

**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.18



2014年3月31日

GMOチャイナコンシェルジュ株式会社

※本件調査結果は2014年3月17日～2014年3月21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

TEL.03-6892-9222／FAX.03-5728-7701

調査概要

- 1) 調査期間: 2014年3月17日～2014年3月21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责任公司、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 (PackageTour)、康泰旅行社 (HongThai)

5) ヒアリング項目と結果サマリー

1. 2013年の振り返り(2013年1月～12月)

- 8社のうち、6社は日本旅行の送客実績がUPしたと回答している。
- 2013年販売が好調だった国・地域に関して、日本、韓国、アメリカ、ヨーロッパのほか、エジプト、イランなどの回答もあった。
- 日本旅行商品の販売割合について、ツアー商品(航空券宿泊交通)が50～80%を占めていると、8社のうち7社が回答。

2. 2014年の見込と計画

- 流行ると見込まれる国・地域として、日本、韓国以外に、ハワイ、フランス、トルコなどの回答もあった。
- 2014の計画において、会社の方針として九州、北海道との回答が多かったが、担当者(回答者)自身の考えとしては九州が最も多かった(8社のうち4社)

3. 他国の宣伝手法

- 他国の宣伝手法において、5社のうち(無回答を除く)4社が、オーストラリア、韓国を例として挙げられている。
- 視察旅行、説明会の開催によって、販売実績に効果が見られたという。

4. 宿泊に関して

- ゴールデンルート(東京、大阪など)以外に、九州、山口県の宿泊情報が知りたいとの回答もあった。
- 相場として、8社のうち6社は一泊4,000～6,000円の宿泊が知りたいと回答。
また、一泊12,000～20,000円の宿泊が知りたいと回答した旅行会社も2社あった。

5. 施設と交通に関して

- 地域、施設タイプともに東京、大阪の大型ショッピングモールと、回答が集中している(8社のうちに4社)
- 知りたい交通情報はJRをはじめ、鉄道系の回答が多かった(8社のうちに6社)

6. 2013年12月1日～2014年2月28日の振り返り

- 日本旅行の販売状況が前年同期と比べて、全社がUPしていると回答。うち、2社が2倍以上も成長している。
- 同期間中に販売が成功した国・地域として、台湾、オーストラリア、ニュージーランドと大きく3つに分けている。
- 日本旅行商品の販売割合について、ツアー商品(航空券宿泊交通)が50～80%を占めていると、8社のうち7社が回答。

7. 2014年4月の販売計画

- 会社として注力したいエリアにおいて、東京、九州のほか、青森、四国、北陸、中国地方との回答も見られた。
- テーマとしては温泉(3社)、グルメ(3社)と大きく2つに分けている。

8. 自社への他国の営業活動について

- 自社に営業活動を行った国・地域として、8社のうちに3社が韓国と回答。また、パラオ、バルカン半島との回答もあった。
- 宣伝手法としては、説明会、視察旅行が多かった(8社のうち5社)

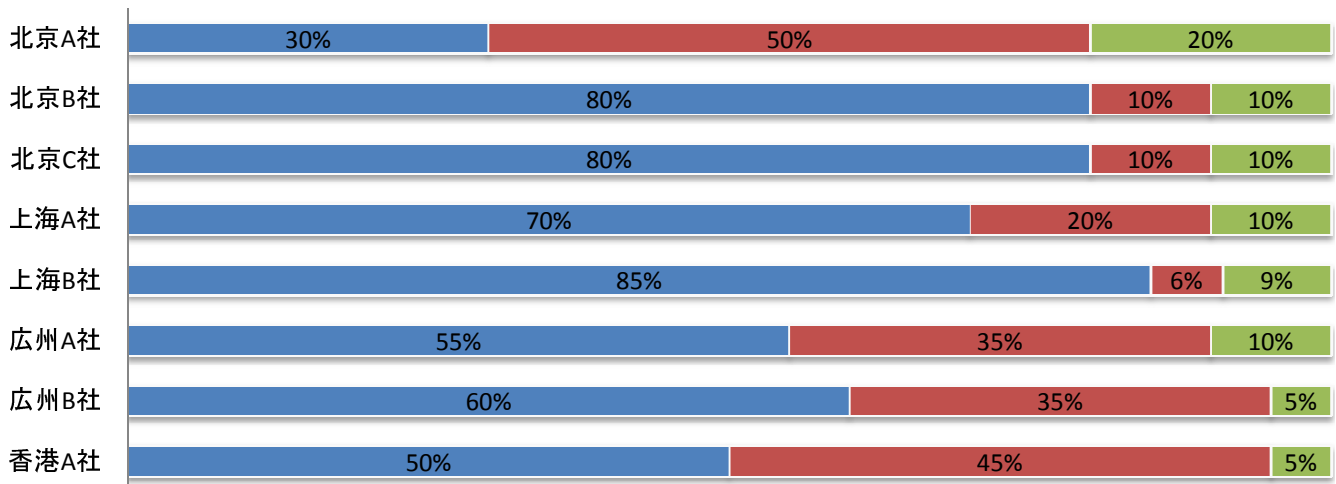
1. 2013年の振り返り(2013年1月～12月)

