

# インバウンドコラム

## 中国 2019 年上半期 OTA 市場分析

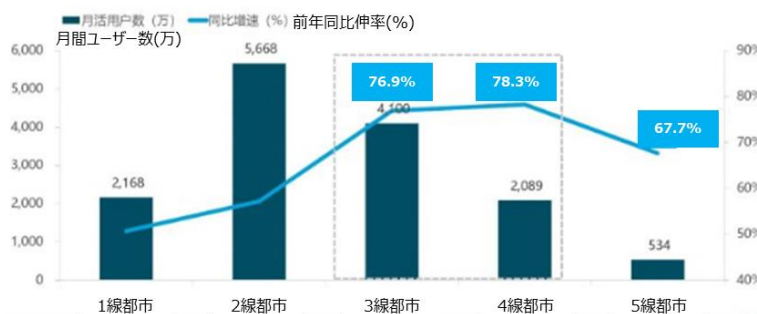
### 中国国内外の旅行市場動向 地方都市の OTA ユーザーが急増

中国の IT データメディア 199IT に、2018 年の中国旅行業実績と 2019 年上半期オンライン旅行業(OTA)市場分析調査レポートが掲載されました。2018 年中国国内旅行も含めた中国の旅行業総収入は、6 兆元(約 90 兆円)。旅行者総数は 58 億 3 千万人にのぼり、平均旅行回数は 4 回、旅行はすっかり中国人の日常生活の一つになりました。旅行消費の約 3 割が航空会社や宿泊施設などサプライヤーサイトからの直接購入や OTA などオンライン取引で、うち OTA での取引総額は 1 兆 2 千萬元(約 15 兆円)を超え、前年比 21.5%増えました。航空券や列車などの交通チケット予約とホテル予約が、OTA の主要収入源です。2019 年 6 月には OTA のユーザー数は、前年比 6 割以上増えて 1.5 億人となり、急速に普及しています。(参照※1、グラフ a)また、OTA 市場は中国社会に深く「下沉(xiàchén = 浸透)」してきており、3 線・4 線都市の利用者が急増しています。3 線都市以下は、今後も市民の収入増が見込まれ、まだ不動産価格が比較的安く、生活のコストを抑えられることから、OTA サービスが浸透することで、更に旅行市場が拡大すると予測されています。(参照※1、グラフ b)百度を筆頭株主に持つ携程 Ctrip と合併した去哪儿 Qunar.com が大きなシェアを占めていますが、ホテル予約ではテンセント系の美团旅行が、交通チケット予約では、アリババ系の「飛猪 Fliggy」がいずれも 20%以上のシェアで 2 位につけ、旅行業界でも BAT(百度、アリババ、テンセント)がしのぎを削っています。(参照※1、グラフ c、d)

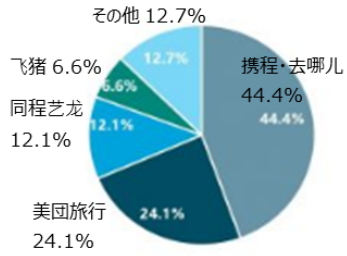
グラフa 2018年6月～2019年6月 OTA予約ユーザー数(万)



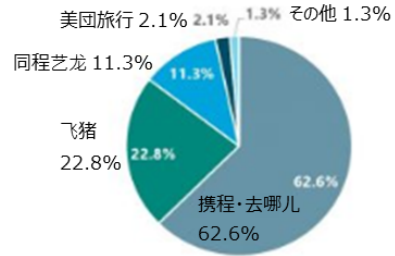
グラフb 2019年6月都市階層別OTA利用ユーザー数



グラフc 2019年上半期OTA  
ホテル予約市場シェア



グラフc 2019年上半期OTA  
交通、チケット予約市場シェア



グラフa～dすべて 出典元:199IT

※1 中国 2019年上半期OTA市場分析 - 199IT  
<http://www.199it.com/archives/919246.html>