

中国・香港における訪日旅行取扱旅行会社 ヒアリング結果・発言録

～ツアー販売・催行状況と、ツアー造成の計画～

Vol.17



2014年1月9日

GMOチャイナコンシェルジュ株式会社

※本件調査結果は2013年12月20日～2013年12月25日時点のヒアリング結果を元にまとめております。

※お問い合わせ:

GMOチャイナコンシェルジュ株式会社 営業企画部 平島・ジョウ
東京都渋谷区道玄坂1丁目16番3号 渋谷センタープレイス

調査概要

- 1) 調査期間: 2013年12月20日～2013年12月25日
- 2) 対象都市: 北京、上海、広州、香港
- 3) 対象者: 上記都市にて訪日旅行を取り扱う旅行会社の訪日関連部署の担当者
- 4) 調査手法: 電話・メール・インスタントメッセージ調査

北京	中国国際旅行社総社有限公司、北京神舟国際旅行社集团有限公司、中青旅控股股份有限公司、中国婦女旅行社、中国康輝旅行社集团有限責任公司、日信観光、北京衆信国際旅行社
上海	上海国旅国際旅行社有限公司、上海中旅国際旅行社有限公司、上海中国青年旅行社、上海錦江旅游有限公司、上海春秋国際旅行社有限公司、上海航空国際旅遊有限公司、上海携程旅遊網、上海中国婦女旅行社、上海驢媽媽興旅國際旅行社有限公司、上海新康輝国際旅行社有限公司、上海悠哉旅遊網
広州	広東省中国旅行社、広東国旅国際旅行社、広州広之旅国際旅行社、港中旅広東国際旅行社有限公司、広東省中国青年旅行社、広州東方国際旅行社、広東南湖国際旅行社
香港	東瀛遊(EGL)、星晨旅遊(MorningStar)、永安旅遊(WingOn)、專業旅運(TravelExpert)、安運旅遊(Wincastle)、新華旅遊(SunFlower)、縦横遊(Package Tour)、康泰旅行社(HongThai)

5) ヒアリング項目:

1. 2013年9月～2013年11月の送客実績と販売が好調だったエリア
2. 春節ツアーの販売状況(対象期間: 2014年1月26日～2月8日)
3. 桜ツアーの販売計画(対象期間: 2014年3月中旬～5月初旬)
4. 予約方法の割合について
5. よく使う宣伝方法について

6) 結果サマリー

1. 2013年9月～2013年11月の送客実績と販売が好調だったエリア
 - 定番エリア(東京、大阪、北海道)のほか、九州との回答も10社中7社が挙げた。
 - 温泉地として有名な箱根、別府も好調エリアとして挙げられた。
2. 春節ツアーの販売状況(対象期間: 2014年1月26日～2月8日)
 - 10社中、7社が昨年と比較して、売れ行きが好調と回答。うち、1社が昨年の200%という絶好調。
 - 東京、大阪、北海道は依然として人気。
3. 桜ツアーの販売計画(対象期間: 2014年3月中旬～5月初旬)
 - おすすめの花見スポットとして、東京千鳥淵公園、静岡河津桜、滋賀琵琶湖といった具体的な回答があった。
 - ツアー料金は平均8,000元前後。
4. 予約方法の割合について
 - 店舗予約が全予約の50%以上を占めている旅行会社は10社中、7社。
 - 店舗予約の割合がまだ高い。⇒販売員への教育が不可欠。
5. よく使う宣伝方法について
 - 自社広告活用は10社中9社がしていると回答し、10社中2社が最も活用していると回答した。
 - 新聞広告活用は10社中8社がしていると回答し、10社中5社が最も活用していると回答した。

