

Monthly Report

2015/6月号

フレンドリージャパン



営業QQ



Wechat (微信)

—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

メーデー小連休、訪日・訪韓旅行が激増 香港落ち込む

複数のオンライン旅行会社の統計データによると、「五一(メーデー)」連休期間中、日本、韓国、東南アジア各国を訪れる近距離の海外旅行ツアー商品に引き続き人気が集まっている。中でも、訪日ツアーと訪韓ツアーは、為替レートやビザ緩和策などの好条件が影響して絶大なる人気を博し、前年同期比50%以上増加した。一方、例年ならば人気が高い香港ツアーは落ち込んでホテルの宿泊価格は前年同期20%前後低下した。

一方、中国国家旅游局が発表したデータによると、メーデー連休期間、長距離の海外旅行客数は、海外旅行客総数の約3割を占め、前年比大幅に増加した。特に、イタリア、フランス、ドイツ、スイスに人気が集まった。都市別で見ると、海外旅行に出かけた住民が多かったトップ10は、北京、上海、杭州、深セン、南京、西安、広州、成都、重慶、ウルムチの順であった。旅行スタイルについては、第一希望として個人旅行を選ぶ人が益々増え、日本、韓国、欧州諸国を個人旅行で訪れる中国人の数が大幅に増加した。

好評連載【今を知る！ 現地旅行社 キーマンに聞く。第19弾】

北京携程国際旅行社有限公司 経理 **李明(Li Ming)**さん

Q:最近の、訪日旅行の取扱状況をお教えてください。

A:中国の場合は、南方に比べて、北方の訪日マーケットはそれほど進んでいませんが、以前に比べて大幅にポピュラーになっています。

Q:FITは現在どんな傾向があるのでしょうか？

A:やはりショッピングを第一目的としています。
続いて、観光、グルメが目的となっています。

Q:現在、訪日旅行で、どのエリアのコースが売れていますか？

A:特徴的な傾向では、北海道の富良野・美瑛が売れています。

Q:お客さんが増えて、運賃やラウンド費用などはどうでしょうか？

A:ラウンド費用はあまり変わらないですが、昔のように積極的な対応が見られなくなっている印象があります。

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:いい雑誌だと思います。とても便利で、役に立ちます。
ただ、もっと、もっと、多くのショッピングや観光情報が欲しいですね。



張徳江全人代常務委員長が日中友好議員連盟訪中団と会談

張徳江全人代常務委員長は、5月5日に、高村正彦会長を団長とする日中友好議員連盟訪中団と人民大会堂で会談した。

張常務委員長は「習近平国家主席は少し前にインドネシアで安倍首相からの要請に応じて会談し、中日関係の取扱いにおける大原則を明確に打ち出した。

これは両国関係の改善と発展にとって重要な指導的意義を持つ。中日双方は歴史を鑑みて未来に向かう精神に基づき、平和・友好・協力という正しい方向を常に堅持し、中日間の4つの基本文書の原則精神にしっかりと従い、両国関係の持続的改善を後押しする必要がある。日本側が責任ある姿勢で言動を慎み、歴史など敏感な問題を適切に処理することを希望する。両国の立法機関、中国の全人代代表と日本の議員の意思疎通や交流の強化は、理解の強化と共通認識の拡大に資する。中日関係の改善と発展の推進において日中友好議員連盟が一層の役割を發揮することを希望する。」と表明した。

それに対して高村会長は「日中議員連盟として日中関係改善の促進に努力したい。」と述べた。

(出先:5/06付け 東方ネット 訳: 壹友)



全国人民代表常务委员会委员长张德江与日中友好议员联盟访中团进行会谈

5月5日、全国人民代表常务委员会委员长张德江先生在人民大会堂与以高村正彦会长为团长的日中友好议员联盟访中团进行了会谈。张常务委员指出，「前不久，习近平国家主席在印度尼西亚应邀与安倍首相进行了会谈。在会谈中，习主席明确指出处理中日关系的大原则。这对两国关系的改善与发展有着指导性的意义。中日双方要以历史为鉴，以迈向未来的精神为基础，始终坚持和平·友好·协力的正确方向，遵循中日间的四个基本公文的精神原则，维护两国关系的持续发展是非常必要的。希望日能够適切地处理较敏感的历史问题。两国的立法机关，中国的全国人民代表与日本的议员们能够强化交流与理解，扩大共同意识。希望日中友好议员联盟能为中日关系的改善与发展的推进，发挥自己的角色任务。」高村会长指出，「作为日中议员联盟，会在促进日中关系改善上作出努力」

円安で代理購入業が大流行 中国あて郵便物の遅延発生

日本製品の質の良さは誰もが知るところ。加えて、対人民元の円安が急速に進んだことから、現在中国人の間で代理購入業が大流行となっている。また、友人の為に日本製品を中国に送る在日中国人も大勢現れ、昨年中国国内の「ダブル11(11月11日)」販促キャンペーン期間と重なった際は、一時的に陸・海・空運業に大きな影響を与えた。

昨年11月28日、日本の郵便局の公式ウェブサイトにて、次のような告知が掲載された。「中国あて郵便物の急増に伴い、配達に要する期間が通常より長くなっています。特に船便など、中国側の処理業務遅延の為、通常の日数よりも長くかかっていますので、ご了承ください」。

