

# Monthly Report

2017年 / 10月号



## 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



Wechat(微信)

## 現地旅行社からの声

### 訪日客はますますFIT化していく

今年前半の訪日外国人全体の旅行消費額は、2兆456億円と初めて2兆円を突破し、そのうち中国人が3,682億円（構成比34.2%）と最も大きく、人数ベースでも延べ328万人、韓国に次いで2番目多い実績となりました。（7月では韓国を抜き1番目に）

ヨーロッパやアメリカに旅行する中国人の旅行者が増えてきて、日本への伸び率がやや落ちてきましたが、今年8月には、訪日客82万人と月単位での過去最高を大幅に更新し、1-8月延べ人数では4,88万人と前年比で8.9%増加し、最高記録を更新し続けています。

現在、上海地区の訪日観光ビザ発給数は、団体とFITの比率は3：7と、個人の割合が多くなっています。今年9月、山東省、湖南省、湖北省などの地域で、地方政府より口頭で「団体ツアー募集」を控えるように要請があり、団体ツアーの積極的な募集や販売は控えざるを得ない状況を強いられている旅行会社もあります。ただ、今回は口頭での伝達である為、大きな影響は及んでいません。なお、上海地域は未だ要請はなく混乱はありません。が、前述の通り、個人査証が多い上海地区ではたとえ通達があったとしても、大きな混乱は起きないでしょう。データから見ても日本は人気旅行目的地であることは変わらないので、今後ますます、訪日中国人はFIT化していくと予測しますし、旅行者は更にFITの商品強化を期待しています。

## 好評連載 【今を知る! 現地旅行社 キーマンに聞く。第31弾】

江蘇常州農風国際旅行社

総経理

王晨 (Wang cheng) さん

**Q** 今の訪日旅行状況を教えてください。

**A** 団体ツアーは本州（関東+関西+名古屋）商品を中心に売られています。

FIT商品は東京、大阪以外にも、北海道、沖縄商品が売られています。

**Q** 団体客が多いですか。それともFITが多いですか。

**A** 現状、弊社では団体のほうがメインです。今後はFIT商品に力入れたいです。

現地のSIMやWIFIの販売から、一日観光ツアーまで幅広く取り入れたいです。

**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** 日本専門の情報誌なので、日本商品造成に大変参考になると思います。



### 海外旅行商品の価格が上昇早い、東南アジア相変わらず人気

旅行サイト 蚂蜂窝（マフオンウォ）が、《2017国慶節お出かけトレンド報告書》（以下「報告」）を発表した。報告によると、2017年に最も長い休暇を迎え、中秋節と国慶節と重なり8日間となり、中国人旅行客が旅行に出る原動力となり、旅行マーケットが今年最も繁忙期を迎えると指摘する。

2017年国慶節期間、海外で人気の目的地TOP10は、日本、タイ、香港、台湾、インドネシア、シンガポール、ベトナム、マカオ、マレーシア、モルジブである。

日本で最も人気の5大目的地は大阪、東京、京都、沖縄、札幌である。タイで最も人気な5大目的地はプーケット、バンコク、チンマイ、サムイ島とコチャーン島である

コチャーン島は、蚂蜂窝が発表した8月の「旅游蜂向标」によると、タイのコチャーン島へ旅行熱度が607%上がっている。短時間で旅行客を注目させ、大量なファンが旅行に行き、急激に人気が上がった原因は、現在TVで大人気放送中のバラエティ番組「中餐厅」（ジョンツアンティン）でコチャーン島が話題になっている。旅行商品の価格面では、今年国慶節期間の海外旅行商品の平均価格は7,906元、同比45%増、国内旅行の平均価格よりかなり高くなっている。その中、シンガポールの旅行商品平均価格は5,767元、上り幅は45%を達した。蚂蜂窝旅行研究センター責任者冯饶さんは「今年初めからシンガポール旅行局が頻繁に中国市場に力を入れ、中国では2年連続でインドネシアの代わりに、シンガポールが最大の収入源となっており、ブームが快速度を増している事と、比較的ハイレベルの商品の旅行価格上がったことが大きな要因」と指摘する。

その他、最も人気の2大旅行先、日本とタイは、FIT商品の価格上昇幅が差異が大きい。タイの旅行商品価格は去年国慶節期間と比べ、34%も上がった。一方、日本は比較的平穏で、8%の増加に止まった。中国人は海外旅行の関心度が強くなっている。ただ、以前と比べると理性を働かせ、既に「爆買い」は過去の言葉だが、熱が冷めたわけではなく、消費と関わる話題はまだまだ中国人海外旅行客の焦点の1つだ。TOP3に入った旅行に関するキーワードは「朋友圈」（友達ネットワーク）である。旅行の社交性が大きくなりつつある、今年の国慶節期間中に、Wechatのモーメンツ「朋友圈」で撮影大会が行われるそうだ。

### 境外游价格上涨更快，东南亚火爆依旧

近日，蚂蜂窝旅行网发布了《2017国庆出游趋势报告》（以下简称“报告”），报告指出，中国游客即将迎来2017年最长的一次假期，中秋小长假并入国庆，长达8天的假期促使大量游客计划出行，旅游市场或将迎来全年最旺时节。

