

Monthly Report

2017年/9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

→ 訪日客は日本への理解を重視する傾向

「訪日中国人客は“爆買い”から“爆体験”に変化したが、今や新たな変化も見られる」と旅行社側が分析をしているように、今や中国人観光客は日本への理解を日に日に深めています。大阪旅行を例とすると、外国人観光客は以前ならばユニバーサルスタジオジャパンを訪れていました。今年に入ると多くの中国人観光客、特に中流階級の観光客が、ツアーガイドに、ニッチなスポットを求めようになりはじめました。そこで案内される観光地の一部は、まだ外国人にはあまり知られていない場所であり、例えば大阪府富田林旧市街一寺内町は、江戸時代の風格を留めており、日本の伝統建築が保護されています。

また、中国人観光客は自分で日本を理解することを重視しています。自分で何も心配する必要がない旅行行程の中では、日本を本当に理解し認識する体験をしたことにはならない、そこでフリープランにより、あえて自分の足で歩き経験することにより、日本を理解しようとする人が急増しています。彼らは自分で公共交通機関を利用し、ルートを調べ、飲食店を選び、自ら日本人と交流しようとしています。

中国人のこの傾向に従って、大人数の団体は少なくなっていますが、代わりに5～8名の小人数のオーダーメイド旅行が増えています。以前の東京・大阪6日間のようにいろいろな所を回るツアーではなく、関西1ヶ所や関東1ヶ所だけで、時間をかけて、そのエリアの周辺に遊びに行く傾向が多くなっています。

好評連載 【今を知る! 現地旅行社 キーマンに聞く。第30弾】

南京中北友好国际旅行社有限公司 日本部マネージャー 蔡旻旻 (Cai minmin) さん

Q 今の訪日旅行状況を教えてください。

A 南京市場では大阪6日間と東京4日間（5日間）が主流になっています。今年の桜シーズンは集客が普通ですが、夏休みは好調になっています。

C 団体客が多いですか。それともFITが多いですか。

A 弊社は団体が多いですが、毎週、団体のツアーを発行しています。

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 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。



中国の「爆買い」から日系企業の「爆売り」へ

「旅行で爆買い」が以前は中国と日本の民間消費を牽引する主要原動力だったが、今ではこの勢いは「ネットで爆買い」に取って代わりつつある。中国人消費者の消費習慣の転換の動きを敏感に察知する日本の企業は、越境EC事業での配置を次々に進め、「ネットで爆買い」してもらうことにより、「旅行で爆買い」の温度低下による空白を埋められるよう力を尽くしている。

▽「ネットで爆買い」が徐々にトレンドに

2つのデータが中日民間消費の転換状況を如実に物語る。

まず日本政府観光局が発表した今年第2四半期（4～6月）の外国人消費動向報告によると、大陸からの訪日個人旅行における支出額は22万5500円で、英国の25万1200円、イタリアの23万3100円を下回り、トップの座を明け渡して3位に順位を下げた。

日本の経済産業省の発表したデータでは、2016年中国人消費者の日本製品の購入額は前年比30.3%増加して、1兆366億円に達し、中国人の訪日旅行時の買い物金額の7832億円を上回った。

今年2月に日本を旅行した楊さんは最近、中国の越境ECプラットフォーム経由で日本製化粧品を購入した。楊さんは、「2月に日本に行った時に買った商品の使用感がよかったので、ネットでリピート買いすることにした」と話す。また「自分が選んだのはそれほど高くない日本の普通の化粧品ばかりで、これらを買う為にもう1回日本に行ったり、友達に代理購入してもらったりするのは、コスト面でも人間関係の面でも高くつく。越境ECプラットフォームを利用した方が便利だ」と説明する。続けて、「日本が査証（ビザ）政策を開放するにつれ、身近な同僚や友人で日本に出かける人がますます増えている。1年に2回、或いは数回行く人もいる。行く回数が増えたと、小樽や鎌倉などのこじんまりした観光地を選ぶようになる。こういった場所のビジネス環境は、東京や大阪の発展ぶりにはかなわないが、こうしたルートを選ぶ人が真っ先に求めるのは外界からシャットアウトされた静かな環境で、心静かに日本文化を楽しみたいということだ。こうした状況の友人に代理購入を頼むのは明らかに申し訳ない」と話す。

