



令和 2 年度 地域別海外誘客プロモーション計画



中 国



目次

- 中国基礎データ(P2)
- 訪日中国人観光客の推移(P3)
- 訪沖中国人観光客の推移(P4)
- 訪沖中国人観光客について-中国市場(P5-11)
- 月別入域観光客数の推移(P12)
- 中国人観光客の旅行シーズン(P13)
- 中国人観光客訪日観光査証発給拡大の経緯(P14)
- 空路定期就航状況(P15)
- 訪沖中国人観光客の推移-空路海路別(P16)
- 中国市場COVID-19状況(P19)
- PRポイント-活動の方向性-活動計画(P18~P20)
- 令和2年度中国市場プロモーションの方向性(P21)
- 令和2年度中国市場プロモーション計画(P22)

中国の基礎データ



人口	13億9,008万人(2018年)
面積	9,600,000平方キロメートル
首都	北京市
通貨	人民元
言語	中国語
1人当たりGDP	9,608 ドル(2018年)
年間出国者数	142,727,400人(2018年)



※出典: 日本政府観光局(JNTO)
日本貿易振興機構(JETRO)

主要な省/直轄市別の
1人当たりGDP
(2018年)最新

1位	北京: 128,994元	6位	福建省: 82,677元
2位	上海: 126,634元	7位	広東省: 80,932元
3位	天津: 118,944元	8位	山東省: 72,807元
4位	江蘇省: 107,150元	9位	内モンゴル: 63,764元
5位	浙江省: 92,057元	10位	遼寧省: 53,527元

※2020/1/24現在為替中間レート1元=16.13円

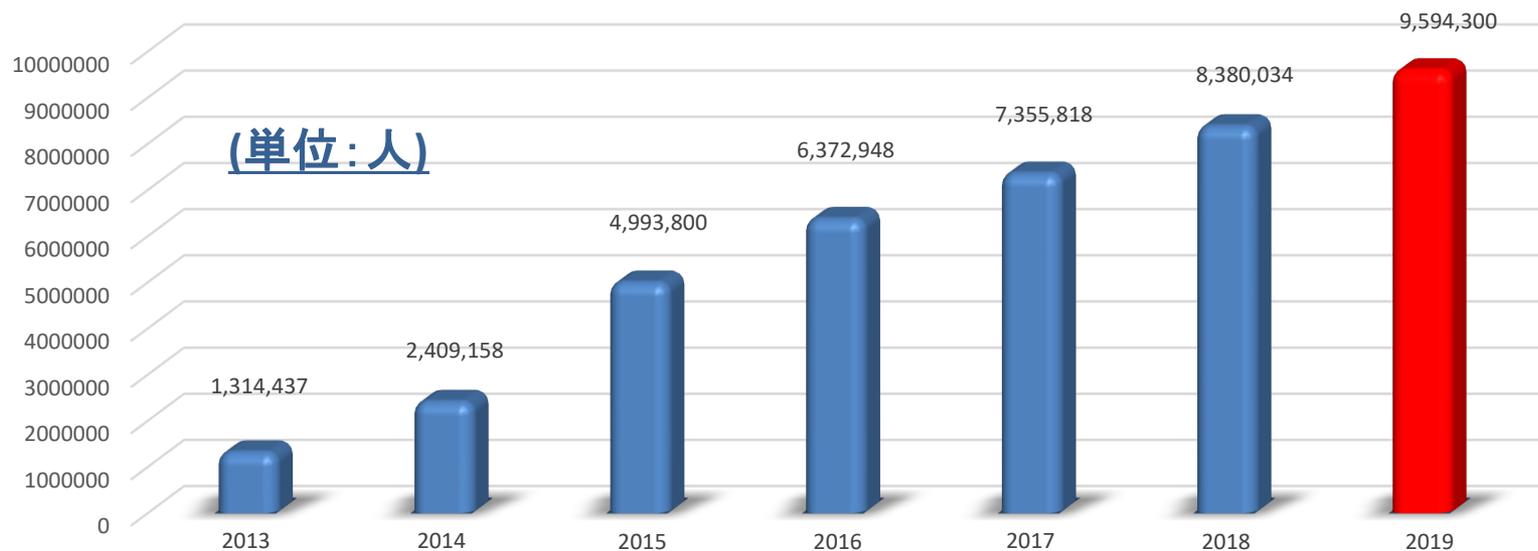
※出典: 中国国家统计局

訪日中国人観光客の推移

暦年データ	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
人数(人)	1,314,437	2,409,158	4,993,800	6,372,948	7,355,818	8,380,034	9,594,300
構成比(%)	12.7	18	25.3	26.5	25.6	26.8	30
伸率(%)	-7.8	83.3	107.3	27.6	15.4	13.9	14.5



※構成比とは、訪日外国人観光客数全体に占める割合
 ※出典先：日本政府観光局(JNTOJNTO)



