

中国・香港における訪日旅行取扱旅行会社
51社のヒアリング結果・発言録
～ツアー販売・催行状況と、目的地のトレンド～



2011年6月28日
株式会社チャイナ・コンシェルジュ

※本件調査結果は2011年6月27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:

株式会社チャイナ・コンシェルジュ 営業企画部 福島、菊地
東京都中央区銀座8-11-5正金ビル6階
TEL03/3573-1222/FAX.03-3573-1221

調査概要

- 1) 調査期間: 2011年6月22日～2011年6月27日
- 2) 対象都市: 瀋陽、大連、北京、青島、上海、南京、重慶、広州、深セン、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: 電話調査
- 5) サンプル数: 51社

瀋陽(3)	瀋陽中国旅行社、瀋陽青年国際旅行社有限公司、遼寧海外国際旅行社
大連(4)	大連山水旅行会社、大連市海外旅行社、大連市中国国際旅行社、大連市中国青年旅行社
北京(9)	中国国際旅行社総社有限公司、中商国際旅行社有限公司、北京神舟国際旅行社集団有限公司、中青旅控股股份有限公司、中国婦女旅行社、中国和平国際旅游有限責任公司、中国康輝旅行社集団有限責任公司、中信旅游総公司、携程旅遊
青島(3)	青島海外旅游有限公司、青島華青国際旅行社、中国国旅(青島)国際旅行社
上海(7)	上海中信国際旅行社、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
南京(1)	江蘇海外旅游有限公司
重慶(4)	重慶海外旅業集団海外旅游有限公司、重慶中国青年旅行社、重慶市中国旅行社有限公司、重慶天鷲国際旅遊有限公司
広州(7)	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
深圳(1)	深圳中国国際旅行社
香港(12)	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)、康泰旅遊(HongThai)、縦横遊(PackageTour)、日航天地旅游(JAL)、藍天假期(ANA)、至尊假日(Xpert Holidays)、國泰假期(cathay)

6) ヒアリング項目:

1. 訪日ツアーの販売・催行状況
2. 現在人気のツアー内容
3. ツアー販売再開までの取り組み
4. 新ツアー造成の有無(震災後)
5. 夏休みシーズンに向けて力を入れたい商品

調査結果サマリ

1. 訪日ツアーの販売・催行状況

- 前年に比べると、各社とも苦戦しているようであるが、今月は訪日ツアーの催行実績が出始めている。
- 送客人数を見ると、いち早くツアー販売を再開した香港各社の数が多い他、広州の各社の送客人数は大陸内の他都市に比べ多いのが特徴的。

2. 現在人気のツアー内容

- 全体の傾向として販売再開初期にあたるタイミングの為か、格安ツアーが人気との回答が大多数を占める。一方、7月からは通常価格に戻る為、消費者の募集に影響がでるのでは、と懸念する旅行社が見られた。
- 目的地は、北海道、関西、九州に加え、ゴールデンルートとの回答が5月に比べ増加傾向にある。

3. ツアー販売再開までの取り組み

- 多くの旅行社では、ツアー販売再開に際し、新聞広告や、Web広告など、通常時と同じ宣伝手法を実施している。
- 広州の旅行社では、販売会のようなイベントを実施しているところが複数社みられる。大陸内の他都市に比べ、送客人数が多い要因の一つとも考えられる。

4. 新ツアー造成の有無(震災後)

- 震災後に新しいツアーの造成をしている会社は、全体の2/3程度。既存商品の販売をする旅行社が多数を占める。
- ツアー造成と関連して、日本のビザ条件緩和策がもたらす影響について注目している旅行会社が複数社見られる。

5. 夏休みシーズンに向けて力を入れたい商品

- 目的地としては、関西、北海道、沖縄に加え、ゴールデンルートをあげる旅行社が多くみられる。

1.訪日ツアーの販売・催行状況

- 前年に比べると、各社とも苦戦しているようであるが、今月は訪日ツアーの催行実績が出始めている。
- 送客人数を見ると、いち早くツアー販売を再開した香港各社の数が多い他、広州の各社の送客人数は大陸内の他都市に比べ多いのが特徴的。

