

Monthly Report

2016/2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

海外消費 中国が3年連続で世界一

ここ数年、中国の海外消費が著しい伸びを示している。データによると、2005年から14年の海外での消費額は毎年平均25.2%増加し、同期の社会消費財小売総額の伸びの2倍に達した。14年の海外消費規模は1648億ドル(1ドルは約117.7円)に上り、世界の海外消費市場全体の10%以上を占め、3年連続で世界一だった。15年の大陸部住民の海外旅行者数はのべ1億2千万人に達し、消費支出は人民元にして1兆元(1元は約17.9円)以上に相当する1940億ドルに達した見込みだ。

今後は海外通販や海外代理購入などの新しい購入スタイルの発展にともない、1回限りの消費から長期的な代理購入へと消費の中心が変わり、追従性や継続性が高まるとみられる。中国人観光客の多くは海外旅行で海外製品に触れると、ネットやガイドや友人を経由して代理購入するようになり、「海外ショッピング」を長期的な消費行動へと徐々に変化させている。中国通信販売研究センターがまとめたデータでは、15年上半期の海外通販の取引規模は2兆元に達して、前年同期比42.8%増加するという。また商務部(商務省)は、16年の海外通販の輸出入額は6兆5千億元に達すると予測する。

好評連載【今を知る！ 現地旅行社 キーマンに聞く。第18弾】

上海強生国際旅行社有限責任会社 日韓部ビザ経理 張俊銘 (ZhangJunMing)さん

Q:最近の訪日旅行の取扱状況を教えてください。

A:去年の11月、12月に比べ、かなり回復しています。
春節休暇で日本に行くお客様が、依然として多いです。

Q:団体客が多いですか。それともFITが多いですか。

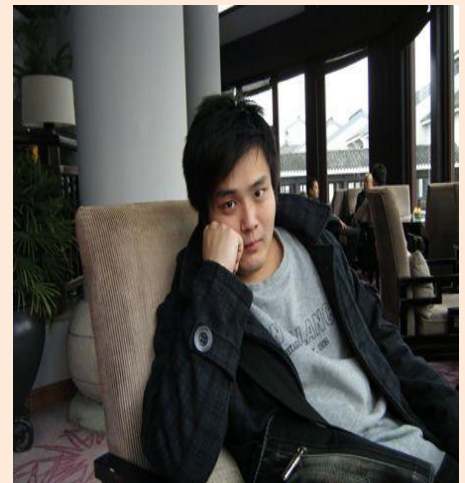
A:弊社は、いつもFITのほうが圧倒的多いです。

Q:ビザの話になりますが、ビザの申請は増加していますか。

A:はい、この春節休暇では相当増加しています。

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:日本の飲食店やデパートのクーポンをもっと掲載してほしいです。



重慶の女性が漫画による日本旅行記を作成

このほど80後(80年代生まれ)の重慶の女性が漫画版日本個人旅行記を作成し、重慶の買い物好きが集まるフォーラムで人気を博している。この旅行記は漫画で日本の高山、白川郷、金沢の三ヶ所を回る個人旅行プランを紹介している。航空券やホテルの手配から、日本での地下鉄路線の乗り換えまで詳しい情報が満載で、斬新な趣向を凝らした旅行記に多くのネットユーザーから熱い支持が寄せられている。13日、この旅行記の作者であるペンネーム 君猫さんに取材したところ、「この旅行記は5ヶ月かけて完成させた。もともと旅行が好きなのと、新鮮で面白い形で自分の旅行記をもっとたくさんの旅仲間に見てもらいたかった。フォーラムに掲載しただけでなく、この旅行記は今年3月末には書籍化される予定だ」と語った。80年代生まれの君猫さんはデザイナーで、小さい頃から絵に興味を持ち、独学で絵を学んだという。今回の日本旅行を漫画で描いたのも、一つは自分が絵を描いたり色を塗ったりすることが好きだったことと、もう一つは自分の旅行プランをもっと多くの旅行好きな人々と共有したかったからだという。旅行記の中で、君猫さんは一緒に旅した友人も可愛い漫画で描き、日本をぶらぶら歩きまわり、食べ歩くその様子は、多くのネットユーザーを魅了したようで、この旅行記を見たネットユーザーたちは皆、君猫さんと同じプランで遊びに行きたいとコメントしている。去年1月、君猫さんと親友のペンネーム翻訳君は日本旅行に行った。2度目の訪日だったため、人気の高い大阪や京都などを避けて、普段ツアーが行かない高山と白川郷を目的地とした。帰国後、君猫さんは漫画旅行記に着手。「旅行記を漫画で描くのは思ったよりも簡単ではなかった。多くの時間をかけて、旅行プランを思い出さなければならなかった」とし、作成時間をねん出するために、君猫さんは友人と一緒に立ち上げた会社を辞めなければならなかったという。

