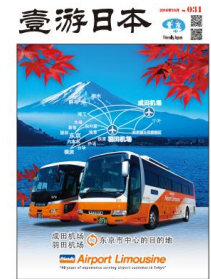


Monthly Report

2018年 / 11 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

▶▶▶ 現地旅行社からの声

→ 11月から訪日マーケットは回復

9月末から連続した日本の自然災害の発生により、関西空港閉鎖、交通マヒ、宿泊キャンセルなど一連の連鎖反応が起き、訪日マーケットに大きく影響を与えました。ちょうどこの時は、国慶節に、たくさんの方の訪日客は旅行を断念し、日本以外の地域や国を選んでいただいていた関係で、9月は、JNTO発表では、60か月ぶりに、前年比96%に留まり、10月の訪日客数は回復したものの若干のマイナス影響は残りました。一方、旅行社は、この一連の自然災害で対応に追われました。空港閉鎖をしている時期には、旅行前の申込客へのお知らせやキャンセル手続き、旅行中のお客様に対して、安否確認や帰国便変更など、大変な毎日だったといえます。関西及び北海道は人気の観光地であり変更手配の作業は大変でした。

1カ月以上が経過し、ようやく訪日マーケットが落ち着いてきたという状況です。年末シーズンに向けて、各社、商品のプロモーションも活発になってきました。南京の大手OTA・途牛旅游网は、「11月に入ってツアー予約数が例年の水準に戻ってきた。」と言います。

今後、春節休暇に向け、訪日マーケットの発展は更に続いていく見込みです。

好評連載 【今を知る! 現地旅行社 キーマンに聞く】第44弾

途牛旅游网(tuniu.com) 日本FIT商品マネージャー 張俊 (zhang jun)さん

Q 今の訪日旅行状況を教えてください。

A 台風が多く大変だったが、年末は完全に回復する見込みです。

Q 団体客が多いですか。それともFITが多いですか。

A 半々ですね、弊社はFIT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、拝見しています。情報収集に助かっています。

先日、日光エリアの商品造成で栄誉ある優秀賞をいただきました。

大変嬉しかったです。これからも、益々訪日旅行造成に力を入れていきます。



→ 第1回中国国際輸入博覧会、16万人以上のバイヤー集結へ

11月5日に上海で開催した第1回中国国際輸入博覧会には、16万人以上のバイヤーが「世界中の商品を買う」ために集結した。

北京市は、4741の企業・機関の1万4354人がバイヤーチームを結成し、先端設備製造、サービス貿易、テクノロジーイノベーション製品・技術など、北京の産業発展にマッチした製品、技術、サービスの仕入れに照準を絞ると同時に、消費構造の高度化をめぐる、高級消費財やサービスの仕入れも積極的に行う計画だ。

天津バイヤーチームのバイヤー総数は2470以上で、スマート製造、医薬・健康関連、教育・観光・文化・スポーツ、社会組織などの専門バイヤーチームを結成している。約3割のバイヤーが、出店業者に購入意向を既に示している。分野としては、大型機械、飛行設備の導入・リース、特色ある製品、農産品の輸入、クリーンエネルギー、金融、スポーツ、観光などだ。

江蘇省は6月初めにバイヤーチーム16チームを結成した。今後5年間で、10億元(1元は約16.3円)以上の商品を仕入れる計画の企業は278社あり、1—10億元の企業は1400以上に達する。

中国東北部の黒竜江省のバイヤーチームには、2000人以上のバイヤーが所属し、仕入れる予定の商品には、食品、木材、自動車、機械設備、日用消費品、スマート家具、医療設備、サービス貿易などが含まれる。

地元上海のバイヤーチームには、既に登録済みのバイヤーが1万5000社ある。うち、今後5年の間に、仕入れる計画のあるバイヤーは1万社以上で、10億元分以上の商品を仕入れる計画がある企業は数百社に達する。バイヤーチームは、ターゲットを絞ったマッチングや効果的な仕入れを強調している。今回の博覧会で、生産設備100億元分、化粧品20億元分、医療設備6億元分、乳製品1億元分の仕入れが計画されている。

出展元 人民日報

→ 第一届中国进博会开幕，16万的买家集结上海

这个月5号，中国第一届中国进博会在上海举办，全国16万以上的买手聚集上海。

来自北京市的有4741家的企业及机关的1万4354人。对焦最先端的设备制造，贸易服务，技术发明等制品及技术服务等。随着消费高度化的进程，高级消费材以及软性服务需求扩大，在此方便企业级机关更加积极。

来自天津的买手总数超过2470家，主要来自智能制造，医疗健康领域，教育，观光，文化，体育等行业领域。约3成的买手企业对出展的企业表明了购买意愿。主要购买的产品及服务为大型的机械设备，飞行设备，租赁，农产品，绿色环保能源，金融，体育及观光等

