

# Monthly Report

2017年 / 12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



Wechat(微信)

## 現地旅行社からの声

### → 元旦・春節 日本の旅行商品販売好調！

いよいよ2017年の12月、最後の1カ月になります。旅行会社も大変忙しくなってきました。この時期はメインの仕事は春節商品の造成や宣伝と販売です。韓国旅行が戻っていないこともあり、日本の商品は例年より販売が好調です。この時期の旅行会社は11月から、毎日2-3時間の残業は日常茶飯事だそうです。団体で一番販売好調の商品は、大阪からINして、京都と奈良を回り、富士山周辺を観光して、東京からOUTのルートだそうです。ツアー費用は普段より高く、およそ7,000円（約117,000円）です。東京と大阪のショッピング、京都と奈良の二大都で日本の伝統文化を体験し、日本の象徴である富士山を眺めることはその商品のセールスポイントです。他にも東京INして、箱根、鎌倉を観光して、東京OUTの商品も人気だそうです。

一か所滞在型の目的地と言えば、やはり北海道に人気が集まります。特に冬の季節になると、北海道の商品は相当人気となり札幌、小樽、洞爺湖など相変わらず、人気観光スポットです。北海道と言えば、皆さんやはり雪遊び、温泉、美味しい海鮮を連想させます。

旅行会社は、これからも益々日本の新しい情報を取り入れ、より良い旅行商品造成に力を入れています。

## 好評連載 【今を知る！ 現地旅行社 キーマンに聞く】 第33弾

**山东泰华国际旅行社有限公司上海分公司（JHT）副総経理 杜峰（DU FENG）さん**

**Q** 今の訪日旅行状況を教えてください。

**A** 好調です。FIT中心に伸びています。

**Q** 団体客が多いですか。それともFITが多いですか。

**A** 弊社では団体がメインです、学术交流等のテーマ旅行に力を入れています。

**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** 毎回定期的に送っていただき、ありがとうございます。じっくり見えています。特に、ホテルリストとして、周辺観光や交通からWIFI環境まで紹介しているのは非常に分かりやすいです。



### 中国旅行マーケットニーズが強く、米国企業が深掘する

近年では、「中国旅行者」が世界中で影響力を拡大しつつある。今までより、多くのアメリカ旅行企業が中国市場の魅力と潜在力に気づき、開拓の力を増している。

11月6日アメリカン航空(American Airlines)が北京—ロサンゼルス直行便を、毎日就航すると正式に発表した。アメリカン航空のアジア地区セールス総経理兼取締役のShane Hodges氏が、近年、マーケットは中米直行便に強いニーズがあり、深く中国マーケットを開拓することはアメリカン航空のアジア地区での重要戦略であると述べ、直行便の開通はアメリカン航空に中国マーケットの開拓について絶好のチャンスになる、と語った。

11月8日、AirbnbのCSOで、中国地区の主席であるNathan Blecharczyk氏が、北京で「全面的に中国語カスタマーサービスをレベルアップする」、「加速現地化戦略」、「重要なマーケットにオフィスを構え、政府及び関連機構とのコラボを活性化させる」との中国マーケットを開拓する三大戦略を発表した。Nathan氏が「過去12カ月で、Airbnbを利用した中国海外旅行者の伸び率は110%と語った。中国で取得した優れた実績で、2018年、Airbnbが引き続き、中国マーケットを開拓の力やプロモーション予算を増大し、利用者に優れた現地化したサービスを提供する」と述べている。中国旅行者にオーダーメイドで打ち出した新しい三大戦略は、中国マーケットを倍以上に重視したことの表れであり、中国利用者に一歩踏まえた確かな約束でもある。

統計によると、2007年以来、中米間の旅行交流人数は累計延べ3,000万人を超えた。両国は現在相互で重要旅行目的地と客源地である。2016年、ロサンゼルス—北京の航空便で運送トータル旅客数は延べ50.2万人、中米の航空便総数の6.69%、平均乗客率は82.56%を達した。ロサンゼルス観光局局長Ernest Wooden Jr.氏が「10年前、中国人旅行者はロサンゼルスの外国人旅行者の中のTOP10にも入っていないのに、現在はTOP1になっている」と感心したという。2016年ロサンゼルスが100万の中国人旅行者を迎えた。同比22%を増加、増加数量は全体の75%も占めている。まさに、中国国家観光局局長 李金早が言うように、中米両国政府の高度重視と双方業界内での積極的な努力と協力で、今までない良い局面になっている。

