し、一種の計画的な教育旅行活動です。

1月、7月、8月が長期の親子旅行のピークシーズン、つまり冬休みと夏休みです。

親子旅行誕生の背景

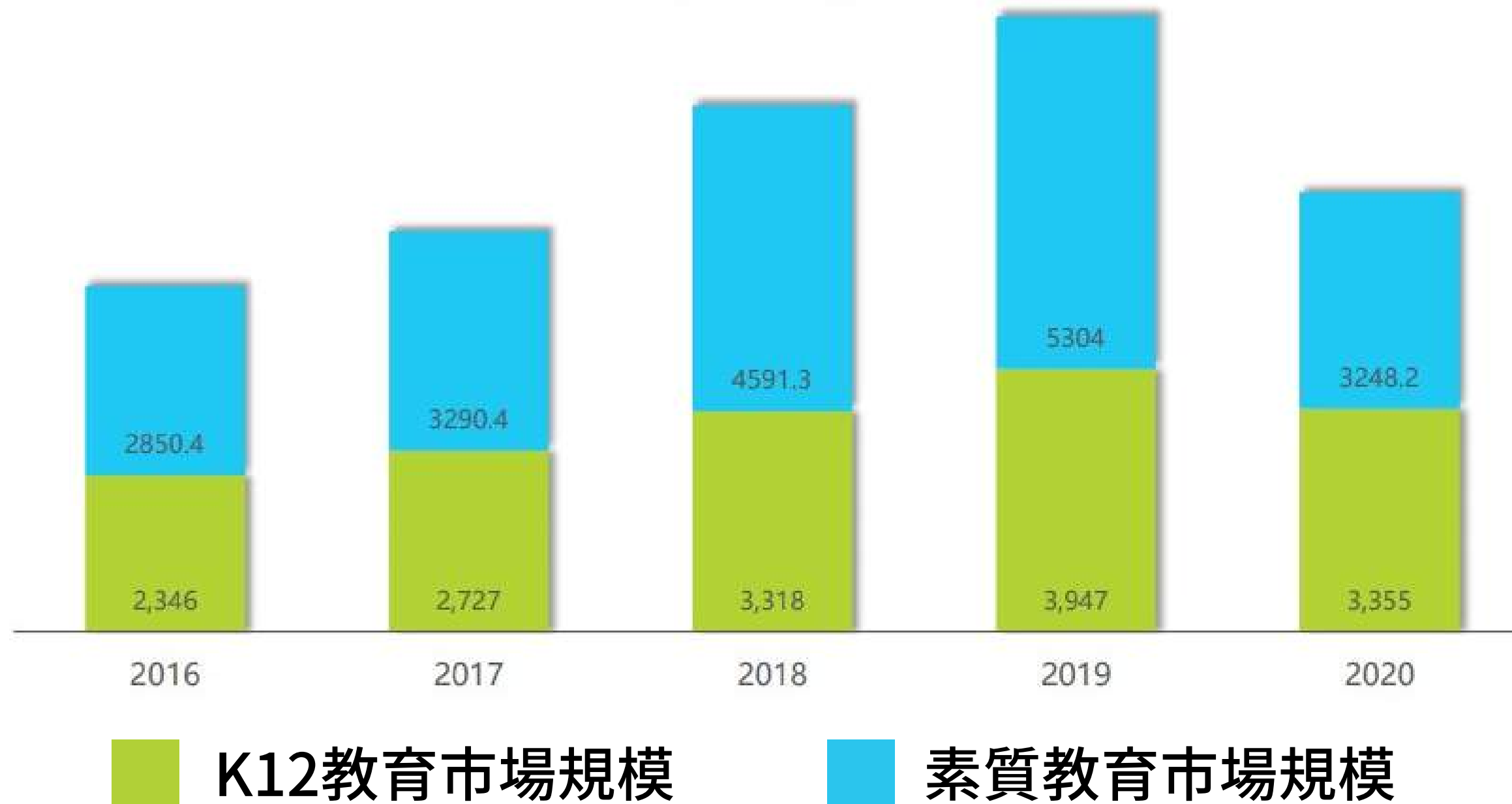
都会生活のペースが速く、子供と過ごす時間が少なくなっています。したがって、さまざまな休日を利用して子供たちを連れ出す親子旅行は親子間のコミュニケーションを促進し、そして、子供たちの個性を構築する最良の選択になります。

調査によると、都市において996社会人の子供が85%を占めています。（996：週6日、朝9時から夕方9時まで勤務する）



出典：Trip.com

教育市場

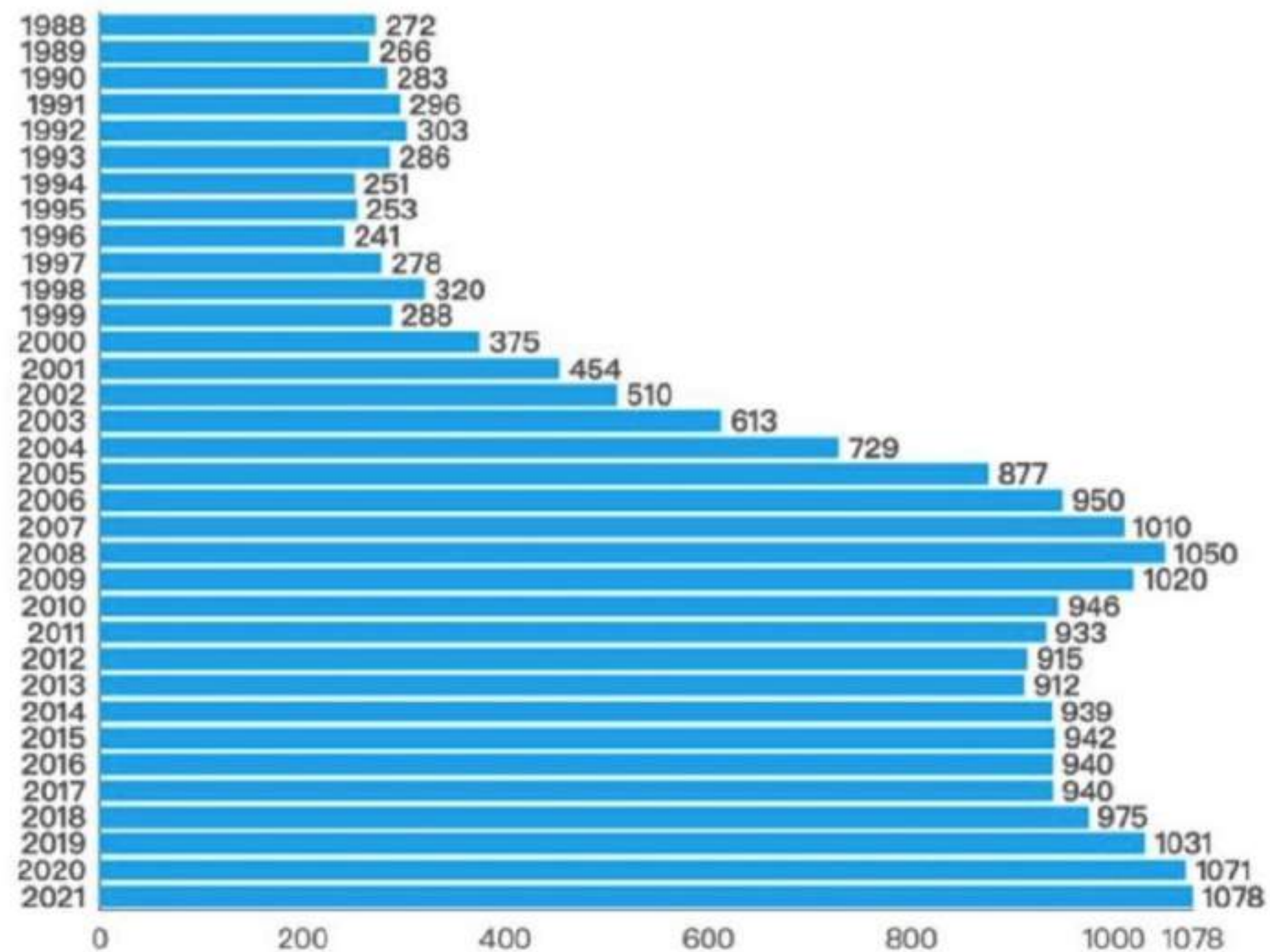


コロナの影響を受けたものの、コロナ禍前に中国の教育市場は急速に成長しました。

出典：艾瑞

大学受験

1988-2021年高校参加人数

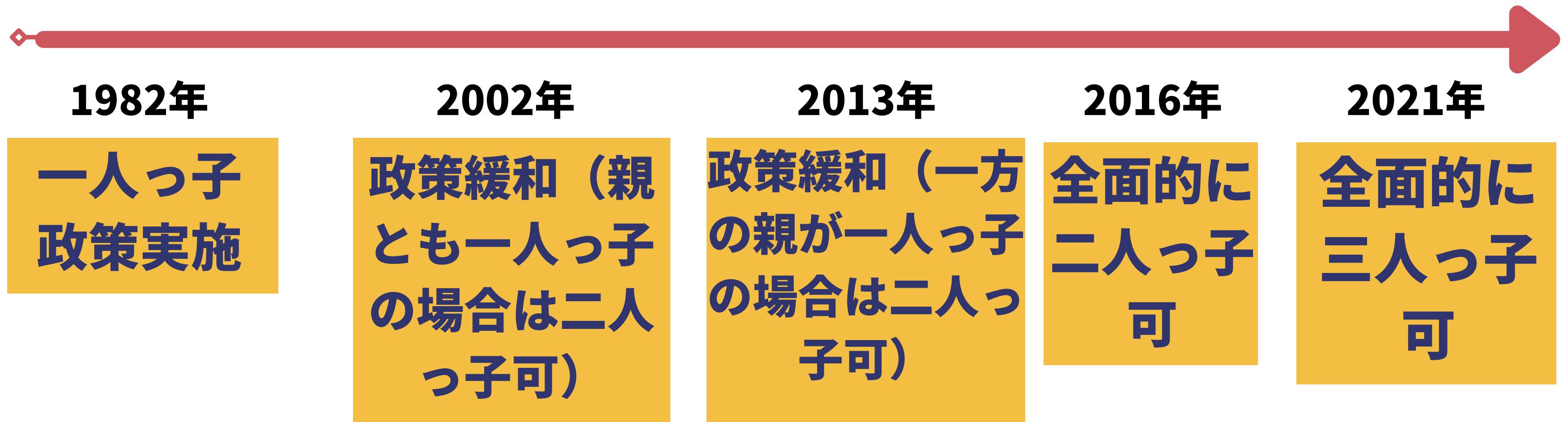


中国の大学入試は「高考」と呼ばれ、フルネームは「普通高等学校招生全国统一考试」です。日本と異なり、中国の大学には独自の入学基準がなく、ほとんどの場合には大学入試のスコアに基づいて学生を募集しています。

