

Monthly Report

2015/4月号

フレンドリージャパン

Friendly Japan



営業QQ



Wechat(微信)

—目次—

- 1面 旅行社の声
現地旅行社キーマンインタビュー
- 2・3面 一般情報/トレンド情報
- 4面 壹友からの声/マーケット情報

現地旅行社からの声

上海で訪日クルージング旅行のビザ免除政策が開始

乗客3700人近くを乗せた海洋水手号が30日、上海呉淞港を離岸し、訪日クルージングを開始した。これは訪日クルージングのビザ免除政策実施の初めての観光客だ。もっとも、現段階ではビザ免除待遇を受けられるクルーズ船はわずか5隻に留まる。

2週間前、中日両国の出入国管理部門が通知を発表、同日から船舶観光の上陸許可証制度の実施を開始した。日本の法務省が事前に指定した客船の外国人観光客が観光目的で寄港する際、ビザ免除で入国することを許可した。

関連部門の統計によると、クルーズ船のビザ免除政策の実現により、今年は200万人の観光客が上海に位置する呉淞港から訪日旅行の船に乗り込むとの見通しだ。それにより、グローバルなクルージング会社は、既にクルーズ客船の数を増加し、観光ルートを拡充するような計画を始めたという。

「これからは一般庶民は、もっと簡単に訪日へ行けるになりますね」と旅行社の担当者は期待を膨らませている。

好評連載【今を知る！ 現地旅行社 キーマンに聞く。第18弾】

廈門旅游集団国際旅行社有限公司 日本部経理 黄麗明(Huang LiMing)さん

Q:最近の訪日旅行の取扱状況をお教えてください。

A:アモイでは訪日旅行団体は大変増加していますが、訪問地では来客数が多く過ぎて、満足な対応ができないケースもあり、クレームも多発しています。

Q:FITと団体の割合はどうなっているのでしょうか？

A:廈門では、まだFITはそれほど多くない状況です。
団体とFITの割合は、9:1の状況です。

Q:現在、訪日旅行で、どのエリアのコースが売れていますか？

A:団体の場合はゴールデンコースが一番集客が多く、東京乗り継ぎの北海道も人気があります。
FITでは、東京4日間や大阪4日間のモノステイが増えています。

Q:弊社発刊の冊子「壹遊日本」について感想やご意見をお願いします。

A:便利な雑誌だと思いますが、もっと多くのホテル情報が欲しいです。
いつもお送りいただき、ありがとうございます。



◆中国人客、日本で「四種の神器」を大量購入

中国人はなぜ日本での買い占めを好むのだろうか。記者の調べによると、これには高品質と低価格という二つの原因があった。

中国人観光客が最も好んで購入する日本の「四種の神器」は、ステンレスボトル、セラミック包丁、トイレ便座、炊飯器だ。日本製品の日本での販売価格は一般的に、中国国内料金の2分の1から3分の1だ。

同じ商品であるにも関わらず、なぜ中国での価格は高額になるのだろうか？パナソニックの市場担当者は名前を明かさないと条件で取材に応じ、自社製品の価格はコストが基準ではなく、市場のマーケットプライスや競合他社の料金をベースに設定されると述べた。また、「同じ商品でも、日本と中国には異なる価格設定基準がある。中国での価格は日本での価格を参考にせず、中国市場の同じハイエンド商品の価格を参考にする。中国人の消費の心理と能力からすれば、さらに高い価格を設定しても売れる可能性が高い」と話した。

はたして日本製品の品質は本当に保証されているのだろうか？

中日の製造業を長期的に観察している水清木華研究センターの周彦武氏は「洗浄便座は一般的な生活用品であり、技術力と機能はほぼ同じだ。中国は全世界の8割の便器を生産しており、そのうちの多くが欧米諸国に輸出されている。日本の電機メーカーは中国に生産拠点を構えており、日本国内で販売されている多くの製品が中国で生産されている。例えば美的電器（中国家電メーカー大手）と東芝のエアコンは同じコンプレッサを使用している。これは両社の合弁会社で生産されているからで、両社の技術と品質は同等だ。また、中国人観光客は円安を理由に日本で買い占めを行っているが、他にも盲目的な心理や虚栄心といった理由がある。この2年半で、円の対人民元相場は約60%低下した」と指摘した。

また日本で購入した日用品を国内に持ち帰った場合、アフターサービスが問題になる。家電製品の場合は特にそうだ。炊飯器を生産するタイガーの従業員によると、日本国内で販売されている家電の電圧は100Vで、これらの製品に問題が生じた場合、中国ではメンテナンスの責任を負わないという。中国で販売されていない製品についても、タイガーは修理を行わないようだ。

