

Monthly Report

2017年 / 7 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

→ 夏休みに向かって、日本は相変わらずに人気の旅行先となる

今年の夏休みは、人気ランキングから見ると、日本とタイ、シンガポールです。去年同時期の人気ランキング2位の韓国は予約数が少なくなっています。様々なビーチがあるタイは、1位であり、タイへはグルメを楽しんだり、ゆったりした行程を過ごすのが目的です。韓国への旅行が減り、日本への選択に流れ、特にマルチ査証の資金面と訪日履歴の面で大幅に緩和されて、有効的に中国人の訪日の熱情を刺激しています。これからは、個人旅行の嗜好も様々な要素が増えるので、ゴールデンルートといわれる東京大阪以外の地域の魅力を求め、訪日客が流れていく見込みです。

好評連載 【今を知る! 現地旅行社 キーマンに聞く。第30弾】

上海尊尊国际旅行社有限公司 日本签证部 蔡军 (Cai Jun) さん

- Q 今の訪日旅行状況を教えてください。
- A 春以降訪日旅行が少し落ち着いていたような感じでしたが、夏休み向けに戻りつつあります。
- Q 団体客が多いですか。それともFITが多いですか。
- A 弊社はFITのお客様のほうが多いです。
- 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 いつも役に立つ情報が掲載していただき、ありがとうございました。



「618」のビッグデータからどんな情報が明らかになったか

今年は7回目の「618」を迎える。当初はネット通販の「京東」だけの年間大型販促キャンペーンに過ぎなかったが、現在はますます多くのEコマースとネットショップが加わり「大売り出しセール」になっている。規模は11/11の「シングルデー」と比べものにならないが、「618」は消費を引っ張る重要な窓口になっている。今年のビッグデータからどんな情報を読み取ることができるだろうか。

消費がアップグレード、「ネット依存症族」から「品質重視族」へ売り手側の販促セールは消費者の購買欲を刺激する。価格は依然として「ネット依存症族」が考慮する重要な要素だが、品質もますます求められている。多数のネットショップの販売データから、電化製品、服飾、乳幼児製品などが売れ筋商品とわかった。京東の全国売れ筋商品の取引額ランキングのトップ5は、それぞれ携帯電話、空調、タブレットパソコン、ノートパソコン、乳幼児用粉ミルクだった。第三者データ分析機関のアイリサーチ(iResearch)が公表したデータによると、「618」期間は、消費者の購入ニーズが高まると同時に、消費観念に理性がはたらき、品質は消費者が最も関心を寄せる要素で、価格はその次になっている。ハイテクが支える、「短時間到着」が徐々に日常化年間大型販促キャンペーンの配送状況が消費者に与える印象は大きい、その背後に企業による大量の新技术の投入と運用及び物流会社との緊密な連携がある。業界関係者は次のように説明した。スマート技術は物流の発展にとって、決定的な動向になっている。スマート、開放型の物流は送達効率を高めるだけでなく、サービス体験を改善し、物流ネットワークは配送が困難なより多くの地区まで行き届くようになった。これらのすべての要因によって、「短時間到着」と「当日到着」は大型販促キャンペーンでますます日常化されるようになった。

「面白い」、「ワクワクする」傾向、真心サービスが王道「面白い」、「ワクワクする」は、年間大型販促キャンペーンのキーワードになっている。6月17日夜、蘇寧易购が放映した双方向イベント「錢多大多之夜」のユーザー数は延べ2,800万人を超えた。京東は技術+小売り、ブランド+小売り、IP+小売り、金融+小売り、マルチ端末+小売りから着手し、新しいセールス方法を考案してきた。また、国美電器は全国初の専用VRシアターを設置し、将来的にVRシアターを100軒に拡大すると表明している。「小売りの消費者時代がまさに到来しつつある。」京東の最高マーケティング責任者、徐雷氏は次のように指摘する。従来の小売りは終始、低価格と手軽さを重視してきたが、小売りは将来的に消費改革と技術の進歩という二重の作用のもとで、消費の機会が単一チャンネルに限定されることなく、至る所に存在するオンラインとオフラインの空間まで延伸していく。