2017年国庆期间，境外热门目的地前十分别是日本、泰国、中国香港、中国台湾、印度尼西亚、新加坡、越南、中国澳门、马来西亚和马尔代夫。

日本最受欢迎的5大目的地分别是大阪、东京、京都、沖縄和札幌。泰国最受欢迎的5大目的地分别是普吉岛、曼谷、清迈、苏梅岛和象岛。

象岛成为今年当之无愧的黑马。蚂蜂窝此前发布的8月“旅游蜂向标”显示，泰国象岛旅游热度高涨了607%——得益于当红综艺节目《中餐厅》的取景，象岛在短时间内吸引了大量观众和粉丝前往，跻身泰国热门目的地前五。旅游产品价格方面，今年国庆期间境外旅游产品的均价为7906元，同比增长45%，远高于境内产品均价涨幅。其中，新加坡的旅游产品均价为5767元，涨幅达45%，为前十热门境外目的地之最。蚂蜂窝旅游研究中心负责人冯饶表示，今年以来，新加坡旅游局频繁发力中国市场，中国也已经连续两年取代印度尼西亚成为新加坡最大的旅游收入来源国，新加坡旅游热度的快速拉升和较为高端的度假产品，是旅游价格上涨的重要原因。

另外，最受欢迎的两大旅游国家——日本与泰国，自由行产品价格的上涨幅度呈现较大差异。泰国旅游产品价格与去年国庆期间相比上涨了34%，而日本则相对维持平稳，仅增长了8%。

中国对出境游的关注增长，但相对更为理性，虽然“爆买”已过去，但与消费相关的话题内容仍是中国游客关注的重点之一。排在第三位的旅游关键词是“朋友圈”，旅游的社交属性正在进一步放大，今年国庆期间又将迎来新一轮朋友圈摄影大赛。

出典元：人民网

### → 中国人海外旅行客が体験を重視、飛行快適さが注目される

中国FITの旅行者年々増えに連れ、将来の5年間で、中国人海外旅行客が延べ7億人に達する見込みだ。中国人の海外旅行の形も団体ツアーや買い物目的の旅行から「体験重視のレジャー、リゾート型」へ転換しつつある。その中に、まずは航空機で“空の体験”が初めの大切となっている。

中国人海外旅行客が航空券を予約する際に、価格は、チケット購入の選択の中で、最も大事な要素であり全体の22%を占めている。出発や到着時間は価格の次に大事な要素で、21%を占めている。その他、消費者は航空会社に対してのブランド認知度、乗り継ぎのスムーズさ及び予約変更時の制度もエアーチケットを購入する際に重要な要素となっている。

Skyscannerのアンケート調査と6Estatesの分析結果に基づいて、33%のFITの中国人海外旅行客は最も航空便の座席の気持ちよさを重視し、次いで、17%の旅行客は乗務員のサービスが航空会社のレベルを評価するとなっている。クラスと機内食は共に3番名の要因となっている。その他、飛行機の大きさ、機内施設、航空便の定時出発及び到着率と機内娯楽設備などの好感度も、航空便の選択に影響される。

定時出発及び到着率の面では、2017年前半6カ月の時間データに基づいて、中国消費者が好きな航空会社の中で、全日空が平均92%の高水準で1位となっている。続いているのはヴァージンアトランティック航空89%とロシア航空の88%で続いている。

調査により、客室乗務員のサービスレベルと勤務態度は最も乗客の体験に影響している。中国人観光客は、航空会社のサービスをより細かく観察し評価もより厳しくなっている。気配りのサービス内容に要求が高い。

データに基づくと中国人観光客はアジア地域の航空会社への人気度が比較的高く、その中で全日空の機内サービスは88点で乗客が高い評価をしている。海南航空は唯一機内サービスランキングTOP10に入る中国大陸の航空会社となっている。その他、客室乗務員も乗客の人気がある対象となっている。美人（イケメン）度も審査基準にあり、加えてサービスや質が高いとレベルアップしてくれる。Skyscannerの調査により、エバー航空、香港航空、大韓航空、エミレーツ航空、ルフトハンザドイツ航空など5社の客室乗務員が美人（イケメン）度で中国人乗客の中で最も好評だそうだ。機内食の面では、通常評価項目の味付け以外に、親子旅行が人気急上昇に連れ、特にFIT海外旅行の家族が子供用の機内食に対しての関心が高くなっている。機内食ランキングで、シンガポール航空とキャセイパシフィック航空はTOPに占めている。海南航空と中国南方航空もTOP10に入っている。

### → 中国出境游旅客注重体验，飞行舒适度备受瞩目

随着中国出境自由行游客数量逐年增长，预计未来5年中国出境旅游将达到7亿人次。中国游客的出境游模式现已从走马观花跟团游和购物游，逐渐向“重视体验，休闲度假”的方式转变，其中，飞行体验就是出境旅游的首要一环。中国出境游旅行者预定机票时，机票价格是影响机票选择的主导因素，占比22%，而航班起降时间影响仅次于票价占21%；此外，消费者对航空公司的品牌认知度、转机体验及退改签制度也是部分乘客在购买机票前重点考虑的因素。