出典：199IT

出産政策の改正

中国には人的資源の優位性を維持するために、出産政策をさらに最適化し、夫婦が三人の子供を持つことができるという政策を実施しました。



出典：公開資料

コロナ前中国の親子市場

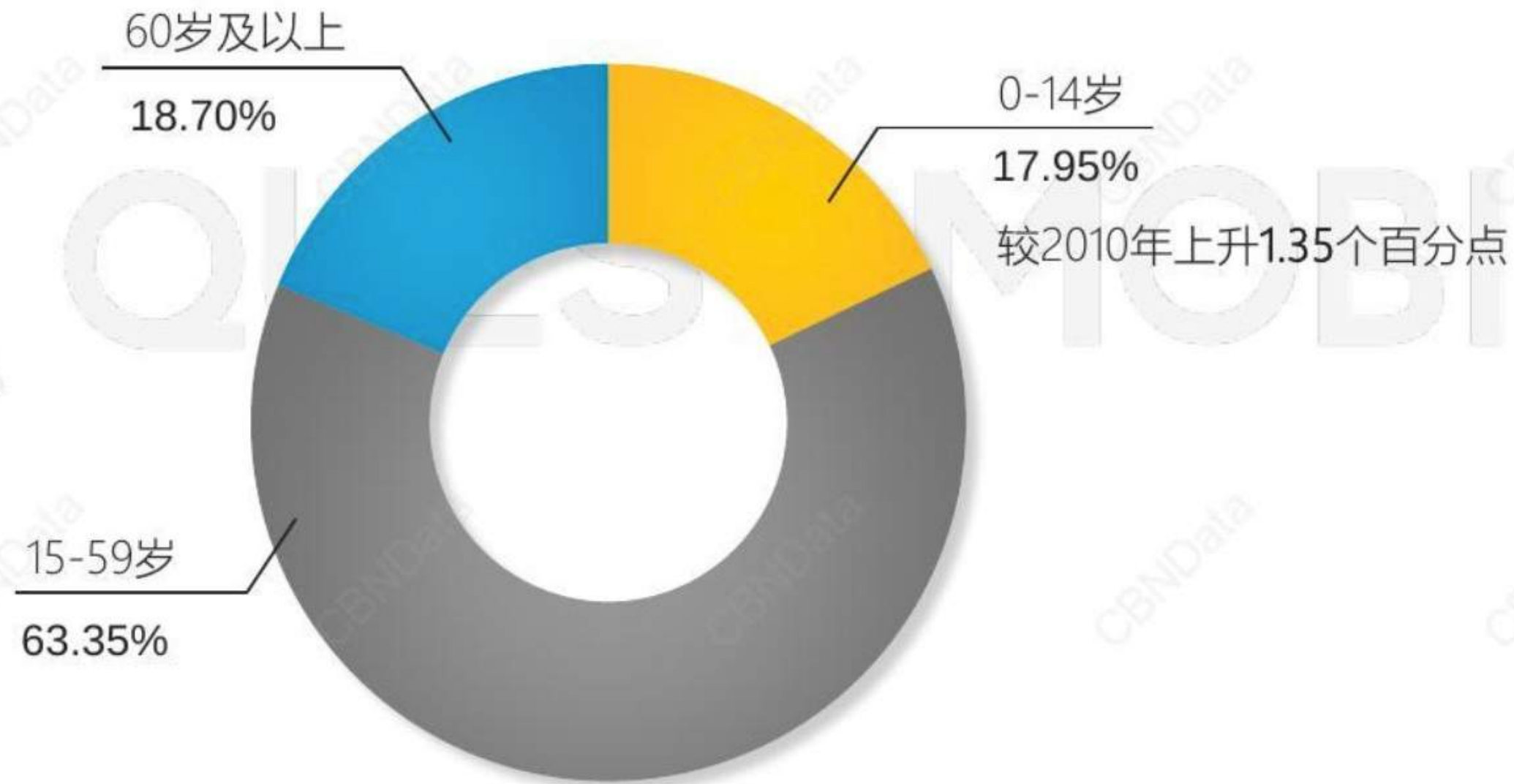
2014-2018年中国親子旅行市場規模



コロナ禍前に、中国の親子旅行市場は急速な上昇傾向を示しました。

出典：中商産業研究院

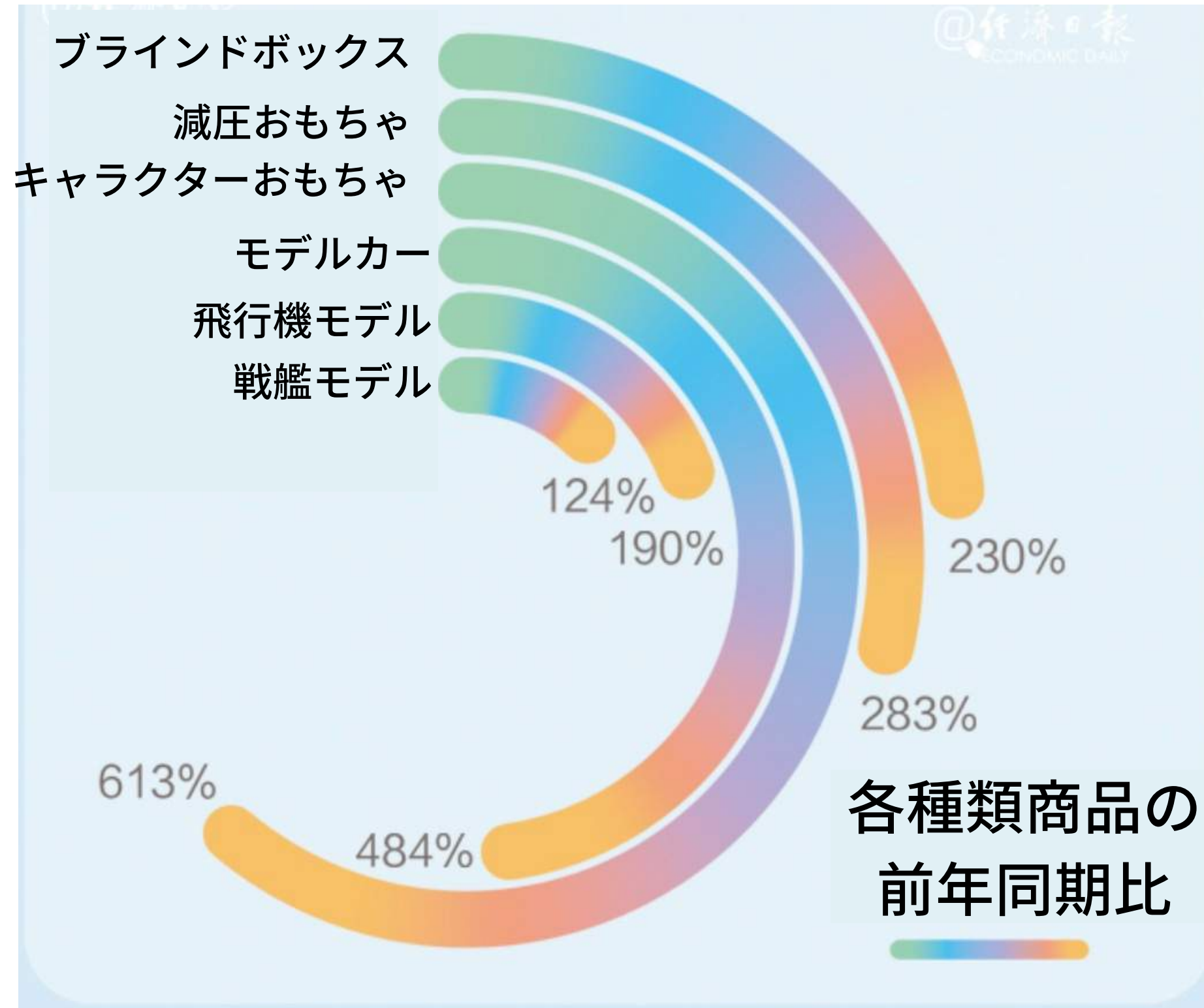
中国年齢別人口比例



中国国内の親子旅行市場を継続的に成長できるポテンシャルの基礎は子供人口の継続的な増加です。

出典：QUEST MOBILE

子供の日（六一）の概要



1949年以来、中国は毎年6月1日を国際こどもの日として正式に指定しています。2019年8月1日から、こどもの日（6月1日）に14歳未満の子供には休日があります。こどもの日には、さまざまな子供関連商品の売上が急増します。