从中国游客的「爆买」到日企的「爆卖」

「旅途爆买」是以前中国和日本的民间消费的主要原动力，而如今这个气势渐渐地被「网络上爆买」所取代。敏锐察觉到中国消费者的消费习惯的转变的日本企业对在跨境EC事业的配置不断加强，尽一切可能用「网络爆买」来填补降温的「旅途爆买」的空白。

「网络爆买」逐渐成为趋势

2组实际数据如实说明了中日民间消费的转换情况。首先，根据今年日本政府观光局发布的第二季度（4～6月）的外国人消费动向报告来看，内地游客在日本个人旅行中的支出额为22万5500日元，英国为25万1200日元，比意大利23万3100日元还少，已经让出首位的座位，跌至第三名了。

从日本经济产业省发表的数据来看，2016年中国消费者的日本制产品的购买金额比去年同期增加30.3%，达到1兆366亿日元，已经超过中国人访日旅行时所购金额7832亿日元。

今年2月去过日本旅行的小杨最近通过中国的跨境EC平台购买了日本制化妆品。小杨说：“2月份去日本时买的商品的使用感太好了，所以就在网络上再次购买了。自己选择的不是价位很高的日本普通化妆品，为了买这个再去日本，或者委托朋友代购，不管是经济成本方面，还是在人际关系方面成本都会很高。还是在跨境EC平台上直接购买方便。”

另外，小杨还说：“随着日本签证政策的放开，身边的同事和朋友去日本的人越来越多。一年去两次，或去几次去的人都有，随着去的次数越来越多，小樽和镰仓等舒适整洁的观光地成为大家的选择。这样地方的商业环境不如东京和大阪的发展的情况，不过选择这样路线的人都是追求不被外界所打扰的宁静环境，并且静静地体验享受日本文化的。向这样的朋友要求代购是实在有点不好意思。”

出典元: 网易新闻

→ 無現金決済が中国を席卷 「現金がなくても平気」

中国は通貨を最も早く使用したが、現在は無現金化が世界一速く進んでいる。わずか数年で中国人はモバイル決済を日常的に利用するようになった。

中国支付清算協会（PCAP）の統計によると、2013年から16年で、銀行アプリを除く通貨取引の件数は3777万から970億に増加し、年平均成長率は195%を超えた。

<電話1つで全て管理>

多くの西側諸国は、クレジットカードやデビットカードで支払う人が多く、Apple PayやAndroid Payなどのモバイル決済業者は進展が難しい。一方、中国ではモバイル決済がリードしている。テンセントの財務報告によると、WeChatの月間アクティブユーザーは8億8900万人で前年比28%増加した。2016年12月のモバイル決済の月間アクティブユーザーと1日平均取引件数も6億を超えた。モバイル決済は食、レジャー、旅行、光熱費、病院、行政手続きなど日常生活の各方面に浸透している。WeChat Payはモバイル決済の代表であり、そのビッグデータは報告の主なサンプルとなっている。

ユーザーの消費習慣調査によると、外出時に携帯する現金が100元以下の人は約40%、月の消費の20%しか現金を使用しない人は52%。現金しか使用できない場合のみ現金で支払い、100元の現金で1週間生活できる人は70%に達した。また、84%が「現金を携帯しなくても、携帯電話があればよい」と回答した。

<90年以降生まれはモバイル決済を好む>

調査結果を見ると、60年代生まれ、70年代生まれ、80年代生まれ、90年代生まれと年齢が上がるごとに携帯する現金は減っている。60年代生まれは1日平均557元、90年代生まれは172元で3分の1である。また、女性が携帯する現金は男性より多いこともわかった（女性平均320元、男性平均257元）。これらのデータは、中国の青少年（18～25歳）が無現金生活に急速に慣れていることを示す。

<モバイル決済がブランド店で普及>

2014年、スマートライフの1つの方法として、テンセントはオンライン オフライン市場を合わせ、飲食からショッピングまで全てモバイル決済が利用できるようにした。今では全国数百万店にWeChat Payが導入されている。

<中国東部は、無現金生活をより受け入れている>

調査によると、中国東部の上海、杭州、北京などの大都市では現金を使用しない決済がより受け入れられている。東部地区では「デジタルキャッシュ生活に満足している」という回答が87%に達した。