- 8社のうち、6社は日本旅行の送客実績がUPしたと回答している。
- 2013年販売が好調だった国・地域に関して、日本、韓国、アメリカ、ヨーロッパのほか、エジプト、イランなどの回答もあった。
- 日本旅行商品の販売割合について、ツアー商品(航空券宿泊交通込)が50～80%を占めていると、8社のうち7社が回答。

No.	エリア	2012年と比べ、日本旅行の送客状況	2013年販売が好調だった国・地域とその企画内容&宣伝手法
1	北京A社	130% ↑ 当社はFITのビザ申請代行を中心に、2,000件程度の実績を残している。	【国・地域】 韓国 【企画内容】 芸能人ライブ 【宣伝手法】 広告
2	北京B社	120% ↑	【国・地域】 日本 【企画内容】 半個人旅行がおすすめポイント。 ※半個人旅行： 団体ツアー日程の一部に自由活動が組み込まれるタイプ。 【宣伝手法】 低価格
3	北京C社	団体客 92% 2012年は年間9,899人、2013年は年間9,183人。減少の理由は国際関係にあると考えられる。今年2014年は20,000人の送客を目指す。	【国・地域】 日本 【企画内容】 コスタ・クルーズ—海陸空宴会 【宣伝手法】 説明会、広告
4	上海A社	105% ↑	【国・地域】 アメリカ 【企画内容】 イエローストーン国立公園 【宣伝手法】 チラシ、店頭広告
5	上海B社	回復している。特に今年2014年1Qは昨年同期比成長している。	【国・地域】 ヨーロッパ 【企画内容】 ディープツアー、テーマツアー 【宣伝手法】 記事広告、業界視察
6	広州A社	85%	【国・地域】 エジプト 【企画内容】 ショッピング、観光スポット(風景) 【宣伝手法】 説明会
7	広州B社	140% ↑	【国・地域】 台湾、イラン 【企画内容】 低価格 【宣伝手法】 フォーラム
8	香港A社	団体客 130% ↑	【国・地域】 マレーシア 【企画内容】 ロケ地巡り 【宣伝手法】 ドラマ効果

日本旅行商品の販売割合

■ ツアー商品(航空券宿泊交通込み) ■ 航空券+宿泊のみ ■ 航空券単独or宿泊単独



2. 2014年の見込と計画

- 流行ると見込まれる国・地域として、日本、韓国以外に、ハワイ、フランス、トルコなどの回答もあった。
- 2014の計画において、会社の方針として九州、北海道との回答が多かったが、担当者(回答者)自身の考えとしては九州が最も多かった(8社のうち4社)

No.	エリア	流行ると見込まれる 国・地域とそのテーマ	2014年注目されている日本の地域とテーマ	
			会社の方針	個人の考え
1	北京A社	【国・地域】 日本 【テーマ】 日本個人旅行	【地域】 東京 【テーマ】 東京半個人旅行	【地域】 北海道 【テーマ】 温泉とお花見
2	北京B社	【国・地域】 日本 【テーマ】 半個人旅行	【地域】 九州 【テーマ】 グルメと文化	【地域】 九州 【テーマ】 グルメと文化
3	北京C社	【国・地域】 ハワイ 【テーマ】 ハワイのリゾート、離島	【地域】 北海道 【テーマ】 温泉とグルメ	【地域】 九州と本州 【テーマ】 コストパフォーマンスが良い内容
4	上海A社	【国・地域】 日本、韓国 【テーマ】 プリンセス・クルーズ	【地域】 北海道 【テーマ】 四季風景	【地域】 九州 【テーマ】 温泉、グルメと特徴のあるホテル
5	上海B社	【国・地域】 フランス 【テーマ】 中仏友好年 【国・地域】 韓国 【テーマ】 ロケ地巡り(星から来たあなた)	【地域】 関西と四国 【テーマ】 グルメ ※「和食」が世界遺産に登録されたため	【地域】 北海道と東京 【テーマ】 グルメと温泉(リゾート)
6	広州A社	【国・地域】 アメリカ 【テーマ】 ディープツアー	【地域】 長時間・長距離ルート 【テーマ】 ディープツアー、高級ツアー	【地域】 九州と関西 【テーマ】 温泉とお寺
7	広州B社	【国・地域】 アメリカ、カナダ、トルコ 【テーマ】 ショッピングフェスティバル	【地域】 九州 【テーマ】 温泉とグルメ	【地域】 九州 【テーマ】 温泉
8	香港A社	【国・地域】 大阪 【テーマ】 ハリーポッター(USJ)	【地域】 大阪と九州 【テーマ】 遊園地と温泉	【地域】 高松、四国 【テーマ】 自然風景

