中国女性旅行消費動向調査

Entrance株式会社

目次 **P2**

1.中国女性の旅行市場全体分析 **P3**
・2021年中国女性消費ランキング P4
・中国旅行者の男女比 P5
・なぜか女性は旅行が好き？ P6
・女性旅行消費力ランキングTop10の地域 P7
・女性旅行消費増幅ランキングTop5の地域 P8
・年齢別の女性旅行者比率 P9
2.**中国女性旅行の行動動向** P10
・女性一人旅の比率 P11
・女性旅行の人気目的地 P12
・年間平均催行頻度 P13
・年間旅行カレンダー P14
・フライト時間帯の好み P15
・宿泊先の選択基準 P16
・女性旅行で人気な観光スポット P17
・種類別の観光スポットの男女比 P18

3.中国女性旅行の心理特徴 **P19**
・決定権高い P20
・消費金額高い P21
・ブランド重視 P22
・高品質好む P23
・コストパフォーマンス重視 P24
4.中国女性消費者有効的なアプローチ施策例 **P25**
・年代別の心理と行動が違う P26
・情報収集の主要方法 P27
・【人気上昇テーマ①】水上楽園 P28
・【人気上昇テーマ②】ウィンタースポーツ P29
・【人気上昇テーマ③】e-スポーツホテル P30
・【人気媒体施策例①】Ctrip_ライブ配信 P31
・【人気媒体施策例②】小紅書__インフルエンサーおススメ P32
・【人気媒体施策例③】Wechat__ミニプログラムの使用量増加 P33
総括 P34