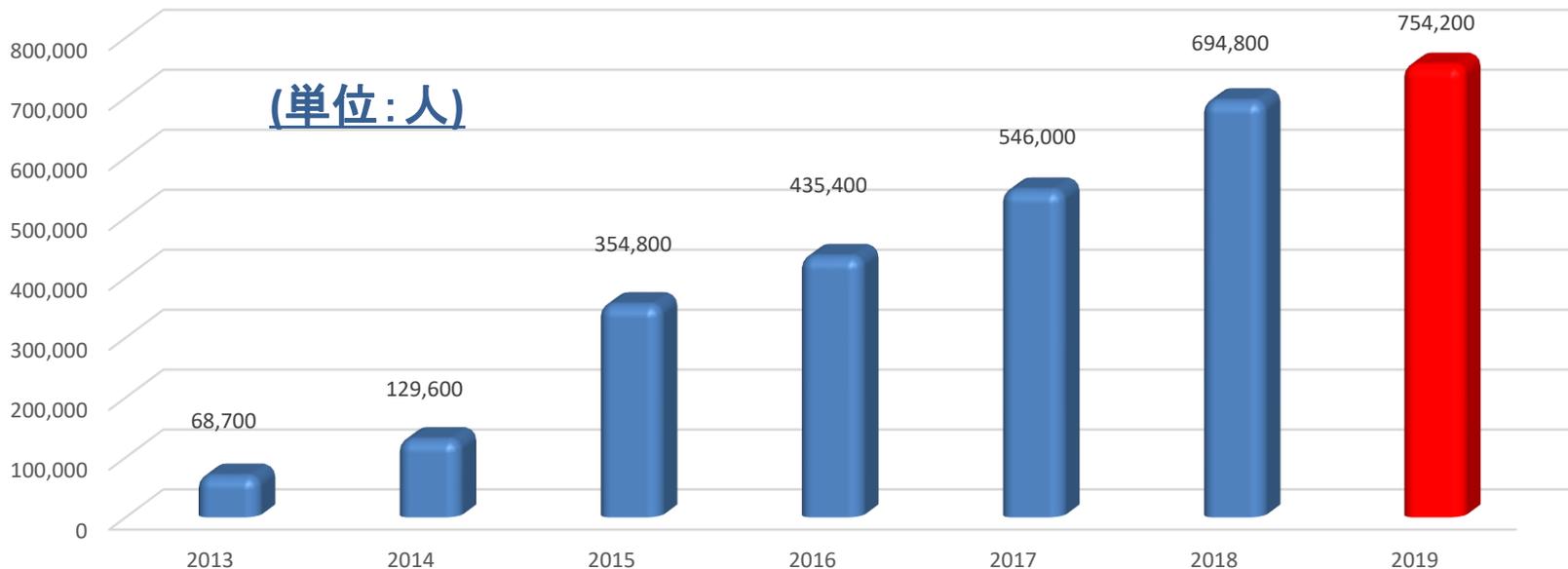
※出典：日本政府観光局(JNTO)

訪沖中国人観光客の推移

暦年データ	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
人数(人)	68,700	129,600	354,800	435,400	546,000	694,800	754,200
構成比(%)	10.9	13.1	21.2	20.4	25.6	23.2	25.7
伸率(%)	16.6	88.6	173.8	22.7	22.7	27.3	19.3
訪沖/訪日(%)	5.2	5.4	7.1	5.9	7.4	8.3	7.9

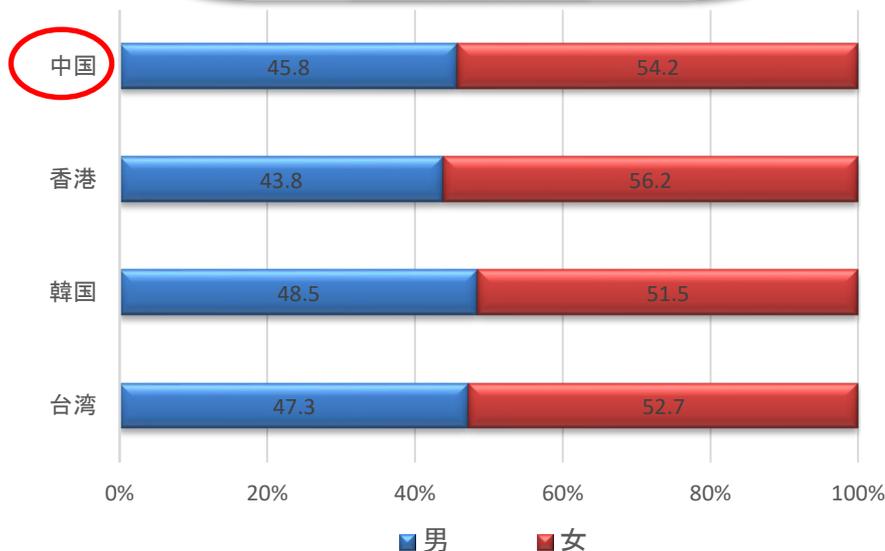


※構成比とは、訪沖外国人観光客数全体に占める割合
 ※出典先: 沖縄県

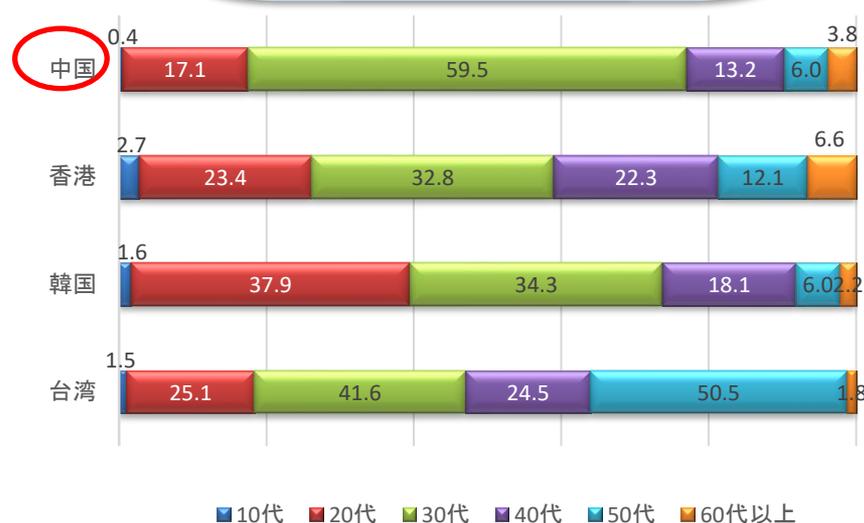


訪沖外国人観光客について-中国市場

1 性別構成比



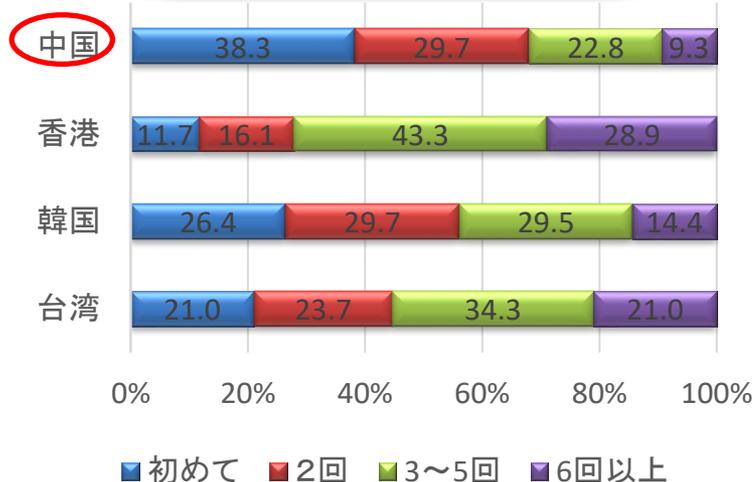
2 年代別構成比



- 男性の観光客数の割合が前年に比べ5%増加した。女性主力から平等に変わりつつある為、男性向けのコンテンツを徐々に増やしていく必要があると思う。
- 30代の割合が前年に比べ約10%増加した。
- 消費力のある40代以降の割合が香港・台湾は増加しているが、中国市場は約5%減少した。