3. 他国の宣伝手法

- 他国の宣伝手法において、5社のうち(無回答を除く)4社が、オーストラリア、韓国を例として挙げられている。
- 視察旅行、説明会の開催によって、販売実績に効果が見られたという。

No.	エリア	国・地域とその宣伝手法例	宣伝効果
1	北京A社	【国・地域】 オーストラリア 【宣伝手法】 視察旅行、宣伝パンフレット(交通に関しては特に詳しく)、大手旅行社との提携、説明会の開催	すでに人気であり、今後ますますよくなっていくだろう。
2	北京B社	無回答	無回答
3	北京C社	無回答	無回答
4	上海A社	【国・地域】 東南アジア 【宣伝手法】 航空会社と連携し、格安航空券を販売	20%UP
5	上海B社	【国・地域】 オーストラリア 【宣伝手法】 イメージUP広告、視察旅行の開催	視察旅行は効果ある。日本の場合、当社とある自治体と提携し、新聞・チラシ・航空券支援などの宣伝をしていた。また、北陸行き商品は春節期間で売れていた。4月に関しては、一部引き続きPR中。
6	広州A社	【国・地域】 韓国 【宣伝手法】 大衆向けの説明会を開催(医療ツアーなど)、広告、経費支援	少し知名度が低い商品なので、効果はすぐには見られなかった。しかし、問い合わせが結構増えた。販売数は30%増加している。
7	広州B社	【国・地域】 韓国 【宣伝手法】 交流会の開催(美容、韓流スターなど)、経費支援	送客数50%UP。韓流ドラマに合わせたツアーも若者の人気を得ている。
8	香港A社	無回答	無回答

No.	エリア	日本旅行商品の販売支援に対する要望	見込まれる宣伝効果、または経験
1	北京B社	【要望】 possibleの限り九州旅行を売りたい。実務的な支援政策が望ましい。	宣伝後、売上が30%UPするだろう。
2	北京C社	【要望】 マスメディア(テレビ)または紙面広告出稿費の支援	送客数には10~20%の成長が見込まれる。
3	香港A社	【要望】 支援金のほか、ホテル、観光スポットの付加サービスの実施	たとえば高松栗林公園の無料入園と抹茶体験によって、送客数が80%増えた。

4. 宿泊に関して

- ゴールドルート(東京、大阪など)以外に、九州、山口県の宿泊情報が知りたいとの回答もあった。
- 相場として、8社のうち6社は一泊4,000～6,000円の宿泊が知りたいと回答。
また、一泊12,000～20,000円の宿泊が知りたいと回答した旅行会社も2社あった。

No.	エリア	どの地域の宿泊情報が知りたいか	どんな相場の宿泊施設が知りたいか
			①4,000円以下 ②4,000～6,000円 ③6000～8000円 ④8000～12000 ⑤12000～20,000 ⑥2万円以上
1	北京A社	京都	②4,000～6,000円/泊 ③6,000～8,000円/泊 ④8,000～12,000円/泊
2	北京B社	九州(福岡、長崎、熊本)	②4,000～6,000円/泊
3	北京C社	東京、大阪、京都、箱根	②4,000～6,000円/泊 ③6,000～8,000円/泊
4	上海A社	北海道	⑤12,000～20,000円/泊 ⑥20,000円~/泊
5	上海B社	東京駅周辺	③6,000～8,000円/泊 ②4,000～6,000円/泊 ⑤12,000～20,000円/泊
6	広州A社	東京、大阪	②4,000～6,000円/泊 ③6,000～8,000円/泊
7	広州B社	関西	②4,000～6,000円/泊
8	香港A社	山口	9,000円前後/泊