No.	エリア	訪日ツアーの販売・催行状況
1	瀋陽A社	6月は100人にも行かず、芳しくなかった。現在お客様は日本の放射能に対してやはり心配している。食べ物が汚染されている、、、等。
2	瀋陽B社	4団体、で約100名でしたが、去年もこんなものでした。現在多くのお客様は、まだ放射能が心配のようだ。
3	瀋陽C社	40名前後いたが、去年より少ない。しかし、想定していたよりはマシだった。
4	大連A社	4団体、計約100名のツアーが催行された。
5	大連B社	3団体、計約60名が催行された。
6	大連C社	親族団体が6団体、合計約150名のツアーが催行された。
7	大連D社	商務及び親族の団体が10団体、合計約300人のツアーが催行された。
8	北京A社	7月に、10団体約250人がツアーで送客出来そう。
9	北京B社	毎月ばらばらと、2団体程度がリテールで売れている。商務団体が中心。ホールセラーとしての商品なら、毎月10数個の商品が売れている。
10	北京C社	北海道行きファミリーツアーが、やっと1団体、25名催行できそう。格安ツアーではなく、通常の値段の商品を販売している為、なかなか催行するに至らない。
11	北京D社	関西・大阪のツアーが、3団体約100名程度売れた。比べても仕方ないが、去年は同じ時期70団体も催行できた。問い合わせをくれるお客様は依然少ない。
12	北京E社	関西、北海道が目的地のツアーが、4団体分売れた。
13	北京F社	6団体、計150人前後。
14	北京G社	6団体、計100人前後。
15	北京H社	5団体のみ。去年の1割にも満たない。お客様からの問い合わせは依然少ない。問い合わせの内容は値段についてが中心。
16	北京I社	-
17	青島A社	お客様はととも少ない。現在2団体催行できた程度。去年とは比べ物にならない。お客様からの問い合わせがあるが、未だに慎重な様子で、他に選択肢があると、日本は選ばれにくい。
18	青島B社	まだツアー催行には至っていない。しかし、問い合わせは徐々に多くなってきている。依然日本の放射能問題は心配されているようで、去年は親子で、夏休みの商品が人気だったが、今年はなくなった。
19	青島C社	2団体計50人未満の催行にとどまっている。
20	上海A社	中旅と合併したので、BtoBの海外旅行が中心。
21	上海B社	状況は非常に悪い。3~4団体程度で100人も送客出来ていない。去年と比べても仕方がないが、依然多くのお客様が日本の状況を心配していると思う。
22	上海C社	去年と比べても仕方ないが、2団体のみ催行。問い合わせも多くな、まだお客様の日本に対する印象は戻っていないと感じる。
23	上海D社	まだ催行には至っていないが、来週からいくつかツアーが出発する。去年に比べればお客様は減っているし、今は関西エリアが注目されていると思う。
24	上海F社	販売再開から合計200名程度を送客。去年よりは少ない。しかし、地震直後のような心理的な抵抗は徐々に減少しているようで、東京—大阪のゴールデンルートも回復を始めていると思う。
25	上海G社	3団体、合計280名分を催行。去年とあまり変わらない。新しい香川のコースを作ったが、これの反響は悪くない。現在お客様の関心は関西エリアが中心。でも、徐々に東京や富士山に対するお問い合わせが増え始めていると感じている。
26	上海H社	去年とは比べ物にならないが、6月中旬に13団体を送客した。まずまずの結果だと思う。今は日本旅行の問い合わせをしてくれるお客さまも増え始めているが、おそらく3年のマルチビザ政策のニュースが追い風になっているのだと思う。
27	南京A社	80~100名を送客。去年より当然少ないし、問い合わせも多くない。今日本に行きたがるお客様自体多くない。お客様の希望する休みのスケジュールが合わない時は、日本をすすめているが、お客様も「考えます」と言うばかりで、申込にはまだつながりにくい。
28	重慶A社	2団体を送客。お客様は少ない。
29	重慶B社	団体ツアーの催行には至っていない。10名程度の個人のお客様がいたぐらい。
30	重慶C社	ツアー催行には至っていない。
31	重慶D社	6月は3団体、合計100名を送客。7月にはもっと多く催行できそう。
32	広州A社	30団体、合計750名を送客。
33	広州B社	合計800人前後を送客。
34	広州C社	1400人前後を送客。
35	広州D社	6団体を送客。
36	広州E社	9団体を催行。
37	広州F社	催行には至らず。6月から募集を始めたばかり。
38	広州G社	400名前後を送客。
39	深圳A社	約900人を送客。
40	香港A社	140団体、約4000人を催行。沖縄、北海道、大阪が中心。観光、ショッピング目的いずれのお客様もいる。日本旅行に対する見方は正常に戻りつつあると思う。

