



中国人観光客の現状と 取るべき手法について

ebisol

株式会社エビソル

訪日旅行者(中国)に関する現状把握

14日夜、中国政府は中国国民に対し、 日本への渡航を避ける旨の注意喚起を実施

- 渡航禁止・団体ツアー禁止・ビザ制限などの対応は実施されていない
- 制裁措置ではなく、最軽度レベルの「注意喚起」
- 影響は主に個人旅行者の心理的揺らぎに留まる可能性が高い
(需要の即時蒸発には直結しにくい)

影響規模を決めるポイントは 「措置レベル(制裁や注意喚起)」と「FIT(個人旅行)比率」にあると考えられる



韓国

2017年 THAAD配備問題

🚫 対応： 団体ツアー禁止

📉 影響： ▲48.3%減（前年比）

👥 構造： 団体比率：30~40%
FIT比率：60~70%

団体依存度が高かったため、大きく落ち込んだ



オーストラリア

2020年 コロナウイルス発生源問題

⚠️ 対応： 「安全に注意」と注意喚起

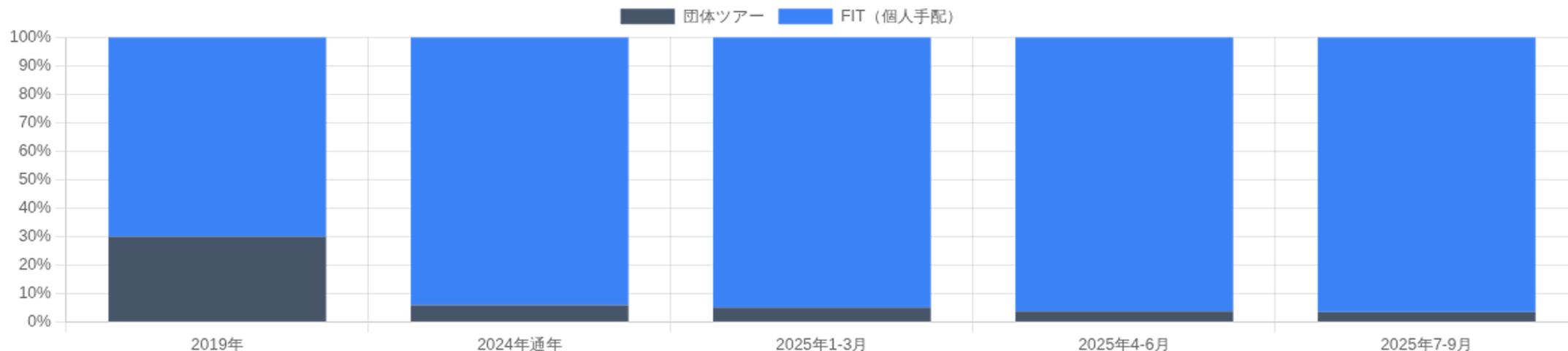
📉 影響： 団体規制なし

👥 構造： FIT比率が比較的高い構造

注意喚起だけでは、大規模減少には直結しない

日本はFIT(個人旅行者)主体の市場のため、反応が緩やかになる可能性が高く、 重要なのは「FITの心理的揺れ」をどうケアするか

訪日中国人観光客の団体/FIT比率推移 (%)



訪日中国人の手配形態 (観光庁・加重推計)