出典元：人民网

### 中国旅游需求强劲 美国旅企持续深耕在华市场

随着美国总统特朗普首次访华圆满落幕，“合作共赢，和平共处”的中美关系已是世界共识。旅游作为可以大幅度增加不同社群间理解互信的方式之一，为两国人文交流搭建了重要桥梁。近年来，“中国游客”的全球影响力不断加强，越来越多的美国旅游企业发现中国旅游市场的魅力和潜能并持续深耕。

11月6日，美国航空宣布正式开通北京-洛杉矶每日直航航线，美国航空亚太区销售董事总经理沈航吉(Shane Hodges)表示，近年来，中美直航航线有着强劲的市场需求，深耕中国市场始终是美国航空在亚太区的重要战略。航线的开通为美国航空进一步拓展中国市场提供了绝佳机会。

11月8日，Airbnb爱彼迎联合创始人兼首席战略官、中国区主席Nathan Blecharczyk在北京发布了“全面提升中文客户服务”，“加速本土战略”，“在重点市场增设办公室、展开更多与政府和相关机构的合作”三大深耕中国市场的战略举措。Nathan表示，“在过去的12个月里，通过爱彼迎出境的中国游客增长率达到了110%。基于在中国取得的卓越成就，2018年，爱彼迎将继续加大开拓中国市场的营销预算，为受众提供更多精彩的中国化的内容。为中国游客量身定做的新三大战略，是对中国市场加倍重视的体现以及对对中国消费者的进一步承诺。

据统计，自2007年以来，中美双向旅游交流人数累计超过3000万人次，两国目前互为重要的旅游目的地和客源地。2016年，洛杉矶-北京航线承运旅客50.2万人次，占中美航线客运总量的6.69%，平均客座率达到82.56%。美国洛杉矶旅游局局长恩武德(Ernest Wooden Jr.)对此颇有感触，“十年前，中国游客在所有洛杉矶海外游客人数中还排不进前10名，而现在中国已经是洛杉矶入境游客源国第一名。”2016年洛杉矶接待了超过100万中国游客，同比增长22%，增长数量占总体国际游客增长数量的75%。

正如中国国家旅游局局长李金早所言，“在中美两国政府的高度重视和双方业界的积极努力下，两国旅游合作正呈现前所未有的良好局面。”庞大的中国旅游市场会吸引更多海外旅游企业来华，夯实合作基础，共筑精彩旅程。

出典元：人民网

## → ネットでガイドさんを予約、新しいトレンドに

旅行会社は毎々繁忙期で現地ガイドを探すのに、頭を抱えている。現地ガイドのネット予約プラットフォーム「棒导游」(good guide)がその課題を解決しようだ。「棒导游」現在北京、成都、浙江、広東などの地域でサービスを提供し、プラットフォームの会員数は15万近く、累計15万個の利用者コメントが書き込まれていて、プラットフォームには優れたガイドがたくさん集まっているようだ。利用方法は、旅行社がAPP、Wechatなどのチャネルを使用し、リクエストを公表、ガイドがリクエストを見て、仕事を受けるかどうかを自分で決める。短時間内で、旅行社がたくさんガイドの推薦がもらえるという。プラットフォームで仕事のリクエストをもらったガイド達も非常に感心しており、普段はプラットフォームから無料でセミナーを受講出来る上に、プラットフォームを通じて、新しい収益を獲得できるのだ。このようなガイドのネット予約成功事例は、伝統の方法を打ち破り、旅行業界の「インターネット+」に発展を激励している。「ネットでガイドさんを予約」というのは今後、業界内の新しいトレンドになりそうだ。

出典元：旅行社资讯

## → 旅行社“网约导游”成新趋势

找导游难已是旅行社公认的难题，特别是在出行高峰期，导游是比较紧缺的资源。网约导游的平台“棒导游”似乎解决了大家的难题。棒导游目前已覆盖成都、黄山、北京、广东、浙江、宁夏等全国各大省市，平台注册用户数近15万，与平台合作的旅行社超过2000家，累计产生15多万条游客评价。平台上聚集了不少优质导游，通过APP、官方微信等各渠道发布抢单通知，短时间内，旅行社便可得到不少的导游推荐。从平台上接到团的导游们既好奇又兴奋！平时不仅能在平台上免费收听培训课程、听语音导游词，还能通过新颖的接团模式获得更高的创收！这样的网约导游的成功案例，无不激励着旅游行业正式迈向“互联网+”的发展，打破传统接单顾虑，旅行社“网约导游”今后可能成为行业内的新趋势