5. 施設と交通に関して

- 地域、施設タイプともに東京、大阪の大型ショッピングモールと、回答が集中している(8社のうちに4社)
- 知りたい交通情報はJRをはじめ、鉄道系の回答が多かった(8社のうちに6社)

No.	エリア	どの地域の施設情報が知りたいか？ また、施設のタイプは？	知りたい交通の情報は？
		1	北京A社
2	北京B社	【地域】 九州 【商業施設】 大型ディスカウントショップ(富裕層でも一般人でも楽しめる場所) 【レジャー施設】 温泉	無回答
3	北京C社	【地域】 東京、大阪、京都、奈良 【商業施設】 百貨店、アウトレット、大型ショッピングモール 【レジャー施設】 スキー場	JR
4	上海A社	【地域】 東京、大阪 【商業施設】 百貨店、特徴のある商店街 【レジャー施設】 テーマパーク	九州鉄道
5	上海B社	【地域】 東京 【商業施設】 大型ショッピングモール	リムジンバス
6	広州A社	【地域】 九州、中部 【商業施設】 大型ショッピングモール、アウトレット 【レジャー施設】 温泉、お花見のできる公園	新幹線
7	広州B社	【地域】 お台場、港区 【タイプ】 百貨店、アウトレット 【レジャー施設】 スキー場、温泉体験館	電車・地下鉄
8	香港A社	【地域】 自然環境 【商業施設】 深夜営業スーパー 【レジャー施設】 当地文化の体験施設	観光列車

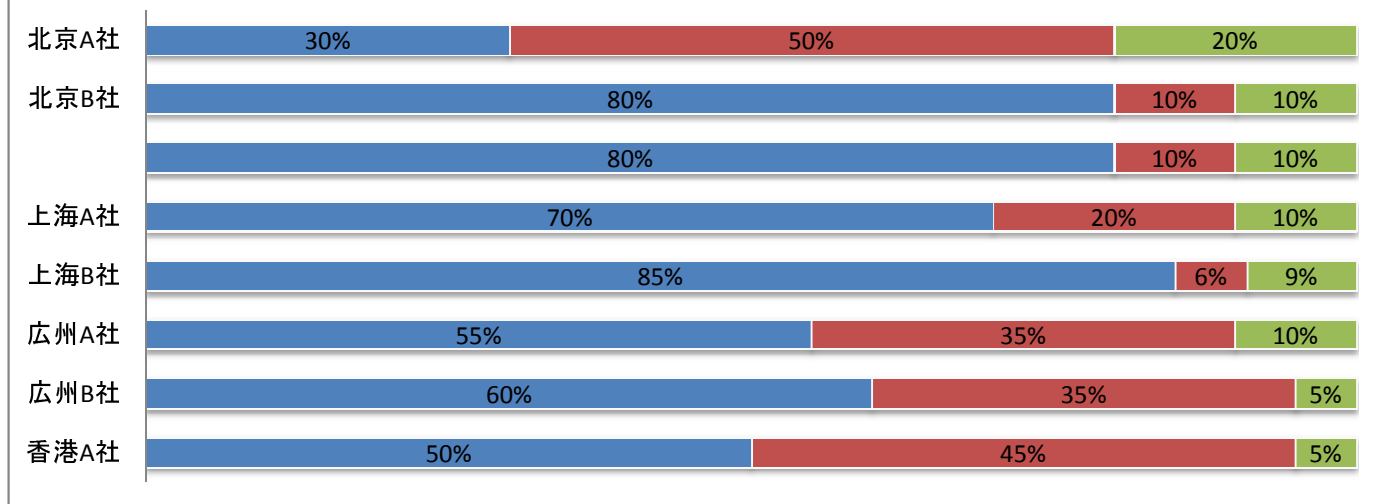
6. 2013年12月1日～2014年2月28日の振り返り

- 日本旅行の販売状況が前年同期と比べて、全社がUPしていると回答。うち、2社が2倍以上も成長していると回答。
- 同期間中に販売が成功した国・地域として、台湾、オーストラリア、ニュージーランドと大きく3つに分けている。
- 日本旅行商品の販売割合について、ツアー商品（航空券宿泊交通込）が50～80%を占めていると、8社のうち7社が回答。