訪沖外国人観光客について-中国市場

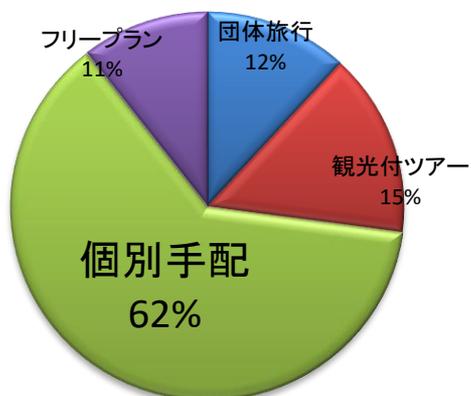
3 訪日旅行経験(%)



4 訪沖旅行経験(%)



5 旅行形態(%)

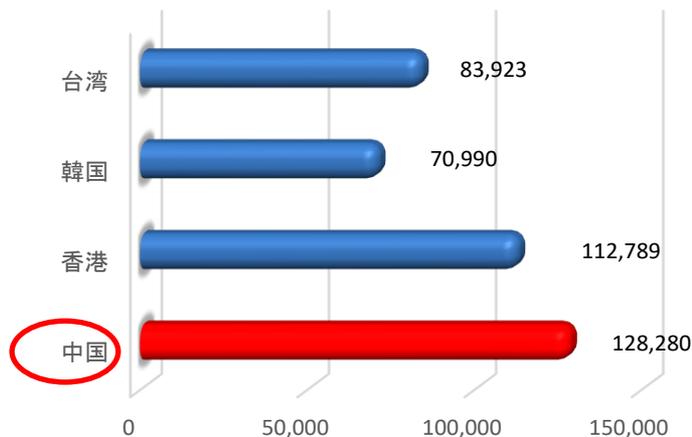


- 訪日、訪沖経験は他の市場に比べて「初めて」が多く、人口から見ると潜在層はさらに大きいと考えられる。
- 訪沖リピーターは2割に満たないものの、前年度に比べ若干(2.5%)増加した。ただ、今後もリピーター化が課題に。
- 個別手配/フリープランが全体の7割を占めることから海外旅行への抵抗は少なくなっていると考えられる。

※出典:平成30年度外国人観光客実態調査報告書

訪沖外国人観光客について-中国市場

6 平成30年度 海外重点市場 県内平均消費額(単位:円)



7 平成30年度 海外重点市場 県内平均宿泊数

地域	平均消費額(円)	平均宿泊数(日)
中国	128,280 (昨年度:145,113円)	4.54 (昨年度:4.25)
香港	83,923	4.64
韓国	70,990	3.16
台湾	83,923	3.69

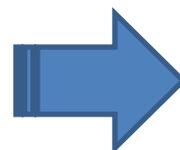
県は第5次沖縄県観光振興基本計画(H29年3月改訂版)において、2021年度の目標を平均滞在日数4.5日と定めている。

【訪日中国人の平均消費額・平均宿泊数】

訪日平均消費額:212,810円
(昨年度:284,838円)

訪日平均宿泊数:7.5泊
(昨年度:10.9泊)

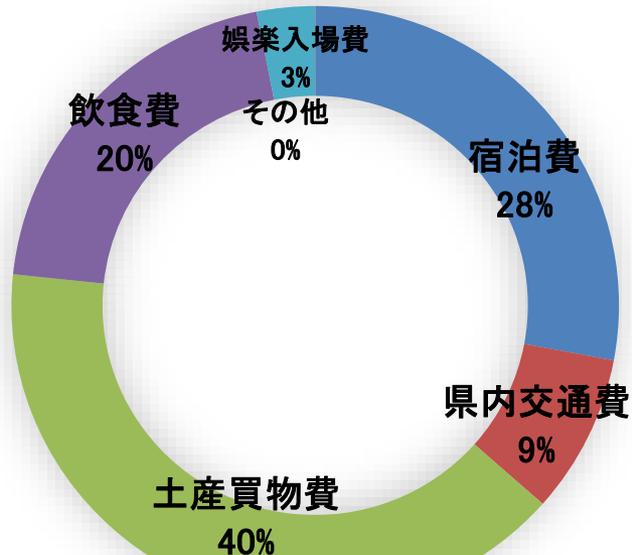
1泊あたりの消費額は
28,375円



1日当たりの消費額を
引き上げ、
さらに+2泊を目指して
北部への誘致

訪沖外国人観光客について-中国市場

8 平成30年度 一人当たり観光消費内訳



■ 宿泊費 ■ 県内交通費 ■ 土産買物費 ■ 飲食費 ■ 娯楽入場費 ■ その他

宿泊費	35,844円
県内交通費	11,019円
土産買物費	51,481円
飲食費	25,970円
娯楽入場費	3,953円
その他	13円
合計	128,278円

