



報道関係各位

2019年2月19日
アント フィナンシャル サービスグループ

2019年春節期間における、中国人観光客の消費傾向を発表 ～日本の取引高は昨年比2.6倍、取引額は昨年比2.7倍～

アント フィナンシャル サービスグループは2月19日、2019年の春節期間（2月4日～10日）における、中国人観光客の海外支出およびモバイル決済行動に関する追加調査結果を発表しました。

本調査は、アリペイが導入されている54の国と地域を対象としています。2019年2月11日に発表した予備調査結果および本調査結果は、中国の活気ある消費者市場と観光市場の動向を明らかにしました。

■ 調査結果

取引額および取引高の両方が堅調に成長しました。取引額は、オフライン店舗が昨年同期比2.2倍に急増しました。平均支出額はヨーロッパがトップ10カ国を独占し、最も高い伸びを見せたトップ5カ国は、デンマーク（22.7倍）、スペイン（7.1倍）、フィリピン（5倍）、ベルギー（4.7倍）、スイス（3.4倍）でした。

取引高はアジア各国が引き続きトップを占めました。また、現地加盟店や大規模小売店舗での採用が増加したことにより、カナダが10位に浮上しました。

製品および販売店のカテゴリーで見ると、ヨーロッパへの旅行者はデパートや高級店で、アジア各国への旅行者はドラッグストアやコンビニエンスストアで、高い頻度で購入していることが明らかになりました。

■ 予備調査結果（2019年2月11日発表）

中国3級、4級都市からの旅行者によるアリペイを通じた平均消費額の成長率は、北京、上海、広州などの1級都市を上回りました。また、1960年代生まれと1970年代生まれの中高年の旅行者が、海外旅行および海外消費の主な原動力となりました。

■ 日本の動向

日本の取引高は昨年同期比2.6倍で、香港、タイに次いで世界3位でした。ただし、増加率は香港、タイを上回りました。特に、コンビニエンスストアの取引高は昨年同期比2.5倍で、これは2019年1月末にファミリーマートの1万8,000店舗全てにアリペイが導入され、取引高が増加しことが要因です。

取引額は昨年同期比2.7倍で、一人あたりの平均消費額は昨年同期比34%増加しました。特に、ドラッグストアの取引高は昨年同期比7.1倍で、一人あたりの平均消費額は18%増加しました。



本調査結果は、アリペイの利用が主流になった理由として、早い段階からデジタル決済を受け入れていた若年世代に、中高年世代が追いついたことを裏付けました。

また、2019年1月にニールセンとアリペイが共同で発表した、2,806人の中国人観光客および1,244店の海外店舗を調査対象とした報告書「2018 Trends for Mobile Payment in Chinese Outbound Tourism」の調査結果を裏付けるものでもありました。同報告書では、海外の小売業者、特に実店舗のビジネスにアリペイがもたらした価値を明らかにしています。中国人観光客の海外旅行におけるモバイル決済取引高は32%を占め、初めて現金を超えたこと、また、アリペイの導入店舗のうち6割が、アリペイ導入後に中国人観光客の来店数および売上が増加したことを報告しています。

※予備調査結果（2019年2月11日発表）

<https://www.businesswire.com/news/home/20190211005365/en/Alipay-2019-Lunar-New-Year-Highlights-Mobile>

※2018 TRENDS FOR MOBILE PAYMENT IN CHINESE OUTBOUND TOURISM

<https://www.nielsen.com/content/dam/nielsen-global/cn/docs/2018-trends-for-mobile-payment.pdf>

■アリペイについて

アント フィナンシャル サービスグループが提供する世界有数の決済およびライフスタイルプラットフォームです。海外でも中国人向けのオフライン決済サービスを世界 50 以上の国と地域で提供しており、グローバルパートナーを合わせたアクティブユーザー数は10億人以上となっています。