

Monthly Report

2018年 / 1 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

→ 春節販売好調

春節まであと1カ月、中国全体そろそろ祭りモードに入ります。一部の人は帰省の準備を始めました。

旅行業界もこの1カ月、大忙しで、春節商品の予約をするのは、この1月に集中しているようです。

人気の団体ツアーは、やはり、大阪－東京の周遊商品という、価格は約7,000元（12万円程度）前後、FITの人気商品は、飛行機＋ホテルで3,000元前後（5万円程度）です。今年の春節は、昨年のように、ホテルが確保できない、バスの手配ができないというような混乱はあまりなく、業務がスムーズになっています。と言っても、予約が減ったわけではありません。今年一番の繁忙期になっています。

販売好調の商品は、通常の東京大阪のルート以外に、スキーなどのテーマ旅行も人気だといえます。日本のスキープランは予想以上に人気があり、主に北海道に集中しています。他にも本州の長野、仙台、軽井沢にも人気が広がっています。今後益々ブームになる予感があります。

好評連載【今を知る! 現地旅行社 キーマンに聞く】第34弾

上海驴妈妈旅游网 日韩部高级产品经理 杨惠音 (YANG HUI YING) さん

- Q** 今の訪日旅行状況を教えてください。
- A** 絶好調です。
- Q** 団体客が多いですか。それともFITが多いですか。
- A** FITです、特に今年からFITに力を入れています。
- 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** よく見えています。役に立つ情報が結構あるので、商品造成の時に参考にして利用しています。インタビューなども面白いですね。
日本の企業の様子がわかります。



→ 蚂蜂窝 (マフオー) 2017日本人気な観光スポットランキングを公表

日本は、中国人の人気の旅行先である。ビザの緩和政策もあり、訪日旅行は引き続き人気が上がっている。近日、中国のFIT旅行のプラットフォーム大手 蚂蜂窝 (マフオー) が、2017日本の人気観光スポットランキングを発表した。ランキングの対象は東京、大阪、京都などの通常の観光スポットをあえて外し、それ以外の地域に焦点に合わせた。蚂蜂窝 (マフオー) の旅行研究センターの責任者冯饶 (フンロー) 氏によると、訪日旅行は最近の何年間も人気である、中国人旅行者は日本旅行に対する知識が深くなり、旅行者はエキスパートになっていく。東京、大阪、京都などの通常のルートでは満足させられないという。その為、更にマイナーな観光スポットに熱が上がってきている。各種のテーマパークツアー、温泉ツアー、さくらツアーなどのような個性的なテーマ旅行もさらに人気になっている。

発表したランキングは蚂蜂窝 (マフオー) の旅行プラットフォームのビックデータの中の、中国人旅行者が日本の各観光スポットの検索人気度、好評価度、旅行ブログのキーワードの出現回数及び観光スポットに対する印象などで総合的に出した結論だ。

ランキングから見ると、大都市と比べ、日本の自然景色及び文化関係の観光リソースは同様に観光客の興味が高いという。富士山関連の観光スポットは3つがランクインした、自然景色類は半分占めている。観光客のブログの中で一番人気なのは奈良公園で、鹿に餌をあげられることは印象的だとのこと、観光スポット好評価度1位は沖縄の沖縄美ら海水族館で、好評価率は、96%と非常に高かった。

出典元：人民网

标准排名 / 蚂蜂窝 · 2017 日本新晋热门景点 TOP10						
排名	热门景点	所属地	景点热度	景点好评率	景点的游记提及次数	景点印象
1	奈良公园	奈良	5793	94%	559	喂食小鹿
2	河口湖	富士河口湖	2268	89%	143	富士五湖
3	富士山五合目	鸣泽村	2085	84%	84	日本象征
4	镰仓高校前站	镰仓	1865	92%	158	灌篮高手取景地
5	大涌谷	箱根	1713	90%	226	黑鸡蛋
6	沖縄美丽海水族馆	沖縄	1703	96%	220	海豚表演
7	富士急游乐园	富士吉田市	1628	93%	60	刺激的过山车
8	忍野八海	忍野村	1535	84%	207	雪水
9	江之岛	藤泽市	1320	92%	140	富士山
10	函馆山	函馆	1283	92%	172	世界三大夜景之一