出典：経済日報

子供の日のため、業者の動き

①ウェスティン北京朝陽ホテルでは、「2021年こどもの日親子イベント」を開催しました。



②グランドハイアット北京ホテルでは、「エジプトのかわいい神」をテーマにした親子宿泊プランも立ち上げました。



③北京ハッピーバレーは、5月29日から6月20日まで「スーパーこどもの日」を開催します。



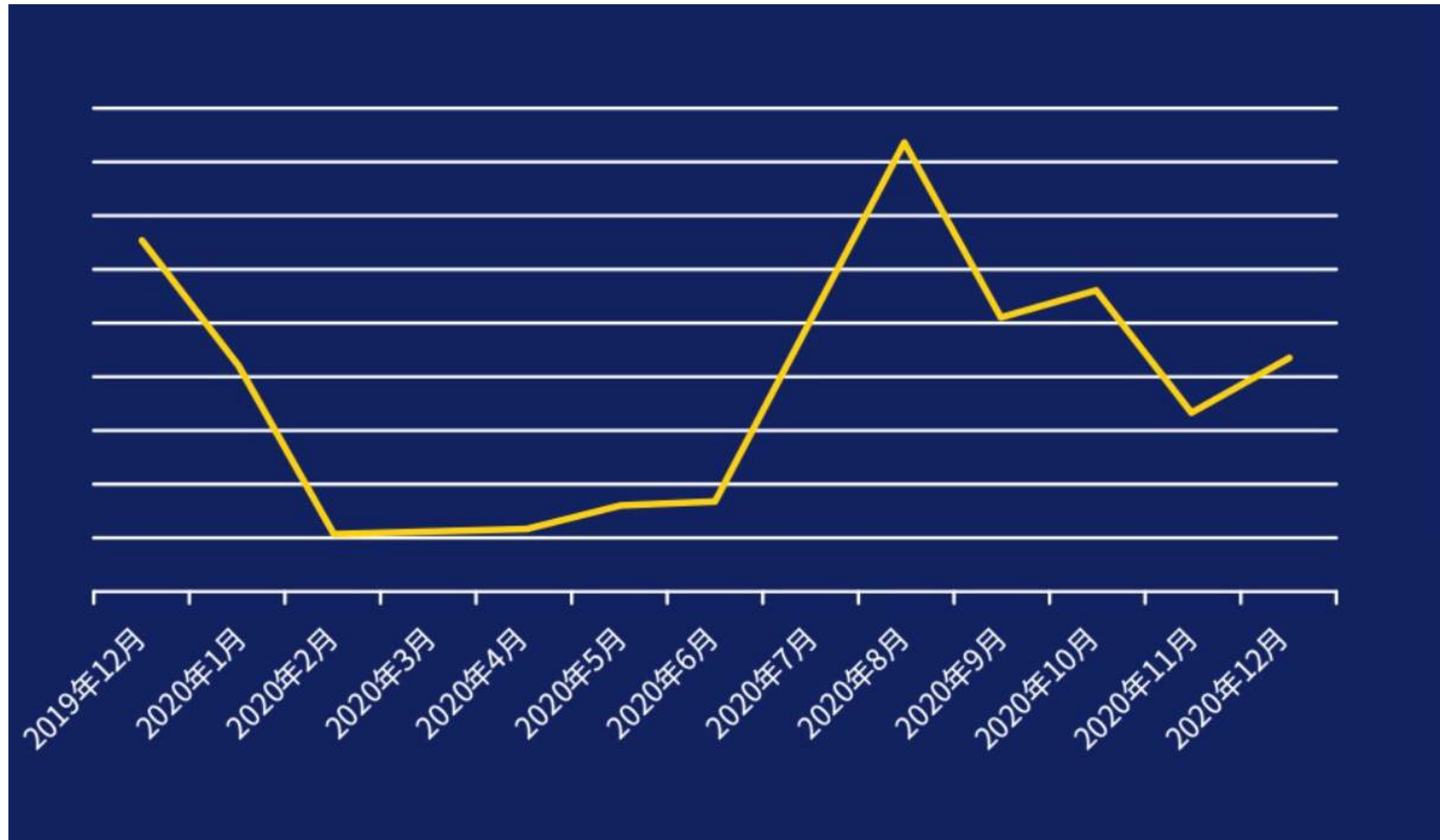
④上海海昌海洋公園も「スーパー子供の月」の一連の活動と優遇政策を開始しました。



出典：北京商報

二、親子旅行需要の変遷

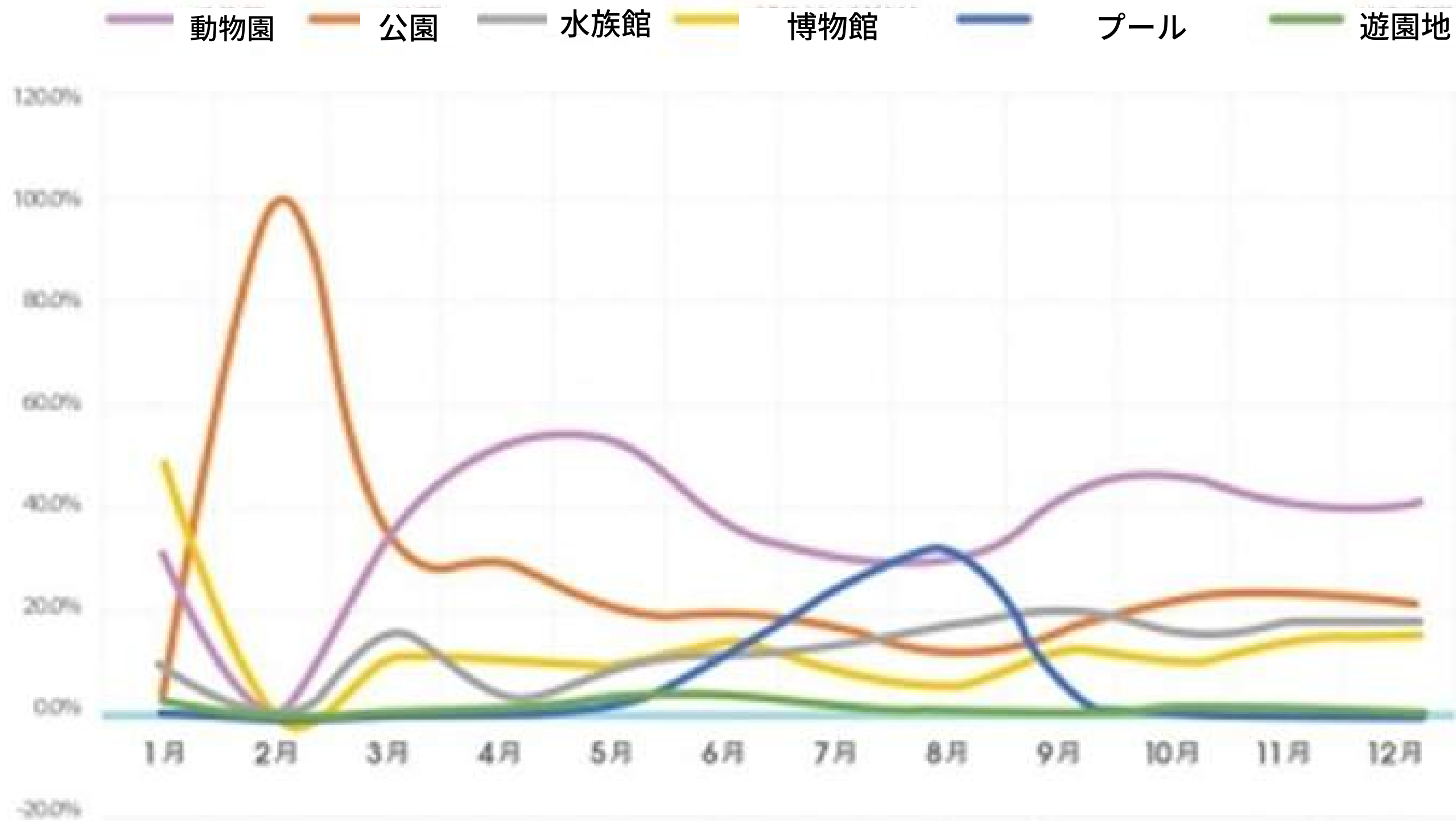
月間親子旅行需要変遷



2020年の親子旅行の頻度は2019年の2.7から2.4に減少しました。しかし、他の種類の旅行と比較すると、コロナが抑制された後に親子旅行市場は急速に回復していて、V字型の上昇を示した。