1、中国女性旅行の市場全体分析

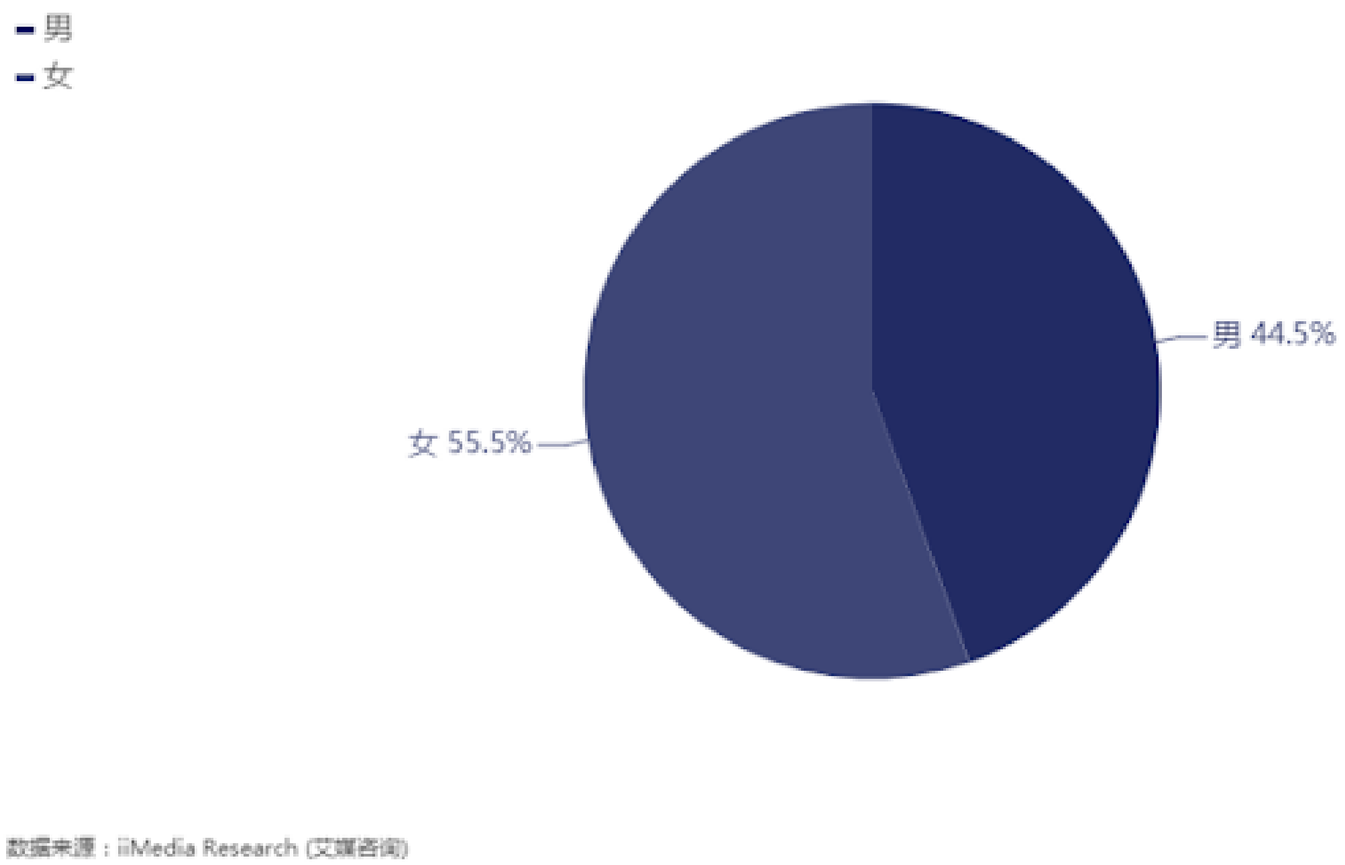
2021年中国女性消費ランキング

中国人口の14億人の中、20代-60代の女性は**4億**人がいて、消費の主力になっている。

2021年中国女性消費ランキングで、旅行の消費は全体の**33%**に占めている。

出典：CCTV財経

中国旅行者の男女比



グループで催行の旅行者の中で、女性は**63%**、男性は37%になっている。

FIT旅行者の中で、女性は**65%**になっている。

各年齢層の女性でも、男性と比べると、旅行者の人数は圧倒的に多い。女性は**55.5%**、男性は44.5%の比率。

出典：Iimedia Research

なぜか女性は旅行が好き？

品橙旅行のアンケート調査の結果によって、女性はなぜか旅行が好きの理由として、「違う世界を見たい」、「コンフォートゾーンを脱け出してチャレンジを迎える」を選択される方が一番多い。

同程旅行のCEOの呉剣氏は、旅行はすでに現代女性の生活方式になっていて、仕事と生活を調和する手段、および世界を見る重要な窓口になっている。

出典：品橙旅行、同程旅行

女性旅行消費力ランキングTop10の地域

即戦力が一番高いのは、やはり北京、上海、広州の女性。
女性旅行消費総体のランキングでTop10の地域は、上海、広東、北京、江蘇省、浙江省、四川省、山東省、湖北省、遼寧省。

女性旅行平均消費力ランキングTop10の地域は、上海、北京、広東省、浙江省、天津、江蘇省、遼寧省、福建省、海南省、四川省。

出典：Ctrip

女性旅行消費増幅ランキングTop5の地域

新一流都市の女性旅行平均消費の増幅は一流都市を超えた。

2021年、新一流都市の女性ユーザーの旅行消費は急増で、前年より30%増、一流都市の65%になっていた。
増幅ランキングTop5の地域は、湖北省、寧夏省、陝西省、内モンゴル、海南省。

出典：Ctrip

年齢別の女性旅行者比率

同程旅行の集計データにより、女性ユーザーの中で、1970年以降に生まれた方は13%、1980年以降に生まれた方は24%、1990年以降に生まれた方は45%、2000年以降に生まれた方は18%になっていた。
その中で、1995年以降に生まれたZ世代は毎年50%超えのスピードで成長している。