1. 2013年9月～2013年11月の送客実績と販売が好調だったエリア

- 定番エリア(東京、大阪、北海道)のほか、九州との回答も10社中7社が挙げた。
- 温泉地として有名な箱根、別府も好調エリアとして挙げられた。

No.	エリア	2013年9月～2013年11月送客実績	販売が好調だったエリア
1	北京A社	26団体、298人	東京、大阪、三重、神奈川(箱根)、北海道
2	上海A社	75団体、1,085人	青森、北海道(函館)
3	上海B社	48団体、720人	長崎、鹿児島
4	上海C社	25団体、355人	大阪、東京、沖縄、和歌山、長崎、北海道
5	上海D社	82団体、2,010人	石川(小松) 黒部立山
6	上海E社	78団体、1,250人	九州
7	広州A社	325団体、1,233人	東京、大阪、北海道、沖縄、九州
8	広州B社	69団体、2,453人	九州
9	広州C社	61団体、930人	九州
10	香港A社	140団体、約7,800人	名古屋中部、飛騨高山、阿蘇、別府

2. 春節ツアーの販売状況(対象期間:2014年1月26日～2月8日)

- 10社中、7社が昨年と比較して、売れ行きが好調と回答。うち、1社が昨年の200%という絶好調。
- 東京、大阪、北海道は依然として人気。

No.	エリア	売れ行き	売れ行き(前年同期比)	人気のあるエリア (昨年から変化はあったか?)
1	北京A社	9団体、約270人	さほど変わっていない	東京、大阪。昨年と変化がない。
2	上海A社	約10,400人	約140% ↑	昨年と変化がない。
3	上海B社	6団体、約120人	約60%	さほど変わっていない
4	上海C社	20団体、約150人	約115% ↑	昨年と変化がない。
5	上海D社	43団体、1,200人	約150% ↑	昨年と変化がない。
6	上海E社	16団体、約450人	さほど変わっていない	東京、北海道。昨年と変化がない。
7	広州A社	20団体、約800人	約115% ↑	昨年と変化がない。
8	広州B社	23団体、約900人	約150% ↑	東京、大阪、北海道。昨年と変化がない。
9	広州C社	22団体、約700人	約200% ↑	北海道(函館)。昨年と変化がない。
10	香港A社	160団体、約5,000人	約120% ↑	北海道、大阪

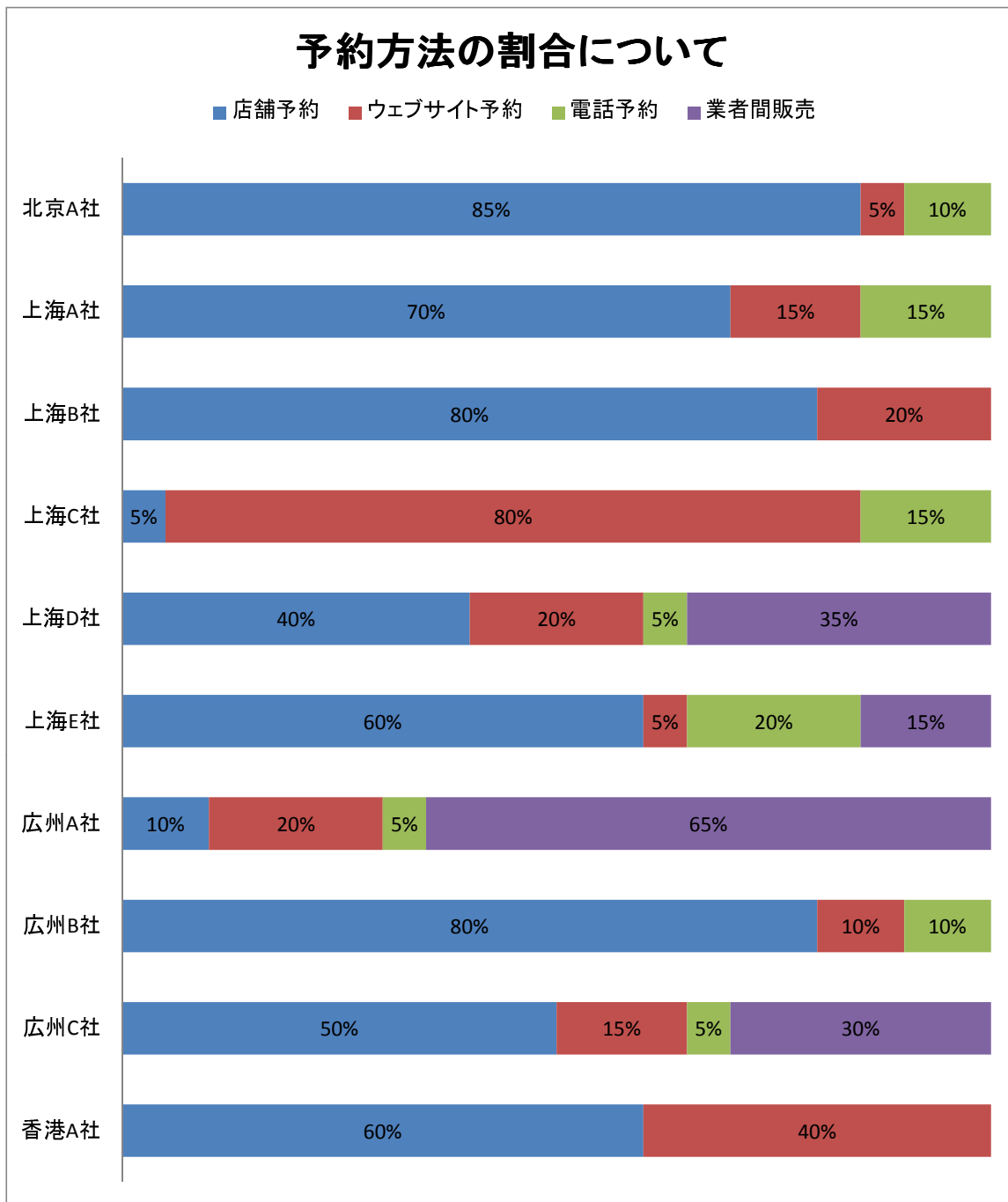
3. 桜ツアーの販売計画(対象期間:2014年3月中旬～5月初旬)