ある在日中国人が、昨年10月に船便で北京在住の友人に紙オムツを送ったところ、本来は約1カ月で届くはずの荷物が、約2カ月半後、友人の子供がすでに紙おむつを使わないようになって、ようやく届いたという。また別の中国人は、昨年12月中旬に日本で購入した複数のマフラーを中国に送る際、船便は非常に時間がかかると聞いたので、SAL便で送ることにした。日本の郵便局の公式サイトには航空便は到着までに1週間、SAL便は2週間かかると記載されていた。友人にこの冬に使用してもらおうと思い、もともと元旦前後に上海に届けるつもりだったが、現在(取材時:1月中旬)でもまだ届いていないという。

郵便局側によると、現時点でEMS(国際スピード郵便)や、航空便、SAL便は、中国の多くの省で遅延現象が見られる上、船便の遅延は中国全域に及んでいるという。

(出先: 05/19日付け 人民網 訳: 壹友)



日元贬值致代购业兴盛, 往中国邮寄物品出现延迟

日本产品的质量有目共睹, 加上日元兑人民币汇率大跌, 使得代购业兴盛, 而替亲友邮寄日本商品的也大有人在, 加上中国国内淘宝双十一促销等时期重叠, 一时间海陆空运输大受影响。以致于去年11月28日, 日本邮局网站有这样一条告示: “随着运往中国的物品急剧增加, 使得邮寄时间变长, 客人有可能不能及时收到邮寄物品。尤其是船运物品, 因中国方面处理业务延迟而比平常需要更长的时间。有华人曾在去年10月通过海运向北京的朋友邮寄尿不湿, 原本船运需一个月左右, 但这次寄到已是两个半月后, 北京朋友的婴儿诞生后才寄到。也有华人称12月中旬在日本购买了几条围巾, 因为听说船运很慢, 所以用仅次于普通航空的SAL航空邮寄, 在日本邮局网站显示的邮寄时间是航空需一个星期, SAL航空则需要两个星期。原本预定在元旦前后寄到上海, 可供亲友在今冬使用, 但临近1月中旬仍未收到。据日本邮局方面介绍, 目前EMS邮件、航空和SAL航空邮件在中国多个省份发生延迟现象。而船运延迟则涉及到全中国大陆地区。

因日元贬值导致原材料涨价, 日本新年伊始迎来涨价潮。当日本即将迎来涨价这样的消息传出又引发了新一轮抢购热潮。纸巾, 洗洁精, 卫生用品, 冷冻食品, 健康食品等即将涨价的物品, 都被日本民众购来囤货。而远隔重洋的中国消费者也闻涨起购买欲, 纷纷开始在淘宝代购或请日本亲友购买的隔洋囤货潮。

円安で訪日中国人客の買い物熱上昇 憂う韓国

今月26日から、フランスのハイエンドブランドのルイ・ヴィトンのバッグ「ネヴァーフル」は韓国免税店での価格が184万ウォン(約20万5千円)になったが、日本の東京・銀座の直営店では152万ウォン(約17万円)の免税価格で販売されており、韓国より17%安い。価格差が生じた原因は目下の円安効果だ。中国新聞網が韓国紙「アジア経済」中国語版の報道として伝えた。渋い顔の韓国企業とは対照的に日本企業は円安による経済的メリットを十二分に享受している。

最近ではシャネル、エルメス、グッチといったハイエンドブランドや、デパートが密集する銀座中央通りで、ひっきりなしに中国語が聞こえてくる。片方の手に大きなスーツケース、もう片方の手には大きなショッピングバッグを抱えた中国人観光客の李さんは「新しく買ったこのスーツケースにシャネルのバッグ2個、フェラガモの靴3足、日本のTOTOのスマート便座3台を入れるつもりだったが、もう入れる場所がない」と話す。このあたりのレストラン店員の話によると「週末だけではなく、平日でも食事をするお客様の80%が外国の方です」ということだった。一方、韓国のロッテ百貨店で買い物する中国人観光客は、一人あたりの平均消費額が、2013年の90万ウォン(約10万1千円)から、今年1～4月では、58万ウォン(約6万5千円)に減少した。弘益大学の金鍾碩教授は、「(韓国)政府が人為的に為替相場を操作すれば、さらにひどい結果をもたらすことになる。政府は製造業と輸出に偏り過ぎる産業構造を調整してサービス業と内需拡大を中心とした市場に転換させ、産業構造の調整に着手する必要がある」と話した。

まだまだ、日本のショッピング店やレストランに対して大きなチャンスが続くでしょう。このような状況下、ぜひ、中国マーケットへの情報発信を強化して欲しいと思います。

タイムリー 中国マーケット情報

◆団体

言語の問題もあり団体のお客様は年配の方が多く傾向です。人気の旅行先は東南アジアでしたが、タイ政変やマレーシア航空便事故などで大幅に減少しています。

◆FIT

FITのお客様は若年層が主流になっています。80年代から90年代に生まれた若者達が最も多い状況です。旅行先はアジア圏を中心に、日本、韓国、ベトナム、シンガポールが人気になっています。それらの国は毒的な文化があり、また、欧米旅行よりも近くて安いということが大きな理由です。

◆商品造成

これから夏休みシーズンに入るので、ファミリー旅行が中心になってきています。「親子商品」が各旅行社の目玉商品になっています。たくさんの子供連れの旅者は出発日を大幅に繰上げて、ピークが長期化しており6月末から8月下旬の見込みです。今や訪日旅行にオフシーズンはなくなりつつあります。

株式会社フレンドリージャパン

Friendly Japan

〒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/>

FJ Cyber