

Monthly Report

2014/2月号

(株)フレンドリージャパン



営業QQ



Wechat(微信)

—目次—

- 1面 現地旅行社の声
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/中国マーケット情報

現地旅行社からの声

【PM2.5だから、海外へ行こう】

マスコミに大々的に報道される中国の大気汚染問題が国内で話題になり、旅行社が「海外の空気を吸おう」というテーマで商品造成を始めました。

中国の大気汚染問題は深刻化しています。特に秋から冬にかけて、重度汚染の日数がだんだん増えており、富裕層化が進んでいる中国では、“空気の質”に対する関心が高まっています。しかし、この空気は暫く改善する見込みがありません。

そこで、いろいろな条件・環境の中で海外移住までは難しいですが、汚染のひどい時期を選んで、海外の空気の良い所へ旅行することが一つの避難手段になっています。その影響もあり、日本や東南アジアのリゾート地が人気を集めています。旅行社はその需要を狙って、「綺麗な空気を吸うツアー」を組み始めました。

本来PM2.5は旅行にマイナスの指数としての存在でしたが、意外に海外旅行ブームのプラス要因になりそうです。

好評連載【今を知る！ 現地旅行社 キーマンに聞く。 第8弾】

北京徳宝国際旅行社有限公司 総経理 孫波 (SUN BO) さん

Q: 春節期間中の北京観光・訪日マーケットの状況を教えてください。

A: 好調です。人気のゴールデンルートはもちろん、北海道や沖縄も人気があります。団体ツアーが中心ですが、FITの増加も顕著です。

Q: FITが増加していることですが、日本国内の移動はどうなっていますか。

A: 交通便利の日本では、やはり電車や新幹線の移動に頼っていると思います。

切符の購入も中国のような心配はなく、漢字で行き先を確認すれば自分で移動できると思います。
都内の交通は地下鉄が便利でしょう。家族での移動の場合、タクシーを利用することもありますね。

Q: 北京の人は、ホテルの選択する上で、どのようなことに拘っていますか。

A: やはりロケーションが一番ですね。交通アクセスを重視しています。

日本のホテルの部屋は、中国より狭いことを覚悟しているのでビジネスホテルも利用します。
一方で、子供がいる家族旅行ではベッドサイズなどの確認依頼が多くあります。
できるだけ朝食付きで、ホテルの中で提供して欲しいですね。

Q: ホテルのブランドに関しては、拘りがありますか。

A: 招待旅行の場合は、高級ブランドホテルを利用することが多いです。

一方、観光旅行の場合は、お客様によって様々です。
高級感にこだわる人もいますが、多くの人はロケーションや価格に関心が高いようです。

Q: 一般的な観光目的以外、FITは何の目的で訪日していますか。

A: いろいろあります。多種多様な目的がありますね。

東京五輪の影響があったり、不動産の投資の目的のお客様もいました。

Q: 日本の施設や自治体に、お願いしたいことはありますか。

A: もっと中国国内で宣伝PRをして欲しいです。一般の人は日本と言えば東京・大阪しか知らない人が多いので、多くの日本各地の良い場所や施設の宣伝をして欲しいです。
また、中国語のパンフレット等の中国語資料をもっと提供して欲しいですね。

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: 非常に役に立つ冊子だと思います。ツアーの企画やホテルの選択に、企画担当者や販売窓口担当者には、非常に良い勉強資料になっています。中国国内に問合せの窓口(連絡先)があるので気軽に相談できることもありがたいですね。



大江戸温泉物語にて



TCVB パネルディスカッションにて

◆虹橋空港から人民広場までの夜間リムジンバスが、1月10日から開通

虹橋空港・ターミナル2の陸上交通を、利用客にもっと便利に利用してもらうために、新たなサービスが生まれた。

夜間の長時間滞在問題を解決するために、1月10日からターミナル2から、夜間のリムジンバスを開通させた。同コースは虹橋空港・ターミナル2(1号門シャトルバス停)から人民広場(延安東路浙江中路)まで直行で運航する。運行時間は毎日午後10時半から最終便到着後45分間。運航間隔は最長30分以内で、利用料金は16元。



(出先: 1/6日付け 東方網 訳: 壹友)

◆上海空港、春節期間の旅客取扱量は930万人の見込み

上海空港グループによると、1月16日から2月24日の春節ラッシュ(春運)期間、40日間の間に、上海虹橋・上海浦東の両空港の旅客利用者数は930万人に達し(虹橋380万人、浦東550万人)、前年同期比7.39%増の見込みだ。

なお運行便は6.9万台(虹橋2.7万台、浦東4.2万台)で同期比4.89%増の見込みだ。例年の旅客利用数の状況から見ると、除夜(大晦日)前の1週間と、正月3日後の1週間が出発・到着のピークとなり、2大空港の一日の旅客取扱人数は20万人超のスケールになりそうだ。



(出先: 1/14日付け 民航資源網 訳: 壹友)