No.	エリア	訪日ツアーの販売・催行状況
41	香港B社	4～5月は送客なし。6月から再開したばかり。6月のお客様は去年に比べ30-40%の減少。しかし、被災地以外はほぼ回復基調にある。現在問い合わせが多いのは、沖縄と東京。
42	香港C社	100団体を催行。去年に比べ40%程度の減少。お客様からの問い合わせで多いのは、北海道(花畑と温泉)、沖縄(ビーチ)が中心。日本旅行に対する態度は正常化していると思う。
43	香港D社	パッケージが中心で団体ツアーはほぼない。3～4月は前年比80%の減少であり、大阪や沖縄に関する問い合わせが中心だった。5月からは東京のパッケージが徐々に回復を始め、今では放射能問題のある被災地以外は、いずれも安全で旅を楽しめる、という認識になってきていると思う。
44	香港E社	団体ツアーはなく、パッケージのみ。具体的な数字は示せないが、前年同時期より60%は減少している。お客様からの問い合わせは沖縄、大阪が中心で、目的は観光やショッピングが中心。多くのお客様は、値段の安さに惹かれて申込に来ていると思う。
45	香港F社	5月中旬から日本の団体ツアーが再開。約25団体、300人を送客している。前年より80%程度も減少。沖縄と北海道に行く人が多く、値段が安いことが大きな要因になっている。
46	香港G社	去年に比べ約半分程度。お客様からの問い合わせで多いのは、大阪、九州、北海道の団体ツアー、中部の名古屋も最近人気。
47	香港H社	お客様からは大阪、九州、北海道、沖縄の問い合わせが多い。5月以前は前年より80%も減少していたが、今は回復基調。放射能から遠い場所は、安心して行けると認識されるようになっている。
48	香港I社	具体的な数字はまだ出ていないが、去年の半分程度。お客様からの問い合わせは大阪、北海道が中心。大阪や九州は、安全と思われると思う。
49	香港J社	パッケージだけで団体ツアーはない。具体的な数字は示せないが、去年の半分といった感じ。お客様からは大阪、北海道の問い合わせが多い。
50	香港K社	団体ツアーはなく、FITのみ。多くのお客様は大阪や沖縄に行っている。最近徐々に東京に行くお客様も増えている。
51	香港L社	FITで約1500名を送客している。4月の時点では、前年より93%も落ち込んだ。目的地は大阪が中心。

2.現在人気のツアー内容

- 全体の傾向として販売再開初期にあたるタイミングの為か、格安ツアーが人気との回答が大多数を占める。一方、7月からは通常価格に戻る為、消費者の募集に影響がでるのでは、と懸念する旅行社が見られた。
- 目的地は、北海道、関西、九州に加え、ゴールドルートとの回答が5月に比べ増加傾向にある。