- ・ 平均宿泊数で割ると1泊7895円
- ・ 一般タクシー利用率約41.2%
- ・ 購入したもので多いのは化粧品、香水、菓子類、医薬品・健康グッズ

訪日中国人の日本平均
買物: 108,788円
飲食: 36,631円

9 平成30年度 県内平均消費額の推移



2019年は前年比-16,833円の減少傾向。

飲食費のみ若干増加しているが、
昨年に比べ爆買いの波が落ち着き
始め、消費額が減少した。
グルメコンテンツが今後の消費額
増加のカギになるか？

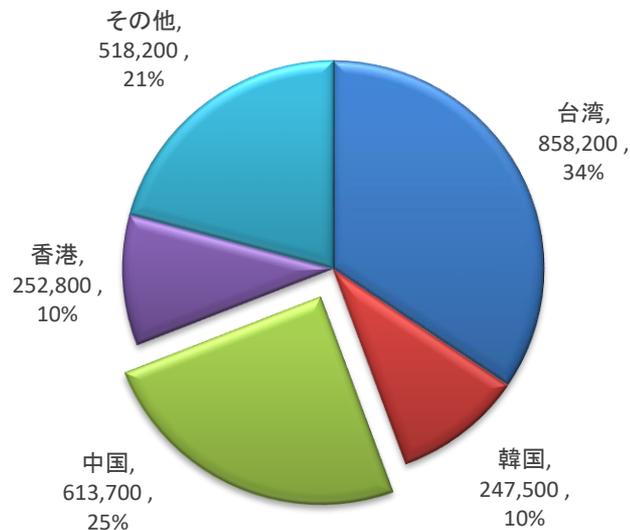
H29年度訪日外国人消費動向調査との比較

※出典:平成30年度外国人観光客実態調査報告書

訪沖外国人観光客について-中国市場

10

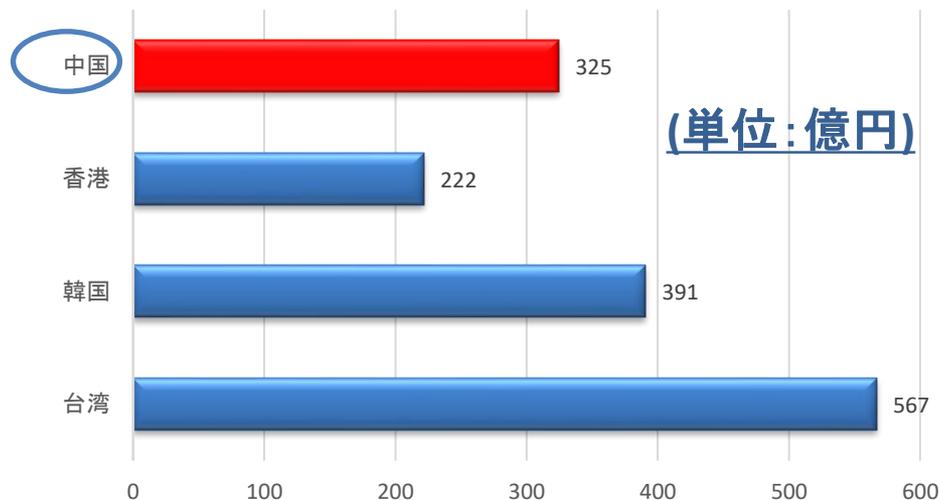
平成31年度
外国人観光客入域客数(単位:人)



地域	入域客数	対全体比
台湾	858,200	34.5%
韓国	247,500	9.9%
中国	613,700	24.6%
香港	252,800	10.2%
その他	518,200	20.8%
31年度合計:		2,490,400

11

観光収入



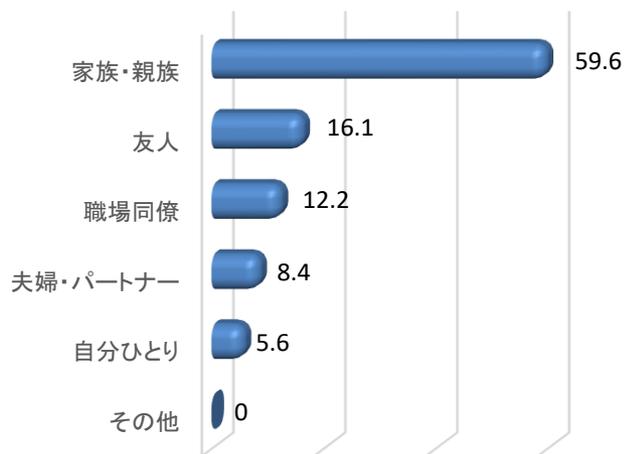
消費単価が一番高いのになぜ観光収入は3番目？

上記は空路のみの消費金額であり、消費単価は高いものの空路客の数は韓国に比べ少なくなるため、空路の観光収入としては海外の中でも3番目となる。空路客の維持拡大が観光収入の伸びにも大きく影響する。

※出典: 令和元年度沖縄入域観光客統計概況
平成30年度外国人観光客実態調査報告書

訪沖外国人観光客について-中国市場

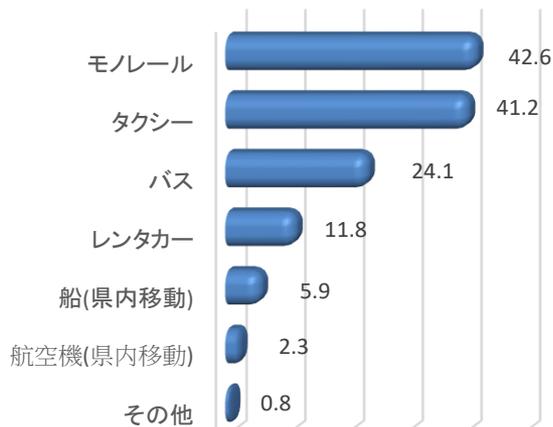
12 同行者(%)



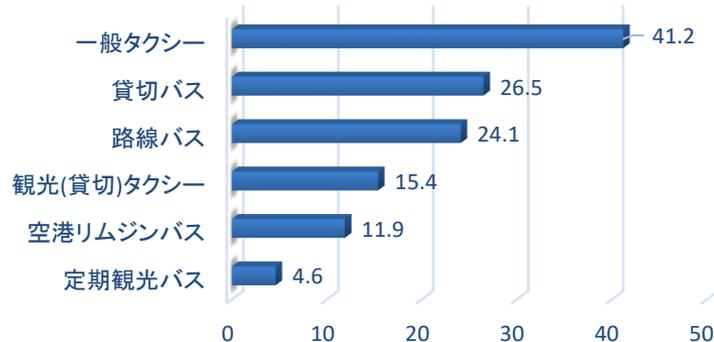
家族、親族旅行が中心に、子供を連れた親子旅は中国市場で最も多い。

タクシー利用者の増加は継続
⇒FIT化の特徴の一つ

13 交通手段(%)

