

Monthly Report

2016/6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

上海SWTF(上海世界旅行博覧会)の視察報告

5月19日から上海で旅行博が行われました。業界・メディア関係者の公開日2日間と一般公開日2日間。例年同様、日本ブースは盛況でした。各企業や自治体は自らのWeChat公式アカウントを通して、抽選イベントを実施していました。大手有名百貨店の三越伊勢丹は、人気化粧品のサンプルセット(資生堂やSK-II、ALBIONなど)をブースに置いていました。「この化粧品は販売していますか?」との問いがお客様が数多くあり、化粧品の特徴や成分などを質問する熱心なお客様も見受けられました。そして、他ブースでは、QRコードを読取ってもらい抽選やアンケートを実施、ある免税薬局では、キャンペーンガールがパフォーマンスをして注目を浴びていました。現地の旅行会社は、格安ツアーの紹介や販売を行い、現在は、団体旅行と簡単なパッケージツアー(航空券+ホテル+査証)だけでなく、オーダーメイドの個人旅行とテーマ旅行が人気になっています。この傾向に乗り遅れまいと、旅行業界では、FIT向けのオーダーメイド可能なツアーを扱う旅行会社が増えており、変化するFITのニーズにも素早く応えられるようになってきています。

好評連載【今を知る! 現地旅行社 キーマンに聞く。第19弾】

北京東遊国際旅行社上海支社

日韓部経理 張奕娜(Zhang Yi Na)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: 弊社は韓国旅行を中心としていましたが、去年から訪日旅行も扱うようになりました。お客様に大変人気です。今年もさらに訪日旅行に力を入れ、拡大したいと思います。

Q: 団体客が多いですか。それともFITが多いですか。

A: 団体よりFITのお客様が多いです。

Q: お客様が関心を示すことを教えてください。

A: 文化体験や芸術観賞などに関心を持つ方が多いです。

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: 実用的で内容もわかりやすいです。

ありがとうございました。



ソウル旅行、中国人の消費額は日本人の6倍

韓国ソウル市役所が23日に発表した最新調査結果によると、ソウル旅行中の消費額は、中国人観光客のほうが日本人観光客より6倍も多かったという。この「ソウル研究所」が実施した調査は、昨年12月にソウルの仁川(インチョン)空港と金浦(キンポ)空港から出国する外国人観光客1045人を対象に行なわれ、ソウルへの訪問回数や消費額などについて聞いた。

調査結果によると、中国人観光客のソウル訪問回数は平均1.9回で、現地での平均消費額は1回当たり213万ウォン(約19万8千円)だった。一方、日本人観光客のソウル訪問回数は平均で4.9回に達し、中国人観光客を上回っていたが、平均消費額は1回当たり33万ウォン(約3万1千円)にとどまり、中国人観光客の約6分の1だった。

その他、東南アジア諸国からの観光客のソウル訪問回数は平均1.9回で、1回当たりの平均消費額は79万ウォン(約7万4千円)。北米や欧州、オセアニアから来た観光客のソウル訪問回数は平均3.1回で、平均消費額は1回当たり66万ウォン(約6万1千円)だった。

赴韓旅游 中日游客消费差5倍

韩国首尔市政府23日公布的最新调查结果显示，赴首尔旅游期间，中国游客的平均消费额是日本游客的6倍。

这项调查由首尔市政府下属的“首尔研究所”实施。调查人员去年12月在首尔地区的仁川机场和金浦机场对即将离境的1045名外国游客进行调查，问及他们前往首尔旅游的次数以及花费等问题。

调查结果显示，中国游客前往首尔旅游的平均次数为1.9次，平均每次在当地花费约为213万韩元。相比之下，日本游客前往首尔的平均次数达到4.9次，远超中国游客。不过，日本游客平均每次花费为33万韩元，仅为中国游客的约六分之一。

此外，东南亚国家游客前往首尔的平均次数为1.9次，平均花费为79万韩元。来自北美、欧洲和大洋洲等地的游客前往首尔的平均次数为3.1次，平均花费约为66万韩元。

(出先: 5/26日付け 人民ネット 訳: 壹友)

粉ミルクとハチミツは時代遅れ 今は羊毛製品がブームに

オーストラリア土産に乳幼児向け粉ミルクやハチミツ、ビタミンサプリメント商品はもう時代遅れ！近頃、オーストラリア旅行で中国人が一番よく買うお土産は、ラノリン(羊毛脂)のハンドクリームや羊毛製品だという。