No.	エリア	現在人気のツアー内容
1	瀋陽A社	本州ルート。5月の航空会社だした施策のおかげで、値段を安く押さえることが出来た。今また値段は徐々に高くなりつつあり、集客が難しくなっている。
2	瀋陽B社	航空会社の施策のおかげで、安いツアーが出来た。
3	瀋陽C社	本州ルート。値段が4000元前後と非常に格安。7月以降は5500元くらいまで戻りそう。
4	大連A社	関西
5	大連B社	関西、北海道
6	大連C社	北海道、ゴールドルート
7	大連D社	北海道のみのツアー、関西、ゴールドルート
8	北京A社	北海道、九州、ゴールドルート、関西。本州6日間、5600元のものが比較的人気。
9	北京B社	関西が多い。
10	北京C社	催行には至っていないが、ラグジュアリーツアーを推して行きたい。格安ツアーを作る必要を感じない。安くすると市場全体に影響してしまう。例えば、九州5日間、東京・大阪の豪華ツアーなら8000元はする。でも値段が高いと、問い合わせはあっても申込につながりにくいのも事実。
11	北京D社	大阪のみの4日間のような、短期のツアーが人気。値段は5000元と格安。一方、北海道のみ、または北海道+東京の6日のツアーもあるが、値段は9000円で、今のところ催行人数に至っていない。
12	北京E社	関西、北海道。知名度もあるし、東京以外では最も歓迎される目的地。
13	北京F社	関西
14	北京G社	関西、北海道。東北地方から遠い。また今は格安ツアーが人気。
15	北京H社	関西の4日程度の旅程が短い格安ツアー。
16	北京I社	関西、北海道が人気。値段は5000元以下で、4~5日のものが多い。売れる要因は値段の安さだとおもう。
17	青島A社	やはりゴールドルート。全日空の豪華ツアーは、価格もたったの6000元だった。
18	青島B社	-
19	青島C社	ゴールドルート
20	上海A社	
21	上海B社	関西、北海道。値段も以前と同じ。特に下げてはいない。
22	上海C社	やはりゴールドルートがメイン。値段も割安。
23	上海D社	ゴールドルートが中心。6月なら値段も格安。7月からは元の値段に戻る予定。
24	上海F社	回復したばかりのころは、大阪や九州が人気だった。要因は値段の安さだったと思う。最近では東京-大阪の従来のツアーも回復基調にある。でもこれらも値段が安いので、旅行会社にとってはうれしいばかりではない。
25	上海G社	香川、大阪、神戸等、関西及びその周辺が中心。春秋航空が新しい就航路線を開拓した為。
26	上海H社	やはりゴールドルートが人気。今なら値段も格安。
27	南京A社	関西ルートは値段が3000元未満と格安で人気。しかし7月からまた元の値段に戻る為、お客様も少なくなっている。
28	重慶A社	4000元前後の格安ツアーが人気。
29	重慶B社	本州が人気。今なら値段も安い為。
30	重慶C社	よくわからない。
31	重慶D社	ゴールドルート。6月は値段も安い。
32	広州A社	関西、北海道のみのツアーが人気。ゴールドルートは少ない。
33	広州B社	大阪、関西、東京、北海道、九州など。5000元以下のツアー。
34	広州C社	関西、東京、北海道。
35	広州D社	関西、東京+北海道、北海道のみの5日間で、3000~6000元のツアーが人気。7月は北海道がメインになると思う。被災地からも遠く、宿泊施設やバスの優待があるから。
36	広州E社	商務旅行が中心。関西が人気。
37	広州F社	おススメは関西。3000元前後と格安。
38	広州G社	関西、東京、北海道の格安ツアーが人気。
39	深圳A社	関西と、東京+北海道のツアーが人気。
40	香港A社	HKD\$2999-6999のものが中心。20-40%offしているからお客様は来る。結局セールスポイントも格安であることになる。
41	香港B社	HKD\$3500-4500のツアー。
42	香港C社	大阪、沖縄、北海道のHKD\$4999-5999のツアー。従来より値段も格安。
43	香港D社	HKD\$2690程度のパッケージ。航空券もホテルも今みな割引しているからこの値段。セールスポイントは結局安さである。
44	香港E社	4-5日で、\$2000-\$3000のツアーが人気。安いから。
45	香港F社	\$2788~の沖縄の商品。福島から遠く、ホテルや行程は通常のものとは変わらないのに、値段がかなり安い為。
46	香港G社	\$5000前後のツアー。値段が安いので、若い人には魅力なのではないか。
47	香港H社	\$4500-\$6500前後のツアー。
48	香港I社	\$2300-\$3500のツアー。福島から遠く、格安のツアーが人気。
49	香港J社	-

No.	エリア	現在人気のツアー内容
50	香港K社	HKD\$2999前後の格安ツアー。
51	香港L社	HKD\$2389~の大阪ツアー。大阪は安全と思われており、値段も安いツアーだから。

3. ツアー販売再開までの取り組み

- 多くの旅行社では、ツアー販売再開に際し、新聞広告や、Web広告など、通常時と同じ宣伝手法を実施している様子。
- 広州の旅行社では、販売会のようなイベントを実施しているところが複数社みられる。大陸内の他都市に比べ、送客人数が多い要因の一つとも考えられる。