出典：Trip.com

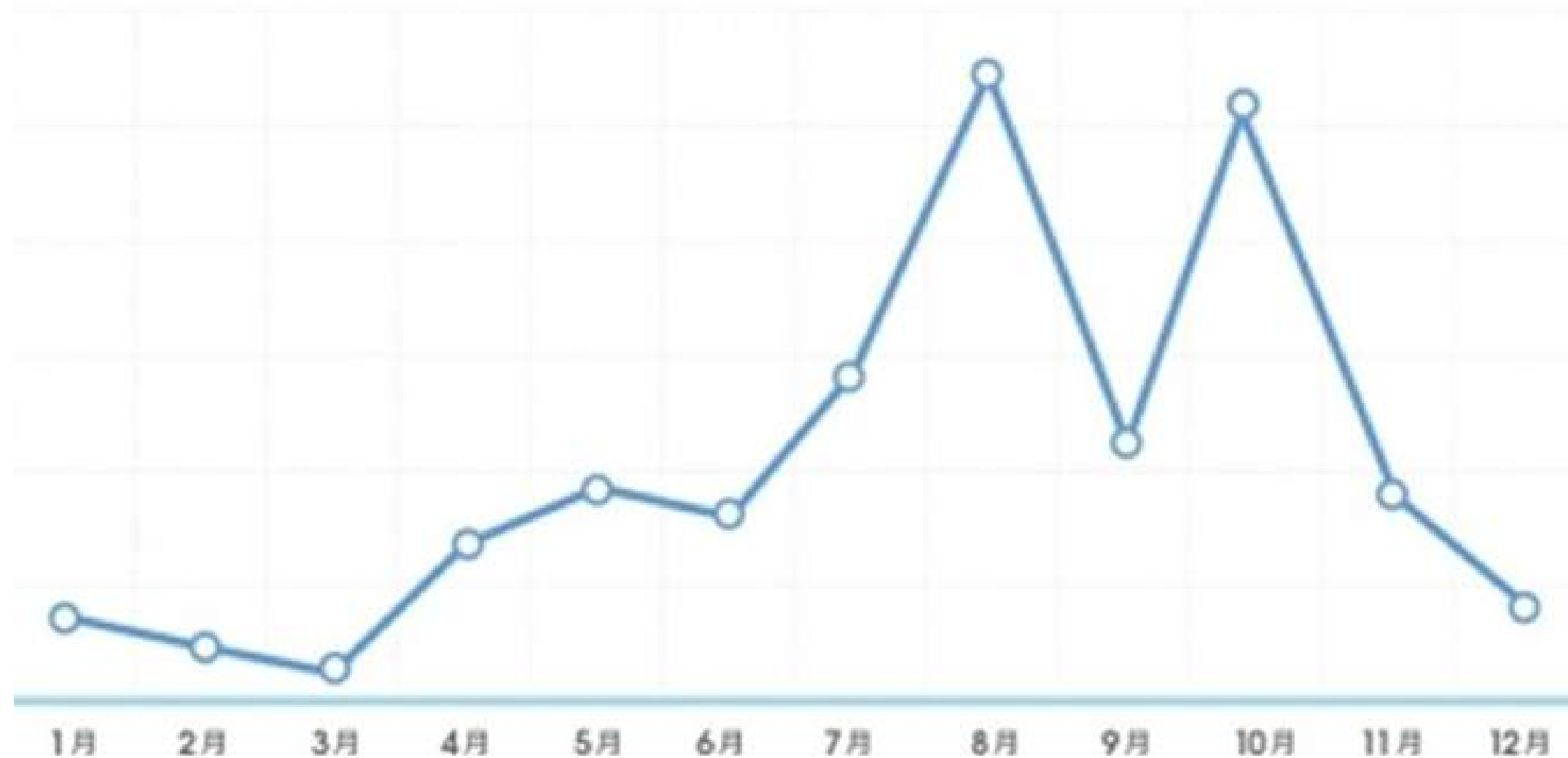
テーマ別月間親子旅行需要変遷



親子旅行消費中の人気テーマは、季節の変化に伴って構造が変化します。コロナ中に森林公園や様々な総合公園の需要は、他のテーマよりも大幅に高かったです。

出典：同程旅行

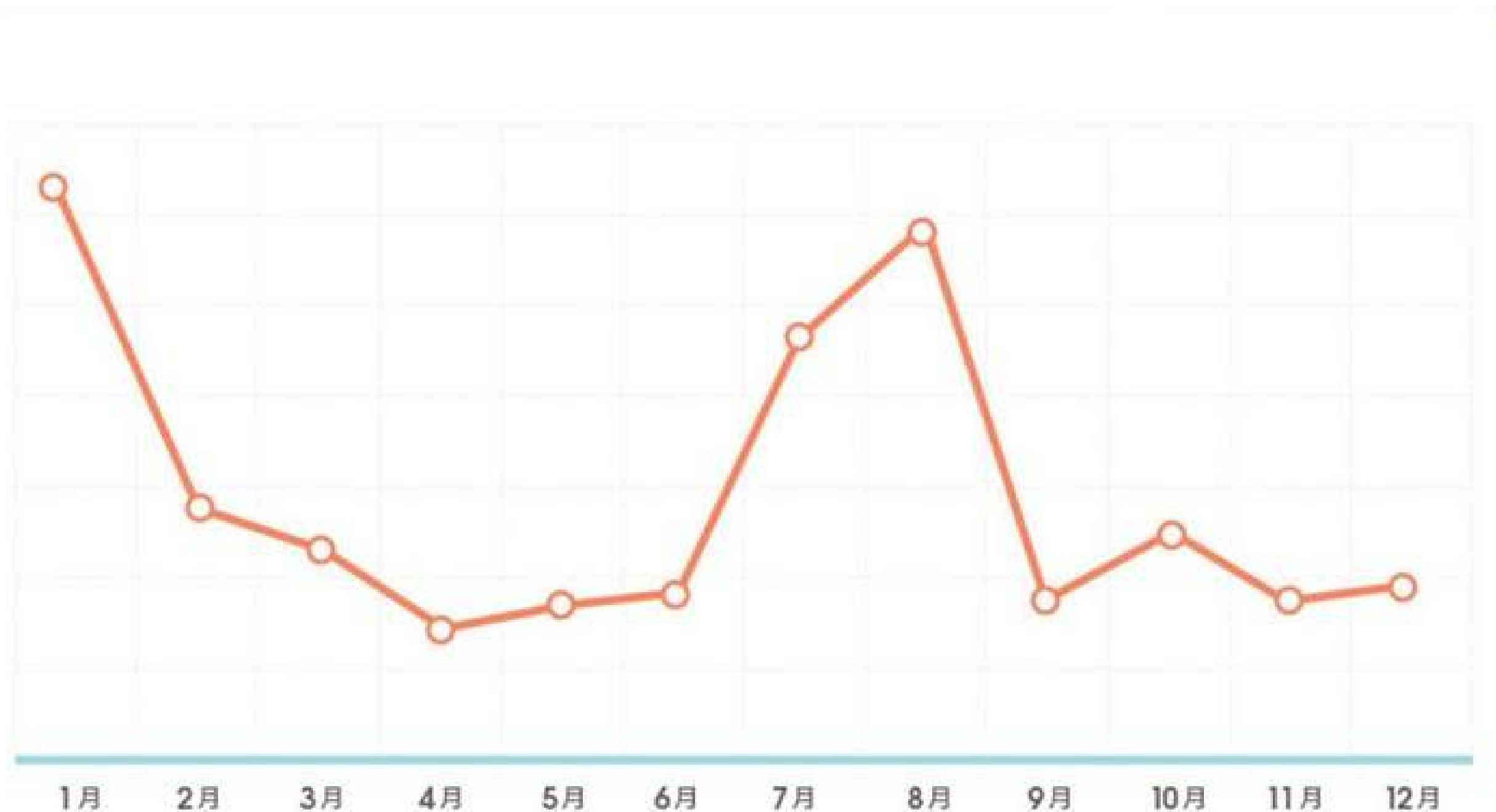
月間親子旅行周辺遊需要変遷



昨年、周辺地域の親子旅行市場の割合が大幅に増加し、周辺地域の親子レジャー旅行の消費が大幅に回復しました。非一線都市の観光客数はコロナ前の同時期の観光客数を超えました。