→ 蚂蜂窝发布2017日本新晋热门景点排名

日本无疑成为最受中国游客喜爱的旅行目的地之一。随着日本签证政策的逐渐放宽，日本游热度持续疯涨。近日，中国领先的自由行服务平台蚂蜂窝联合标准排名发布了“2017日本新晋热门景点排名”，盘点了除东京、大阪、京都等常规景点外，还去了哪些日本小众目的地。

蚂蜂窝旅游研究中心负责人冯饶表示，日本的火爆已持续数年，随着中国游客对日本旅游了解程度的加深，越来越多旅行者正在成为“专家型选手”，东京、大阪、京都等常规线路，已经无法满足需求，因而，更多小众景点的热度开始逐渐上升，各类乐园游、温泉游、樱花游等更具个性的主题旅游，也开始更加流行。该排名基于蚂蜂窝平台上中国旅行者对日本各个景点的搜索热度、好评率、游记提及次数及景点印象等大数据统计综合得出。

从排名中可以发现，与大都市相比，日本的自然风光以及文化相关旅游资源，同样对游客产生着较大的吸引力。与富士山相关的景点，在排名中占到3席，自然风光类景点占到一半。

景点热度与游记提及次数均排名第一的奈良公园，主要因喂食小鹿而闻名。在景点好评率方面，沖縄美丽海水族馆好评率达到96%，排名第一，忍野八海与富士山五合目则以84%的好评率排在末位。

出典元：人民网

→ 金融：旅行業の未来？

インターネットの旅行金融は現在の段階でとても発展し、旅行はいつでも気軽に行ける時代になってきている。お金がなくても、分割で払えば良い。お金を持てれば、投資しながら、旅行は行ける。

現在旅行金融業は、3大モデルに分けられる。

旅行料金のローンは、現在一般的な旅行金融モデルである。顧客に、後払いのクレジットカードのようなサービスを提供している。「去哪儿」、「驴妈妈」、「途牛」、「同程」、「首付游」、「分期旅游网」などの旅行プラットフォームに、興業銀行、中国銀行など金融機構も参入してきている。これもOTA、旅行プラットフォームの競争の、新たなポイントになっている。

旅行投資は固定収益類の商品をメインにしている。顧客は旅行商品の費用を先払いし、旅行社の金融商品を購入、購入した旅行社で旅行商品を購入すると割引などのサービスが受けられる以外に、資産の証明などにもできるという。アリババの「旅行宝」、Ctripの「程涨宝」、途牛網の「途牛宝」などもこういうタイプの商品だ。例えば、途牛網の「途牛宝」という商品は、まず消費者がお金を「途牛宝」のアカウントに入れる。消費者は「途牛宝」に入れたお金を使い、割引で途牛の旅行商品も買えるし、出国のデポジットにもなる。一方、消費者も途牛網とコラボしているファンドへの投資にも選択できる。

保険は旅行の場面とマッチング度が高く、一般的なものはOTAと保険機構がコラボし、消費者に各種の保険を提供する。例えば、航空意外保険、飛行機遅延保険など様々だ。現在、各OTAはすべて保険業務を営んでいる。その中では、保険の資格を取得し、今までの顧客のデータをもとに、自社の保険商品を造成している会社もある。

上記の3種類旅行金融モデル以外に、「旅行+金融」というテーマのもとに、旅行会社は消費者の海外で外貨チェンジし、ショッピングの税金返還などで新たな解決方法を提供している。

出典元：金評媒

→ 金融：旅游业的未来？

互联网旅游金融发展到现阶段，可以说，说走就走的时代已经到来。没钱出游可以分期付款，钱多可以边旅游边理财

三大模式

目前，市面上的互联网旅游金融产品大致可以划分为三大类：旅游分期、旅游理财以及旅游保险。

旅游分期是目前最为常见的旅游金融模式，为用户提供“先消费、后付款”的预授信服务。目前，去哪儿、驴妈妈、途牛、同程、首付游、分期旅游网等旅游平台，兴业银行、中国银行等金融机构均有涉及，也是旅游平台竞争的新焦点。