No.	エリア	ツアー販売再開までの取り組み
1	瀋陽A社	日本に視察にも行ってはいない。新聞に広告を掲載する程度。
2	瀋陽B社	九州に視察に行った。また、今は新聞広告をしている。
3	瀋陽C社	日本へ視察旅行には行ってない。新聞で広告を掲載する程度。
4	大連A社	視察ツアーには参加していない。新聞で宣伝する程度。
5	大連B社	新聞広告が中心。
6	大連C社	新聞と、店頭での宣伝が中心。
7	大連D社	新聞
8	北京A社	JNTO、九州、東京の視察ツアーに参加。プロモーションとしては、海外旅行保険をサービスという取り組みをしたが、結果はまあまあ程度。
9	北京B社	視察ツアーには参加していない。6月にJNTOが北京で開催した、表彰式に参加したのみ。
10	北京C社	JNTOの視察ツアーに参加。主に九州と東京エリアの視察だった。メディアの同行はなかった。BITEで日本の自治体が招待してくれると言ったが、具体的なことはまだ決まっていない。視察ツアーといえば、先般JNTOが表彰式を開催して、10社ほどが表彰された。送客人数が最も多い会社が対象だったようだ。あとは、JNTOが推薦する会社に来ていたようだ。
11	北京D社	東京経由で北海道の視察ツアーに参加。中国テレビ台や新聞メディアが招待されていた。東京地図株式会社と北海道が共催して、3グループ、3コースの視察ツアーが実施された。販促は、新聞、Webで廉価ツアーの広告をしたり、BITEに出たりした。
12	北京E社	視察ツアーには参加していない。激安ツアーの広告をしているぐらい。
13	北京F社	雑誌の広告で販促。
14	北京G社	視察にも行ってないし、特に特別な宣伝はしていない。様子見しながら廉価ツアーを販売している程度。
15	北京H社	視察ツアーには参加していない。新聞の宣伝は検討している。
16	北京I社	新聞広告、自社サイトでの宣伝、会員に対する会報など。
17	青島A社	広告出稿するぐらい。
18	青島B社	広告は出稿しているが、効果は芳しくない。
19	青島C社	視察ツアーに参加した。東京と九州へ行った。
20	上海A社	-
21	上海B社	今週日本に視察ツアーに行く予定。四国エリアを見てくる。現在広告はあまりやっていない。お客様が日本にあまり興味を持っていないから。
22	上海C社	日本の視察ツアーには参加していない。新聞広告を中心に宣伝活動をしているが、その広告は日本ツアー単独の広告ではない集合広告。
23	上海D社	視察ツアーに参加した。宣伝は新聞で広告をしている程度。
24	上海F社	九州と北海道の視察ツアーに参加した。宣伝活動は、やはり新聞広告が中心。
25	上海G社	新聞広告が中心。
26	上海H社	九州の鹿児島と、北海道の知床に視察に行った。現在は、新聞とネット広告をしている。
27	南京A社	新聞広告が多い。
28	重慶A社	新聞広告が多い。
29	重慶B社	日本には視察ツアーには行ってない。新聞広告が中心。
30	重慶C社	広告なら新聞に出しているが、効果はあまり良くない。お客様はまだ来てくれない。
31	重慶D社	新聞広告が中心。視察ツアーには社員は行かせていない。
32	広州A社	新聞広告の掲載と、店頭での宣伝が中心。
33	広州B社	視察ツアーには参加していない。販売会を実施したり、新聞の旅行面に広告を掲載している。
34	広州C社	JNTOの招待で九州の視察に行った。新聞広告や販売会等をして宣伝している。
35	広州D社	販売会を6月中に3回実施。それ以後は、不定期に同様のイベントを実施予定。
36	広州E社	新聞広告。視察ツアーには参加していない。
37	広州F社	新聞での宣伝。視察ツアーには参加していない。
38	広州G社	販売会をしたり、新聞の旅行面に広告を掲載している。店頭でも「日本がんばれ！」をテーマにした販促活動をしている。
39	深圳A社	視察ツアーには参加していない。香港の団体の回復が早く、それを参考にした。香港経由で5月に団体を送客している。宣伝は新聞が中心。
40	香港A社	自分自身で現地視察をし、広告には「地震発生なら返金」と明記した。店頭販促はいつもと同様。
41	香港B社	現地視察に行った。Web、街頭広告などに出稿。
42	香港C社	現地視察に行った。Web、街頭広告などに出稿。
43	香港D社	現地視察には行ったが、震災後2週間は特に販促はしていない。
44	香港E社	現地視察後、店頭の体制を強化し、Webを使って宣伝を実施。
45	香港F社	日本部の社員が沖縄と北海道に視察に行った。Webでの宣伝や、優待ツアーを作ったりした。
46	香港G社	現地視察には行った。広告出稿、Webや、街頭広告でも宣伝を行った。
47	香港H社	現地視察には行った。広告出稿、Webでの宣伝も行ったが、反応は芳しくない。
48	香港I社	視察には行ってない。広告やWebでの宣伝が中心。
49	香港J社	視察には行ってない。広告やWebでの宣伝が中心。