出典：同程旅行

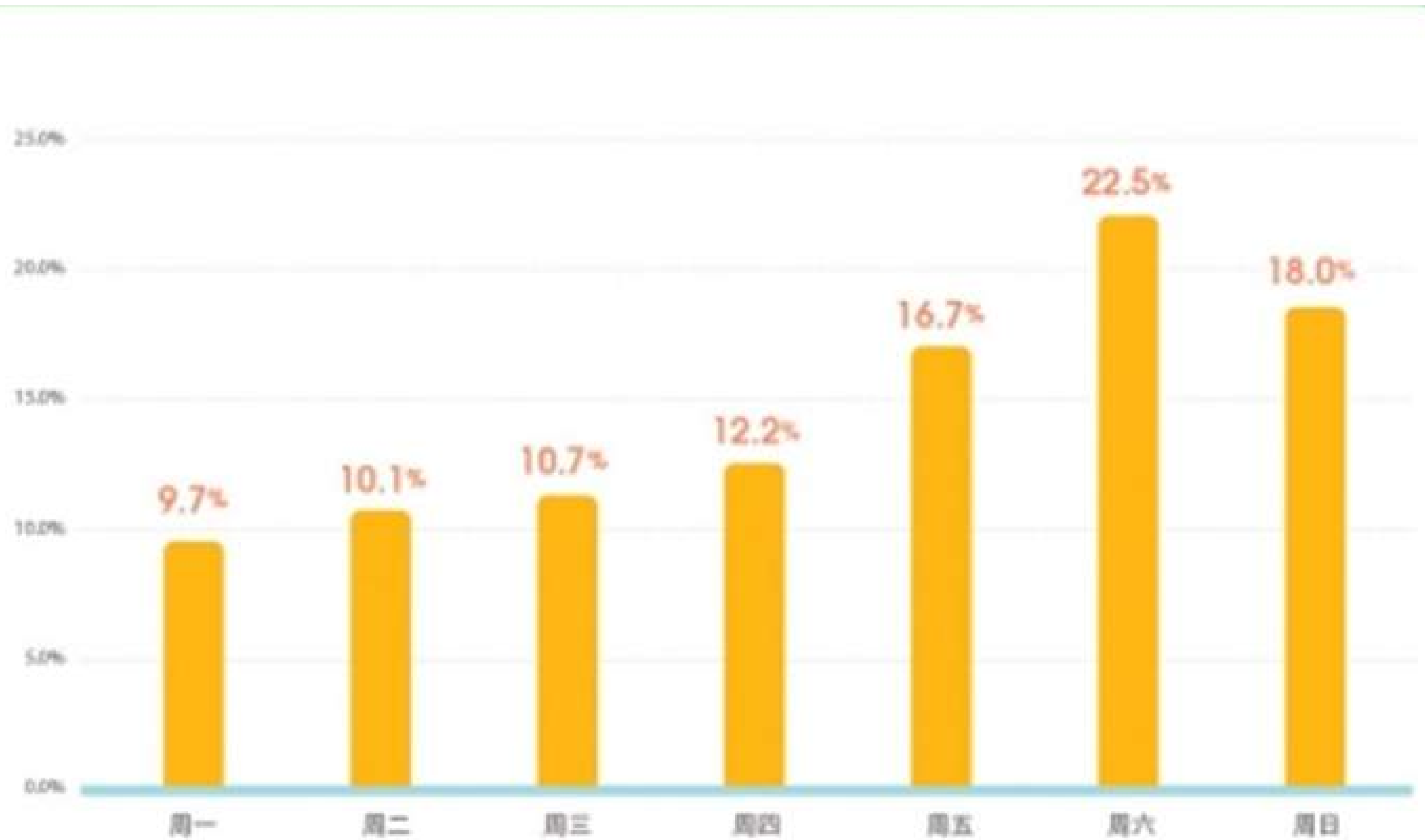
月間親子旅行遠隔遊需要変遷



同程旅行のデータによると、2020年の12歳以下の子供たちの長期旅行（一般に省を跨ぐ旅行と呼ばれる）はコロナ前と比較して13.8%減少しました。

出典：同程旅行

週間親子旅行需要変遷

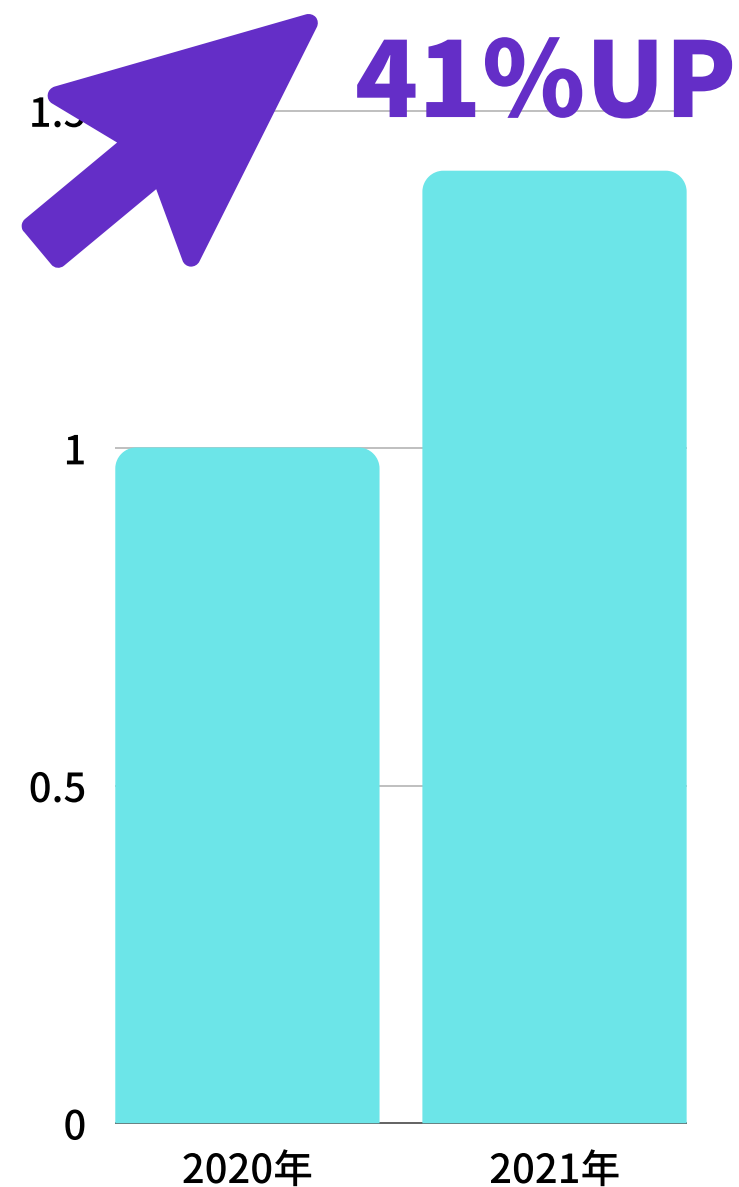


旅行期日に関して、週末（土曜日と日曜日）は親子旅行消費が比較的集中している期日であり、一週間中の40.5%を占めています。コロナ禍以来、週末と休暇は親子の外出の主な形態になりました。

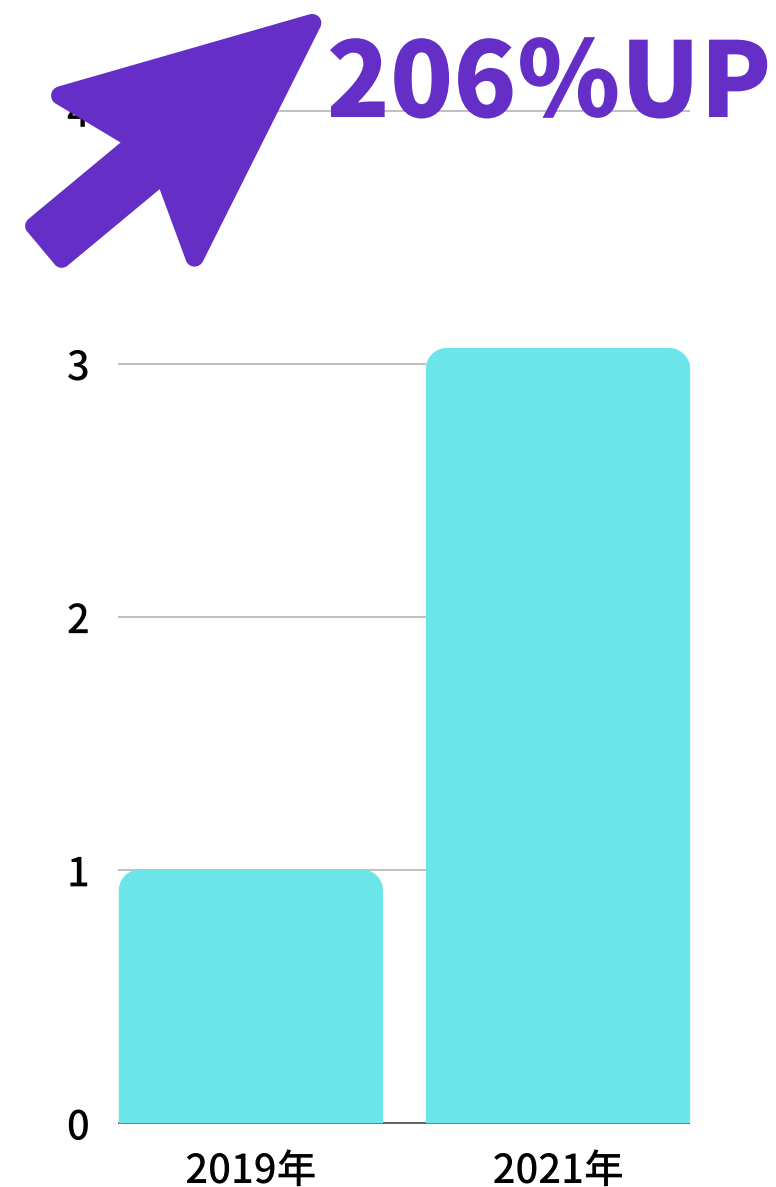
出典：同程旅行

コロナ後の回復

親子旅行消費



周辺の親子キャンプ



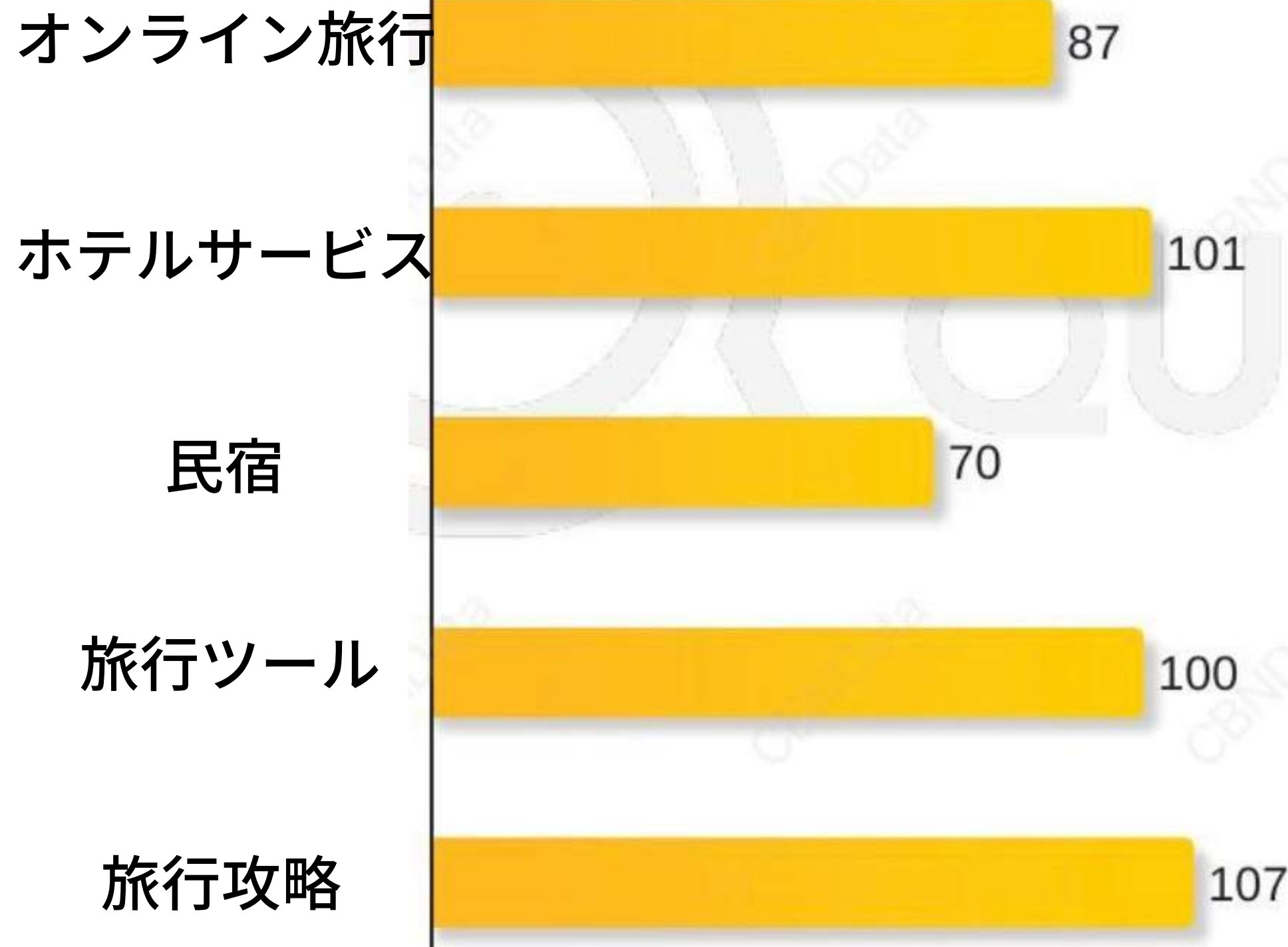
Trip.comが発表したデータによると、今年の前半には、親子旅行における国内消費は2020年と比較して41%増加しました。その中で、周辺の親子キャンプ（上海とその周辺地域）の注文数は、2019年と比較して206%増加しました。

出典：Trip.com

三、親子旅行の旅行心理と消費行動

旅行方法別の旅行形態特徴

各旅行サービスTPI



子供の親は旅行の安全を確保するために事前にホテルを選択し、そして、旅行の計画を行います。

注：TGIは、特定のアプリケーション（カテゴリ）を起動する特定のターゲットグループの月間アクティブ浸透率を、ネットワーク全体のアプリケーション（カテゴリ）の月間アクティブ浸透率で割ったものです。