出典：人民網

「618」的大数据让什么信息更加明朗了呢

今年是第7次迎来了“618”。当初只不过是网络邮购平台的京东的年中大型促销宣传活动而已，现在越来越多的电子商务和网上商店加入到这个“大减价促销”活动中来了。规模还未能和“单身节”相提并论，但“618”已经成为了拉动消费的重要窗口。从今年的大数据我们能读取什么信息呢？

消费升级，从“网络依存症族”转变为“品质重视族”，卖方的促销品刺激着消费者的购买欲。价格依然是“网络依存症族”考虑的重要因素之一，但是也越来越追求品质。从多数网上商店的销售数据来看，电气产品、服饰、乳幼儿产品等都是畅销商品。京东的全国畅销商品交易额排行榜的首位5分别是手机、空调、平板电脑、笔记本电脑和婴幼儿用奶粉。根据第三方数据分析公司的iResearch公布的数据显示，在“618”的期间，消费者的购买需求高涨的同时，消费观念趋于理性，质量称为消费者最关心的要素，价格则是其次。在高新技术的支持下，“短时间到达”慢慢地使日常化年间大型促销活动的配送状况给消费者带来了深刻的印象，其背后是企业大量的新技术的投入和运用及和物流公司的紧密合作。业界相关人员也表示，智能技术对物流的发展来说是决定性的趋势。智能化改善服务体验，提高效率，使得物流网络配送到之前难以配送的很多地方。根据这些相关因素，“短时间到达”和“当日到达”等内容的大型促销运动会越来越被日常化。

真心服务为王道“有趣”、“欢欣雀跃”称为年中大型促销活动的关键词。6月17日晚间，苏宁易购团播放的双向活动“钱多大多之夜”的用户数超过了2800万人。京东从技术+零售，品牌+零售，IP+零售，金融+零售，多终端+零售等着手，考虑设计出新的销售方法。另外，国美电器是全国首家设置专用VR影院的电器连锁店，其表示将来会把这VR影院扩大到100家。京东市场部最高责任人徐雷表示：“零售的消费者时代正逐渐到来。”以前的零售始终都重视着低价格和简单，但新零售在将来的消费改革和技术的进步的二重的作用下，消费的机会不只限于单一通道，而是衍生到各个地方的线上和线下的空间。

→ 上海ディズニーランド開園1周年：現地化を柱に国際競争に勝つ

6月16日、上海ディズニーランドは開園1周年を迎えた。1年間の入園者は延べ1100万人。中国、そして世界で最も発展の速いテーマパークとなっている。しかし一方で上海ディズニーランドも多くのライバルに直面している。

開園前に上海ディズニーは大規模な市場調査を行った。中国市場や中国人消費者の行動と志向を分析し、消費の習慣や需要を研究した。これを元に「中国風アレンジしたディズニー」のデザインコンセプトを導入し、リゾート区的设计、建設を進めている。

また、上海ディズニーでは現地化を強く推し進め、その中でも言語を特に重要視している。上海ディズニーリゾート区総経理の郭偉誠氏はパリディズニーの運営経験があり、当時、パリディズニーの演出では、脚本や物語が英語で創作されていても、観光客に合わせてフランス語、スペイン語、ドイツ語に訳していた。このやり方も上海に導入し、現在、上海ディズニー内の演出はすべて中国人キャストとディズニーの専門家が協力して中国人観光客向けに創作している。こうすることで、翻訳で失われがちな物語のおもしろさやユーモアをなくさない努力をしているのだ。

さらに園内では多様な中国グルメを提供している。伝統のディズニーグルメはアメリカ本土のハンバーガーやピザ、ホットドッグ、アイスクリームなどであるが、上海では中国人の食習慣に合わせて、中国の八大料理の一連のグルメを開発し提供している。

ウォルト・ディズニーは5月10日に2017年4月1日までの財政報告を発表した。これによると同社の営業収入は133.36億ドル、純利潤は同期比11%増で、23.88億ドルに達した。わずか1年で上海ディズニーは大きな収益を上げたが、中国消費者の巨大な消費能力はより多くのテーマパークを中国に導こうとしている。外資系企業、中国企業がこの市場を狙っている。北京郊外にはアメリカのユニバーサルスタジオが起工、2020年までに開園する予定だ。シックス・フラッグスは2019年に浙江省海塩に中国初の施設を完成させる予定で、さらに重慶にも第2の施設を計画 중이다。日本長崎県のハウステンボスリゾート区の関係運営者も「2020年までに、上海の近郊を目指して商談中」と話した。

