

Monthly Report

2019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

▶▶▶ 現地旅行社からの声

→ 壹遊日本ステーション ヒアリング内容一部紹介

今回は、【壹遊日本】Wechatグループ「壹遊ステーション」にて、今年上半期の訪日販売状況をヒアリングしました。

■2019年上期の販売状況及び人気コース

①北京百程国際旅游股份有限公司

ファミリーツアーや会社慰安旅行の少人数ツアーが中心で、平均人数は4名～16名程度です。上期のビザ申請は、10,119名でした。オーガナイザーツアーが中心なので、テーマ旅行、慰安旅行、会社研修ツアー以外、最近医療ツアーや就学ツアーが増えています。ビザ申請については、単回ビザを申請する人が減り、3年間や5年間マルチビザを申請する人が増えています。その為、昨年と比較すると、ビザ申請の総量は減少していました。また、時期によって大使館の審査も厳しくなる傾向がありました。

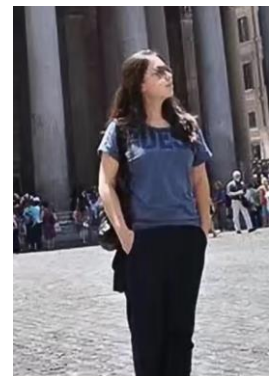
②北京凱撒国际旅行社有限責任公司

対前年比20%アップでした。周遊コースにも関わらず、大阪も東京も、その他1日の自由行動が付いているコースに、益々人気度が上がっています。さらに深度体験も好まれています。例えば鎌倉、北陸、東京周辺、関西周辺等がです。

好評連載 【今を知る! 現地旅行社 キーマンに聞く】第54弾

成都鼎龍国际旅行社有限公司 日韓中心總經理助理 周翼 (ZHOU YI)

- Q** 今の訪日旅行状況を教えてください。
- A** 好調です。絶えず申込みや、問合せが入っています。
- Q** 団体客が多いですか。それともFITが多いですか。
- A** 団体がメインです。FITも増えています
- 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。情報参考になります。これからも送ってください。
- A** 交通情報や個人でも楽しめるスポットを紹介してください。中国語が完璧でなくても問題ありません。日本らしさを経験したいです。



5G+VR旅遊に加勢、時空を超え、新たな価値を

近年以来、レジャーの方式が増え、旅遊も同質化していく傾向だ。旅行客は、観光スポットの期待が下がり、わざわざ観光スポットに旅行に行こうとする願望が落ちてきている。伝統的な文化旅行は、新たに厳しい状況の中でチャレンジしていかなければならない。VRは創造性、ハイテク性などの特性があり、伝統的な文化旅行を直面している厳しい状況を打開する可能性が大きいという。

VRは時空の制限を打ち破り、旅行客が座るだけで現場にいる雰囲気を経験できる。そして、5Gにより、ハイスピード通信で遅延がないなどの特性を利用し、旅行客が臨場感溢れるような体験が可能だという。博物館、文化旅遊、文化遺産、などの展示における、5G+VRの運用で、旅行客が時空の制限を破り、リアルに近い感覚で、文化遺産や壮麗な景色を見ることができる。観光スポットにとって、見るところも増えたという。

VRの内容体験を通じ、旅行客も観光スポットの歴史や現地の習慣など知ることができ、現地の文化に対して、理解が深めることが可能だという。

5G+VRで旅行業界にとって、多くの可能性をもたらし、今後5Gの環境が整い、VR技術との一層の融合で、業界のレベルアップにつながる動きになりつつあるという。

(出典元: 旅行社雑誌网)

5G+VR赋能文旅，打破时空创造旅界新价值

近年来，随着娱乐方式增多，旅游项目出现同质化，游客对于景点的期待下降导致旅游动力不足，传统文旅正面临着新形势的挑战。而VR本身具有的创新性、高科技特点，破除传统文旅困境。

VR能够打破时间、地域限制，让游客随时随地置身在场景中，坐享震撼视听盛宴。并且随着5G的到来，高速率、低延迟的特点更有助于游客感受VR的沉浸式体验，深化游客体验。

在博物馆、文化旅游、文物和非物质文化遗产展示等方面应用5G+VR，能够让游客跨越时间、空间，身临其境感受文明古迹、秀丽山河等景象，提升旅游景区的互动性和观赏性。

通过体验VR内容，游客还可以纵向了解景区的历史、当地的风土人情，获得创新性体验，从而提升景区的重游率和含金量，推动文旅产业创造性转化。5G+VR为景区带来更多可能性，相信通过5G和VR在文旅的深度融合，能够催生出更多有特色品质的旅游模式，促进整个旅游业的升级变革。上海中心的“城市之

出典元: 旅行社雑誌网



上海センターの5G+VR室

→ 中国独身成人は2億を超え、独身消費はブーム

民政部が9月発表した「2018年民政事業発展統計公報」により、中国は現在2億の独身成人がおり、その内、一人暮らしの独身成人数は7700万人を達している。膨大な消費層に対し、マーケットは各種の会話ができるスマート家電、MINIカラオケ、一人用火鍋、独身専用マンションなど、独身消費者に対して、個性的な商品とサービスを提供している。