出典：QUEST MOBILE

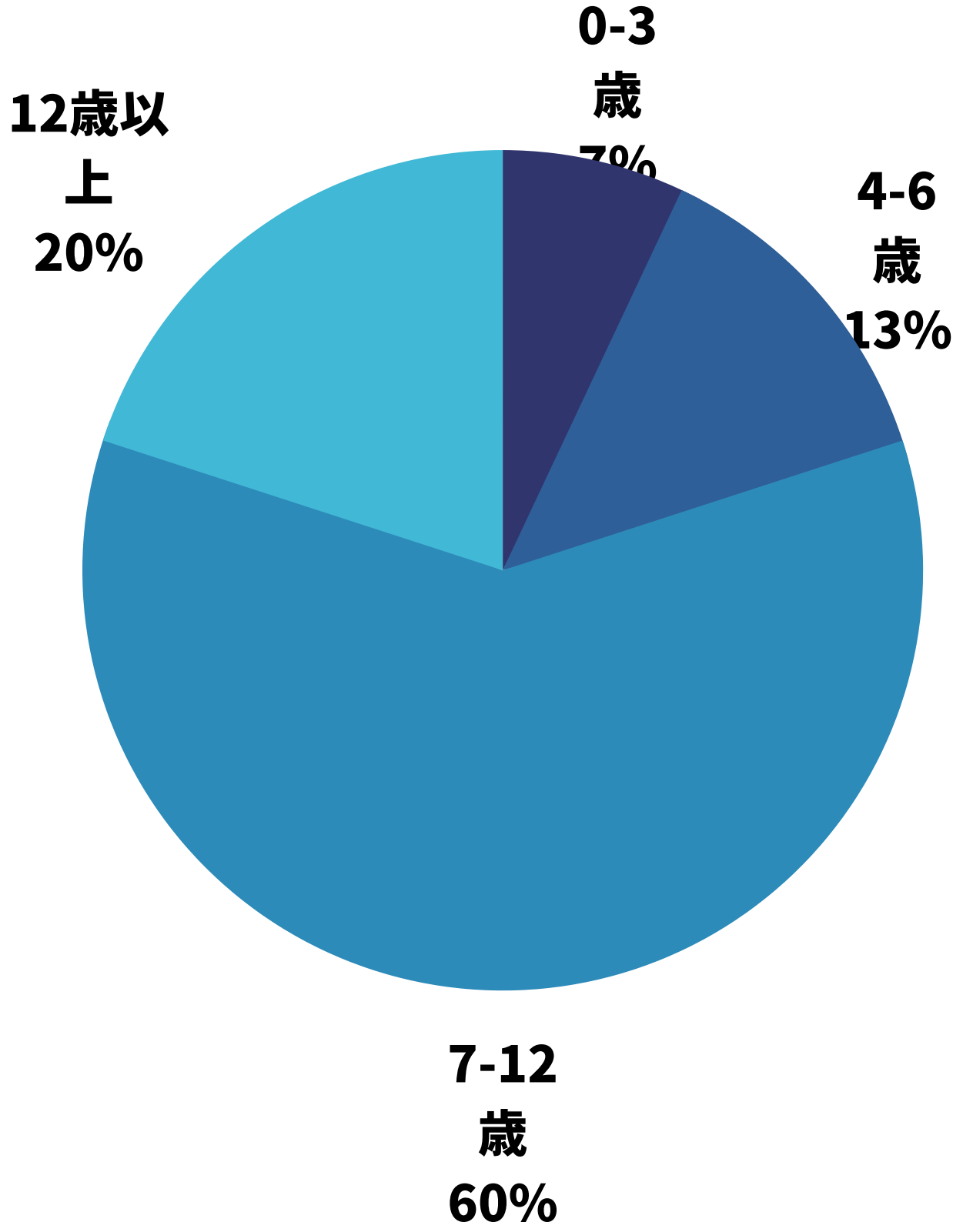
性別別の旅行形態特徴



予約から見ると、Trip.comを介して注文するユーザーの74%が女性であり、男性の26%よりもはるかに高いです。母親は旅行を決定をする際により多くの発言権を持っているようです。

出典：Trip.com

子供年齢別の旅行形態特徴

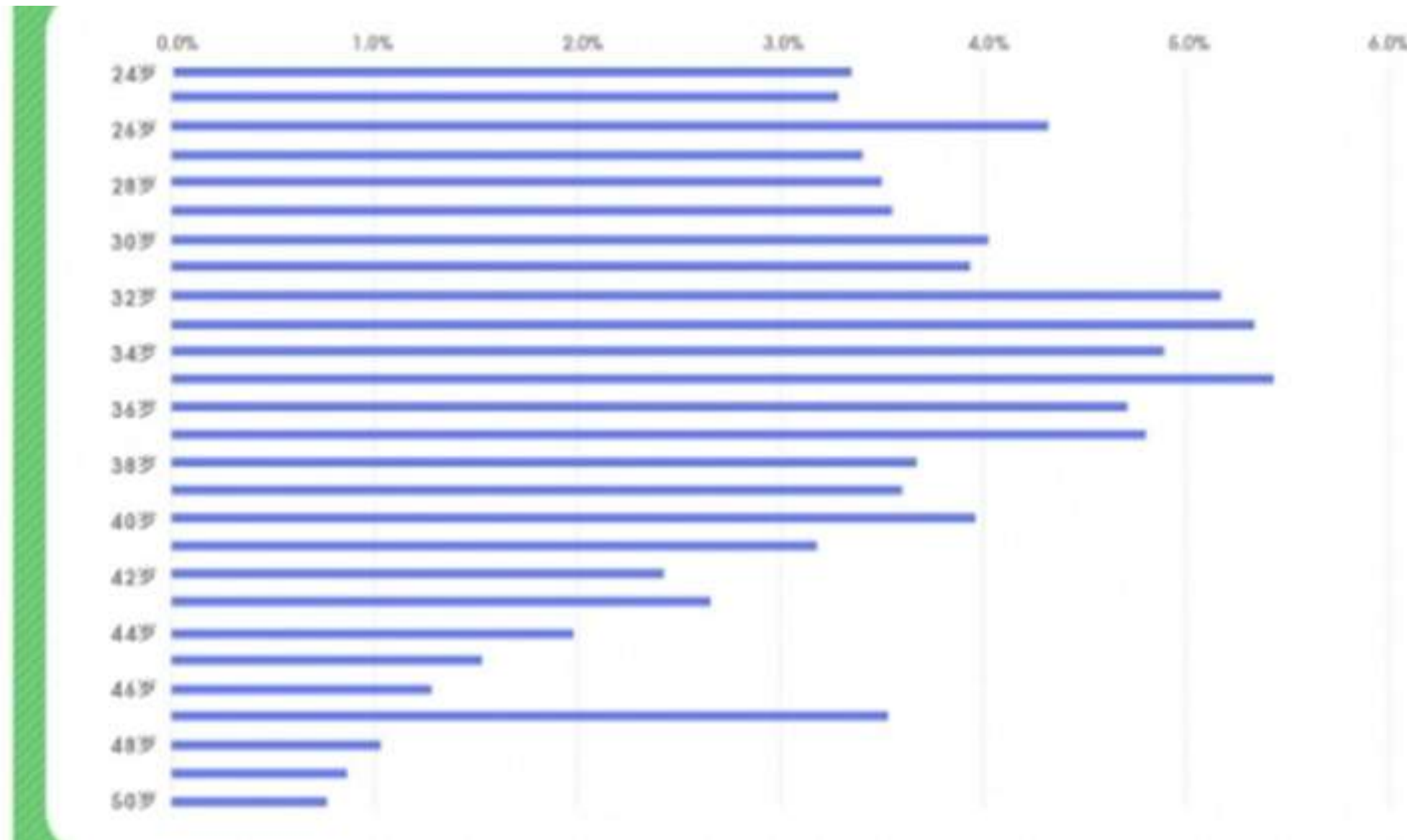


親子旅行に参加する子供たちの年齢別では、0-3歳の乳幼児が7%であり、4-6歳の未就学児が13%であり、60%が7~12歳です。

小学生は親子旅行市場の主力です。

出典：Trip.com

親の年齢別の旅行形態特徴



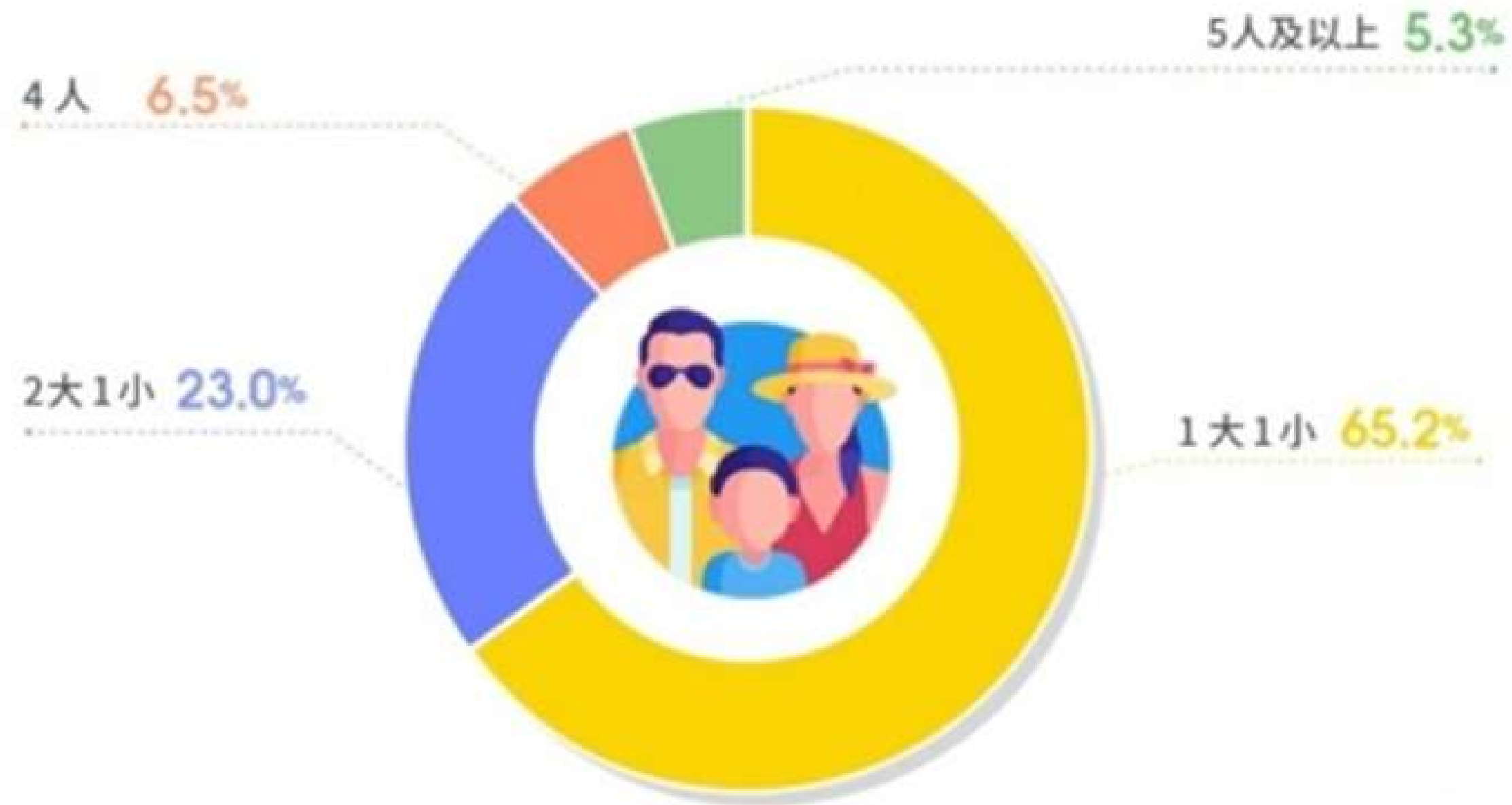
「80年代以降」と「90年代以降」の親が親子旅行の主な消費者であり、そのうち「80年代以降」が44.8%であり、