重庆妹子手绘日本行游记

近日，一位重庆80后女孩手绘创作的漫画版日本自助旅行游记，在重庆购物狂论坛上走红。这篇游记用漫画的形式介绍了日本高山、白川乡、金泽三地的自由行攻略，大到买机票订酒店，小到在日本转几号地铁线，非常详尽，不少网友对于这样新颖有趣的游记表现出极大热情。13日，记者联系上了游记作者君猫。她透露，这篇游记耗时5个月完成，因为本身喜欢旅游，所以希望通过一种新鲜有趣的方式将自己的游记介绍给更多的“驴友”。除了在论坛上发布以外，这篇详细的游记也将在今年3月底以绘本画册的形式出版成书。80后妹子君猫是一名设计师，因为从小对画画感兴趣，于是自学绘画，这次之所以把日本行以绘画的形式表现出来，一是因为自己爱好就是涂涂画画，二是觉得可以把自己的攻略分享给更多爱旅行的人。游记中，君猫与同行的朋友以可爱的卡通形象出现，在日本一路走走停停，吃吃逛逛，萌倒了一众网友，不少网友看过后，都表示要照着君猫的行程玩一趟。去年一月份，君猫和好友翻译君踏上日本之行，第二次去日本的他们避开了人气旺盛的大阪、东京等地，选择了旅行团不会去的高山和白川乡。回国后，君猫开始着手创作漫画游记。“画游记没有想象的那么轻松，需要大量的时间来回顾自己的行程。”为腾出时间，君猫还退掉了与朋友合开公司的股份。

(出先:1/14付け 人民ネット 訳:壹友)

支付宝(アリペイ)が選ぶ「未来都市」 トップ3は北京、上海、杭州

第三者オンライン決済サービス「支付宝」は14日、「2015インターネット+都市サービス」報告書を発表。モバイルインターネットが、行政事務サービス、交通、光熱費などの支払いなどの面で、どれほど利便性を向上させたかをまとめた。「インターネットプラス」を高度に実現している都市を「未来都市」と呼ぶとすれば、支付宝の都市サービスプラットフォーム(公共サービスプラットフォーム)上で、「未来都市」を牽引しているトップ3は北京、上海、杭州。武漢(湖北省)がその後が続いている。

15年年末の時点で、中国全土の19省、124都市が支付宝の都市サービスプラットフォームを採用。タクシーでの支払、行政事務処理、医療、交通、料金チャージ・支払いなど9大サービス、計4000項目以上の便利なサービスをユーザー1億人以上に提供している。「インターネットプラス」の都市サービスが最も普及している都市は浙江省。2-5位は広東省、上海市、北京市、湖北省だった。都市から見ると、未来都市のトップ3は北京、上海、杭州だった。

支付宝发布“未来城市”报告 北上杭列前三

14日，支付宝发布2015“互联网+城市服务”报告，总结移动互联网在政务服务、交通出行、生活缴费等方面，给人们生活带来的便利。如果把高度实现“互联网+”的城市称为“未来城市”，那么在支付宝城市服务平台上，北京、上海、杭州领衔未来城市排名前三甲，武汉紧随其后。

