



Monthly Report

2018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

現地旅行社からの声

→ 2020年 東京オリンピックについて

2020年の東京オリンピックは、中国でも大変な話題になっている。旅行会社の多くは、2020年まで、訪日マーケットは引き続き人気のエリアとなり、訪日者も益々増えるという考えを持っている。既に、2020年オリンピック期間のチケット販売に関して高い関心を持っている旅行社も少なくない。

一方、一部の旅行会社からは、2020年東京オリンピック期間においては“中国からの訪日客は一旦減る”という見方もある。その理由として、

- ①オリンピック期間中は、ホテルや航空便の料金が値上げする見込みであり、ホテルも予約が取れない可能性がある。それらの要素による販売コストUPのため利益が取りにくい。よって、その期間、旅行会社としては、コストが比較的安く、利益が得やすい目的地を主力で押し出す可能性がある。
- ②中国人は、オリンピックに対しての熱情はそれほどでもない。日本へのリピーター率が徐々に増え、最大の旅行目的地としては認知されつつあり、手軽に行きやすい場所になっている。よって、余程の事情がない限り、わざわざその時期に観光旅行先に選ぶ必要がなく時期をずらす。

東京オリンピックは悲喜こもごも、しばらく話題は続きそうだ。

好評連載 【今を知る! 現地旅行社 キーマンに聞く】第45弾

重庆春秋国际旅行社

日本部经理

罗丞 (luo cheng)

Q 今の訪日旅行状況を教えてください。

A 好調です、現在、年末に向けて販売に力を入れています。

Q 団体客が多いですか。それともFITが多いですか。

A 弊社は団体が多いですが、現在、FITにも力を入れています。

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 各種の情報が載っているので、每期見えています。

新しく始まったWechat情報デスク【壹遊ステーション】にも、期待しています。



モバイル決済の平均使用率は43%、旅行や消費にスマホが不可欠

便利が高いモバイル決済が、中国人の旅行方式に影響を与えており、特に海外旅行の時、非常に利便性を感じているという。

今年の国慶節では、海外旅行人数は延べ700万人に達し、ある機構が海外旅行者の消費データに基づき、世界中で「財布の要らない目的地」を発表した。その中に、日本の大阪・道頓堀商業圏がランクインした。

世界で、モバイル決済が主流になりつつある。アップルは今年の年末で、約60%のアメリカ小売店がアップルペイを使用できるようになると予測している。

モバイル決済は、中国人の生活環境や旅行方式を変えただけではなく、中国人の海外旅行者の旅行や消費方式にも影響を与えている。現在、各種の旅行APP及びモバイル決済が普及している。SNSを利用したマーケティングプロモーション方式もレベルアップし、モバイル端末による旅行消費が主流になりつつある。

ホテルの予約を例に挙げ、2017年FIT客がモバイル端末で行ったホテル予約の比率は79%となっている。中国電子商務研究センターの調査によると、60%のスマホ利用者が、旅行のみならず、仕事をしている過程で、ただの情報揭示や調べる機能だけではなく、いつでも携帯端末を通して、オンラインで航空券、ホテル、レストラン、チケットなどを予約し、支払うことを望んでいる。

アジアから、ヨーロッパ、オーストラリアまで、中国観光客の増加により、現地の商業習慣に影響を与えている。この環境下で、中国のモバイル決済企業が、海外で発展し続けている原動力となっている。

アリペイ、ウィチャットペイでの決済が広がりつつある。今やウィチャットペイが使用できる国や地域は40箇所に増え、使用できる貨幣種類は13種にまで増えている。ただ、現在、中国のモバイル決済は、海外で主に中国観光客をメインにしている。その他の国の人達に馴染んでもらうには、まだ長い道のりになりそうだ。

(出典元：人民日報)

移动支付平均使用率达43% 手机玩转旅行和消费

便捷多样的移动支付也在影响着国人的旅行方式，尤其是为出境游带去了极大便利。

“十一”黄金周，出境游人数就高达700万人次。有机构根据国人境外消费数据，发布了全球十大“不带钱包网红目的地”。其中，英国比斯特购物村的移动支付笔数同比增长了90倍，日本大阪道顿堀商圈增长70倍，澳大利亚悉尼机场增长55倍。此外，法国巴黎奥斯曼大街、泰国曼谷素万那普机场、加拿大多伦多唐人街、美国纽约法拉盛、韩国首尔明洞商圈等均榜上有名。

在全球范围内，移动支付消费已成为主流。苹果公司预计，到今年年底，约有60%的美国零售店将支持其Apple Pay支付系统。

移动支付不仅改变了国人的旅游方式，还影响着中国游客的旅游偏好、行为和消费模式。如今，各类旅游App及移动支付不断普及，微营销花样升级，移动端旅游消费已成主流趋势。以酒店预订为例，2017年自由行游客通过移动端预订酒店的占比达79%。中国电子商务研究中心调查显示，有60%的智能手机用户希望在商务及旅游过程中，可以随时随地通过手机在线预订机票、酒店、餐饮、景点门票并进行支付，而不仅仅只是看到信息展示与查询功能。