「90年代以降」が29.5%を占め、合わせたの比率は74.3%です。

同時に、子供が2人の家族の増加に伴い、「70年代以降」も比較的高い割合を占めています。

出典：同程旅行

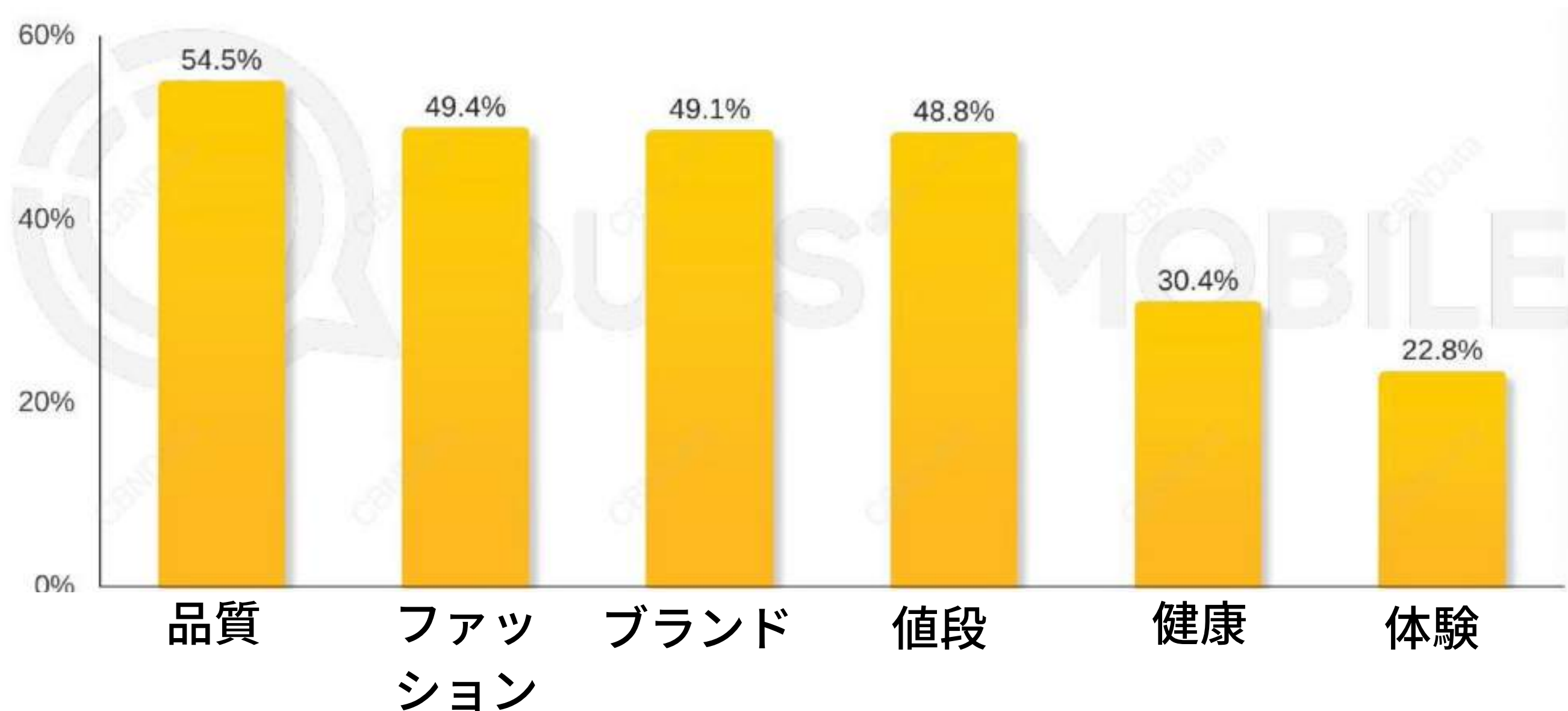
同行者数別の旅行形態特徴



「大人一人＋子供一人」の旅行が依然として主流であり65.2%を占め、「大人二人＋子供一人」の旅行が23%を占め、4人以上が一緒に旅行することが11.8%を占め、初めて10%を超えました。