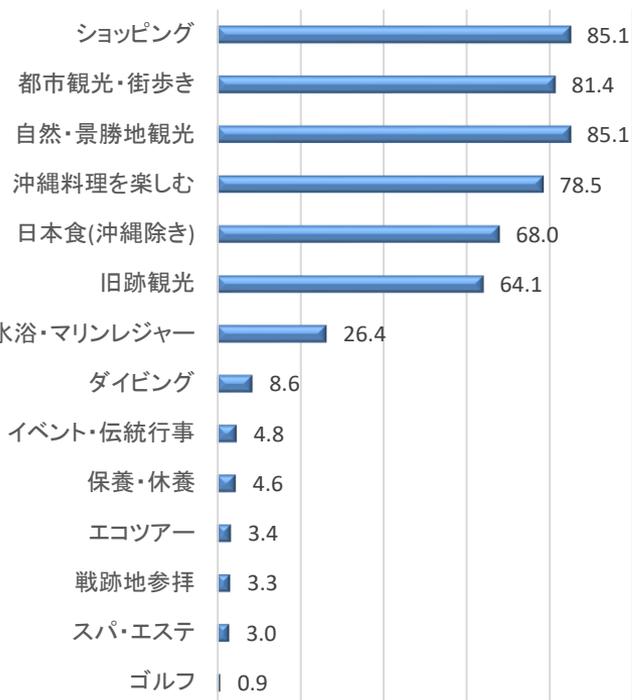


14 バス・タクシー内訳(%)

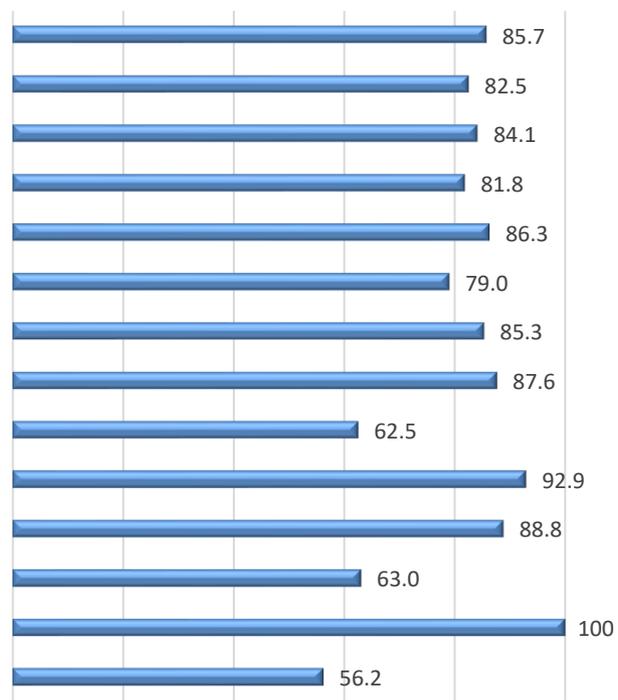


訪沖外国人観光客について-中国市場

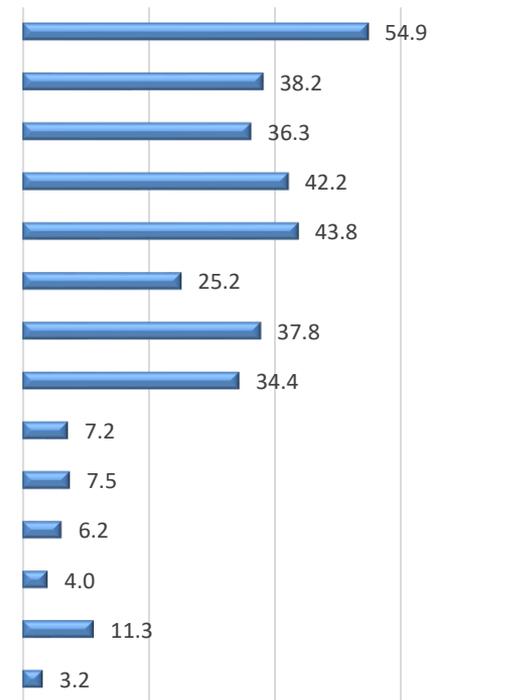
15 行った活動(%)



16 行った活動の満足度(%)