出典：同程旅行

2、中国女性旅行の行動動向

女性一人旅の比率

52.7%の女性旅行者は「一人旅」を選択されている。
その中で、1990年と2000年以降に生まれた若者は「一人旅」の主力になっている。

出典：同程旅行

女性旅行の人気目的地

女性旅行人気目的地ランキングのTop10都市は、**重慶、成都、昆明、三亜、蘇州、杭州、西安、長沙、鄭州、アモイ**。
女性旅行のキーワードは美食、リゾートとのことを示す。

出典：同程旅行

年間平均催行頻度

女性旅行の年間平均催行回数は4回/年。
旅行催行の頻度は男性旅行者と比べて圧倒的に高い。

出典：途牛旅行

年間旅行カレンダー

女性旅行の催行ピック時期は3月～5月、7月、9月～10月、つまり、中国のゴールデンウィーク（5月上旬）、夏休み（7月中旬以降）と国慶節（10月1日～7日）前後に集中している。上記の時期で催行される女性は50%になっている。

出典：同程旅行

フライト時間帯の好み

昼間出発の航空便を選択される女性旅行者が多くて、朝6：00～午後18：00の間のフライトを選択される女性の比率は**76.4%**。

出典：同程旅行

宿泊先の選択基準

「安全」は女性旅行のキーワード。同程旅行の集計データにより、女性がホテルを検索条件のキーワードのTop5は、**「安全」、「交通便利」、「環境安静」、「食事美味しい」、「ベッド用品いい」**。特に、1970年以降に生まれた女性は、安全とサービスに対してなかなか重視。

出典：同程旅行

女性旅行で人気な観光スポット

女性は社会人として、さまざまなストレスがあるので、気楽にさせる自然風景は女性旅行で一番人気な観光スポットになっている。その次は動物園、植物園、テーマパーク、人文遺跡も女性旅行で人気。

