

# Monthly Report

2018年 / 8 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

### → 今年の後半も訪日マーケットは好調

日本では、7月に大雨災害が相次いで発生し、なかなか復興も追いつかないと報道で知りました。また、今年の日本の酷暑は、中国人観光客、とりわけ南の地域の方たちからは、「日本はもっと涼しいはずだ」という印象があったものの、自国と変わらないため、特に熱中症を意識して対策を取るというよりは、普段の習慣通りに過ごしているといった様子です。

一方、中国では、韓国へのツアーが相変わらず販売できない状況です。台湾も祭政権の政治的な動きで、送客はほぼ各社がストップしていますし、タイも、先般の沈船事故の影響で、安全面で不安が払拭されず、客足が鈍っています。

このような状況下、年間を通して最も稼げる時期である7-8月の夏休み期間について、各旅行社は、多くの予算を投入して、訪日旅行商品のプロモーションを行っています。圧倒的に、日本行きのツアー商品が多くの割合を占めており、日本は近場であり、観光資源も豊富で、中国の消費者には大変人気な旅先です。この夏休みも、多くの子供連れファミリーが日本を訪ねており、周辺の定番観光国や地域で、上述のような事柄が発生しているため、夏休み終了後においても、日本商品をメインに押し出す目玉方面になることは間違いなく状況です。

## 好評連載 【今を知る! 現地旅行社 キーマンに聞く】第41弾

上海驴妈妈旅游网

顧客サービス部門総監

冯映 ( feng yi )

**Q** 今の訪日旅行状況を教えてください。

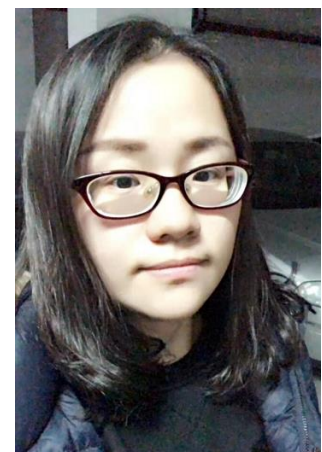
**A** 夏休み時期で、日本の旅行商品を購入するお客さんは非常に多いです。特に子供連れが多いので、子供に魅力的な商品を提供するようにしています。

**Q** 団体客が多いですか。それともFITが多いですか。

**A** FIT商品を購入するお客さんが、メインになっています。

**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** いろいろな情報が役に立つと思います。もっと日本のあらゆる場所の交通や観光情報を増やしてください。



### タイの沈船事故からの教訓

中国国家文化&旅游部は、7月5日にタイで発生した客船沈没事件について、旅行会社は必ず旅行者の安全を責任を持って守るべきだと指摘した。一部のアプリ・プラットフォーム上のサービス提供会社が、旅行会社の経営免許と出境免許を持たずに旅行のサービスを提供しているのは非常にリスクであり、各OTAプラットフォームはすぐに無資格経営の業者を調べ、旅行サービスを販売しないように通告した。

※タイの客船沈没事件

2018年7月5日夕方、2隻の遊船が127名の中国人観光客を乗せて、プーケットへ帰港する際に、突然悪天気に遭って沈没してしまった。合計44人死亡という大惨事だ。原因は悪天気以外に、乗船人数が大幅にオーバーした事と判明しているという。

今回の参加者は、自由型旅行で、大半（127人の内68人）は、オンライン旅行予約プラットフォーム「飛猪」（feizhu）で一日現地ツアーを申込み、参加していた。「飛猪」（feizhu）は元々、アリババのタオバオで、旅行商品を取り扱っている業者を纏めて、プラットフォーム上で旅行関連商品を販売している。要するに、旅行商品のタオバオであり、旅行会社ではないということだ。その中に、一部の業者が旅行会社ではないのに、旅行の商品を販売していたり、国内商品しか販売できない旅行会社なのに、出境（海外）旅行商品を販売していたりしている。プラットフォーム側の管理面において、長期間、審査・ルールが統一されていない事も原因で、上記の大問題が発生したと業界関係者は言う。

タイの客船沈没事件が発生から、色々反省しなければいけないところがある。一つには、必ず正規旅行社のルートで予約しなければいけない。正規旅行社は、対応能力や緊急時の対応措置が完備されている。自由型海外旅行が急増している今こそ、旅行者への安全意識を強く持つべきである。

出典元：人民網

### 泰国沉船事故启示

商家没有旅行社资质也在网上卖旅游产品、国内社没有资质也在卖境外游产品，一些在线旅游平台的供应商“资质双无”问题，给旅游者造成了严重的风险隐患。就此次泰国普吉岛沉船事故，文化和旅游部近日发布通知，要求在线旅游企业和平台紧急排查下架这类无资质的“不合格供应商”的产品。