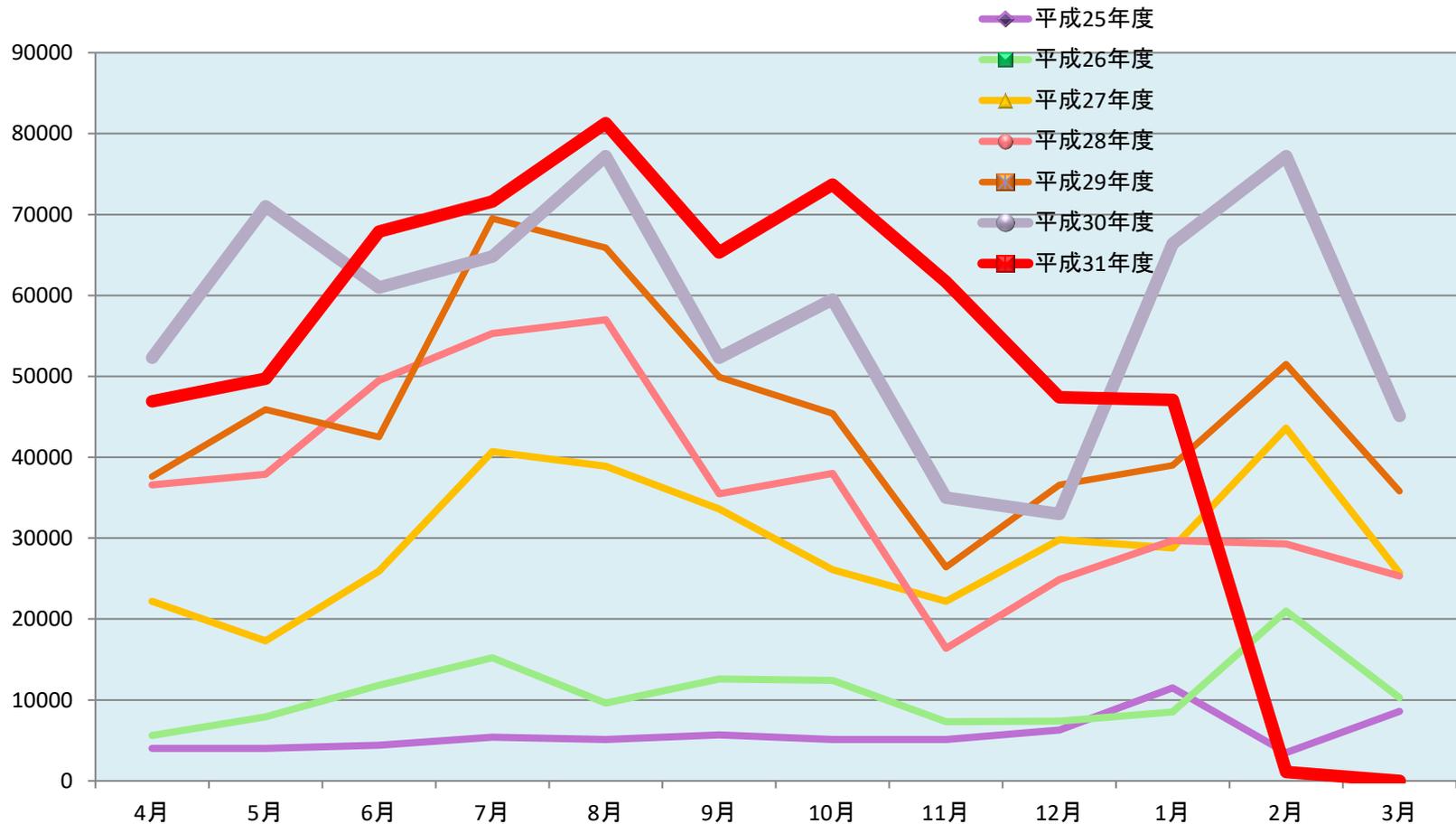
17 次回行いたい活動(%)



満足度の高くないゴルフ、イベント・伝統行事、戦跡地参拝は多様性の紹介と素材のストーリー性満足度70%以上を目標にする → 満足度向上へ

満足度や次回意欲の高いマリンレジャー、ダイビング、ショッピング等は予約方法等の詳細情報露出で実施へつなげる → 消費単価向上へ

月別入域観光客数の推移(H25~H31)



課題



- ・コロナウイルス鎮静後の動き
- ・SNS等のWEBを活用し情報発信

中国人観光客旅行シーズン

2020年祝祭日

休日	日数	期間
元旦	1日	12/30-1/1
春節	7日	2/4-2/10
清明節	3日	4/5-4/7
労働節	5日	5/1-5/4
端午節	3日	6/7-6/9
中秋節	8日	10/1-10/8
国慶節		

※出典：中国国家国務院発表データより作成

旅行のピークとボトム

2つの山

- ・春節
- ・国慶節

1つの谷

- ・春節後

大きい山が出現

- ・教育旅行、サマーキャンプ等の親子体験学習の問合せも増加傾向。
- ・クルーズ寄港により夏に大きなヤマができる予定だが、**コロナウイルスの影響によりこの大きなヤマが出現するか不明。**長期的に様子を見る必要があるのでは

中国人観光客訪日観光査証発給拡大の経緯

年月日	施策内容
2000年9月	団体観光ビザの発給開始(北京・上海・広東省限定)
2004年9月	団体観光ビザの発給対象地域の拡大(天津・遼寧省・山東省・浙江省・江蘇省追加)
2005年7月	団体観光ビザの発給対象地域を中国全土に拡大
2008年3月	家族観光ビザの発給開始(「一定の経済力のある家族」限定)
2009年7月	個人観光ビザの発給開始(「十分な経済力を有する者」, 北京市、上海市、広州市限定)
2010年7月	個人観光ビザの発給要件緩和(「一定の職業上の地域及び経済力を有する者」, 中国全土に拡大)
2011年7月	沖縄数次ビザの発給開始(沖縄を訪問する観光客を対象に限定)
2011年9月	個人観光ビザの発給要件緩和 (「一定の経済力を有する者」へ緩和, 滞在日数「15日」に「30日」を追加)
2012年7月	東北数次ビザの発給開始(訪問対象地域を岩手県・宮城県・福島県に拡大)
2015年1月	数次ビザの発給要件緩和(「一定の経済力を有する過去3年以内に日本への短期滞在での渡航歴がある者とその家族」に拡大, 「相当の高所得を有する者とその家族」に特定の訪問地要件を設けない5年有効数次ビザへ)
2017年5月	数次ビザの発給要件緩和(「十分な経済力を有する者とその家族に有効期間3年・1回の滞在期間30日の数次ビザ(初回は観光に限定)を発給, 東北3県追加(青森県, 秋田県, 山形県), 従来の数次ビザ(有効期間5年・1回の滞在期間90日)は初回の訪日目的を観光に限定せず、航空券・宿泊先等も旅行社を介さず自ら手配可、クレジットカード(ゴールド)を所持者への個人観光一次ビザの提出書類簡素化)
2019年1月	個人観光ビザ発給要件緩和。 個人観光1次ビザ: 特定の中国国内大学の学生及び卒業3年までの新卒生を追加 沖縄・東北三県数次ビザ: 一定の経済力を有し、過去3年以内に日本への短期滞在での渡航歴がある者とその家族追加。
2019年5月	観光目的で訪日する中国人を対象にオンラインでの1次ビザ申請の受け付けを開始。 2020年には電子ビザ開始を予定。
2020年3月	中国に所在する日本国大使館又は総領事館で3/8まで発給された一次・数次査証の効力の停止