出典：同程旅行

種類別の観光スポットの男女比

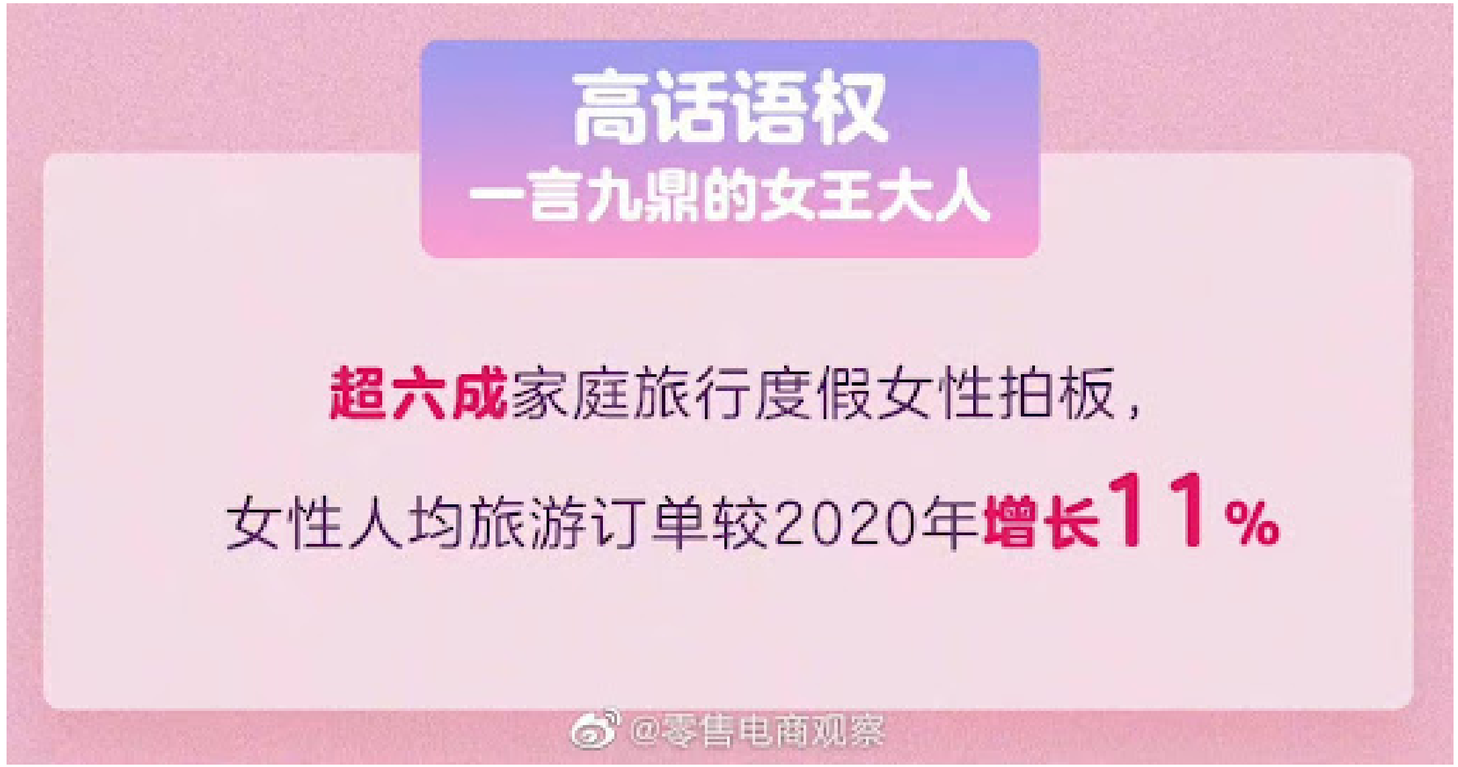
北京故宮	上海ディスにーランド	上アモイコロンス島	上西安兵馬俑	深セン歓楽谷

男性は文化遺跡に興味強い、テーマパークは女性に好まれる観光スポットになっている。

出典：MobData

3、中国女性旅行の心理特徴

旅行消費の意思決定者



中国の4億の家族の中で、61%超えの家族の旅行消費を女性が決定するようになっている。なので、旅行業者は女性旅行市場に対してもっと重視になり、女性ホテル、ホテル女性専用フロア、美容、ショッピングなどは旅行業者が女性を集客する主要手段になった。