（出先：3/19 付け 中国経済ネット）

◆中国游客，在日本大量购买的“四大神器”

中国人为什么这么热衷于在日本购物呢？根据记者的调查，是因为高品质和低价这两个原因。中国游客最喜欢购买的日本“四大神器”是：保温瓶、陶瓷刀、马桶盖、电饭煲。日本产品在日本的销售价格是中国国内的1/2-1/3之间。明明是同一种商品。为什么在中国的价格就如此之高？松下市场部负责人在不透露姓名的条件下答应接收我们的采访。据他透露，公司产品的价格并非是以成本价而定，而是以市场上的竞争对手的价格为标准设定的。“即使是相同商品，在日本和中国有不同的价格设定标准”，负责人这么说到。在中国的销售价格并非是参照日本的价格，而是参照中国市场相同高品质商品的价格。他说：“从中国人消费的心理和能力上来看，制定更高的价格其销售的可能性就很高。日本商品的品质真的这么打保票么？长期观察中日制造业的水清木华研究中心的周彦武指出“带清洗功能的马桶座是一般的生活用品，技术能力和技能大致都是相同的。中国大概生产了全世界80%的马桶座，在这之中多数是出口到欧美等国家。日本的电机制造商在中国设立生产基地，日本国内销售的大多数商品都是在中国生产的。比如“美的电器”（中国大型家电制造商）和东芝的空调使用的是同一种压缩机。这是因为它是由两家公司的合资公司生产的，两家公司的技术和品质是相同的。人们因为日元便宜的理由在日本购买，但也有其他的盲目追求和虚荣心等原因。在两年半间，日币对人民币的汇率下降了大约60%。”

另外，在日本购买的日用品带回国之时，也存在着售后问题。特别是家电电器商品。据生产电饭煲的Tiger的工作人员透露，在日本国内销售的家用电器的电压是100v，如果这些商品出了问题的话，在中国的维修部是不会承担责任的。不在中国销售的商品，是不能在Tiger修理的。

銀聯カード、「世界消費地図」を形成

中国が世界2位の観光輸出国になり、「銀聯」は中国人が海外旅行で最も頻繁に使用する決済ツールとなった。中国銀聯の国際業務子会社「銀聯国際」が発表した最新データによると、銀聯の域外事業ネットワークは150の国と地域に拡張されている。世界の2600万店、180万台のATMで銀聯カードが使用可能だ。銀聯は世界最大規模のカード利用者を持つ、決済規模が世界2位の国際カード組織となった。銀聯カードの2014年の世界決済総額は、前年比27.3%増の41兆1000億元に達した。

銀聯国際はこれにより、海外市場のシェアを高め続けている。韓国貸付金融協会が発表した最新の報告書「2014年第3四半期 海外クレジットカード使用状況の分析」によると、外国人が使用するカードの種類のうち、銀聯カードの消費額が韓国市場で占める比率が急速に高まっている。この比率は2011年第3四半期の17.4%から、2014年第3四半期の59.9%に上昇しており、ビザカードとマスターカードを上回った。

春節(旧正月)期間中に日本を旅行した中国人の夫妻は、大型百貨店や家電量販店で銀聯カードが使用できるほか、セブン-イレブン、飲食店、土産物店でも使える。またビックカメラなどの家電量販店では、銀聯カードを使用すれば5%割引になる。

銀聯カードの海外ネットワークが構築されるに伴い、多くの観光客が気軽に旅行を楽しめるようになった。上海市のOLは近年、欧州、韓国、スリランカなどの観光名所を訪れた。空港で小銭を両替するほか、ほぼどこに行っても一枚の銀聯カードで問題なかったという。韓国、シンガポール、オーストラリアでは、タクシー乗車にも銀聯カードが使用できたようだ。

银联卡，正在形成“世界消费地图”

中国成为世界上第二位观光出口国，“银联”成为中国人国外旅行最频繁使用的结算工具。根据中国银联的国际业务分公司“银联国际”发表的最新数据显示，银联的境外事业网已经扩展到150个国家和地区。世界上的2600万家商店，180万台的ATM机上可以使用银联卡。银联拥有世界上最大规模的银行卡使用者，成为结算规模世界第二的国际银行卡组织。2014年银联卡的结算总额比前年增长了27.3%，到达41.1万亿元。银联国际根据这个，持续提高海外市场份额。根据韩国贷款金融协会发表的最新报告书《2014年第三、四季度海外行用卡使用情况分析》，在外国人使用的卡片种类中，银联卡的消费额在韩国市场所占的比例持续增长。这一比例从2011年第三、四季度的17.4%开始，上升到2014年第三、四季度的59.9%，超过了VISA卡和Master卡。春节期间，前往日本旅行的中国夫妇，注意到除了在大型百货店和家用电器商店可以使用银联卡外，7-Eleven、饮食店、土特产店也可以使用。像Bic Camera等家用电器销售店内，使用银联卡还可以享受5%的优惠，伴随着银联卡的海外网的构建，大多数的游客可以轻松享受旅行的愉悦。上海市的OL近年来游玩了欧洲、韩国、斯里兰卡等观光胜地。除了在机场可以兑换小金额货币外，基本上不管去任何地方只要拿上一张银联卡就没有问题了。据说在韩国、新加坡、澳大利亚，乘坐出租车也可以使用银联卡。