出典元：旅行社资讯



ガイドの予約画面



ガイド指定完了し、アリペイなどで精算可能



チャットなどで仕事の確認を行う

## → 改革30年、中国人の旅行スタイルの変化

改革開放30年余り、旅行は贅沢品から、生活必需品となり、なお変化し続けています。

改革初期は、経済状況の制限もあり、80年代は外国からのインバウンドがメインで、国内旅行も少なく、旅行スタイルは主に出張と帰省ぐらいでした。

90年代初期、国内旅行が流行り始め、1993年、政府が【積極発展 国内旅行の意見について】を発表して、大衆旅行商品を大々的に推進し始めました。

1995年から、週休2日の制度が実施されました。それまでは土曜日は、原則出勤でした。そして、1999年から、「国慶節期間のゴールデンウィーク」が誕生しました。政府の推進努力もあり、この時期で国内旅行は空前の繁栄を見せました。一般庶民の旅行目的は、帰省やビジネスから、観光やレジャーに変化しましたが、一方で、90年代は、まだ観光施設はあまり完全には浸透されておらず、航空機チケットはなかなか普通に手に入るものではありませんでした。特別なルートで頼まないと購入出来ず、かつ、空港から観光スポットの交通も不便で、それほど車もなく、必ず、旅行社に頼らないといけなかった時期でした。

90年代中後期、庶民の収入は上がり、旅行に出るニーズも著しく上昇しましたが、有給休暇はなかなか取れず、ニーズを実現する機会は、それほどありませんでした。1999年、国慶節ゴールデンウィークが設立されたことが、何よりも中国の旅行業が大ブレイクするきっかけになったのです。当初は団体ツアーが流行し、観光スポットも人が多くなり、「バスで移動、バスを下車して写真撮影」という団体スタイルがこの時期のはやりでした。

また、1999年、中国国内需要の促進及び雇用創出のため、5月の労働節と10月の国慶節の2つのゴールデンウィークを設立しましたが、2008年には旅行の大衆化により、ゴールデンウィーク期間の道路渋滞が非常に問題になり、5月の労働節が取り消しになりました。このことから、旅行業の変化が、単に観光需要や、経済収益を作るだけでなく、庶民生活そのものに影響を与えるものであると言えます。

そして2012年、伝統的な国内団体ツアー商品は、もはや庶民の多様化した旅行ニーズには対応できず、自由型旅行、オーダーメイド旅行、個人ドライブ観光、田舎の景色を楽しむ旅行など、新しい形式の旅が次から次へと現れ、定番となり始めました。

2013年、全国国内旅行は、延べ30億人を突破し、休日には国内各地の観光スポットは常に満員状態となり、人も多く、道も渋滞するようになりました。そして、多くの人は「海外」を選ぶようになり、海外旅行も常態化していききました。旅行スタイルにも変化が発生し、昔からの旅行社窓口への対面依頼一本から、現在では、多種APPが次から次へと利用されるようになりました。訪問ルート設計、ホテル予約、エアーチケット予約、現地食事予約まで、現在では、すべてスマートフォンのAPPで簡単にできるようになっています。観光ビザの主流も、団体ビザから、個人ビザへシフトして、中国旅行者に対して、ビザなし政策を取る国も多く存在してきました。

今年2017年の上半期、中国の旅行人数は延べ25.37億人で、その中の0.62億人は外国への旅行です。また、中国は連続4年間、世界の海外消費国になりました。30年間あまりの旅行の発展は庶民生活スタイルの変化であり、これからも中国人観光客の旅行は、更に自由になり未来の旅行スタイルは、更に多様化していくことと思います。弊社では、その発展的なニーズに応えられるよう、最新の日本観光情報の発信を加速させていきたいと思っておりますので、日本の自治体や企業様からのご協力を頂きたいと思っております。

2018年も、引き続き、よろしくお願いいたします。 皆さま、良いお年をお迎えください。

Friendly Japan (上海) 周程



## 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/>