普吉岛游船倾覆事件造成中国游客重大伤亡，这些游客大部分是通过在线渠道预订海外一日游产品。其中，有68名游客是通过飞猪网平台预定的。而飞猪网是没有旅行社资质的，飞猪把自己定义为互联网的销售平台就像是专门提供旅游产品的淘宝，飞猪网只是汇聚信息撮合交易，飞猪并不直接参与到产品中提供具体服务。

业内人士介绍，不同的在线旅游平台对供应商和上线产品的准入不一，市场长期存在两大乱象：没有旅行社资质在网上卖国内、出境游线路，国内社超范围发布和售卖出境游产品。

据了解，针对此次事故，文化和旅游部监督管理司对相关企业发布《规范出境自助游相关要求》中，第一条就是：各在线旅游企业和平台即日起紧急排查，下架不合格供应商（供应商本身没有旅行社资质、国内社发布出境游产品）提供的产品。这也意味着境内供应商如果不具备旅行社、出境游两方面的资质，不能在在线平台发布售卖出境游产品。

“出境自由行并不是裸游没有保障，网上预订的出境自助游、一日游产品，也应该有相应的旅行社资质，纳入旅游法和旅游管理体系。”北京联合大学在线旅游研究中心主任杨彦锋认为。

中国游客怎么订海外游产品才更保险？业内人士提醒，网上预订海外一日游等产品，要注意选择对产品和供应商有严格把关、有完善的售后服务和应急处理能力的专业旅游平台，警惕没有资质的不合格产品，不要为了省钱忽视安全。就资质问题，携程等部分大型在线旅游平台已经率先响应，实现出境游包括海外一日游产品，平台上的国内供应商100%具备旅行社、出境游“双资质”

出典元：人民網

### → 夏休みの旅游動向

小中学生の夏休みが到来し、出境（海外）旅行のピークを迎えた。親子旅行、家族旅行など需要の拡大で、今年は特に、家族全員の旅行比率の上昇が著しいという。

2015年10月に開始された2人っ子政策で、旅行マーケットに対する影響が顕在化し始めた。今年は、2人以上の子供を連れて、旅行するスタイルが増えてきている。自由度が高い国内豪華旅行、周辺ドライブ旅行は元より、東南アジアの島、日本、クルーズ船など近場の海外旅行が大変に人気であると旅行関係者は言う。

Ctripのデータ研究報告によると、親子対応のホテルが、去年に比べ、関心度が5倍以上に増加した。その中で2人目の子供が対応できるホテル利用が、同期比80%増の成長を遂げたという。一方、ホテルの価格は、利用数の増加に比べて上がっていないようだ。上海、広州、北京などの都市をはじめ、多くのホテルでは単価が下がった現象が起こり、旅行者にとってコストパフォーマンスが非常に高くなったという。

7月末、今年の夏休み旅行商品の予約ピークの時期に入っている。幼稚園を卒園し、小学校に入る前に、多くの両親は、一度、子どもを海外旅行へ連れていきたいとの要望があり、親子旅行のスタイルが非常に流行している。80年代・90年代生まれの世代が父親や母親になり、消費の意識もレベルアップしている。彼らは、両親の世代と比べ、国際視野を持っていることから、国内旅行より、海外旅行へ子供を連れていくニーズのほうが大きいという。こういった親子旅行のスタイルも常態化されているようだ。

親子旅行にも人気の商品ジャンルがあり、旅行社の話によると、主題（テーマ）旅行と、遊学旅行が非常に人気があるという。主題旅行は、親子が協力して、旅行中に各種の任務を完成していくというような内容であり、子供が遊んでいる間も、新しい知識を身に付けられるという。遊学旅行は、海外の有名な学校で授業体験が可能なこと以外に、宿泊も、現地住民の家でホームステイができる旅行スタイルだ。また、サマーキャンプも人気が高いようだ。

出典元：人民网

### → 暑期旅游形式趋于带娃

学生放假、二孩效应将为未来近两个月的旅游市场带来极大拉动，亲子游、家庭游、休闲度假等需求叠加，尤其是全家人共同出游的比例明显上升。

业内人士表示，2015年10月开始全面实行的二孩政策，对旅游市场的刺激开始显现，今年带着俩娃的亲子游越来越多。自主性高的精品国内游、周边游，东南亚海岛、日本等短途线路以及邮轮游，备受二孩家庭青睐。

携程酒店大学数据研究中心数据显示，亲子酒店的关注度达到去年的5倍以上，其中二孩房型的预订量同比增长达到近80%，而酒店的价格并没有“水涨船高”，多地酒店单间夜均价同比不增反降。上海、广州、北京、成都的酒店价格均有不同程度的下跌，成为性价比最高的暑期亲子旅游目的地。

