

# Monthly Report

## 2015/2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

中国人への訪日ビザ発給要件の緩和 高所得者は5年間マルチを。  
上海市日本総領事館から旅行社向けに訪日中国人に対する査証(ビザ)発給に関する説明会が開催された。これによると、1月19日(月)よりビザ発給条件を、下記の通り緩和することのこと。

- 相当な高所得者及びその家族に対して、5年間のマルチビザを発給 (沖縄県・東北3県への訪問要件なし)
  - 年収50万元以上(目安)
- 従来の3年間のマルチビザの発給に関して、年収の要件を緩和 (沖縄県・東北3県への訪問要件あり)
  - 一般 : 年収25万元 ⇒ 年収20万元(目安)
  - リピーター(過去3年に訪日ビザ取得者) : 年収25万元 ⇒ 年収10万元(目安)

ビザ発給要件の緩和策は、その中身よりも、日本国として“緩和”すること自体の影響が高いと思います。ビザ政策は国家間の信用度を図るものさしであり、日本が中国に対して国交改善を熱望している証です。今後の中国訪日マーケット拡大に、非常に大きなインパクトを与えることは間違いありません。

現地旅行会社の皆さんからは、

『ビザ優遇政策により、日本への親近感が高まり、ますます訪日ツアーの問合せが増えそうだ』とか、  
『マルチビザ緩和により、リピーターが拡大し、FITが飛躍的に伸びそうだ』といった単純な喜びの声もある一方で、  
『ビザ申請が大幅に増えそうなので、今年の春節ツアー以降は早めの申請が必要になりそう』といった嬉しい悲鳴も上がっている状況です。

## 好評連載【今を知る！ 現地旅行社 キーマンに聞く。第20弾】

上海星辰国際旅行社有限公司 総監 張臨海 (Zhang LinHai)さん

Q:最近の、訪日旅行の取扱状況を教えてください。

A:円安と訪日ビザ発給緩和の影響もあり、  
訪日旅行の取扱数は飛躍的に増えています。

Q:現在、FITはどのような傾向がありますか？

A:最近はアニメ旅行が大人気です。  
多くの80~90年代のお客さんは日本のアニメへの憧れから、  
舞台になったエリアや場所へ遊びに行く傾向が高まっています。

Q:現在、訪日旅行で、どのエリアのコースが売れていますか？

A:団体では、変わらずゴールデンルートの集客が最も多く、  
FITでは、大都市滞在型が多い傾向です。

Q:お客さんが増えて、航空運賃やランド費用などはいかがでしょう？

A:今年の春節は航空運賃が大体10~20%位上がりました。  
ランド会社はいつも利用している提携会社なので、そこまでは変わりません。

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:とても良い冊子だと思います。いつも便利に利用しています。今後も楽しみにしています。



## ◆2015年中国旅行業界を変える12のニュートレンド

1月5日、米旅行業界情報専門サイトのSKIFTはこのほど、2015年に注目すべき中国の重要旅行トレンドを発表した。

- 1: 旅行目的地の多様化。
- 2: 中国人に対するビザ免除国の拡大。
- 3: 中国企業によるホテルなど、海外旅行関連企業の買収
- 4: 中国企業と海外企業の旅行関連提携の増加。
- 5: 中国ホテルブランドの台頭。
- 6: 地方都市空港の国際便増加。
- 7: 米中が相互に観光ビザ滞在期限を延長することによる観光客増加。
- 8: フェリーの急成長。
- 9: アフリカへの注目の高まり。
- 10: 中国人旅行者をターゲットにしたマーケティングリサーチの強化。
- 11: ニッチ市場がテイクオフ。  
狩猟、探検、海外ドライブなどのニーズが生まれる。
- 12: 銀聯カードの独占が崩れ外資系クレジットカードが中国に参入。

(出先: 1/07付け 東方ネット 訳: 壹友)

## ◆2015年改变中国旅游业的12个新趋势

1月5日、美国旅游行业信息网SKIFT发表了2015值得注意的中国的旅游市场的重要新趋势。

1. 旅行目的地多元化。
2. 对中国进行免签证的国家日益增多。
3. 中国企业对于诸如酒店等国外旅游相关的企业的收购。
4. 中国企业和国外企业关于旅游进行的合作增多。
5. 中国酒店品牌的兴起。
6. 地方都市机场的国际段航班数增加
7. 中美相互延长旅游签证的停留期限, 游客增加。
8. 邮轮的急速增长
9. 对非洲的注意度提高
10. 加强对中国游客为对象的市场调查
11. 生态旅游市场兴起。打猎, 探险, 国外兜风等需求滋生。
12. 打破银联卡的垄断格局, 外资企业发行的信用卡进入中国。