截至2015年年底，全国19个省份、124个城市入驻支付宝城市服务平台，提供包括车主服务、政务办事、医疗、交通出行、充值缴费等9大类服务，共计4000多项业务，为超过1亿的用户提供简单便捷的服务体验。从体验情况来看，浙江成为“互联网+”城市服务普及度最高的省级行政区，广东、上海、北京、湖北分列第2至第5位。从城市维度看，北京、上海、杭州领衔“未来城市”前三甲。

(出先: 1/8日付け 人民網 訳: 壹友)

日本に浸透し始めた「中国式販売」 億円単位の「福袋」も登場

中国人観光客による「爆買い」現象が、日本企業のビジネス習慣をひっそりと変えつつある。日本の消費文化は、地味かつ質素重視の傾向にあり、真紅や金銀などまばゆい派手さを取り入れた商品デザインは、比較的少ない。だが、「金ぴか好き」という中国人の嗜好に合わせるため、日本企業の売り方に次第に変化が生じつつある。その3大ポイントは、「豪華さ最優先」「縁起の良い商品価格」「セット販売」だ。環球時報が報じた。フジテレビの報道によると、多くの日本人観光客が日本でショッピングに精を出す理由は、「質の良い商品が安く買える」とことだという。だが、日本企業は、顧客ターゲットをより高級な逸品を望む「土豪(田舎くさい金持ち)」に絞った。今年の元旦、某企業は、「純金茶道具福袋」を販売した。この茶道具は、急須や湯飲みなど一式が全て純金製の手作りで、販売価格はなんと2億円、1人1セットの限定販売だった。サンゴ漁問題で争いが絶えない中日両国だが、別の日本企業は、「珊瑚指輪福袋」を売り出した。指輪には、直径23.5mmの赤サンゴが埋め込まれており、販売価格は1200万円と、ゴージャスこの上ない。日本製品は、これまでずっと、「精微な美しさ」で讃えられていたが、中国人の「金ぴか好き」に応えるため、「豪華さ」を宣伝文句にするだけでなく、価格面でも思い切った作戦に出た。大阪の某企業は、販売価格888万8888円の「8カラットダイヤモンド福袋」を販売した。カラット数も価格も数字の「8」ばかりである理由について、同社の森田勉社長は、「その理由はいたってシンプルです。中国の人々が『8』という数字を好むからです」と説明した。「セット販売」も、日本企業の販売スタイルにおける一大変化といえる。中国人観光客の間で人気が高い「馬油」「酵素」「龍角散」などの商品を、それぞれ10個1組にして、大きな袋に入れて販売したのだ。店員は、「中国のお客様が、人気商品を1個や2個だけ買うケースは極めて少ない。自分で使う、あるいは友人などにプレゼントするために、同一商品を多数購入するのが普通で、10個セットの袋で販売すれば、精算がスムーズで、持ち運びにも便利だ」と話した。「セット販売」は、中国人観光客に特有の需要から生まれた販売方法といえよう。新宿や銀座などの繁華街に店を構える多くの店舗では、店のディスプレイがますます「中国化」している。たとえば、1階の目立つ場所には、中国人観光客に人気の商品がディスプレイされており、中国語を話す店員の配置や免税カウンターなどのサービスも増やしている。年間を通じて中国人客の利用が多いホテルでは、朝食メニューに、豆乳やお粥などを追加している。また、日本社会も、より理性的な観点から、中国人観光客に対する見解を示すようになってきている。中国留学の経験がある中島恵記者は、「日本の商店や市民は、中国人観光客をより良く理解するよう努める必要がある。異なる生活習慣から生じる悩みや問題を少しでも減らせるよう、トイレや温泉などの施設には、中国語による使用説明を増やすべきだ」と提案している。

タイムリー 中国マーケット情報

◆団体

もうすぐ春節休暇が始まり、ご年配の方がクルーズで、団体旅行が多いです。

◆FIT

今はショッピングより文化体験をしたいFITのお客が多いです。

◆商品造成

今年の冬はかなり寒いので、スキー＋温泉のパッケージ商品が相当人気です。

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/>