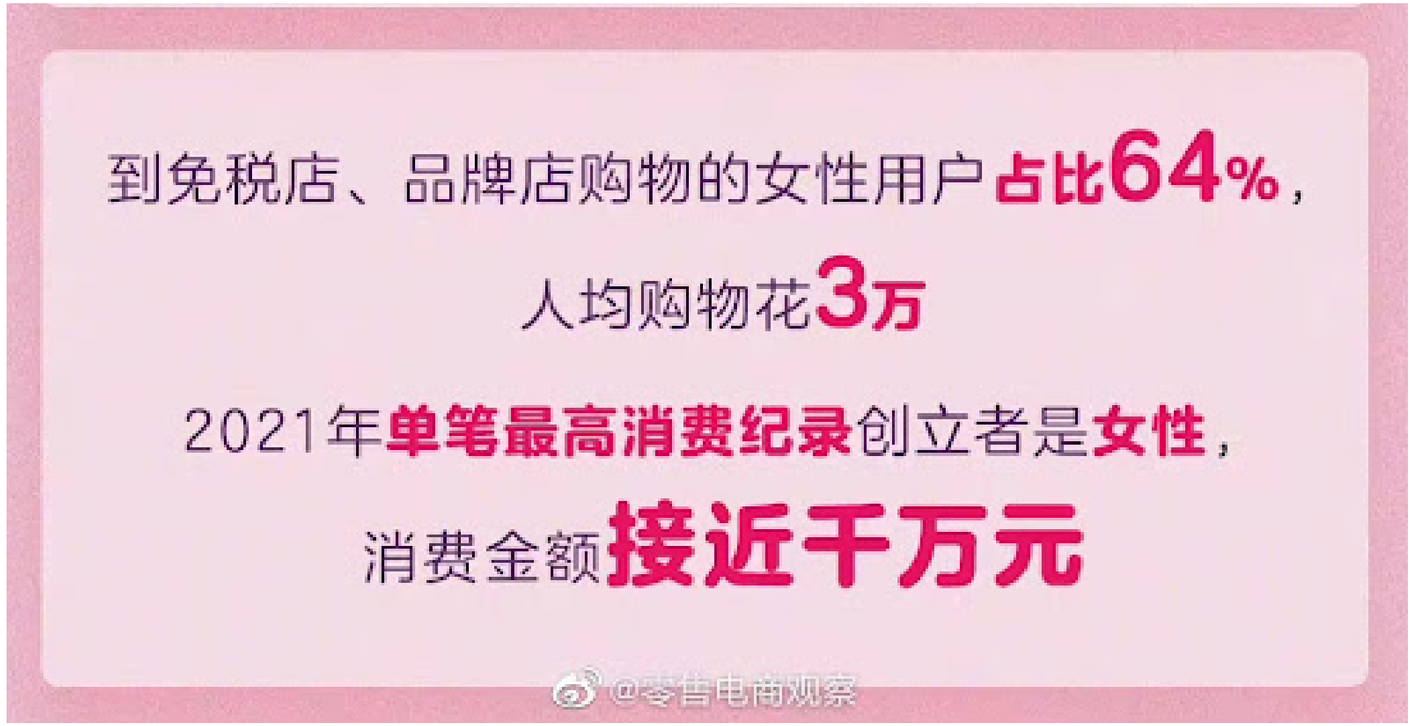
出典：Ctrip

4つ星ホテル好む

Ctripの集計データにより、女性旅行の一人当たりの消費金額は、男性より33%高めている。4割の女性は旅行の時に4つ星ホテルを選択される。

出典：Ctrip

ブランド品買い物体験重視



Ctripの集計データにより、免税店、ブランド品店に行く女性は64%になって、平均消費金額は3万元（約55万円）になっている。2021年にCtrip受注した一番高いオーダーは女性注文で、消費金額千万元（約16億円）に超えた。

出典：Ctrip

高品質重視

サービスの品質は女性旅行における大きな影響要素になっている。Ctripの会員データにより、女性のプレミア会員の増幅は男性より高くて、女性のプレミア会員の一人当たりの消費金額は男性より21%高めている。

出典：Ctrip

コストパフォーマンス重視

ライブ配信は女性の中で人気で、ライブ配信を視聴する途中で旅行商品を注文される女性が多くなっている。Ctripライブ配信データにより、2021年Ctripライブ配信で女性の注文は62%に占めて、男性より高い。また、様々なキャンペーンは女性ユーザーに好まれる。2021年Ctrip季節キャンペーンで女性の註文率は61%に達した。