从亚洲、欧洲到大洋洲处处都伴随着中国游客数量的增加，改变着当地商家的销售和收款习惯，也让中国的移动支付企业不断地在海外发展，以适应更多的需求，无论是支付宝、微信，还是其他的支付方式，都在不断地被应用。

近年来，第三方支付加速“出海”。比如，微信支付接入的国家和地区已增至40个、支持13种币种（包括人民币）直接结算。

然而，要想让老外爱上中国移动支付还有一段路要走。目前中国移动支付走向海外，主要还是围着中国游客转。

出典元：人民日報

短編動画APPが新しい旅行経済を生み出す

中国では、近年、短編動画のアプリケーションが続々と出ている。それに伴い、利用者数も拡大している。短編動画は、短い、新しい、速い、面白いなどが特徴で、今や旅行業界のマーケティングツールにもなっている。デジタルの技術を利用し、多くの観光スポットを紹介することが人気となっている。業界内の専門家は、短編動画が旅行業界の伝統的なプロモーション手法を変え新しい経済モデルを生み出していると話す。

<動画と一緒に旅行に行こう>

インターネットの専門家は、短編動画は、画像、長編映像、生放送に続き、第四の注目プロモーション方式であると指摘している。2017年以降、短編動画業界は熱い人気を集めている。ユーザー規模は日々成長し、今後の発展も大きいと見込まれている。予測では2018年末で3.5億人に達するという。膨大なユーザー数に伴い、短編動画のUP数も凄まじいスピードで増え、一部の短編動画の放送数は億単位となっている。

旅行社の担当者は、店舗を訪ねた多くのお客様が、直接スマートフォンの短編動画のAPPを開き、旅行目的地を指定することも珍しくないという。そのようなお客様は、旅行商品に対して個人主張が強く、個性にこだわり、伝統的な団体ツアーには興味がないという。現在、多くの旅行社も短編動画で人気の目的地や、観光スポットのツアー紹介をしているという。

<観光地が、公式アカウントを設立>

某大手旅游サイトのプロモーション担当者は「短編動画の制作は簡単でコストが安いため、多くの観光スポット、地方旅行発展機構が相次いで加入し、公式アカウントを開いている。」という。

快手(クワイシュー)APPでは“張家界”という上海近郊の観光スポット「張家界」とコラボし、SNSで使用できるご当地の特徴ある表情などを制作「全員が張家界を発見する」というテーマの短編動画を募集し、キャンペーンを開始してから1週間で延べ2.7億人が参加したという。抖音(TikTok)は“敦煌”とコラボし、プラットフォームのユーザーに対し、ご当地の観光スポットや文化を紹介し、大きな成果を上げている。

(出典元: ネット中国)



抖音短视频

记录美好生活

★★★★★ 1,450万



快手

记录世界 记录你

★★★★★ 147万

短视频催生旅游“新经济”

近年来，短视频应用层出不穷，用户数量不断攀升。在娱乐功能之外，短视频借助短、新、快、奇的特点，逐渐成为旅游行业的一大有效营销手段，利用数字技术，带火了一大批旅游景区。业内专家表示，短视频改变了旅游业的“传统玩法”，催生了新的经济模式。

百姓：跟着视频去旅行

早在几年前就有互联网专家判断，短视频是继图文、长视频、直播之后的又一个流量洼地。近日的一份研究报告则显示，2017年以来短视频行业持续火热，用户规模日益增长，发展空间较大，预计2018年将达到3.5亿多人。与庞大用户相对应的，则是短视频数量特别是播放量迅速攀升，一些短视频播放次数高达千万乃至数亿次。

湖北一家旅行社负责人张鲁达对记者说，从近几个月的营销来看，不少人主动上门，选择的旅游线路或目的地非常有针对性。“绝大多数直接带着短视频来，询问是否有相关旅游产品。”他说，客户选择产品类型更主张个性化、定制化，对传统的跟团游线路不是很热衷。记者了解到，目前，不少旅行社也开始针对短视频中网友热捧的目的地和景区等设计旅游产品。

景区：开设账号推营销

某大型旅游网站公关部经理李秋妍表示，由于短视频录制简单、成本低廉，因此除了庞大的普通用户外，很多景区、地方旅游发展委员会等都纷纷进驻各大短视频平台，开设官方账号。

不久前，快手与张家界合作，推出“土家族3D头饰”魔法表情和定制歌曲，发起“全民发现张家界”短视频征集活动，上线一周超过2.7亿人次参与。抖音则选择与敦煌合作，利用平台流量、技术等优势对当地文化与风土人情转化包装，成效也相当可观。

广西旅游发展委员会启动了“广西旅游抖起来”等一系列旅游主题宣传活动，鼓励各旅游企业开通抖音账号，吸引更多的游客主动发布内容健康向上、生动有趣的广西旅游新媒体短视频，通过新媒体把广西旅游“吃住行游购娱”各要素展示给广大游客，让游客能够了解最美的广西，成为广西形象宣传员。

(出典元: ネット中国)

→ 中国人が日本に行って体験してみたいこと



花見



温泉



城



紅葉



花火



夜景



日本ならではの食事



着物体験



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/>