## ◆中国、「2人で旅行」が最も人気 旅行先は「韓国」

中国の旅行サイト・遨游網が6日、「2014年度中国旅行者行動報告」を発表。2人で旅行に出かける旅行者の割合が、他のグループを大きく上回り、61.28%に達した。また、ユーザーは一定の経済力を持つ25-35歳の若者に集中していた。

同報告によると、2014年、海外個人旅行の行き先で人気があったのは、韓国、日本、モルディブ、台湾、香港、マカオ、インドネシア、米国、モーリシャス、シンガポール。一方、団体旅行の行き先で人気だったのは、韓国、日本、台湾、インドネシア、イタリア、香港、米国、カンボジア、ベトナムだった。どちらも、韓国がトップだった。その他、中国人旅行者がノービザで行くことができる旅行先で最も人気だったのは、バリ島、モルディブ、モーリシャス、サイパン、カンボジア、濟州島(韓国)、パラオ、セーシェル、ネパールだった。

(出先: 01/06日付け 人民網 訳: 壹友)

## ◆双人出行超六成 韩国最受国人喜爱

中国在线旅游品牌遨游网6日发布了《2014年度中国游客行为报告》。报告显示，两人出行的比例明显高于其他人群，占到订单总数的61.28%，用户集中在25-35岁，是具有一定经济实力的年轻人。

报告统计显示：2014最受欢迎的境外自由行目的地分别为：韩国、泰国、马尔代夫、台湾、港澳、日本、印尼、美国、毛里求斯、新加坡；跟团游目的地分别为：韩国、日本、台湾、印度尼西亚、泰国、意大利、香港、美国、柬埔寨、越南。韩国成为最受国人喜爱的出境游目的地。报告显示，最受中国游客欢迎的免签目的地分别是：泰国、巴厘岛、马尔代夫、毛里求斯、塞班岛、柬埔寨、济州岛、帕劳、塞舌尔、尼泊尔。

新年の始まりに、昨年1年間の中国人の日本旅行を振り返ってみると、注目すべき2つの点がある。

1つは、昨年1年間で日本を訪れた中国人観光客が前年同期比83%増の約240万人に達したこと。もう1つは、大幅な円安と新たな免税政策により、訪日中国人にショッピングの絶好の機会を得たことだ。

2000年に中国人の団体観光客が初めて日本を訪問して以来、長年にわたり、中国人観光客の人気商品と言えば、デジタルカメラ、腕時計、ブランドバッグの3種類だった。しかし、個人旅行の割合が高まるに従い、ショッピングの場所は免税専門店から日本人もよく訪れるショッピングモールへと移り変わり、伝統的ないくつかの商品に集中していた人気商品も、今では生活用品にまで拡大しつつある。日本観光庁は昨年10月、新たな免税制度を打ち出した。これにより、日常生活用品の購買熱が大いに高まった。では昨年、中国人観光客は伝統的な人気を誇る電化製品や高級品の他に、どんな物を日本で購入したのだろうか？ショッピング傾向にはどのような変化があったのだろうか？

1つ目の変化は、益々多くの中国人女性が、日本人女性と同じ化粧品を購入するようになってきている。ブランドコスメばかりを追い求めるのではなく、ノンアルコール、無防腐剤、無鉱物油、純天然成分の商品を選ぶようになったのだ。

2つ目の変化は、消費概念の個性化だ。ある中国人はイッセイミヤケの服を買うために列に並び、ある中国人は、中国では販売されていない、100%「メイド・イン・ジャパン」の小物だけを購入し、ある中国人は代官山の路地裏で雑貨を物色するなど、それぞれのニーズに合ったニッチで個性的な商品を探している。

3つ目の変化は、ショッピングの多様化と現地化だ。銀座三越の地下食品街でケーキやフルーツを買い、ホテルに戻って食べる。築地市場でいくつかの乾物を買って、日本人が普段食べている味を体験する——。スマホが普及した今、中日の情報格差は縮まっており、1つの場所をより深く楽しむタイプの旅行に無限の可能性が広がった。ショッピングの多様化・分散化していく勢いは、今後も発展を見せる可能性が大きい。

日本旅行が中国人の海外旅行の「新常态（ニューノーマル）」となった今、上述の数々の現象から、ショッピング形態にプラスの変化が起こっていることがわかる。中国人客がブランド店の品物を片っ端から購入していくイメージは変わりつつあり、「天然」、「健康」、「ハイテク」、「日本製」などが2014年の日本旅行ショッピングのキーワードになった。就航便数や観光ルートが増加に伴い、2015年の中国人日本旅行は新たな高みへ到達することだろう。今年にはどのような変化が見られるのか、楽しみだ。

(出先:1/07付け 人民網 訳: 壹友)

## 2014年访日中国人的购物观，有哪些变化呢？

新的一年又开始了，回顾去年一整年中国人的日本游，有两点值得我们注意。第一点：从去年1月份到11月份访日的中国游客比前年同期增长了82.2%达到222万人。另一点：因为日币汇率大幅下跌以及新的免税政策，对于来日中国人来说是一个购物的绝佳的机会。