出典：Ctrip

4、中国女性消費者有効的なアプローチ施策例

年代別に消費心理行動異なる

ママ族：見学ツアーの註文は二桁の増加。

若い女性：グランビア、トレッキングを参加の女性ユーザーは51%になっている。女性友人と同行での旅行は76%増やした。

シルバー層：FITツアーは年配者に好まれる。Ctripの一番年齢高いユーザーは91歳になっている

出典：Ctrip

情報収集の主要方法

女性は情報収集の場合、よく使うウェブサイト、アプリ

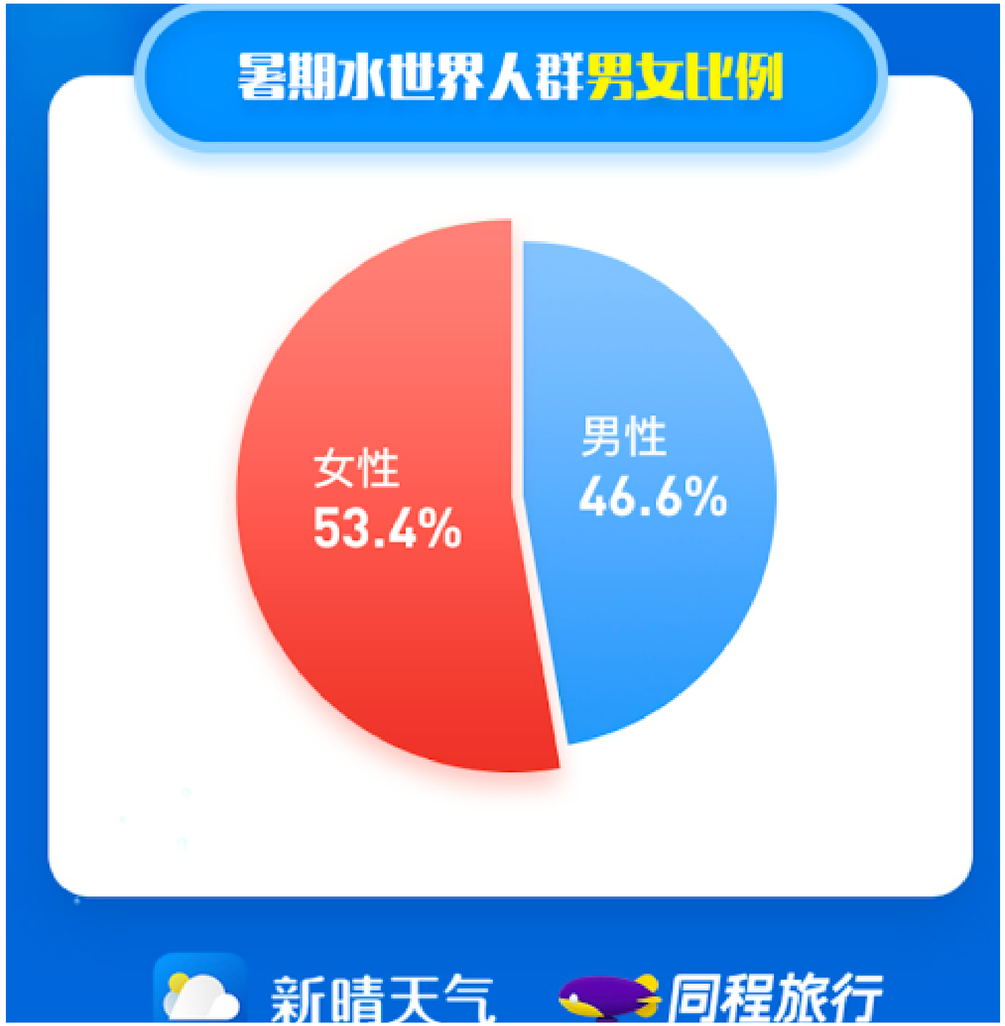
・コンテンツサービサイト、アプリ
Tiktok中国版(Douyin)、
小紅書（Xiaohongshu）.etc
・ソーシャルサイト、アプリ
Weixin、Weibo、QQ