No.	エリア	ツアー販売再開までの取り組み
50	香港K社	現地視察に行ったが、広告に投資するのは効果が期待できないので積極的にしていない。
51	香港L社	現地視察には行っていない。Web上でUSJの割引チケットを宣伝したりした。

4.新ツアー造成の有無(震災後)

- 震災後に新しいツアーの造成をしている会社は、全体の2/3程度。既存商品の販売をする旅行社が多数を占める。
- ツアー造成と関連して、日本のビザ条件緩和策がもたらす影響について注目している旅行会社が複数社見られた。

No.	エリア	新ツアー造成の有無(震災後)
1	瀋陽A社	今のところ実施していない。瀋陽市場はやはりゴールデンルートが中心。他の目的地をプロモートするのはかなり難しい。
2	瀋陽B社	今のところない。九州に視察に行ったが、ホテルやレストランの値段が高く、団体ツアーには適さない。観光スポットは良かったが、細かい手配が必要になりそう。つまりオペレーションがしにくい目的地ということ。
3	瀋陽C社	予定なし。ここ1~2カ月の回復状況を見てから考える。
4	大連A社	今のところ予定なし。既存の商品を販売するのみ。これらの商品が回復中だから。
5	大連B社	予定はない。今はどれも売れず、楽観できる状況ではない。
6	大連C社	予定なし。人員体制も組み直し中で忙しい。お客様からの問い合わせも以前の2/3まで回復している。
7	大連D社	予定なし。主力商品は現有商品。新商品は今年は作らないと思う。回復の最中であるし、集客ができるとは思えない。
8	北京A社	関西5日、九州4日等、関西と九州は新しいルートです。お客さまの需要もあるので開発しました。
9	北京B社	九州、富山、長野と立山黒部。
10	北京C社	新しいコースは開発していない。現有のコースですら集客がままならない為、何とも言い難い。沖縄もカイサーが安くチャーターのツアーを作っている為、沖縄もやる気はない。その他というと、富山エリアは検討してみたい。
11	北京D社	実施していない。現有の商品も売れないのに、新しい商品を作ることはしない。今はこんな状況だが、徐々に回復していったら、岐阜、富山、沖縄等の商品を考えてみたい。
12	北京E社	新しいルートは開発していない。既存の商品も売れないので、新しいものを開発しても意味がないし、申込みないだろう。現在はまだ安さが追求されている。
13	北京F社	ANAとタイアップしたゴルフツアーを造成。ハイエンドなものを作りつづけ、値段を下げる商売は避けたい。
14	北京G社	実施していない。現有の商品が中心。そんな余力もないし、商況も芳しくない。
15	北京H社	今のところその予定はない。回復も完全にしていない為、その精神力もマンパワーもない。
16	北京I社	新しいルートは作っていない。従来のツアーを継続販売しているのみ。沖縄の値引きは非常に大きく、5日で4999円で、2人同時に申込をしてくれたら、2人目は2000元値引き、、、のような形でやっている。今はそういう手法でしか、お客様を捕まえられない。
17	青島A社	今のところない。5月より福岡エリアのツアーをテスト的に販売してみたが、お客様からの反響はほとんどない。まだ様子見中。
18	青島B社	日本のビザに関する新政策を知った。青島も対象地域となったら、沖縄の商品を作りたい。
19	青島C社	今のところ予定なし。日本の九州に視察に行ったが、やはり初めて日本に行く人からしたら、ゴールデンルートが魅力的。九州は高収入のホワイトカラー向きの商品。
20	上海A社	-
21	上海B社	今のところ予定なし。今回四国に行く予定があるので、戻ってきてから考える。また、最近の集客の状況にもよる。
22	上海C社	今のところ予定なし。今後どうなるか不透明である為。しかし、日本のマルチビザの制度がもっと明確になったら、何か策を考えるかもしれない。
23	上海D社	新商品は作りたいが、具体的な内容は無い。
24	上海F社	今のところ予定なし。日本で視察したコースは、たいていが高額なものばかり。FIT向きではあるが団体向きではない。団体向けなら、結局東京や大阪が中心となる。
25	上海G社	香川以外は、沖縄や北海道のコースを作りたい。しかし、日本のビザの政策では、所得に対する条件が厳しいので、一筋縄ではいかない。
26	上海H社	その予定はない。
27	南京A社	今のところ新しいコースを作る予定はない。しかし本州ルート以外であれば、関西や北海道に力を入れたいと考えている。
28	重慶A社	沖縄のツアーを作ったが、どうオペレーションしてよいか、まだ模索中。また、日本のビザについて新政策が出るようだが、これが沖縄ツアーの追い風になると期待。
29	重慶B社	予定なし。夏の販売状況を見て決める。また、今は日本のビザの新政策に注目している。これが明確になったら、沖縄の商品に力を入れたいと思う。
30	重慶C社	今のところない。重慶のお客様は日本は1回で十分、という人が多く、新しいビザの政策も大きな魅力にはならないと思う。つまり旅行会社にとってもあまり大きな助けにはならないということ。それに3年のビザが欲しい人は、旅行会社の組んだ行程など気に入らないでしょう。
31	重慶D社	回復の最中なので、今のところ予定なし。
32	広州A社	九州オンリーのツアーを造成。この商品はずっと開発したいと思っていた。他の土地に比べ観光資源が比較的豊富。
33	広州B社	沖縄の商品を作った。他の激安ツアーは、本当に安すぎる。つまり新しいもので消費者の注目を集めたいと思っている。東京に何度か行ったことがある人は、他の場所にも行きたいと思うもの。九州と沖縄は良い場所だし、観光資源も沢山ある。
34	広州C社	ある。九州の4日間のツアーを作った。激安ツアーばかりではやっていけないので、価格競争が激しくないツアーを作ることで、逆に競争力をもちたい。
35	広州D社	以前作った沖縄5日間を少量販売。新規は特にやっていない。