- おすすめの花見スポットとして、東京千鳥淵公園、静岡河津桜、滋賀琵琶湖といった具体的な回答があった。
- ツアー料金は平均8,000元前後。

No.	エリア	お勧めの桜ツアー	販売見込み	想定ツアー日数、料金
1	北京A社	九州、本州、北海道	8団体、240人	6日間、8,000元前後
2	上海A社	河津桜	20団体、700人	6日間、9,000元
3	上海B社	琵琶湖	6団体、200人	6日間、8,500元前後
4	上海C社	未定	10団体、200人	6日間、7,500元
5	上海D社	本州、沖縄、九州	30団体、780人	6日間、10,000元～
6	上海E社	ゴールデンルート、九州、東京	12団体、300人	6日間、8,000～10,000元
7	広州A社	伊豆、東京、大阪	25団体、750人	6日間、6,500～7,500元
8	広州B社	上野、新宿	25団体、730人	6日間、7,000元
9	広州C社	京都、大阪	10団体、350人	6日間、7,000元
10	香港A社	和歌山、東京千鳥淵公園	50団体、1,500人	5日間、HKD6,999～7,500

4. 予約方法の割合について

- 店舗予約が全予約の50%以上を占めている旅行会社は10社中、7社。
- 店舗予約の割合がまだ高い。⇒販売員への教育が不可欠。



※業者間販売とは、他社がキープしている予約人数を買い取ること。(自社で集客した旅行者と合わせてツアー化するため)

※上海C社はウェブ販売に注力しているため(実店舗は3軒のみ)、ウェブサイト予約の割合が高くなっている。

5. よく使う宣伝方法について

- 自社広告活用は10社中9社がしていると回答し、10社中2社が最も活用していると回答した。
- 新聞広告活用は10社中8社がしていると回答し、10社中5社が最も活用していると回答した。

No.	エリア	新聞 広告	チラシ	屋外 広告	自社サイト 広告	リスティング 広告	アドネットワーク 広告	その他
1	北京A社		①		②			③ 業界誌広告
2	上海A社	①	②		④	⑤		③ 店頭広告
3	上海B社	①	②					
4	上海C社				①	②	③	
5	上海D社	②		④	①			③ 雑誌広告
6	上海E社	①	③		②			
7	広州A社	②			③			① 業界誌広告
8	広州B社	①	②	④	③	⑤	⑥	
9	広州C社	②	①	④	③	⑤	⑥	
10	香港A社	①		② バス広告	③			