女性を魅了するマーケティング手段

促销：キャンペーン
直播：ライブ配信

出典：QuestMobile

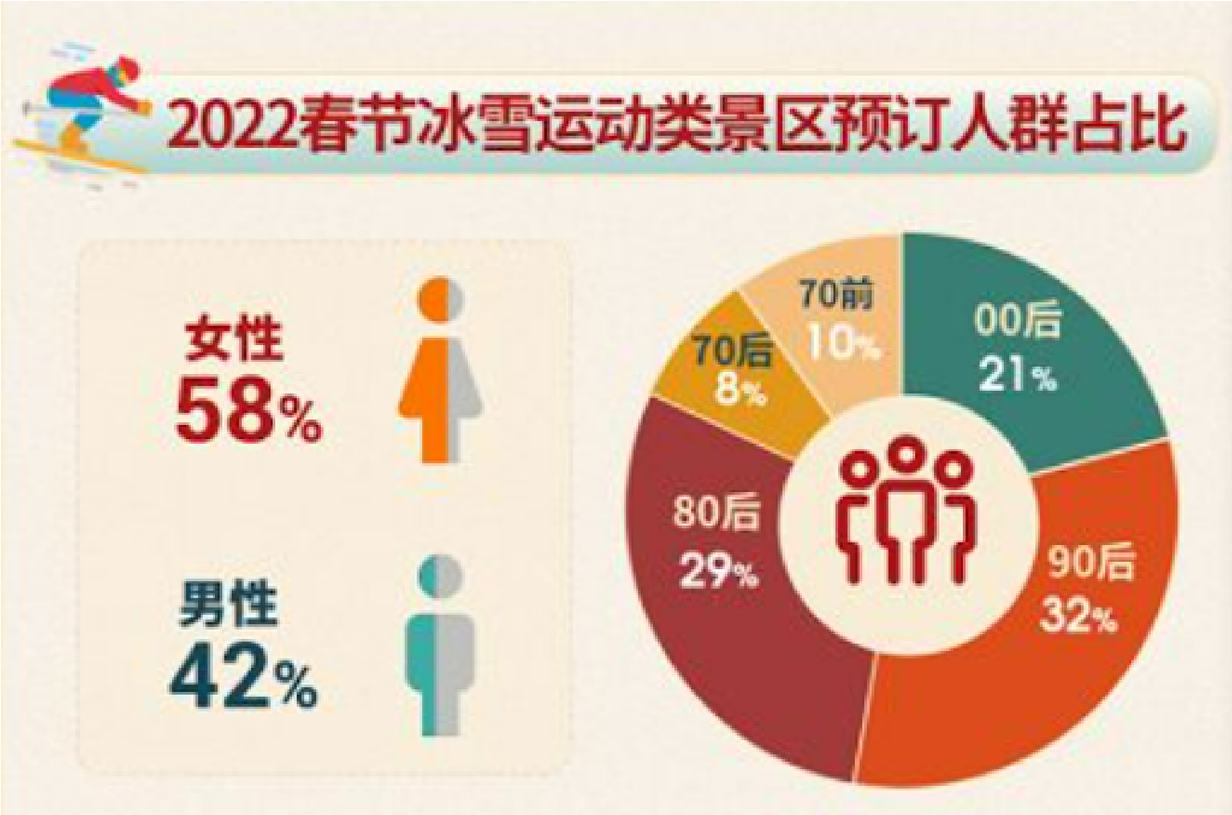
【人気上昇テーマ①】水上楽園



同程旅行の集計データによると、水上楽園に行く旅行者の男女比は46.6%対53.4%になっている。
コロナの影響で、去年夏休み期間で、より多い旅行者は近場旅行を選択された。それに伴って、水上楽園の来客数は以前より増えていた。

出典：同程旅行

【人気上昇テーマ②】ウィンタースポーツ



「2021年中国氷雪産業発展研究レポート」のよって、ウインタースポーツを参加する女性ユーザーは過去の4年間で**10%**を増えていた。その中で1980年、1990年以降に生まれた女性が主力になっている。同程旅行の受注データにより、**女性の注文者は58%**に達した。

出典：同程旅行

【人気上昇テーマ③】e-スポーツホテル

より多くの女性は、e-スポーツホテルやペットホテルなど新興の宿泊施設に注目されている。
2021年に中国リーグEDGはLOL国際大会を優勝した後の一週間で、女性ユーザーは同程旅行で「e-スポーツホテル」、「e-スポーツ部屋」などのキーワードを検索する数は58%を増やした。
中国e-スポーツホテル業界№1の企業「ihotel」の既存会員の中で、女性ユーザーの比率は昔の14%から22%になってきた。

出典：同程旅行

【人気媒体施策例①】Ctrip_ライブ配信

2020年より、Ctripはコロナの原因で流失したユーザーを挽回するため旅行にかかわるbossライブ配信を行い始めてきた。

2021年Ctripライブ配信を視聴する人数は4.6億人で、GMVは25億元に達した。その中で女性の注文は62%に占めていた。各主題別のライブ配信は女性ユーザーに対して有効な手段だと示す。

