

Monthly Report

2019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

→ 壹遊日本ステーションヒアリング内容一部紹介

今回は、【壹遊日本】Wechatグループ「壹遊ステーション」にて、今年上半期の日本旅行の販売状況をヒアリングしました。

■2019年上期の販売状況及び人気コース

①衆信旅游集団

対前年比10%アップでした。日本の受け入れ環境が良く、更に今年度から座席の仕入れに力を入れている所が要因だと思います。自由時間の多いコースが好まれ、価格が高くてもコース内容が良い商品ならお客様は購入されます。

②北京鳳凰国際旅行社

対前年比20%アップでした。ファミリーツアーが良く売れて、訪問地では鎌倉や、ディズニーランドやユニバーサルスタジオなどのテーマパークが入っているツアー好まれていました。

③北京自由之旅国際旅行社有限公司

上期のビザ申請人数は約2万人でした。冬休みや夏休みのファミリーツアーや研修旅行がよく売れました。

好評連載 【今を知る! 現地旅行社 キーマンに聞く】第56弾

成都中国青年旅行社

操作中心经理

余嘉 (Yu Jia)

- Q.** 最近の訪日旅行状況を教えてください。
- A.** 好調です。日本は変わらず人気の目的地です。
- Q.** 団体客が多いですか。それともFITが多いですか。
- A.** 団体旅行をメインで取り扱っています。
- 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.** 日本は人気なので、問合せも多いです。お客様にご案内する際に使え、冊子になっているので担当者同士の情報交換にも役立ちます。今後も活用したいです。



→ Ctrip英語名をTrip.com Groupに変更、グローバル化に注力

10月29日、携程グループ(以下はCtrip)は、自社の20周年に伴い、世界中のパートナーを招き、盛大な記念パーティーを開催した。Ctripの梁建章取締役会長は、先に発表したグループの新しい英語名称である「Trip.com Group Limited」を披露すると同時に、その他グループの代表が会社の次の「G2戦略」を公開した。

「Trip」は漢字の「程」を表し、「com」は「Companion」の略で、「パートナーや友達」という意味を持ち、漢字の「携」を表している。「同じ志を持つ同士で共に一つの目的がある事業へ」という意味が込められている。「Ctripは、新たな英語名で、全世界のパートナーと一緒に、全世界のお客様に良いサービスを提供する決心を皆さんに伝えたい。」と梁氏は語っている。Ctripは設立後、20年間で特にグループという概念を強調している。現在は「携程」と「去哪儿」以外にも、多くの旅行ジャンルのブランドを持っている。また、2019年8月30日には、インドの大手OTA会社「MakeMyTrip」の最大株主となっている。ブランドと業務拡大により、グローバル戦略が当面の重要テーマとなっており、今後の戦略として紹介した「G2戦略」の2つのGが表すのは、Great Quality(高品質)とGlobalization(グローバル化)であると説明した。

さらに梁氏はこう付け加えた。「お客様を中心に、お客様のために最高のサービスを提供することが非常に大事である。Ctripの目標は、商品とサービスをフレンドリーで利便性が高く、多言語でお客様に提供する。信頼性と技術力の優位性という、最高のクオリティでグローバル化を達成する。また、それぞれのグループは、現地化を重視の上、グローバル目線でサービスを提供し、同時に全世界の優秀な人材もどんどん取り入れていく。」

G2戦略は中国と海外に分けず、全世界の社員が一丸となり、サービスを提供するものであり、グループの目標は3年以内でアジア最大級の国際旅行企業に、5年間で全世界で最大級の国際旅行企業になることとしている。次の10の目標として、グローバルなレベルで、最も革新的かつ尊敬されるオンライン旅行企業になると掲げている。

(出典元:人民網)

→ 携程英文更名Trip.com Group 未来聚焦高品质及全球化

10月29日、携程集团(以下简称“携程”)20周年庆典暨全球合作伙伴峰会召开。携程董事局主席梁建章在大会上为集团新英文名称“Trip.com Group Limited.”揭幕。同时,他代表集团正式公布携程下一程的“G2战略”。

“‘Trip’代表‘程’,‘com’代表‘Companion伙伴’也就是‘携’手。”梁建章在现场解释了新集团英文名如何诠释“携程”概念,“‘com’也可以代表‘Company’,代表一群人一起投入一项特别有意义的事业。”他提到,历史上最早的“公司”其实是一家旅行公司,来自荷兰。他希望携程的新英文名字,能在展现携程与全球伙伴一起,服务全球客户的决心。

记者注意到,携程新英文名称也特别强调了“Group”的概念。携程自1999年成立,经过20年发展,已逐步由一个携程品牌,发展为多品牌矩阵集团。其麾下“携程”和“去哪儿”各自在中国市场占领主导地位。“Trip.com”作为服务全球用户的自有OTA品牌快速增长。“天巡”通过直接预订功能在多个市场实现了协同效应。同时,携程在2019年8月30日成为印度领先OTA公司“MakeMyTrip”的最大股东。随着携程产品和品牌加速覆盖全球,“全球化”也成为梁建章当天宣布的携程未来“G2”战略中的关键一环,梁建章介绍,G2即2个G:Great Quality(高品质)和Globalization(全球化)。