過去、飲食店での食事、映画、カラオケなどは全て大勢で行った。今の時代は、一人盛り上がり、このようなことを行っても、可笑しく見られず流行りになっている。反面、社会は不安にも感じている。某機構の調査により、独身者の内、57.69%の人は、消費で孤独感を解消するという。逆に消費をせずに、孤独感を解消できる比率はたったの15.68%となっている。

アリババが発表した「中国空巣青年図鑑」によると、孤独の消費者は多くが高給取りで、これらの消費者は、通常より高い消費能力を持ち、しかも、消費に対しての観念も一層に果決している。他の調査にも示している内容では、75%の独身者は毎月少なくとも1000元を使って、孤独感を解消するという。

消費マーケットも、独身経済が好調で論調にデータが証拠を示している。2017年、美团デリバリーが1.3億の独身者に対して、サービスを提供してきた。2018年、中国のゲーム人口は6.62億人となっている。多くの研究にも証明している通り、ゲームは孤独感を解消できる重要な手段であり、ゲームの消費は、孤独消費の半分を占めている。2019年、独身者が七夕で旅行する人は同比48%と増えている。

専門家の意見により、孤独人口消費はプライベート、ハイグレード、利便性、自分へのご褒美などの特徴があり、これからは支配できる収入が増えるとともに、孤独消費は基本の生活必需品消費から、心の満足傾向の消費レベルアップするという。

実際、孤独経済は最近の経済現象ではないという。離婚率の上昇と結婚率の低下や、若年層の大都市の仕事や生活のペースが早くなり、また人間関係の維持や交際のコストが増える一方で、やむを得ず、孤独の方が楽という考えも出てきたという。

(出典元：人民日報)

→ 中国单身成年人超2亿 “一个人” 的消费方兴未艾

民政部发布的《2018年民政事业发展统计公报》显示，中国有超过2亿单身成年人，其中有超过7700万独居成年人。围绕这一庞大消费群体，市场上衍生出能对话的智能家电、迷你KTV、单人小火锅、小户型公寓……过去，餐厅吃饭、影院看片、KTV唱歌等都是“一群人的狂欢”，而现在，一个人做这些事已经不再奇怪。一人食餐厅、胶囊酒店、一人旅行等吃住行方面的“孤独经济”成为一种新时尚。

有机构调查数据显示，孤独人群中57.69%的人表示会为排解孤独产生消费，不会因排解孤独而消费的仅占15.68%。

阿里巴巴发布的《中国空巢青年图鉴》显示，孤独人群多分布于高薪职业，这些人不仅具有较高的消费能力，而且消费观念也更为开放、消费行为更加果决。

数以亿计的“有钱有闲”单身人士带来了巨大的市场需求。一项社交媒体对上万名职场人进行的“孤独感”调查显示，75%的孤独者每月至少会花1000元来排解孤独。

在消费市场中，“孤独经济”的火爆也得到了不少数据的支撑。2017年，美团外卖服务了1.3亿单身人群；2018年，我国游戏总用户规模达到了6.26亿，而多项研究调查显示，游戏是排解孤独的重要方式，在“孤独消费”中游戏开销占一半；2019年，单身人士选择在“七夕”出门旅游同比增长48%……

有专家表示，孤独人口的消费具有私人化、便捷化、高端化、悦己化和心理慰藉化五大特征。未来随着可支配收入的提高，单身人群的“孤独消费”将从“基本生活必需品”向“满足内心渴望的商品”进一步升级。实际上，“孤独经济”并不是最近才有的经济现象。随着离婚率上升和结婚率下降，年轻群体漂泊城市以及工作生活节奏不断加快，拓展、维系人际关系的时间、精力成本越来越高，越来越多的人被迫让“孤独”成为常态，其中一些人转而通过多样化的消费排解孤独感，“孤独消费”便应运而生。

有专家表示，孤独人口的消费具有私人化、便捷化、高端化、悦己化和心理慰藉化五大特征。未来随着可支配收入的提高，单身人群的“孤独消费”将从“基本生活必需品”向“满足内心渴望的商品”进一步升级。实际上，“孤独经济”并不是最近才有的经济现象。随着离婚率上升和结婚率下降，年轻群体漂泊城市以及工作生活节奏不断加快，拓展、维系人际关系的时间、精力成本越来越高，越来越多的人被迫让“孤独”成为常态，其中一些人转而通过多样化的消费排解孤独感，“孤独消费”便应运而生。

出典元：人民日报

→ 上海観光おすすめ観光スポット-豫園 (よえん)

豫園は上海代表的な清政府時代の古典の庭建築です。そこで、古い時代の江南地区を感じさせるような建物が並んでいます。建物を観るだけではなく、多くのグルメもあります。小籠包など、代表的なグルメも安くて美味しいです。コーヒーショップもあるので、休憩も出来ます。中国らしいお土産もそろっているのです、訪れる価値有ります。



フレンドリージャパン上海 周



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/>