空路定期就航状況

路線	航空会社名	便/週	使用機材/座席数	週間提供座席数	年間提供座席数 (52週)	初便就航日
上海-那覇 PVG-OKA	中国東方航空 (MU)					
	上海吉祥航空 (HO)					
北京-那覇 PEK-OKA	中国国際航空 (CA)					
天津-那覇 TSN-OKA	中国国際航空 (CA)					
杭州-那覇 HGH-OKA	北京首都航空 (JD)					
	中国東方航空 (MU)					
南京-那覇 NKG-OKA	上海吉祥航空 (HO)					
西安-那覇 XIY-OKA	中国東方航空 (MU)					
重慶-那覇 CKG-OKA	中国国際航空 (CA)					

※全便運休

※令和2年8月現在

平成31年度
(航空実績)

年間平均搭乗率: 74.9%

訪沖中国人観光客の推移(空路海路別)

(単位: 人)



※出典: 沖縄県発表入域観光客数データを基に作成

航空路線に関しては、コロナウイルスの影響により大幅減便となったことから、訪沖客数が前年度を下回った。

中国市場 COVID-19 状況 (2020.8月現在)

渡航制限 (中国→日本)	渡航制限 (日本→中国)	市場状況
<p>入国規定</p> <ul style="list-style-type: none">ノービザ(無査証)入国制度中止/既存のビザ無効入国禁止対象：14日以内に特定国家/地域を訪問した外国人[146カ国 確認] <p>例外事項</p> <ul style="list-style-type: none">4月3日以前に日本を出国した4つの在留資格外国人[永住者、定住者、日本人の配偶者、定住者の配偶者]4月3日以前に日本を出国した上記4つの在留資格外の外国人(以下の書類必要)<ul style="list-style-type: none">① 再入国関連書類提出確認書(日本大使館、領事館発行)② 出国72時間以内に発行されCOVID-19陰性確認書9月1日付、4月3日以前に日本を出国した全ての外国人は在留資格種類に関係なく上記2つ書類の準備が必要 (特別永住者は日本人と同じ規定を適用し、上記の書類は不要および出国日は関係なく再入国可能) <p>検疫/隔離規定</p> <ul style="list-style-type: none">入国禁止対象国家/地域からの入国者(自国民、特別永住者含む)全員が新型コロナウイルス検査対象全ての入国者対象で検疫所長が指定する場所での14日間待機および公共の交通機関使用の自制要請	<p>入国規定</p> <ul style="list-style-type: none">中国行き航空便に搭乗する全ての乗客は、搭乗前の5日以内にPCR検査を完了しなければならない。検査は、中国の在外公館が指定又は認可する機関で行わなければならない。中国籍の乗客は、「防疫健康コード」の国際版ミニアプリを通して、PCR検査の陰性証明の写真を撮影し、アップロードする。外国籍の乗客は、PCR検査の陰性証明を以て中国在外公館に健康状況声明書を申請する。 <p>例外事項</p> <ul style="list-style-type: none">外交、公務ビザの所持者、Cビザの所持者発表後、大使館を通じて新たに取得したビザは入国可能(経済貿易、科学技術活動など)	<p>感染状況：</p> <ul style="list-style-type: none">全国的に新感染者は減少傾向にあるが、海外からの輸入型感染者が後を絶たない。 <p>政府の措置：</p> <ul style="list-style-type: none">基本的に飲食店やスーパー、商業施設内等で他人と一定の距離をとったり、できるだけ素手で物を触らない、こまめに消毒を行う等防疫管理を行っている。各地で安全レベルが違う為、その都度政府から指示が下りる。 <p>経済活動：</p> <ul style="list-style-type: none">第1四半期の実質GDP成長率が前年比-6.8%まで落ちたが、第2四半期に3.2%とプラス成長になった。今後も徐々に回復していく傾向にある。 <p>旅行需要：</p> <ul style="list-style-type: none">様々なアンケート結果によると、コロナウイルス終息後の訪日旅行への依然として非常に高い。

令和2年度 中国市場PRのポイント

- コロナ後、海外旅行が抑制された旅行マインドの高い層に
⇒ハイクオリティで新感覚おきなわ旅を！
- ターゲット：①仕事や育児を頑張る女性
⇒女性向けのご褒美旅
②訪沖リピーター層（女子旅・ファミリー層）
⇒おきなわ再発見+新体験旅
③富裕層（30～40代）
⇒リッチなおきなわ旅+体験型アクティビティ
- 「一人でも楽しめる癒しの空間」の情報拡散
⇒女性の一人旅でも安全安心に楽しめる旅行プランを発信
- 「新たな沖縄の魅力」を広く発信
⇒沖縄を知り尽くした訪沖リピーターに対し、新たな観光コンテンツを紹介
- 「リッチなおきなわ旅」の提案
⇒ハイクオリティなおきなわ旅を紹介

令和2年度 中国市場 活動の方向性

フェーズ1
県内、国内
外で渡航移
動規制あり

フェーズ2
(**県内**旅行需要喚起)
国内外で渡航移
動規制あり

フェーズ3
(**国内**旅行需要喚起)
日本及び相手国で国内旅行再
開。海外で渡航移動規制が段
階的に解除

フェーズ4
(**海外**旅行需要喚起)
海外渡航移動規制なし。観光客の入
国制限が解除され、インバウンドの受
入環境が整った状態。

各市場の動向の正確な把握

- ① 沖縄ファンに向けたSNS等による継続的な情報発信
- ② ウェビナー、メディア等を通じたBtoB向けの情報発信

↑↑今できるここを強化↑↑
及びフェーズ3、
フェーズ4に向けた準備

当面海外からの招聘、海外イ
ベント参加、旅行会社・航空会
社連携等は困難。
国内在メディアの活用、国内
在住者向けPR、オンライン商
談会などを検討。

- ③ 安心・安全の情報発信
- ④ コロナによるトレンド変化を踏まえた商品の造成支援
- ⑤ コロナによるトレンド変化を踏まえた訪沖旅行の
イメージ訴求

- ⑥ 旅行会社・航空会社との
誘客PR
- ⑦ 旅行会社、メディア・
インフルエンサー招聘

(参考)JNTOにおける情報発信・PRの段階的な拡大(ロードマップ)