梁建章介绍,以客户为中心,为客户提供最佳服务是始终需要坚持的。他介绍,携程的目标是将产品和服务做到友好和方便,提供多语言服务;要做到服务高可靠和技术高可靠,从而达到全球全覆盖和最佳质量的目标。此外,携程集团将兼具当地行动和全球视野;要用全球智慧惠及全球客户;要建设全球化的产品、供应链、服务和品牌;同时,要培育和吸引全球化的人才。“G2不分中国还是海外,全球携程员工将团结一致,以服务品质兑现承诺。”梁建章介绍,过去20年携程已积累了规模效应、移动、多产品、平台化四方面的优势。

“如今,加之未来G2战略的实施,我们有信心在三年成为亚洲最大的国际旅游企业,五年成为全球最大的国际旅游企业,十年成为无可争议的最具价值和最受尊敬的在线旅游企业。”梁建章说。

出典元:人民网

→ 旅行商品はECショッピングでも人気に

年々「双十一(*)ショッピングカーニバル(双十一購物狂歡節)」を利用して、事前に旅行スケジュールを立てる消費者が多くなっており、旅行商品はECショッピングでも人気になっている。

旅行は昔の「観光式」から「体験式」へ変化しており、旅行者のニーズは日々個性化している。たとえば、アイスランドで洞窟体験／ドバイで自らヘリを操縦／オーストラリアで歩きながら星を観察／フィンランドでオーロラ／スウェーデンでハリポターのツアー／冬の黄石公園でツアーなど、中国の観光客は今までない熱意で世界中を旅している。

「双十一」期間で飛猪(アリババの旅行ECプラットフォーム)の統計によると、週末レジャーにおいて、高級ホテル、高級民泊、テーマパークとセルフランチなどの販売が非常に人気となっている。2020年東京オリンピックの開会式、あるいは試合観戦チケットなどのツアー商品も消費者のニーズに合っている。東京オリンピックは間違いなく、訪日旅行を一層盛り上げる要因となる。着物レンタル／ミシュラン／特色があるコーヒーショップ／資生堂やブルガリのフレンチ／ピカチュウのレストラン／星野軽井沢の石の教会で結婚式／といった、これらの体験型商品は非常に中国の消費者に好かれているという。

日本観光庁の統計により、2018年訪日中国人観光客は838万人、訪日外国人の割合の中で26.9%で、一位となっており、今年の7月で550万を超え、前年同時期より13%増加した。

(出典元: 人民網)

*補足

「双十一」とは、11月11日を指し、「光棍節」(独身の日)と呼ぶようになりました。もともとは1993年に南京大学の学生たちが始めた娯楽性の記念日でしたが、インターネット等のメディアを通じて瞬間に多くの一般人に広まり、独身者同志が集まってパーティーを開いたり、結婚相手を探したりするイベントでした。その中で、贈り物をするのも流行っていたことから、その後多くのビジネスマンが「光棍」(独身者)の意味とは関係なく販促活動を行う様になり、徐々に現在の大規模販促イベントへと姿を変えてきました。

「双十一ショッピングカーニバル」は、淘宝商城(現在の天猫Tmall)による、2009年11月11日に行った販促イベントが始まりました。当時の参加店は多くはありませんでしたが、売上額は予想を大きく上回りました。そこで、天猫Tmall(中国の巨大企業「アリババグループ」が運営する巨大ECモール)は、毎年11月11日に大規模販促イベントを行うことを決め、中国全国民のショッピングカーニバルとなりました。

→ 旅游产品成为购物车新宠

越来越多的消费者利用“双11”提前规划旅游行程，旅游产品成为人们购物车的新宠。

旅游正在从“观光式”向“体验式”转变，旅游消费变得越来越个性化。冰岛蓝洞探险、迪拜自驾直升机、澳大利亚观星徒步、芬兰追极光、苏格兰高地哈利·波特主题游、冬日美国黄石公园深度游……中国游客正以前所未有的热情畅游世界。

“双11”期间据飞猪平台统计，随着周末度假、城市周边度假渐成风潮，高星级酒店、高端民宿、主题乐园和自助餐的销量非常高。包含开幕式或赛事门票的2020年日本东京奥运会主题游产品受到消费者的青睐，东京奥运会进一步催热了日本游。租赁和服、阿玛尼咖啡厅、米其林香奈儿餐厅、资生堂法式料理、宝格丽西餐、皮卡丘主题咖啡馆、星野轻井泽石之教堂婚礼套餐……这些日本体验游受到中国消费者的欢迎。

据日本观光厅统计，2018年访日中国内地游客838万，在所有外国游客中占比26.9%，排名第一。截至今年7月，这一数字已超过550万，比去年同期增长13%。

出典元：人民網

→ ユネスコ世界遺産 九寨溝(きゅうさいこう) 観光再開から1ヶ月

四川省の九寨溝景勝地管理局は23日、「一部エリアの受け入れ再開(試行営業)に関する公告」を発表し、2年間に及ぶ再建事業を経て、同景勝地の大部分のエリアで、受け入れ再開のための条件が整ったことを明らかにした。同景勝地は、復興・再建期間を経て、「世界観光の日」にあたる2019年9月27日に一般開放を再開(試行営業)しています。

【一般開放エリア】

扎如溝の扎如寺、樹正溝(火花海を除く)、日則溝(諾日朗から五花海景勝スポットまで)、則查洼溝。



▲ 扎如溝の扎如寺



▲ 樹正溝(火花海を除く)



▲ 日則溝(諾日朗から五花海景勝スポットまで)



▲ 則查洼溝

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/>