No.	エリア	日本旅行における、前年同期比の送客状況	同期間中、販売成功した ①国・地域（中国国内外不問） ②企画内容 ③宣伝手法
1	北京A社	成長している。 個人旅行で700人の送客ができた。	【国・地域】 台湾 【企画内容】 台湾周遊8日間 【宣伝手法】 広告
2	北京B社	130% ↑	【国・地域】 台湾 【企画内容】 台湾8日間 【宣伝手法】 低価格
3	北京C社	300% ↑	【国・地域】 ハワイ 【企画内容】 ハワイ8日間 【宣伝手法】 広告
4	上海A社	110% ↑	【国・地域】 ニュージーランド 【企画内容】 南島 【宣伝手法】 紙媒体広告、地下鉄広告
5	上海B社	220% ↑ 2012年は尖閣問題の影響が大きかった。	【国・地域】 オーストラリア、ニュージーランド 【企画内容】 おいしい空気を楽しもう 【宣伝手法】 ネット、テレビ広告
6	広州A社	200% ↑	【国・地域】 オーストラリア 【企画内容】 行程表の内容 【宣伝手法】 広告
7	広州B社	130% ↑	【国・地域】 台湾 【企画内容】 親会社と連携し、「万人遊台湾」 【宣伝手法】 広告、旅行展覧会
8	香港A社	120% ↑	【国・地域】 マレーシア 【企画内容】 ロケ地巡り 【宣伝手法】 ドラマ効果

日本旅行商品の販売割合

■ ツアー商品（航空券宿泊交通込み） ■ 航空券＋宿泊のみ ■ 航空券単独or宿泊単独



7. 2014年4月の販売計画

- 会社として注力したいエリアにおいて、東京、九州のほか、青森、四国、北陸、中国地方との回答も見られた。
- テーマとしては温泉(3社)、グルメ(3社)と大きく2つに分けている。

2014年4月、会社として注力したい日本の地域とそのテーマ		
1	北京A社	【地域】 東京 【テーマ】 東京半個人旅行
2	北京B社	【地域】 九州 【テーマ】 グルメと文化
3	北京C社	【地域】 九州と本州 【テーマ】 温泉
4	上海A社	【地域】 中国地方 【テーマ】 自然風景と温泉
5	上海B社	【地域】 青森、四国と北陸 【テーマ】 アニメ、親子、グルメ、古跡
6	広州A社	【地域】 東京と北海道 【テーマ】 ディープツアー、高級ツアー
7	広州B社	【地域】 九州 【テーマ】 温泉、グルメと自然風景
8	香港A社	【地域】 大阪 【テーマ】 USJ

8. 自社への他国の営業活動について

- 自社に営業活動を行った国・地域として、8社のうちに3社が韓国と回答。また、パラオ、バルカン半島との回答もあった。
- 宣伝手法としては、説明会、視察旅行が多かった(8社のうち5社)

No.	エリア	国・地域とその宣伝手法	個人的にどうだった？ A)素晴らしい、またやって欲しい。 B)興味はあるが、目新しさはない。 C)全く意味が無い。
1	北京A社	【国・地域】 韓国 【宣伝手法】 宣伝会、視察旅行	A)素晴らしい、またやって欲しい。
2	北京B社	【国・地域】 パラオ 【宣伝手法】 説明会、プレゼン	B)興味はあるが、目新しさはない。
3	北京C社	【国・地域】 オーストラリア(オーストラリア政府観光局)、ニュージーランド(ニュージーランド航空) 【宣伝手法】 視察旅行、インセンティブ、説明会	A)素晴らしい、またやって欲しい。
4	上海A社	【国・地域】 多くの国 【宣伝手法】 広告支援	A)素晴らしい、またやって欲しい。
5	上海B社	【国・地域】 オーストラリア、ニュージーランド、スイス、フランス、アラブ首長国連邦 【宣伝手法】 視察旅行、店頭広告(広告費用、電気代支援)、チラシ制作費支援	A)素晴らしい、またやって欲しい。
6	広州A社	【国・地域】 オーストラリア、韓国 【宣伝手法】 広告	A)素晴らしい、またやって欲しい。
7	広州B社	【国・地域】 韓国 【宣伝手法】 説明会	B)興味はあるが、目新しさはない。
8	香港A社	【国・地域】 バルカン半島 【宣伝手法】 説明会	A)素晴らしい、またやって欲しい。