令和2年度 中国市場 活動計画

フェーズ1
県内、国内外で
渡航移動規制あり

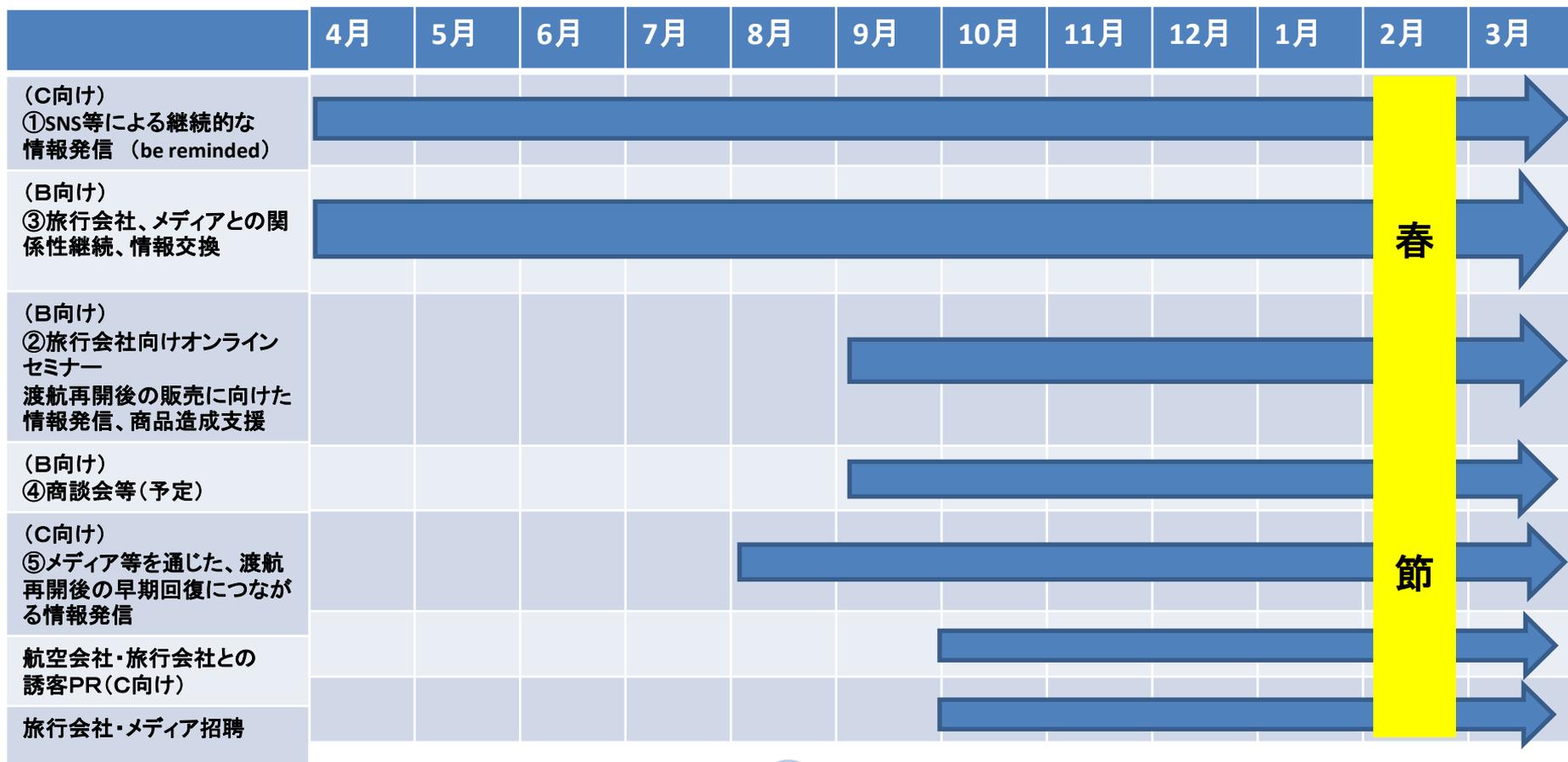
フェーズ2
(県内旅行需要喚起)
国内外で
渡航移動規制あり

フェーズ3
(国内旅行需要喚起)
日本及び相手国で国内旅行再開。
海外で渡航移動規制あり

フェーズ4はいつから実施できるか不透明
ビジネス客→留学生→観光客の順で
入国規制緩和を予測。



フェーズ4
(海外旅行需要喚起)
海外渡航移動規制なし。観光客の入国制限が解除され、インパウンド
の受入環境が整った状態。



令和2年度 中国市場プロモーションの方向性

1

テーマ別PR



テーマに重点を置いた見せ方

テーマ別旅へ
→拡大を続けるFIT層へ消費単価の高い旅を提案

2

ブランディングの再構築

量から質へ

ターゲット層の格上げ
→富裕層向け旅行会社へのアプローチ、現地の媒体との連携

大手企業連携事業
→企業のブランド力を活用し、沖縄観光のブランドイメージの向上に。

3

連携プロモーション

旅行会社連携事業

旅行会社の会員向けなどその特徴を生かしたセミナーやイベントを提案

物産連携事業

物産 & 観光のオール沖縄で事業を展開。
「健康・長寿の島」

令和2年度 中国市場プロモーション計画

旅行博

招聘

その他

通年事業

夏向け

4月～6月

秋向け

7月～9月

冬向け

10月～12月

春向け

1月～3月

・メディア、日本在住
KOL招聘
(テーマ・時期調整中)

・コンテンツ販売サイト
タイアップ

・高単価向け旅行社訪問
(北京、上海等)

・航空会社、旅行会社
等とのタイアップ

・宣伝物発送

・観光広告

・SNS情報発信

・次年度向け情報発信