No.	エリア	新ツアー造成の有無(震災後)
36	広州E社	今のところ予定なし。やるとしたら沖縄と九州のツアー。観光資源が比較的豊富で、ホテルやバスも団体を收容してくれるから。
37	広州F社	予定なし。年内は新ルートは作らない。ゴールデンルートを中心に販売。
38	広州G社	九州、黒部立山のツアーを作った。以前からやりたいと思っており、市場のニーズも感じており、また視察したホテルや観光地は何処も良かった。
39	深圳A社	長野、富山の黒部立山ルートの商品を開発。以前視察したのだが、定期的にやる価値のあるルートだとおもう。
40	香港A社	4日と短い商品を作った御蔭で、毎日2~3団体を集客できている。もっと多くのお客様に注目してもらう為には、日本現地の支援が必須と考える。
41	香港B社	ある。広島、四国を作ったが、お客様の反応は冷淡。
42	香港C社	沒有特別新的行程, 跟以往一樣, 最近的銷售情況理想。現階段為吸引新客戶, 便宜價格是必要的。
43	香港D社	ない。以前と同じものを販売している。
44	香港E社	新しいコースは販売していない。既存の西日本や沖縄の団体ツアーを販売している。
45	香港F社	既存のものと同様。販売状況は当然地震前より少なくなり、商品の価格も安くなった。
46	香港G社	新しいツアーは出していない。既存のツアーを販売している。新しいツアーの造成には、もっと状況が安定していたら沒有推出新的行程, 都只是用原有的行程。至於會不會推出新的行程還是要待情況再穩定一點, 旅客安心一點才打算。
47	香港H社	新しいツアーは作っていない。現有の西日本の団体か、沖縄の団体などを推している。
48	香港I社	西日本を中心にしたコースを作った。お客様を引き付ける為にも、新しいスポットを提案していくことはとても重要。多くのお客様は何度も日本に行っているから。
49	香港J社	大阪、沖縄のツアーを作った。
50	香港K社	4月と5月は何もしなかったが、現在は既存のツアーが回復基調にある。放射能問題があるエリアは除く。
51	香港L社	作った。黒部立山のツアー。しかし今のところ売れていない。