出典：Ctrip

【人気媒体施策例②】小紅書__インフルエンサーおススメ

投稿の例
女性友人と一緒に
新疆の旅へ

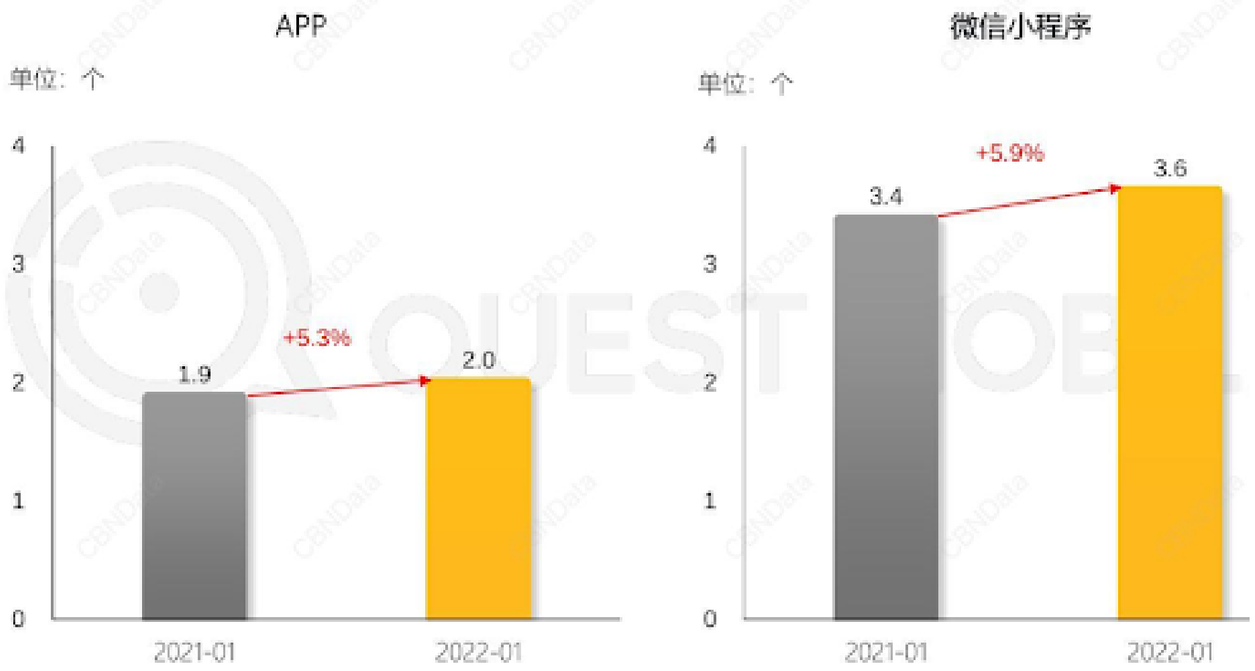
いいね：9万
お気に入り：2.7万
コメント：1,700

小紅書の女性ユーザーの比率は6割になっている。

インフルエンサーがシェアされる一押し観光スポットや、美食や旅行体験は、女性のフォロアーに対して影響力が大きいで、インフルエンサーおススメは女性の消費意欲をそそる。

出典：小紅書

【人気媒体施策例③】Wechat__ミニプログラムの使用量増加



Source：QuestMobile GROWTH 用户画像标签数据库 2022年1月

アプリより、中国女性がwechatミニプログラムの使用量は明らかに増えている。

2022年1月の使用量は2021年同期より5.9%増になっている。

出典：QuestMobile

総括

1、中国女性は消費の主力になっていて、旅行消費の比率は高い。新一流都市の女性旅行平均消費レベルは急増。

2、自然風景、動物園、植物園、テーマパーク、人文遺跡は女性が好む観光スポット。女性旅行者は「安全」と「サービス」を重視。

3、女性旅行は消費レベルが高いし、コストパフォーマンスを重視、

4、新興な旅行テーマは女性旅行者に注目されている。

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

Wechat