一般情報

◆今年、春節期間の旅行ラッシュは、例年よりやや遅め。

春節期間の旅行客の誘客も、終わりに近づいた。

いくつかの旅行会社では、旧暦の大晦日が休日ではなくなった為、旅行ラッシュは全体的に遅めとなり、旧暦1月2日(2月1日)から出発の旅行者が一番多く見込まれる。

Ctripの最新情報によると、旧暦12月28日(1月27日)頃から、直線に上がる形勢で、旧暦1月2日(2月1日)に最高に達する。その後、旧暦1月3日(2月2日)から徐々に下がって、旧暦1月7日(2月6日)後、基本的に春節前の状況に回復する。

旅行価格は、2014年春節期間の料金は1月28日からあがり、旧暦1月1日(1月31日)と2日(2月1日)が一番高い。



(出先: 1/19日付け 法制晩報 訳: 壹友)

トレンド情報

豫園灯会が1月18日からライトアップ

今年の豫園灯会が1月18日からライトアップした。18日から30日までの点灯時間は午後5時半から午後8時迄、また、1月31日から2月17日までは、午後5時半から午後10時迄だ。

右の写真は2014年・豫園灯会の「提灯王」だ。豫園灯会は、春節期間の上海の伝統的な民俗活動として20年前から実施されている。

今回の豫園灯会の馬年「提灯王」は非常に大きく、1995年来の干支提灯の最大のものとなっている。

高さ10メートル、重さは3トンに達し、160㎡の敷地中に

展示されている。金色の馬の高さは6メートル、体長は10メートルで、実際の馬の約3倍のスケールだ。



(出先: 1/17日付け 青年報 訳: 壹友)

【2014年は『馬到成功』】

今年の中国春節(旧正月)は、1月31日です。中国は日本と同じく馬年に入りました。

昨年2013年は、ご存知の通り尖閣問題の影響が残り、日中間の政治的な摩擦が深刻化し、経済・貿易・観光産業に大きなダメージがありました。

一方で、幸いなことに、中国人の訪日旅行者数は、結果的に予想に比べて減少幅は小さなものに収まりました。(約130万人/過去最高だった前年・2012年の92%)

特に2013年10月～12月の中国人訪日数は、連続3ヶ月間、歴史上過去最高の実績であり、完全にマーケットは回復&拡大しています。春節休暇の訪日数も、相当な人数になることが期待されています。

国力が高まっている中国は、将来的に日本と競争相手になることは避けられない事実ですが、競争があつてこそ両国間の協力と知恵が必要になるのではないのでしょうか。将来的に避けられない競争を、両者にとって有利になることと考え、お互いが協力することが何よりも重要だと思えます。

ようやく、中国も馬年(旧暦)に入りました。

中国の古い時代から「戦馬一到、立即取得勝利」(軍馬さえ到着すれば勝利に近い)ということわざがあります。そこから、馬年にはいろいろな事が成功するとされています。

また、競馬のように、お互いに競い合いながら、友好的に双方が進歩を遂げるように努力することが大事である、という教えもあります。

2014年・年初より、皆様と協力しながら、明るい2014年にしていきたいと心から願っています。

今年も、壹友公司・フレンドリージャパンを、どうぞよろしくお祈りします！！

タイムリー 中国マーケット情報

◆団体

この春節休暇に、訪日旅行のもっとも売れているコースは、やはりゴールデンルートですが、一方で、沖縄、九州、北海道への人気も高まっています。特に吉祥航空の上海⇄沖縄路線の就航に伴い、沖縄への渡航がしやすくなっており、ますます沖縄に注目が集まっています。

一方、クルーズツアーでは、この春節ムードに合わせ、家族と一緒に海上(豪華クルーズ)で暮らすという商品が増えています。上海からのクルーズ船は、福岡や濟州島(韓国)へ上陸するプランが多いです。

◆FIT

中国人が海外旅行に参加するにあたって、最も懸念することは査証取得です。中国のパスポートでは、自由に渡航できる国は少なく、また査証を取得するには提出する資料が多く大変面倒です。

現状の中国FITマーケットでは、自由旅行への意欲が強く、旅行社に査証申請と大卒のホテル手配だけを頼む顧客が急速に増加しています。その他の旅程は、旅行社サイトや施設サイトから自分自身で予約したり、日本到着後にその場で手配する傾向が高まっています。

◆商品造成

中国では、訪日旅行に関わらず、全体的に個人旅行商品へのシフトが起きています。理由としては、下記の通りです。

- ①昨年10月に施行された「旅游法」の影響で、団体ツアーの値段があがりメリットが無くなったこと。
- ②元来、お客様ニーズは自由に旅を楽しめる個人旅行にあったこと。(旅行社が消費者目線になった)
- ③少しづつ海外旅行マーケットが成熟し、個人で海外へ行ける層が拡大したこと。

今後、ますます『訪日へ』、そして、『FITへ』、中国旅行マーケットがシフトしていくものと思われれます。

株式会社フレンドリージャパン

〒150-0031 東京都渋谷区桜丘町14-6 黒松ビル501

TEL 03-6416-5505 FAX 03-6416-5515

E-mail madoguchi@friendlyjp.com

HP <http://www.friendlyjp.com/>