この他にも万达グループが昨年2ヶ所のテーマパークを建設し、2020年までに10カ所以上建設する予定だ。董事長の王健林氏は、ディズニーの高額チケット戦略では観光客が流失しやすいので、低価格戦略で対抗するつもり、と述べている。

出典：人民網

→ 上海迪斯尼乐园开园1周年：以现代化为支柱在国际竞争中屹立不倒

6月16日上海迪斯尼乐园迎来了开园一周年。一年入园者总计1100万人。在中国成为世界上发展最快的主题公园。另一方面，上海迪斯尼乐园也面临着很多的竞争对手。

开园前上海迪斯尼进行了大规模市场调查。分析中国市场和中国人消费者的行动和发展，研究了消费的习惯和需求。以此为基础引进“迪斯尼”的设计理念，推进休闲区的设计、建设。

同时，上海迪斯尼比较强调现场化，其中特别注重语言方面的问题。上海迪斯尼乐园区总经理郭伟诚氏有着巴黎迪斯尼的运营经验，当时巴黎迪斯尼的演出中，脚本和故事都是用英语创作，也翻译成法文、西班牙语和德文给到游客。这个方法也在上海引进，现在上海迪斯尼内的演出都是中国人演员和迪斯尼的专家合作，面向中国游客进行创作。以这种方法，尽量使那些在翻译上容易丢失的故事的趣味和幽默保存下来。

在园区内提供了多种多样的中国美食。传统的迪斯尼美食是美国本土的汉堡和披萨，热狗，冰淇淋等，上海迪斯尼乐园是适合中国人的饮食习惯，开发中国的八大料理等一系列的美食。

沃尔特于5月10日发表了2017年4月1日的财政报告。该公司的营业收入133.36亿美元，纯利润同比增长11%，23.88亿美元。

仅仅用了一年，上海迪士尼的收益得到了显著提高，中国消费者的巨大消费能力引得更多的外资和中资企业希望在中国开主题公园。北京郊外来自美国环球影城已经开工修建，预计到2020年开园。Six Flags在2019年浙江省海盐开建的第一个项目将完成，此外在重庆开建的第2个项目也在计划列表中。日本的长崎县豪斯登堡度假区的运营者也表示“2020年上海近郊的项目在洽谈中。”。

此外，万达集团也在去年建成了2个主题公园，预计到2020年将建成10个主题乐园。董事长王健林先生表示：

“迪斯尼的高额票战略将让游客容易流失，所以准备用低价战略对抗。”

≫≫ 壹友からの声

→ 『子供連れ旅行』はますます中国観光市場の主力となっている

80後(パーリンホウ・1980年代生まれ)と90後(ジョウリンホウ・1990年代生まれ)の若い親が子供連れで海外に出かけることが多くなっています。普段は忙しいですが、旅行中に親子の結びつきを深めたり、ゆったりした休暇を子供と一緒に過ごすことが目的です。子供たちは幼い頃から世界を見る経験をするようになってきて、海外旅行はますます中国人にとって当たり前のものとなっています。今後はビザ発給が緩和されて、旅行プランも簡単に作られるようになるので、中国で子供連れの海外旅行市場は発展のピークを迎えるだろうと考えられます。そして、目的の自由でゆったりとした時間を過ごすなら、個人旅行が支持されるのも目に見えています。

これらの旅行ニーズは、より自由で内容も深いものに人気が高まっていますが、旅行社に対しても、ホテル・交通・飲食の面において、子供連れの訪日客に相応しいお勧めの商品とサービスを提供してもらいたいと、ユーザーから期待されています。今後、若い世代が親になっていくに連れ、今まで中国に浸透していなかった家族旅行の形が増えていくと思います。そして、それらはおそらく海外からの影響を受けたもので、欧米のように1か月旅行先に滞在し、休暇を取るスタイルも近い将来あるかもしれません。

≫≫ タイムリー 中国マーケット情報

◆団体

上海は大幅に団体数が減っていますが、内陸には団体の割合がまだまだ多いものです。

◆FIT

リピーター客がより深い旅行を望んで、東京と大阪以外の地域に対して、興味が高まっています。

◆商品造成

自社の個性が表せるよう、他社との差別化ができる商品を作っています。

(例：マリオカートなど)



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/>