根据Skyscanner问卷结果和6Estates的分析结果可以看出，33%的中国出境自由行旅客最重视飞机座位舒适度因素；而有17%的旅客认为空乘服务是衡量航班舒适度的第二大因素；飞机舱位和餐食排名则并列第三。此外，机舱空间、机上设施、飞机准点率和机上娱乐等也在不同程度上左右着航班的舒适度及消费者对航司的好感度。

在准点率方面，根据2017年前六个月的航班时间数据，在全球最受中国消费者欢迎的航空公司中，全日空航空以平均92%的准点率高居榜首；维珍澳大利亚航空和俄罗斯航空以超过87%的平均准点率紧随其后；

调查显示，空乘人员的服务品质和态度能最直接地影响乘客在飞行途中的机舱体验。中国出境游旅客对机上服务的评价指标及要求越来越细致，对人性化的服务内容有了更高的要求。综合数据统计结果来看，中国游客对亚太地区航空公司认可度较高，其中全日空航空公司的机上服务以总88分获得乘客最高评价，海南航空成为唯一上榜“机上服务TOP10”的大陆地区航空公司

另外，训练有素、气质优雅的空姐空少们也是大受乘客欢迎的“养眼福利”，颜值和水平和服务质量双高的空乘人员也能极大程度提升乘客的飞行体验。Skyscanner的调查发现，长荣航空、香港航空、大韩航空、阿联酋航空、汉莎航空等五家航司的空乘“颜值”最受中国游客称赞。

机上餐食方面，除了口味等常规指标之外，随着亲子游持续火热，中国出境自由家庭对机上儿童餐食的质量关注度也在不断提高。在“机上餐食榜单”中，新加坡航空与国泰航空高居榜首。海南航空和中国南方航空也位列前十，为中国旅客的空中“中国胃”保驾护航。

出典元：旅行社咨询网

### 中国のOTA利用客500万人の声から、旅行者が何が欲しいのか

全世界範囲で旅行はアジアの時代に入り、中国消費構造のグレードアップ、将来の中国の旅行発展の新しい推進力はどこにあるのか、上海大正市場研究会社の今年の調査報告書「旅行消費のアップグレードの本質」について、考えたいと思います。

調査報告書では、中国全国の190都市の792観光スポット、期間は2016年7月1日から2017年5月31日、Ctrip、驴妈妈、百度旅游、同程、去哪儿、蚂蜂窝、猫途鹰、途牛など8大OTAの500万人の利用者の書き込みコメントデータの統計に基づいています。

・旅行消費のアップグレードの本質は何だろうか？

中国人旅行消費者は「特色」「体験」「時間や体力を節約」「ガイド」「コストパフォーマンス」「文化」「スタイル」「趣味」「規則正しい管理」「キラーコンテンツ」などに注目しているようです。これらの関心ポイントは、利用者が旅行先の目的地や施設などを、そのまま受け取る「お客さん実体験」から、自発的にご当地の特色とキラーコンテンツを見つけ、体験重視で観光地を旅行商品とすることを望んでいます。

「我々は旅行消費をグレードアップさせる背景として、消費者が基本の物質需要を満足できた上で、精神と文化に対する追求の表現であり、同時に消費者の審美意識の覚醒であると考えます。海外旅行でより良い経験をした後、国内旅行の環境と旅行商品に対して更に高い要求をするように意識が変わっていく。」という利用者のコメントから考えると、一つの良い旅行商品は、次の要素を備えなければいけません。それは、良いサービス体験（利便性、気持ちよさなど）+優秀な旅行商品設定（品質がある内容、文化や精神面で充実など）+高価値（高付加価値）でしょうか。

Friendly Japan（上海） 周程

## タイムリー 中国マーケット情報

### ◆団体

中国国家旅游局の統計によると、旅行社の海外旅行団体ツアーは、10月1日付で4,576コースあり、目的地はロングコースに集中しており、ロシア、オーストラリア、アメリカなどの欧米行きが上位にランクする傾向にある。

### ◆FIT

FITの旅行者は、主に東南アジア、東アジアに集中している。旅行スタイルはレンタカーを借りるという形が大人気ようだ。

### ◆商品造成

オーダーメイド旅行は中国人海外旅行者の中に、特にハイレベル収入の階層で主流な選択になりつつある。

Ctripのデータによると、2017年の国慶節のオーダーメイド旅行の比率は全体の約11%を占めている。前年比200%の増加だ。親子旅行（32%）、カップル・夫妻（24%）、友人・仕事仲間（15%）、両親連れ（11%）の旅行比率順になっている。



## 株式会社フレンドリージャパン 上海事務所

発行責任者：株式会社フレンドリージャパン

〒150-0043

東京都渋谷区道玄坂1-15-3 プリメーラ道玄坂 805

TEL：03-6416-5505 FAX 03-6416-5515

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