

～変わりつつある中国人旅行者が訪日旅行で頼るものとは～
観光・街歩きコンテンツや地図に高い関心

**訪日外国人向けフリーマガジン「GOOD LUCK TRIP」
 上海・旅行博で「訪日旅行に関する実態調査」を実施**

訪日外国人向けフリーマガジン「GOOD LUCK TRIP」を発行する株式会社ダイヤモンド・ビッグ社は、2016 上海世界旅行博覧会（WTF2016）にて、会場に来た中国人を対象に「訪日旅行に関する実態調査」を実施いたしました。

【調査概要】

- 調査テーマ：訪日旅行に関する実態調査
- 調査地域：中国・上海
- 回答者数：407
- 調査期間：2016年5月19日～22日
- 調査方法：アンケート用紙への書き込み調査



【2016 上海世界旅行博覧会 概要】

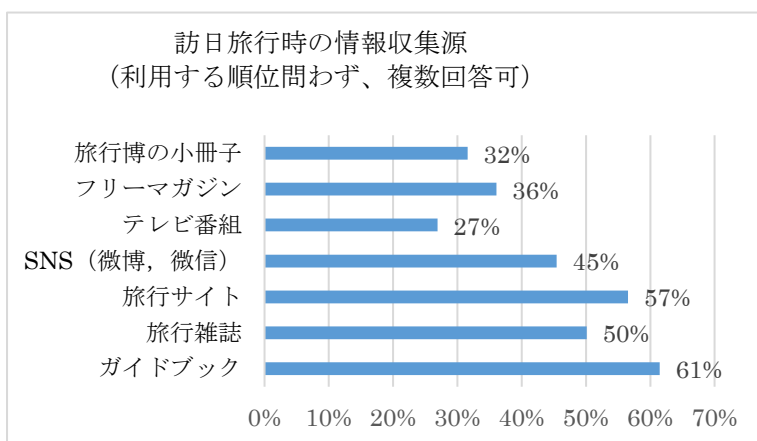
来場者数：53,657人、入場料：20元（約300円）、日本ブース出展数：26団体

【調査結果】

■ 旅行情報収集源

【SNSよりも、旅行サイト・ガイドブックの利用度が高い】

訪日旅行時の情報収集源について質問した。「ガイドブック」（61%）の回答が多く、次いで「旅行サイト」（57%）となり、「SNS（微博、微信など）」は（45%）にとどまった。中国は SNS が盛んなマーケットではあるが、旅行情報の収集源としては「旅行サイト」や「ガイドブック」が主流であることがうかがえる。

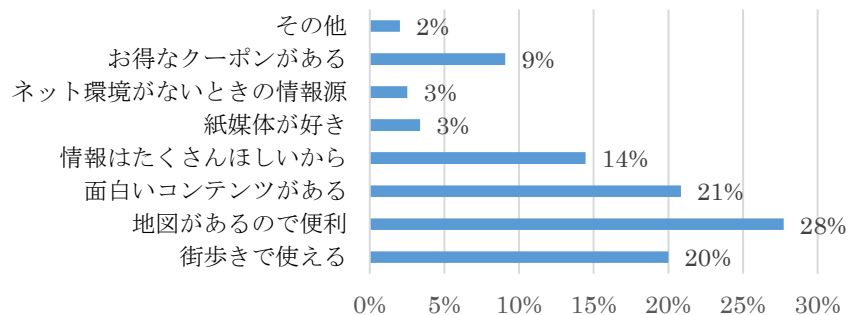


■ フリーマガジンの利用理由

【詳細地図とそれに付随する旬の情報、小ネタを求める】

訪日旅行時にフリーマガジンを利用すると回答した方に、その理由を聞いたところ「地図があるので便利」（28%）、「面白いコンテンツがある」（20%）、「街歩きで使える」（20%）が上位となった。「お得なクーポンがあるから」は9%にとどまった。クーポン需要の高い市場というイメージがある中国だが、地図や街歩きコンテンツへの需要もより高くあることがうかがえる。

フリーマガジンの利用理由（複数回答可）



■ 繁体字の読解率

【中国大陸向けの媒体について、繁体字のみの掲載でも代用できる可能性が高い】

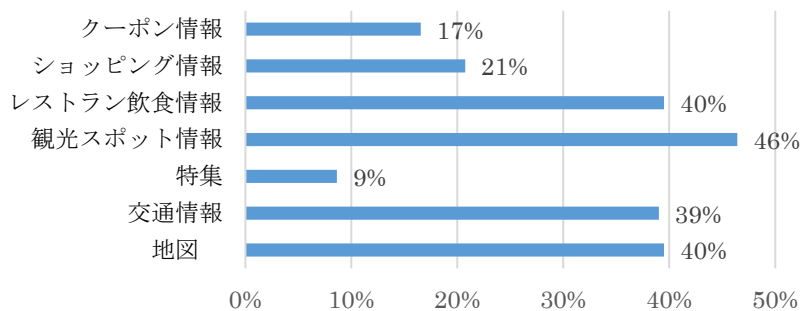
回答者の 90%が「繁体字も読める」と回答した。この結果は年齢問わず、ほぼ同じ割合となった。簡体字での掲載がベストではあるものの、予算などの制約条件があれば、繁体字のみの掲載でも代用できる可能性が高いことがうかがえる。

■ 訪日旅行で利用しているメディアを選ぶポイント

【FIT 増加の影響で、観光情報や地図の需要が高くなっている】

フリーマガジンに限らず、訪日旅行時に利用しているガイドブックや雑誌を選ぶポイントについて「観光スポット情報」（回答者の 46%が重視すると回答）、「地図」（40%）、「飲食情報」（40%）、「交通情報」（39%）が上位に挙げられた。「ショッピング情報」は 21%にとどまり、中国マーケットについても【観光、街歩きの旅】にも関心が集まりつつあることがうかがえる。

訪日旅行で利用している
メディアを選ぶポイント（複数回答可）



本件に関するお問い合わせについて

【発行元】 株式会社ダイヤモンド・ビッグ社
 【事業内容】 フリーマガジン「GOOD LUCK TRIP」の発行
 企業・自治体向けのインバウンドに関するコンサルティング ガイドブック「地球の歩き方」の発行
 【所在地】 東京都中央区八丁堀 2 丁目 9 番 1 号 RBM 東八重洲ビル 6F
 【担当】 メディア企画第 1 部 齊藤
TEL・・・(03)3553-6696 E-mail・・・msaito@arukikata.co.jp