近几年，旅游已成为毕业季的重头戏，凯撒旅游负责人称，今年的暑期出游已进入预订高峰期，其中毕业旅行呈现低龄化趋势，不少幼儿园孩子的家长，希望在孩子进入小学之前，以一场看中国、看世界的旅行开启人生新阶段。

亲子游也是暑期出游的需求重点。当越来越多80后、90后升级为父母，他们的消费观念在升级，也更具国际视野，愿意花钱去丰富精神生活，“带娃去旅游”成为度假“新常态”。驴妈妈集团品牌发展部负责人李秋妍表示，随着消费观念不断提升，带娃出游过暑假成为市场趋势，亲子家庭已成为暑期旅游消费的主力，为此旅行社也在不断升级产品和服务，推出更多符合亲子家庭需求的高品质主题旅游线路，比如会在旅途中安排亲子任务，让孩子在玩中和家长更亲密，并在玩中学习和成长。

父母也有能亲身参与的游学产品

海外游学目前已成为越来越多家长和学生的假期出行共识。驴妈妈相关负责人表示，美国、英国、澳大利亚是今年暑期游学游的三大热门目的地，哈佛大学、牛津大学、剑桥大学、墨尔本大学等名校吸引着众多亲子家庭前去游学，还有游学夏令营等主题产品也受到学生和关注。

出典元：人民网



### → 盒馬鮮生の「新零售」（フォーマションの「新しい小売り」）

「新零售」（シンリンショウ）日本語で翻訳すると“新しい小売り”という意味だ。2015年にアリババのジャック・マーさんが初めてこの概念を打ち出し、一時、多数のメディアが連日この概念を報道した。現在となっては、この言葉が普通に使われるようになってきた。私も、いまだに“新しい小売り”のどこか新しいのか、実はよく分からない。

いろいろと調べたところ、要するに、通常の小売りと、ビックデータ&ECの融合体であるようだ。その代表的な企業は「盒馬鮮生」（フォーマション）である。その仕組みを見てみよう。

2015年3月、「盒馬鮮生」が正式に成立され、その創業者は、元京東物流責任者・侯毅（コウ・イー）氏である。2016年1月15日、上海で第一号の店舗・金橋店をオープンさせた。それから2年経過した今、全国で30店の店舗を運営している。規模からいうと、面積が4000㎡程度の店舗がメインになっており、一番大きい店舗は10,000㎡に達している。金橋店の2016年の売上は、2.5億円で、通常の同規模の別業者の店舗より効率は良いようだ。

盒馬鮮生は、通常の店舗販売だけでなく、デリバリーを非常に重視している。店舗から3キロ範囲内のデリバリーは、必ず30分で送達するサービスの保証をしている。店舗で販売した内、デリバリーの売上げは、全体の50%を超えているとのこと。3キロ範囲内30分で送達というのは、非常に難しいように感じるが、盒馬鮮生は可能であると言う。ネットの資料によると、ビックデータ、AI、ブロックチェーン展開などの最先端技術が応用されているようだ。商品の識別から、梱包などの作業はスマート自動設備で行われ、すべての業務はプログラムでコントロールされている。10分以内に、受注～商品の準備～梱包が完了され、残り20分で配達する。理論上は、30分配達は可能だが、従業員のシステム操作については熟練度が試される。それ以外に、従業員の数も十分でないといけな

一般的に企業経営では、人件費は非常に大きな割合を占めている。盒馬鮮生は、この30分必達のサービスを約束することで、必然的にコストの増加につながり、最終的に消費者に転嫁されるのだ。そこで、販売価格を見てみよう。キャベツ600グラムで2.9元（約50円）、卵10個で9.9元（約160円）で販売されている。価格は通常のスーパーやマーケットの価格とそれほど変わらないが、盒馬鮮生では無料デリバリーができるので、消費者にとっては非常に魅力的である。

ここまで見て、私は、盒馬鮮生は無料デリバリーでは一定程度、損をして、顧客数を増やしているとわかる。これもT-MALLやタオバオで培われた販売方法である。一部の商品を赤字で販売し、その部分で顧客を増やし、もう一部の利益率が高い商品で補う。

総合的に見て、盒馬鮮生が競争力があるのは、リアルショッピングでも無料デリバリーができるところだ。十二分にネットショッピング+デリバリーのいいところを利用している。考えてみれば、お客さんは非常に腹ペコの時、3キロ先のスーパーに出かけることや、のんびり宅配を待つことはしない。この視点から、盒馬鮮生は、新しい小売りの代表企業なのかもしれない。

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/>