2019年 (参考)
団体：約30%
FIT：約70%

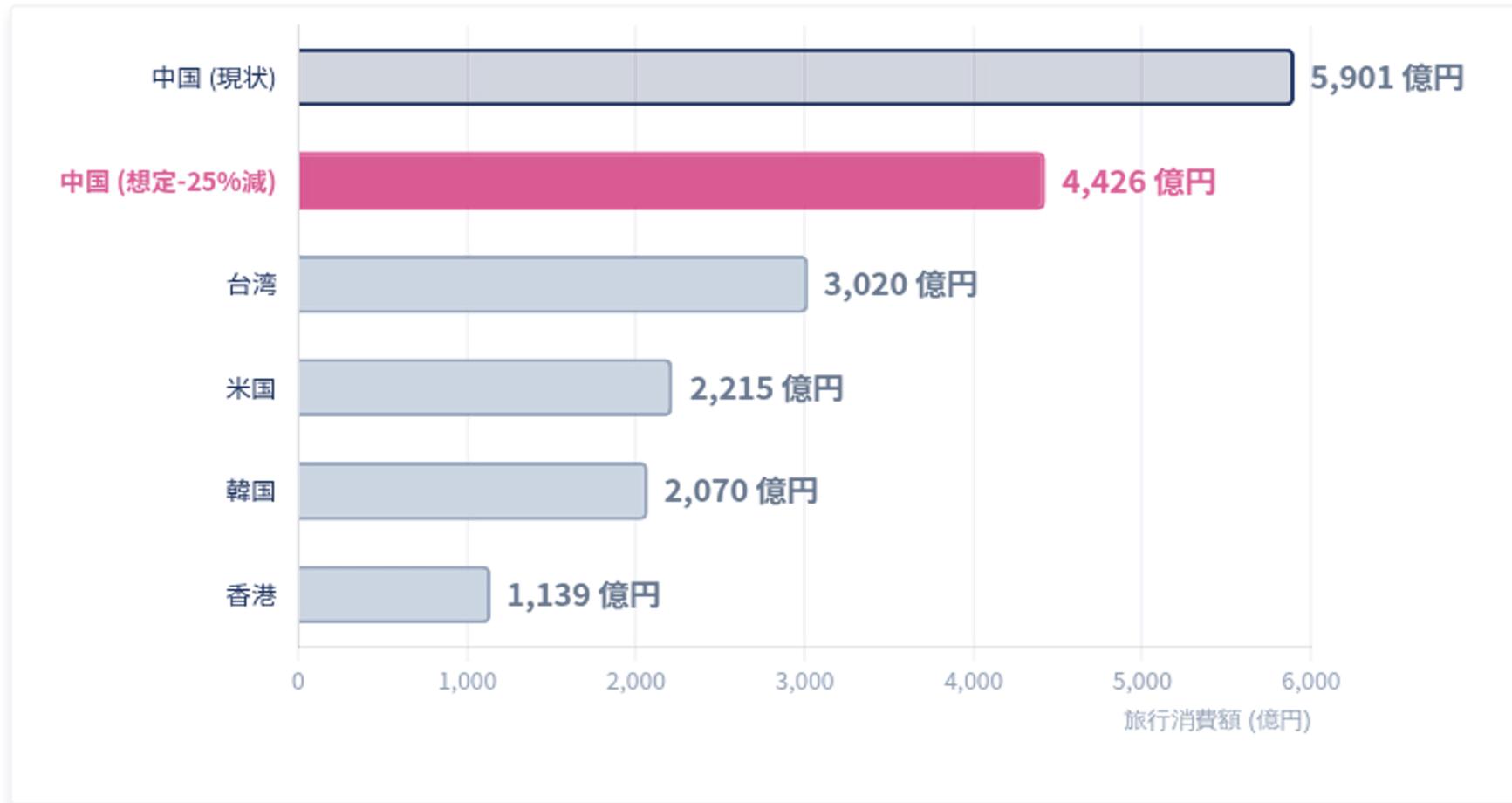
2024年通年
団体：5.9%
FIT：94.1%

2025年1-3月
団体：5.2%
FIT：94.8%

2025年4-6月
団体：3.8%
FIT：96.2%

2025年7-9月
団体：3.6%
FIT：96.4%

仮に25%減少した場合でも、中国の消費額圧倒的1位は変わらない (2位の台湾と比較しても約1.5倍の規模)



2012年尖閣問題時は、3～6ヶ月で回復基調へ

2012年の影響（一時的急落）

2012年10月
前年比 ▲33%

10-12月期
前年比 ▲43.6%

年間着地
▲8%にとどまる

回復の経過

2013年1月 回復基調へ転換

2013年3月 前年並みの水準へ回復

2013通年 全体として落ち着きを取り戻す（前年比▲7.8%）



-  今回の注意喚起は制裁的な団体ツアー禁止とは異なる
中国人の訪日旅行客は約96%がFIT構造 → 団体減となっても影響は少ない
-  ポイントは「中国人FITの心理的揺れ」をどうケアするか
-  +
-  影響が0ではないため、中国以外の国へのインバウンド対策もリスクヘッジとして重要

具体的な対策 (中国向け・中国以外向け)

FITは個人で行き先や体験を探するため、 「今までと変わらず」に適切な情報発信が大切

👤 良い施策例

- 大衆点评／小紅書（RED）の店舗・体験ページ整備
- 中国語メニュー・料金の明朗化（写真付き、税サ込表示）
- トренд訴求：温泉／ラーメン／居酒屋／地方の美食／体験コンテンツ
- リピーター向けの深掘り発信（限定・季節・裏メニュー）



注意点

炎上しやすい内容の発信は避けて
今まで通りお店の良さを届け続けましょう！

NG例)