江苏省的买手团队则从今年的6月就开始集结，组成了16支庞大的队伍。今后的5年内，有计划采购10亿元的企业有278家，1-10亿元的企业有1400家以上。

中国东北部的黑龙江省的买手团队人数达2000人以上，采购的产品及服务有食品，木材，汽车，机械设备，日用品，智能家居，医疗设备及贸易服务等。

上海本地的买手团队包含已登录参加的有1万5000家。今后5年内，有准备购买计划的有1万家以上，计划10亿元的采购的公司达100家以上。买手团队们都看重这次的效果，可以达到点对点的合作。这次的进博会约有生产设备100亿元，化妆品20亿元，医疗设备6亿元，乳制品1亿元的市场在等待着消费。

出典元：人民網

11月11日、中国最大のEC祭り

中国では現在、日本製の日用品が大人気だ。若い世代を中心に、SNSなどのルードを通じ、口コミ効果を発揮し、情報を拡大している。キーワードは使用感や見た目の清潔感で、日本独特な良質な商品が人気だ。

上海で生活しているOLの劉さんは、ユニ・チャームの「超立体型マスク」が愛用品だ。現在、劉さんは、このマスクを友人に推薦し、日本に行った際に、たくさん買って土産にしている。パイロットの消せるボールペン「フィリクシオンペン」は、SNS上で話題になり、人気急上昇中だ。

昔は低価格が市場シェアを占めて、大量の広告で優位に立つような戦略は、ひとつ前の時代のやり方なのかもしれない。流れはだんだん変わっているようだ。経済の成長に伴い、中国消費者は価格だけでなく、品質も重視するようになってきている。それも成熟した市場で磨かれた、日本製の商品が人気になった原因かもしれない。消費環境が整え、SNSの普及により、人々が情報を獲得するチャンネルは拡大している。中国人も口コミを信じている為、日本製の商品のよい口コミが人気爆発の材料でもなっているようだ。

日本製の化粧品は、最初に上記中国マーケットの変化の収益を受けている。2017年、日本から中国への化粧品輸出額は2122億円に達し、2014年より4倍も増えたという。

今回の11月11日は、メーカーなどにとって、知名度を上げるための最高のチャンスだ。アリババの「ダブル11」という祭りは、キャンペーンの形を取る企業が多く、普段より、大幅に売値を下げている。各企業は、この日で利益取っているでなく、知名度を稼ぐという考えだ。企業はこの日に、多くのお客さんに買ってもらい、利用してもらい、良さをわかってもらって、評価の良い口コミを出してもらうことで、今後の新規のお客さんの増加を狙っているのだ。

実際、中国で有名なユニクロも、以前、ダブル11で大量の精力を投じ、迅速にブランドの知名度を上げてきた。

出典元：人民網

→ 双11商戦中の趋势

在中国，日本制造的日用品的人气正在进一步提升。以年轻人为中心，通过社交网站(SNS)等途径，“口口相传”的信息不断扩散，以修饰仪表和使用感为关键词的日本特有的精美商品深受欢迎。

生活在上海的女白领刘小雪爱用的商品是尤妮佳公司的“超立体口罩”。现在小刘不仅将这款口罩推荐给朋友，还拜托去日本旅游的朋友帮忙购买。

百乐公司(Pilot Corporation)的可擦圆珠笔也在社交网络上成为话题，人气迅速上升。

此前统治中国日用品市场的是美国宝洁(P&G)、英荷联合利华和美国高露洁棕榄(Colgate-Palmolive)这3家欧美企业。它们在1990年代之前进入中国，在全中国销售低价的本地化产品。借助资金实力大量投放广告，掌控了市场份额。

但是，趋势已经发生了改变。随着经济增长，中国消费者不仅关注价格，还开始重视品质，形成了在成熟市场经过磨练的高品质“日本制造”产品能够被接受的环境。随着社交网络的爆炸式普及，人们能够及时获得信息，对于喜欢“口口相传”的中国人来说，精益求精的日本产品成为绝佳商品。

日本的化妆品第一时间享受到中国上述变化的好处，实现飞跃。2017年日本对中国(含香港)化妆品出口额达到创新高的2122亿日元，增至2014年的4倍。

继化妆品之后，这次是日本日用品企业在中国发动攻势。抓住双11的良机提升知名度

在中国人购买力提高的背景下，日本各家公司如今最关注的是阿里于2009年开始的双11促销活动。2017年的交易额仅阿里一家就达到约2.7万亿日元，如今已成为其他企业也参战的一项重大活动。

在促销时，各企业均以比平时大幅降低的价格销售。这是因为各企业认为，“这一天不在于利润，更接近提升知名度的广告”(日本大型点心企业负责人)。企业方面认为，如果在这个交易集中的日子里有很多人购买，有望借助口口相传进一步增加客户。

实际上，在中国很有名的迅销的“优衣库”以前就向双11促销投入大量精力，迅速提高了知名度。

出典元：人民網

≫≫ 壹友からの声

→ 中国人観光客が「びっくり!」と感じる日本の様々。



餃子とご飯のセット
中国では、餃子は主食、おかずではない。



パチンコ
中国にはありません



氷水
中国では、白湯が一般的。(体を冷やさない)



タクシー
タクシーのドアが自動で開くのは不思議。

フレンドリージャパン 上海 周



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/>