出典：同程旅行

親の消費全体像

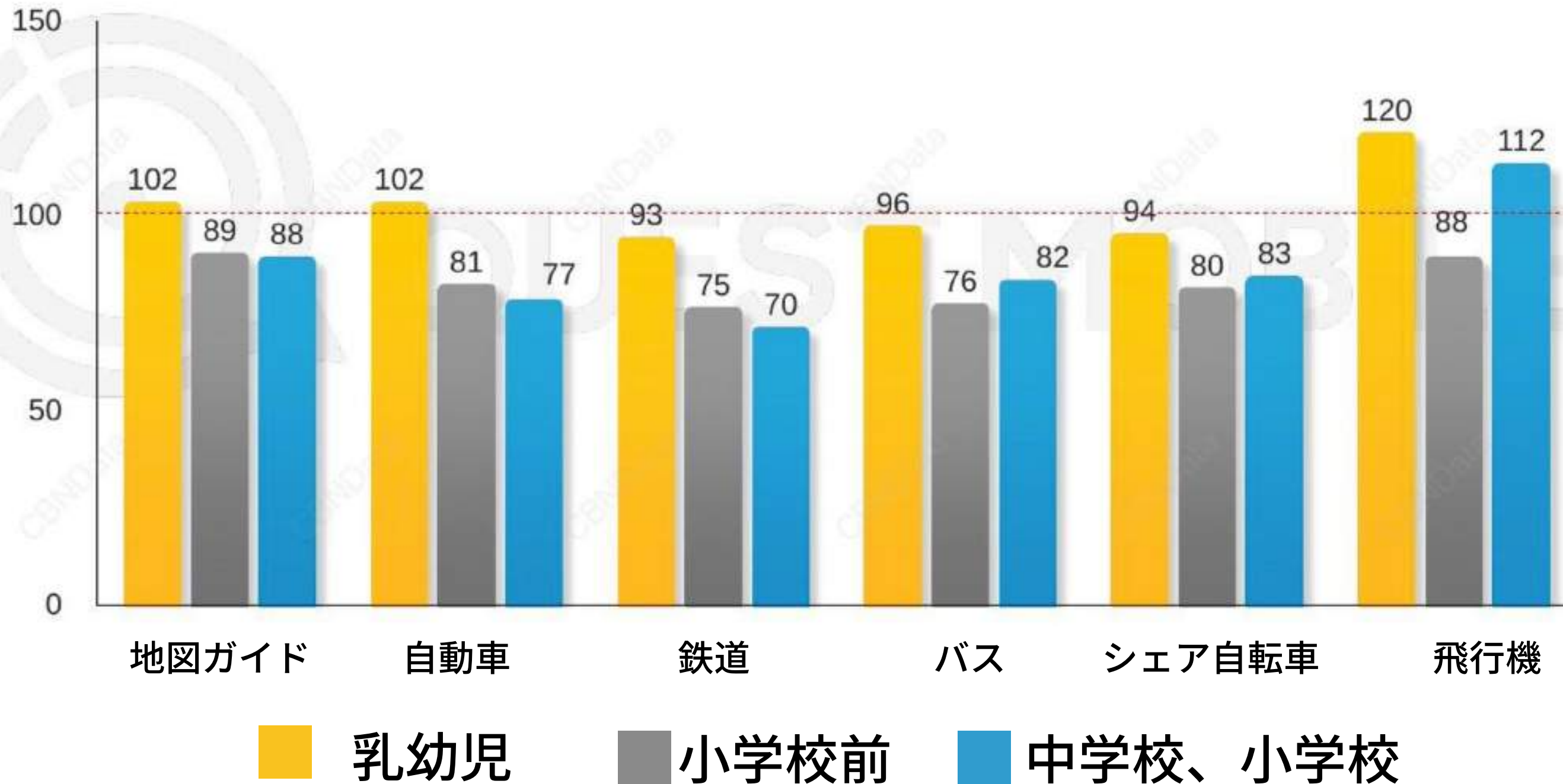


高品質生活を追求すると同時に、子供の親は価格に敏感であり、コストパフォーマンスをより重視します。

出典：QUEST MOBILE

旅行行動特徴（年齢別移動方法分布）

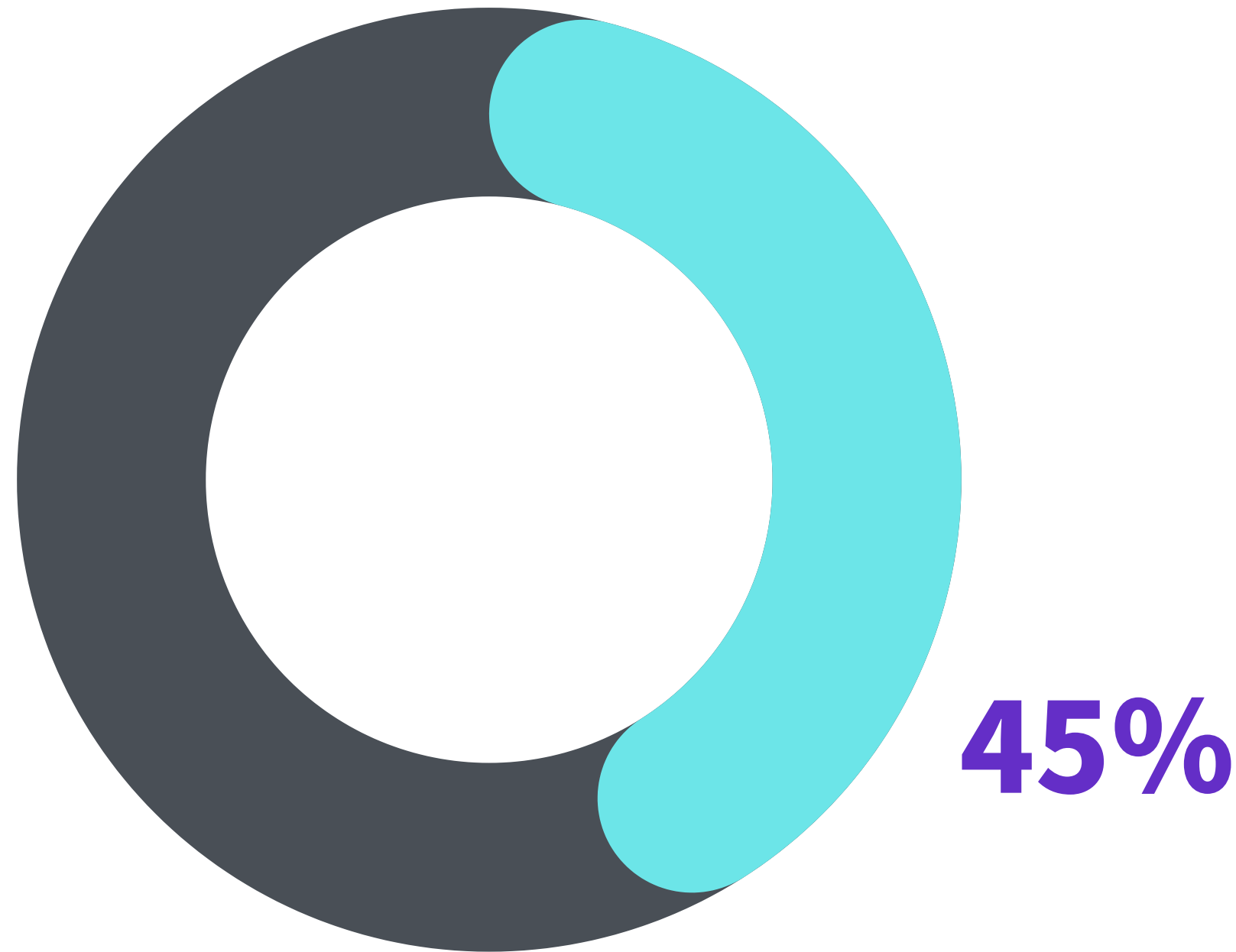
2021年4月 種類別人気度



子供の安全を守るために、親は主にドライブあるいはタクシーで旅行します。特に、乳幼児の親は便利で快適な交通手段を選ぶ傾向が高いです。

出典：QUEST MOBILE

旅行行動特徴（宿泊消費傾向）



宿泊費用に関して、親子旅行の一人当たりの宿泊費は平均より20%高いです。海外旅行の禁止により、2020年には国内旅行の質が大幅に向上しまして、4つ星ホテルと5つ星ホテルは合わせて45%を占めます。

出典：同程旅行

旅行行動特徴（宿泊先の類型）



公開データによると、2020年には親子宿泊施設の需要の94.5%がファミリールームであり、2.5%が木造ハウスであり、1.2%がツリーハウスであり、1.1%がテントキャンプであり、RVキャンプは0.4%を占め、子供部屋は0.3%を占めました。

出典：同程旅行

四、親子旅行の人気目的地と商品

旅行目的地（人気が急増な目的地TOP10）

1	仙桃
2	武漢
3	宜昌
4	荊門
5	荊州
6	アバ・チベット族チャン族自治州
7	畢節
8	宜賓
9	舟山
10	江門

仙桃、武漢、宜昌、荊門、荊州、アバ・チベット族チャン族自治州、畢節、宜賓、舟山、江門は、2020年に最も成長率の高い親子観光目的地のトップ10です。

出典：Trip.com

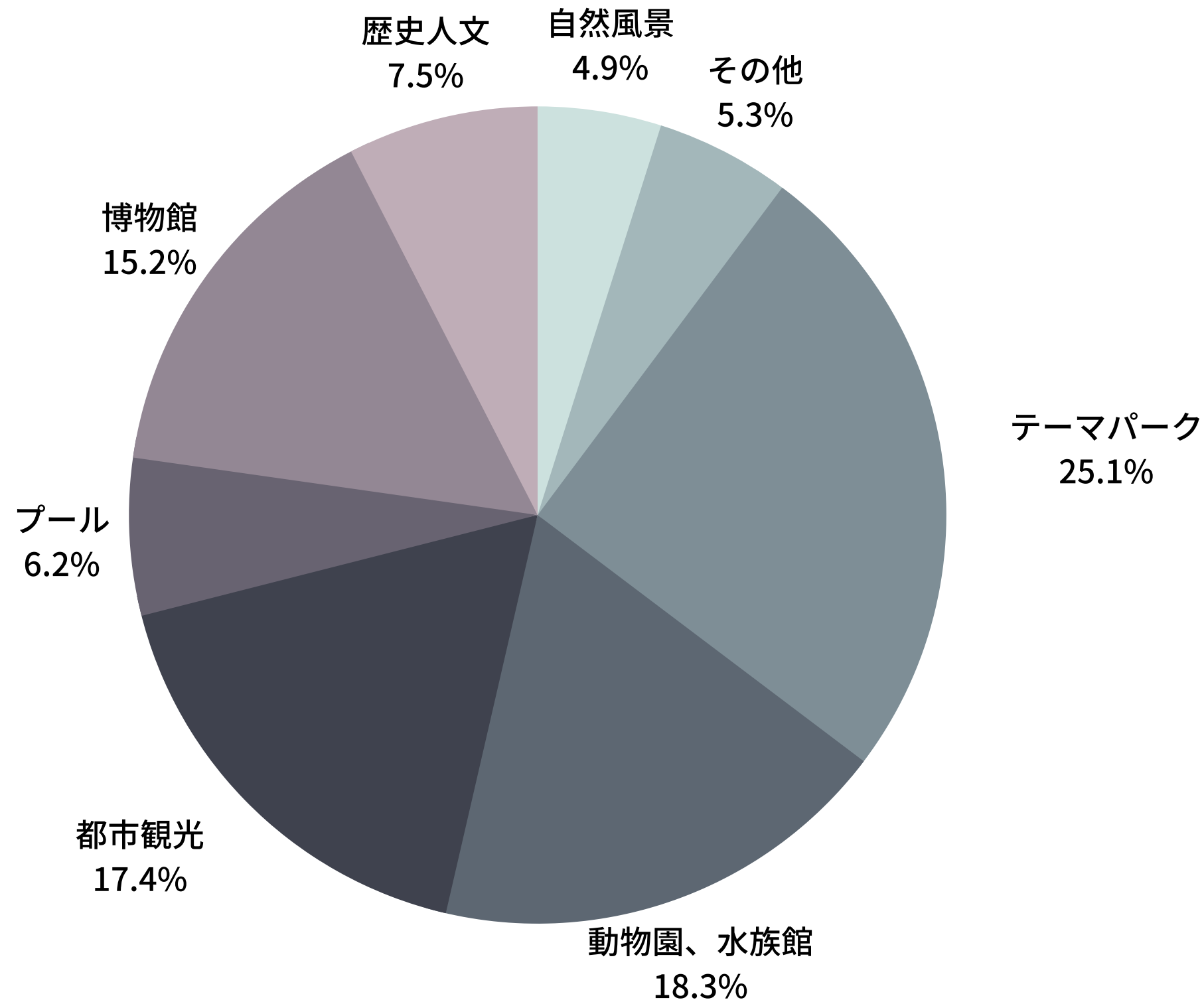
旅行目的地（人気目的地）

都市	排名	都市	排名
上海	1	重庆	11
北京	2	沈阳	12
西安	3	天津	13
杭州	4	大连	14
哈尔滨	5	厦门	15
苏州	6	济南	16
成都	7	三亚	17
青岛	8	珠海	18
南京	9	昆明	19
广州	10	郑州	20

高品質親子観光ブランド（大規模なテーマパーク、大規模な美術館など）がある都市は親子旅行者に人気があります。データによると、過去1年間で最も人気のある親子旅行先は上海、北京、西安、杭州、ハルビン、蘇州、成都、青島、南京、広州などです。

出典：同程旅行

旅行目的地（人気テーマ）



親子旅行で最も人気のあるテーマは、22.6%を占めるテーマパーク、16.5%を占める動物園または水族館、そして、15.7%を占める都市のレジャー観光です。

出典：同程旅行

人気宿泊先

広州長隆パンダホテルなどは最も人気のある親子ホテルトップ10です。

出典：Trip.com

- 1 广州长隆熊猫酒店
- 2 三亚海棠湾仁恒皇冠假日度假酒店
- 3 三亚·亚特兰蒂斯
- 4 上海迪士尼乐园酒店
- 5 珠海长隆企鹅酒店
- 6 上海佘山世贸洲际酒店（世贸深坑酒店）
- 7 珠海长隆横琴湾酒店
- 8 上海海昌海洋公园度假酒店
- 9 恐龙人俱乐部酒店(常州中华恐龙园官方店)
- 10 乌镇乌村酒店

OTAの選択傾向

各OTAのTPI



調査の結果、親子旅行で最も人気のあるOTAは、马蜂窝旅游、去哪儿旅行とTrip.comです。

出典：QUEST MOBILE

消費力top10の都市

1 上海市	6 广州市
2 南京市	7 西安市
3 无锡市	8 成都市
4 北京市	9 苏州市
5 杭州市	10 深圳市

親子游消費客群中，TOP10城市整體占全國市場近20%。此外，親子游消費TOP10城市主要以上海、北京、南京、廣州、杭州等一線和新一線城市為主，這些仍是未來親子游產業的重要潛力市場。

出典：Trip.com

OTAの人気親子旅行商品

去哪儿网



Trip.com



5月25日、Trip.comの生放送「オンライン動物園」は、南通森林野生生物公園などの有名な動物園機関と提携した最初の生放送です。



出典：Trip.com、去哪儿网

総括

- 1、生育政策の緩和により、中国親子旅行の市場規模がますます大きくなる見込みです。**
- 2、親子旅行の消費者は安全を重視し、子供の休日スケジュールに大きく影響されます。**
- 3、親子市場の発展に備え、各OTAは積極的に対応しています。**

参考主要OTA一覽



発行者

ENtrance株式会社

- 本社 東京都新宿区新宿5-15-14 INBOUND LEAGUE 330
- 代表 王璇 (Wang Xuan)
- 設立 2019年7月
- HP: <https://entrance-co.com>
- 連絡先: info@entrance-co.com

協力団体

一般社団法人日中ツーリズムビジネス協会

HP: <http://cjtc-club.com>

連絡先: info@cjtc-club.com