5.夏休みシーズンに向けて力を入れたい商品

- 目的地としては、関西、北海道、沖縄に加え、ゴールデンルートをあげる旅行社が多くみられる。

No.	エリア	夏休みシーズンに向けて力を入れたい商品
1	瀋陽A社	本州ルートの商品が中心。
2	瀋陽B社	ゴールデンルート
3	瀋陽C社	ゴールデンルート
4	大連A社	関西、北海道。
5	大連B社	北海道+東京のセット。
6	大連C社	ゴールデンルート
7	大連D社	ゴールデンルート
8	北京A社	富山を検討中。
9	北京B社	ホールセラーとしてBtoB向けの商品を中心にやっていく。北海道、ゴールデンルート、関西以西。
10	北京C社	今あるツアーは、ゴールデンルートと、九州のツアー。
11	北京D社	岐阜、富山、沖縄の商品は、まだ研究中。新商品ということであれば、これらが中心になるとおもう。
12	北京E社	関西、北海道が中心。4、5日のツアー。国慶節はまだ何も決まっていらないが、おそらくこれらの目的地と、ゴールデンルートを中心に据えたとおもう。
13	北京F社	関西と、北海道のみの、ラグジュアリーツアー。
14	北京G社	やはり関西以西のエリアか、北海道のみのツアーが中心になる。
15	北京H社	4日以内の短期のツアー。関西エリア。
16	北京I社	沖縄、北海道、東京の自由旅行で、5日以内の短期の商品を中心に販売。
17	青島A社	夏休み向けの商品。
18	青島B社	以前は学生の団体が中心だったが、今年はまだ分からない。
19	青島C社	中国人は自分の子供が重要なので、以前は学生向けの商品が中心だったが、今年の夏休みはあまりこういう商品は良くないと思う。国慶節にはゴールデンルートを中心にすると思う。
20	上海A社	-
21	上海B社	関西ルートを中心にする。
22	上海C社	ゴールデンルート
23	上海D社	まず7月は、ゴールデンルートを中心にしている。
24	上海F社	東京大阪のゴールデンルート。
25	上海G社	香川、大阪、神戸等の関西エリアが中心。
26	上海H社	ゴールデンルート
27	南京A社	夏休みならやはり本州のルートが中心。でもお客様の反応は分からない。
28	重慶A社	夏休みは、本州のルート。
29	重慶B社	本州。
30	重慶C社	本州ルート。しかし集客の状況からいうと、何とも言えない。
31	重慶D社	7月なら、夏休み向けの団体商品が中心。10月は今より状況が好転していると予想。となるとゴールデンルートを中心にしたい。
32	広州A社	ゴールデンルート、関西、北海道。
33	広州B社	ゴールデンルート、関西、北海道。
34	広州C社	関西エリア、沖縄エリア、北海道。
35	広州D社	北海道+東京のセット。
36	広州E社	ゴールデンルート、北海道、関西。
37	広州F社	ゴールデンルート、関西
38	広州G社	関西、北海道。
39	深圳A社	ゴールデンルート、関西エリア、北海道。
40	香港A社	夏休み商品は、5日程度の九州・沖縄・東京など。国慶節のツアーは未定。
41	香港B社	夏休みは、いろんなタイプのツアーを揃えているが、しかし4-5日程度かそれ以下のものが多い。
42	香港C社	夏休みは4泊5日のツアーを中心にしたい。目的地は放射能から遠い場所。香港返還記念や国慶節の休暇時向けの商品を作る予定はあるが、まだ計画中。
43	香港D社	夏休みは3泊4日ぐらゐの大阪、北海道、沖縄ツアーが中心。国慶節はまだ未定。
44	香港E社	夏休みシーズンは、4泊5日程度で、大阪、沖縄を中心にしたい。東京も回復基調にあるようだ。国慶節シーズンはまだ未定。
45	香港F社	既存のツアーを販促するのみ。3泊4日、または4泊5日の沖縄団体ツアーなど。国慶節シーズンはまだ計画中。
46	香港G社	夏休み向け商品。
47	香港H社	夏休みシーズンは、大阪、北海道の4-5泊のツアー。しかし、反響はあまり大きくない。
48	香港I社	夏休みシーズンなら、4泊5日の北海道、大阪のツアーが中心。まだ国慶節シーズンの予定は白紙。
49	香港J社	-
50	香港K社	夏休みシーズンは、4泊5日の西日本、沖縄、北海道がメイン。
51	香港L社	大阪2泊3日、福岡2泊3日、沖縄3泊4日or4泊5日など、いろいろ商品はあるが、まだ特別力を入れてはいない。