→ 无现金支付席卷中国「即使没有现金也没关系」

中国是世界上最好使用货币的国家，如今现金化是世界第一快。在短短数年中，中国人已经在日常生活中使用移动结算。

据中国支付清算协会（PCAP）的统计，从2013年至16年除去银行应用程序之外的货币交易件数从3777万增加到970万亿，年平均增长率超过了195%。

用一部电话全部管理

西方许多国家用信用卡和借记卡或现金支付的人很多，Apple Pay和Android Pay等移动支付业务进展缓慢。另一方面，中国的移动结算却成为了领导者。根据腾讯的财务报告，WeChat的月间活跃用户为8亿8900万人，比前年增加了28%。2016年12月的移动支付的月活跃用户和1日平均交易数也超过了6亿。

移动支付已经渗透到食、娱乐、旅行、水电费、医院、行政手续等日常生活的方方面面。WeChat Pay作为移动支付的代表，成为了其大数据报告的主要样品。

根据用户消费习惯的调查，外出时携带现金约40元以下的人约40%，每月消费额的20%为现金的人占52%。在只能用现金的情况才现金支付和用100元现金度过一周的人达到70%。此外，近84%的回答到“即使不携带现金，有手机就可以”。

90后喜欢移动支付

从调查结果来看，60后，70后，80后，90后随着年龄上升携带现金下降。60后每日平均557元，90后为172元，仅是其1/3。另外，女性携带现金的比例比男性多（女性平均320元，男性平均257元）。这些数据表明中国青少年（18～25岁）已经快速适应了无现金生活。

移动支付在品牌店的普及

2014年，作为智能生活的一种方法，腾讯结合O2O市场，从餐饮到购物等渠道全部可以使用移动支付方式，迄今为止全国已有数百万店导入了WeChat Pay。

中国东部地区无现金生活接受度较高

据调查，中国东部的上海、杭州、北京等的大城市，不使用现金的支付方式被普遍接受。在东部地区“满足数码现金生活”的回答数达到了87%。

秋のオフシーズンの旅行が人気、国慶節8連休で海外旅行者数は過去最高の見込み

夏休み旅行のピークが過ぎてから、国慶節の旅行予約が最盛期を迎えています。今年は夏休みや国慶節連休をわざわざ避けて、9月もしくは国慶節連休以降のオフシーズンに、混雑ピークにぶつからない旅行を計画している方が少なくないようです。

『米国やカナダの9月は、秋の景色を楽しめる素晴らしいシーズンに入りますが、季節的な魅力以外にも、9月は海外旅行のピークではないため、航空券やホテルが安くなるという理由もありますので、9月中旬に家族そろっての北米旅行を計画しています。』というような理由を述べる人も少なくありません。旅行会社の担当者の間からも「8月20日を過ぎると、ツアー商品の価格は、しばらく『オフシーズン価格期』に入ります。海外ツアー代金は10%から30%値下がりするため、観光客にとって、秋は旅行に出かける絶好のチャンスとなります。」と語られています。

なお、今年の国慶節は中秋節と国慶節の組み合わせで連続8日間の休日となりますので、観光市場により有利な条件が整えています。海外旅行では、9月28日出発以降、海外旅行者数は大幅に上昇する見通しで、長距離の欧米旅行はピークに突入しました。出発日のピークは10月1日、9月30日、10月2日。

但し、調査報告によりますと、今年の国慶節連休中の海外旅行目的地の人気トップ10は順に、タイ、日本、米国、シンガポール、オーストラリア、カナダ、ベトナム、イタリア、ロシア、マレーシアと予想されています。変わらず近距離のタイや日本が人気は上位を占めています。

やはり海外旅行が身近に浸透するにつれて、日本のアニメや小説、ドラマなどに興味を持った中国人は、いずれ「生の日本」を体感しに行きたいと思うはず。 (袁)

タイムリー 中国マーケット情報

◆団体

国慶節連休旅行の予約がピークを迎え増加する一方で、来年春節(旧正月)の海外旅行ツアーもすでに発売され、顧客獲得合戦をすでに繰り広げています。

◆FIT

旅行へ行く前に、最近は更に冷静的に、時間やコストなどを考えて計画を練っている状況が見られます。

◆商品造成

基本的に東京・大阪の6日間ツアーが多く販売されています。地域により、商品造成の内容が多少違っているところがありますが、主流は上述の2都市へ行く日程です。



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/>