これらは中国人観光客に、健康的、自然派、長く使える、高品質というイメージを与える。中国ではこのような高品質商品は品薄だったり、価格が高騰しているため、オーストラリア土産として大人気であるという。このブーム到来で、現地の牧場関係者は笑いがとまらない。ジムさんはオーストラリア南部の都市ジーロングで、家族経営の工場を経営している。この工場はオーストラリアで唯一の羊毛の洗浄と加工を扱う工場である。しかも、ジーロングは人気の天然ラノリンと布団用の羊毛の産地でもあるのだ。

また、中国で生まれたエミさんはシドニーで会社を共同経営しており、この会社は20年来、一貫してラノリンと乳児用毛布を生産してきた。一年ほど前から、ネットショップや中国の免税店から、同社に注文が相次いでいるという。エミさんは、「『メイド・イン・オーストラリア』と『ウール100%』の表示は、中国市場で成功を獲得する上で欠かせない要素となっている」と述べた。

忘掉奶粉和蜂蜜吧 赴澳中国游客热衷羊毛制品

忘掉婴儿配方奶粉、蜂蜜以及维生素保健品吧!如今,当中国游客从澳大利亚回国时,他们带回国的最热门礼物是澳大利亚羊毛脂护手霜以及澳大利亚羊毛被。

随着中国消费者寻找与澳大利亚羊毛和牧场相关的当地特产,这股风潮让澳大利亚当地牧民笑容满面。这些特产被认为健康、自然、可持续且品质纯正。在澳大利亚南部吉朗市,吉姆·罗宾逊经营着一家家庭工厂,这是澳大利亚唯一一家独立的羊毛洗涤和加工厂,是天然羊毛油和填充羊毛被的羊毛原料来源地。

出生在中国的艾米·庞(音)是悉尼一家公司的合伙人。这家公司20年来一直生产绵羊油、婴儿毛毯等。过去一年,网上商店和中国免税店对该工厂产品的需求大增。她说,“澳大利亚制造”的标签以及100%羊毛的标志是在中国消费市场取得成功的必要因素。

(出先: 5/16日付け 人民網 訳: 壹友)

高級志向の若い旅行者「3、4カ月に1度は海外旅行」

近頃、高級志向の若者の旅行を分析した「2016年中国豪華旅行白書」が発表されました。白書によると、80後(パーリンホウ・1980年代生まれ)の高級志向の若者は、テーマ旅行を好み、ホテルのプライベートサービスやハイテク設備を好むとのこと。例えば、テーマ旅行では、アニメ好きな仲間同士で、好きなアニメに登場する観光スポットを見に行くコースに参加しています。

街の旅行社やOTA(オンライン旅行社)の普通の観光旅行では満足できず、オーダーメイドを希望する人が相次いでいます。オーダーメイドの要求は多岐にわたっています。例えば、トップクラスのホテルに泊まってみたい人がいるかと思えば、民宿で現地の人と同じ生活をしてみたい人がいます。また、ミシュランの星がついてるレストランで食事をしたいなど、食事を大事に旅の重要テーマとする人もいます。

年代の高級志向の若者は、バケーションと称して3、4カ月に一度海外旅行に出かけています。過去1年で最も人気だった旅行先は、欧州と日本・韓国でした。3年後くらいには、アジアを選ぶ割合は明らかに減少する一方で、米国やオセアニア(近隣の島を含む)、アフリカ、中東、南極・北極を選ぶ割合が大幅に上昇する見込みです。また、1年間で旅行に行きたい回数は、平均3.4回で、6割が3~4回となっています。若い旅行者の間では、特にオーダーメイド旅行の受容が高いと見られています。80後(パーリンホウ)の高級志向の若者の7割が、旅行でオーダーメイドのサービスを体験したことがあります。最近は行き先によって、若い旅行者の目的も異なります。例えば、日本は、「ショッピング」や「グルメ」。米国は、「ビジネス」。オーストラリアは「バケーション」。フランスは「ショッピング天国」として、ヨーロッパ旅行の中でも人気です。英国も人気で、家族や友人と旅行する人の割合が一番でした。

これらの傾向を見ると、80後(パーリンホウ)は、それより前の世代よりも個性的です。高級志向の若者はホテルのハイテク設備やサービスを好みます。また、3~4人の少人数で旅行に出かけるのが好きで、旅行先より「旅行テーマ」を重視すると考えていることがわかりました。

タイムリー 中国マーケット情報

◆団体

社員旅行は団体が多いですが、全体的には減っています。

◆FIT

FITは相変わらず増えており、人気です。

◆商品造成

7月、8月の夏休みに向かって、家族旅行を中心とする商品が開発中です。

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2-16-8 ビジネスヴィップ渋谷5階

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

E-mail madoguchi@friendlyjp.com HP <http://www.friendlyjp.com/>