海外観光客が1億人を突発、タイ、韓国、日本が大人気

現在、海外旅行は人気を集めている。紹介によると、2014年、中国観光客の海外旅行人数は始めて1億人を突破し、158カ国・地域の5291都市をカバーした。トップ10はそれぞれタイ、韓国、日本、シンガポール、アメリカ、マレーシア、インドネシア、オーストラリア、フランスとドイツだ。そして、若者が主力に、30～38歳のは46%をしめ、20～29歳のは2位だった。

また、安宿、民宿などがトレンドに、海外旅行は贅沢品ではなく、若者のストレス解消、視野を広げる生活の「新常态」になっている。紹介では、中国人観光客はホテルの施設とサービス、無料WiFi、銀錬カードの支払い、中国式朝食、中国語サービス、中国語メニュー、テレビの中国語チャンネルの有無などが一番気になっている。

国外観光客突破1亿人，泰国、韩国、日本超受欢迎

现在，国外旅游非常有人气。根据介绍，2014年，中国观光客的海外旅行人数首次突破1亿人，覆盖158个国家、区的5291城市。前十位分别是泰国、韩国、日本、新加坡、美国、马来西亚、印度尼西亚、澳大利亚、法国和德国。

而且以年轻人为主力，30-38岁的占据46%，20-29岁为第二位。

另外，便宜的旅馆、民宿等也很流行，国外旅行并不奢侈。成为消除年轻人的压力及开阔视野的生活的“新常态”。据介绍，中国游客最注重的是酒店设施和服务，免费WIFI、支持银联卡结算、中式早餐、中文服务、中文菜单、以及电视上的中文频道。

(出先: 02/04日付け 人民網 訳: 壹友)

中国人に人気の商品ランキング トップは医薬品と化粧品

上海の調査会社「普千」は、3月3日(火)、今年の春節期間中に中国人が日本で購入した商品の統計を発表。これによると、医薬品が最も多いことが判明しました。

同調査は、ミニブログ「微博 ウェイボー」などの書き込みから分析したもので、1位は、購入件数3,982件の医薬品(部外品を含む)で、第2位は2,237件の化粧品でした。

人気の理由として挙げられたのは、種類が豊富であること、第3類薬品は処方無しで購入できること、図説や外国語による説明があることなどが挙げられます。

また、昨年10月から日本の免税対象品目に医薬品や化粧品が含まれるようになったことも、今回の消費を後押しした要因になっています。

国内の商品に信頼を持ちきれない中国国民は、今後も品質が保証できる日本製の物を購入する傾向は続くと思われます。今後も円安が続けば安く購入が出来、品質が良い、体に優しい日本医薬品と化粧品を大量に買うようになります。使い切ったら、再度友達に頼んで買ってもらうか、ネットで同じ商品を手に入れる人達も増え、これからは日本製のショップがたくさん出てくるであろうと考えられます。

今後も、ますます中国人の生活スタイルは、日々変わって行くでしょう。

タイムリー 中国マーケット情報

◆団体

日本行きの団体ツアーは非常に人気で、たくさんの中国人が買物へ殺到に行きました。ただ、ホテル、ガイド、バスなどが不足したり、混雑の為、長時間、列に並んだりする問題が出ています。団体ツアーの体験は、印象として良くないことが問題になっています。

◆FIT

最近では団体がよく訪問するルートを避けて、中国人が少ないところへ遊びに行く傾向があります。ゴールデンルートといった周遊型から、東京4日間や大阪4日間といったモノステイが増えています。

◆商品造成

今年も夏休みが近づいてきました。春節時期と同じで家族旅行がメインになっています。子供を連れて、日本へ遊びに行く問合せが多く増えています。ただ、6月末から8月の間は、5月と比べてみれば、ツアー代金も大幅に上がります。旅行の申込時期も早めになってきている為、旅行社側も早めに商品造成計画のスケジュールを立て始めています。

株式会社フレンドリージャパン

〒150-0031 東京都渋谷区桜丘町14-6 黒松ビル501

TEL 03-6416-5505 FAX 03-6416-5515

E-mail madoguchi@friendlyjp.com HP <http://www.friendlyjp.com/>