从2000年中国的团队游客初次访问日本以来，经过长时间的发展，要说中国游客中的热销品，是数码相机、手表、品牌包三种。但是，随着自由行游客的比例升高，购物的场所从免税专卖店到日本人也常去的购物中心。受欢迎的商品也从一些传统的热门商品持续扩大到生活用品。日本观光厅去年10月份出台了新的免税政策。因此，日常生活用品的购物狂热度也急速上升。但在去年，中国人除了购买一直具有超高人气的电器用品以及奢侈品外，在日本还买些什么呢？购物的趋势，又发生了怎样的变化呢？

第一个变化是，越来越多的中国女性和日本女性一起购买相同的化妆品。不仅仅是追求品牌的护肤品，选择上更倾向于无酒精、无防腐剂、无矿物油的纯天然产品。

第二个变化：消费观念的个性化。有的中国人为了购买三宅一生的衣服而排队，有的中国人仅仅购买在中国不销售的100%日本制造的小件商品，也有的中国人在代官山的小角落里物色杂货，在满足各类需求的市场中，追求个性化商品。

第三个变化是购物的多样化以及本地化。在银座三越的地下食品街中买好蛋糕和水果后带回宾馆享用。筑地市场买一些干货，体验作为日本人平时吃的一些东西。智能手机非常普及的当下，中日两国间的消息不通的差距正在缩小。比起只在一个地方，能愉快的体验更深入类型的旅行，衍生出无限的可能性。购物的多样化、分散化的趋势，今后也能看到其发展。

在日本旅游变为中国人的“新常态”国外旅行的现下，从上述的各种各样的现象来看，就能明白购物的形势正在产生好的变化。中国游客只购买品牌店里的商品这一现象正持续发生变化，“天然”、“健康”、“高科技”、“日本制造”等成为了2014年日本旅游购物的关键词。

伴随着航班次数以及观光线路的增加，2015年 中国人的日本旅行到达了一个崭新的高度。今年又可以看到怎样的变化和趋势呢，很期待。(出先:1/07付け 人民網 訳: 壹友)

## 上海交通状況 …… 自家用車の増加止まらず

上海市都市農村建設・交通委員会は1月19日(月)、2014年の市の交通状況をまとめた報告書「2014年上海総合交通運行年報」を発表した。

昨年は交通需給の不均衡、交通ラッシュ時間の拡大、交通渋滞の常態化が目立ったと述べた。同報告書によると、昨年の市中心部都市道路の総距離は約4865<sup>キ</sup>で、2010年の上海万博開催時に比べ、わずか3%増だ。しかしながら、自家用車の保有台数は増加の一途を辿っており、昨年末時点での上海ナンバーの車両が前年同期比7.2%増の304万台だったことから、同委員会は道路の建設が車両数、交通量の増加に間に合っていないことを指摘した。また、市郊外や他地域の車両数も前年同期比16%増の9万台で、今年交通状況はさらに悪化すると推測している。

上海市民は、今や、1家族=1台の自家用車を持つようになりつつあり、自家用車での移動は既に生活の一部になっているため、元々流行している国内の【自驾游】(ツージャーヨウ:自家用車で自由に旅行に出かける)が一般的なライフスタイルになっている。

その傾向は海外での生活にも波及しており、海外旅行中でも、もっと自由に動きたいと思っているお客さんが多くなったため、各旅行社へ、海外旅行中のレンタカーの問合せが急増している。

日本では、まだ中国の免許証での運転が許可されていないが、今後の展開(政策)次第では、レンタカーブームが起こる日も近いかも知れない。

## タイムリー 中国マーケット情報

### ◆団体

団体のお客さんは、下記の目的地に興味を持っています。

日本、韓国、ヨーロッパ、シンガポール、マライシア、オーストリア、ニュージーランド、アメリカ、カナダ  
※比較的、周遊型が多い傾向

### ◆FIT

FITのお客さんは団体と違い、下記、近隣諸国(片道3~4時間圏内)の都市に人気が集中しています。

香港、マカオ、台湾、韓国、日本、シンガポール、チエンマイ、モルディブ、サムイ、ドバイ  
※比較的、1都市型が多い傾向

### ◆商品造成

今年の春節は以前と変わらず、ファミリーが主導になっています。【4-2-1】=双方の両親と夫婦と子供、所謂【2~3世帯の核家族】形式が多い状況です。また、今年は1985年からの過去50年間で、最も遅い春節になったため春節休暇が終わってから、すぐに学校が始まることとなり、たくさんの子供連れの旅行者は出発日を前倒して出発する傾向があります。

## 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](mailto:madoguchi@friendlyjp.com) HP <http://www.friendlyjp.com/>