- ✕ 「日本は安全です」等の政治性が強い表現
- ✕ 中国／日本の優劣比較
- ✕ 注意喚起ニュースへの言及

中国人への情報発信は「大衆点评」が効果的

中国



- 口コミサービスとして圧倒的な影響力を誇る
- 訪日旅行客の2人に1人が利用
- 訪日外国人の約1/3を占める中国人集客には必須

アカウント整備・広告配信

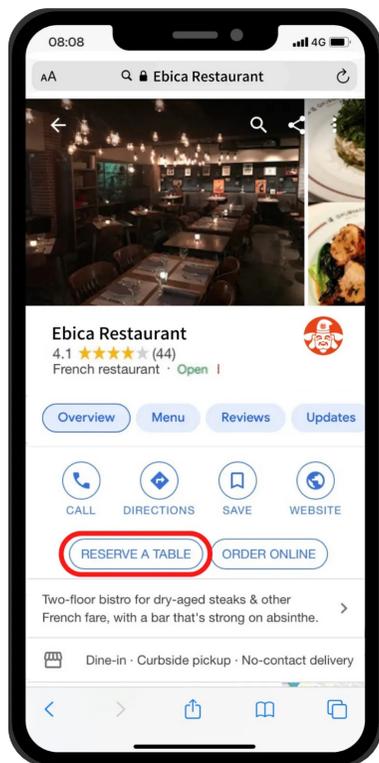


口コミ蓄積

中国同様に、各国の旅行者が日常的に利用する導線での訴求が有効

Google で予約

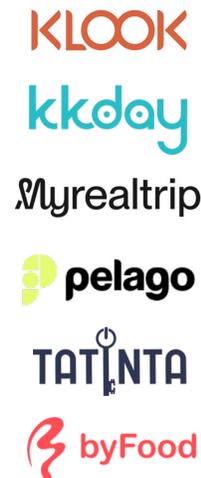
中国以外
(プラットフォーム)



- 世界全域で日常的に利用されており、訪日観光客がその使用に慣れている点の特長
- ユーザーの使用言語に合わせて自動翻訳

世界各国のOTA※

中国以外
(媒体)



- 母国で利用している旅行サイト及びグルメサイトへの情報掲載
(国やエリアごとに主要なOTAが存在)
- 公式情報のため、事業者及び旅行者共に安心感がある

※Online Travel Agency

Google・大衆点評を始め、インバウンド集客の包括的支援が可能

インバウンド広告サービス

各国媒体でのプロモーションをご支援

日本ならではのメニューやコンテンツをお持ちの飲食店様に特におすすめのプラン。アカウント整備や広告配信による上位表示を行うことで、発見と興味喚起を高めます。

ご提案メディア例

大衆点評

美团 大众点评

6.7億ユーザーを擁する、中華圏で最も利用されている生活情報サービス

樂吃購 (ラーチーゴ)

樂吃購!日本 TRAVEL GUIDE

1,300万ユーザーを擁する、香港・台湾のNo.1訪日メディア

※サービス提供対象エリアがございます。詳細はお問合せください

Googleビジネスプロフィール運用代行サービス

インバウンド集客のMEO対策をご支援

インバウンド対策でまずは押さえておきたいGoogleマップでの集客。アカウント整備、投稿、口コミ返信など、各種代行し、上位表示を目指します。



Japanticket送客サービス

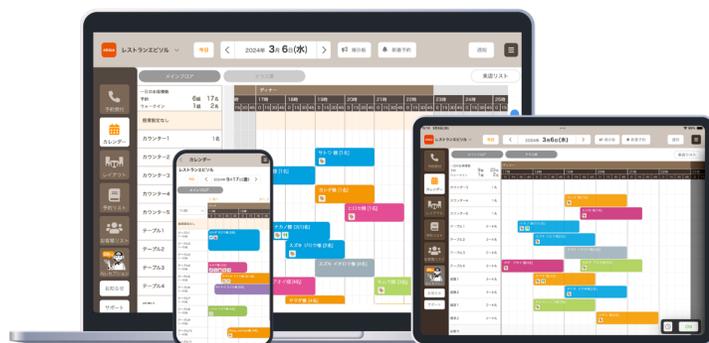
海外大手メディアとの連携により、世界全域の旅行客へアプローチします

各メディア (=OTA : Online Travel Agent) の、契約/入稿/審査/掲載/予約/入金を一括管理。より多くのOTAに掲載することで、様々なターゲットにアプローチできると共に、為替リスクヘッジも可能。自社では交渉困難な審査対応も代行します



インバウンド対策についてのご相談など お気軽にお問い合わせください

ebica



<https://www.ebica.jp/>



03 - 4405 - 4042
(平日9:30~18:30)

＼オンライン相談はこちらから／

ご希望の日時をご入力いただけます