旅游理财则以货币基金和固定收益类产品为主，除了能使消费者预付的旅游费用获得增值收益，一般还可用于办理资产证明、预订旅游产品等，淘宝旅游推出的“旅游宝”、携程的“程涨宝”、途牛网的“途牛宝”等均属于此类。以“途牛宝”为例，钱存入“途牛宝”，相当于投资汇添富基金公司旗下的全额宝货币基金，这笔资金不仅支持在途牛旅游网上进行旅游消费等，还可选择直接冻结，作为出境游保证金，部分线路还可享团费优惠。

保险与旅游场景结合度较高，一般是旅游网站和保险机构合作，提供旅游意外险、旅程取消险、航空意外险、签证保险等诸多旅游类险种，为用户提供出游的后盾保障。目前，途牛、携程、去哪儿等旅游平台都开通了此类业务，甚至取得保险经纪牌照，依托自身的旅游用户大数据，深耕旅游保险，为用户定制更加专业、更好体验的碎片化旅游保障产品。

除以上三大类产品外，“旅游+金融”还为旅游者在汇率兑换、购物退税等环节提供全新的解决方案。总而言之，旅游金融已经嵌入到在线旅游服务的各个交易环节，成为旅游延伸服务中重要的一环。

当然，这些模式的创新伴随着监管未成熟，风险的把控等风险

出典元：金评媒



80、90年代生まれの世代が新たな旅行スタイルを生み出す

今までの旅行といえば、ツアーに参加し、ガイドさんと一緒に観光スポットを回ります。観光スポットを多く回り、写真をたくさん撮ることが旅行成果が豊富と言えます。例えば、ヨーロッパのツアーで6カ国を巡る、15日の団体ツアーで、往復の飛行機の時間を除き、平均1カ国で二日間の滞在時間にも足らず、時差さえ慣れていないうちに、もう帰国という過密スケジュールです。まるで夢を見ていたかのような体験だったと言われます。このような旅行は出費と疲労以外にあまり意味はありません。

大衆旅行の時代では、人々の需要の多くは「表面的な経歴」に留まっていた。この頃の旅行者は「ここに行ったことがある」というだけで満足し、旅行先に対しての要求は「見れる」ことでした。現在の旅行者は「表面的な経歴」だけでは満足させられません。旅行は、もはや人々が生活品質のレベルアップする為の重要手段になっているのです。

中国国家旅游局は、2014年発表したデータにより、旅行社を通して、国内旅行に行った人は、年間全体人数の3.6%、海外旅行のうち65%の顧客は旅行会社の団体サービスを利用していません。これは中国の全体旅行市場がFIT化している証明です。

去哪儿网（チェイナー）が、2015年に発表した中国旅行者の行動報告により、22-30歳の旅行者が半分以上占めていました。これも現在一定的な経済力を持ち、80、90年代生まれの人は、今後の旅行市場の主力軍になることを示しています。

アリババのT-mallにしても、アマゾンにしても、越境電子取引ビジネスの発展も激しく、中国国内で何でも手に入る時代になっています。外国人の中国人旅行客のイメージは団体ツアーで、どこ行っても爆買い、車降りたら写真を撮りまくるといったイメージだと思います。実際は、各種の研究結果によると、80、90年代生まれの人は海外旅行に関しては、より現地体験を重視していますし、旅行行程にゆとりを持たせ、リラックスする時間を持ち、宿泊や食べ物などの体験にもお金を使いたいと思っています。

2017年、旅行も「指の時代」に入りました。モバイルインターネットは生活の隅々まで浸透しています。旅行も同じです。調査によると、旅行者の中に、モバイル端末を使用している割合は70%。その内25-35歳が50%を占め、18-24歳が20%を占めています。

旅行者も「旅行しながら、予約をする」というスタイルに慣れてきていますので、モバイル端末を使って、交通や目的地の旅行商品の予約、レストラン、ショップ、観光スポットなどの検索に使用されています。そして同時に、SNSで旅行の体験をシェアすることも忘れません。

Friendly Japan（上海） 周程



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/>