

中国・香港における訪日旅行取扱旅行会社
37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12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12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 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12月21日～2011年12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: 37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(2)	大連市海外旅行社、大連市中国青年旅行社
北京(6)	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、中国婦女旅行社、中国和平国際旅行有限責任公司、中国康輝旅行社集団有限責任公司
青島(1)	中国国旅(青島)国際旅行社
上海(5)	上海中旅国際旅行社有限公司、上海中国青年旅行社、上海錦江旅行有限公司、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)	海外旅游有限公司(南京中国国際旅行社)
重慶(3)	重慶中国青年旅行社、重慶市中国旅行社有限公司、重慶天鵝国際旅遊有限公司
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、港中旅广东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(8)	星晨旅遊(MorningStar)、永安旅遊(WingOn)、專業旅運(TravelExpert)、新華旅遊(SunFlower)、康泰旅遊(HongThai)、縦横遊(PackageTour)、藍天假期(ANA)、國泰假期(cathaypacific)

6) ヒアリング項目:

1. 11月20日～12月20日までの送客状況
2. 春節ツアーの販売数(昨年との比較(販売数))
3. 共同広告について

7) 結果サマリー

1. 11月20日～12月20日までの送客状況

- 目的地は、引き続きゴールデンルートの人気が高い。続いて北海道、大阪の順で名が挙がる。
- 集客状況については、香港が各社とも他都市と比べ300人～2100人と多い。

2. 春節ツアーの販売数(昨年との比較)

- 販売状況は対前年比で減少との声が依然ある一方、昨年と変わらないとの声もある。
- 今年の春節(2011年2月)と同じ等、尖閣問題の影響のあった昨年レベルへの回復を感じさせるコメントも得られた。

3. 共同広告について

- 大陸沿岸3大都市及び香港にて共同広告を実施したことがあると回答。
- 共同広告の効果を更に上げるための意見として、以下が挙げられた。
「広告を継続して欲しい」、「広告回数を増やして欲しい」、「販売イベントやWebを用いた広告を実施して欲しい」

1.11月20日～12月20日までの送客状況

- 目的地は、引き続きゴールデンルートの人気が高い。続いて北海道、大阪の順で名が挙がる。
- 集客状況については、香港が各社とも他都市と比べ300人～2100人と多い。

No.	エリア	11月20日～1カ月間の送客状況
1	瀋陽A社	1団体、人数ベースで26人。目的地は東京、北海道。
2	瀋陽B社	人数ベースで200人。目的地はゴールデンルート。
3	瀋陽C社	2団体、人数ベースで50人。目的地は本州。
4	大連B社	人数ベースで100人。目的地はゴールデンルート、北海道。
5	大連D社	人数ベースで100人。目的地はゴールデンルート、関西一帯。
6	北京A社	10団体、人数ベースで300人。目的地は本州がメイン。
7	北京B社	20団体、人数ベースで400人。目的地はゴールデンルート。
8	北京C社	7、8団体、人数ベースで120人。目的地はゴールデンルート、北海道。
9	北京E社	1～2団体、人数ベースで30。目的地は本州。
10	北京F社	3団体、人数ベースで60人。目的地は東京、大阪、北海道。
11	北京G社	5団体、人数ベースで150人。目的地はゴールデンルート。
12	青島C社	5団体、人数ベースで150人。目的地は北海道、本州。
13	上海C社	他社と合同でツアー形成。人数ベースで数10人。目的地は東京、北海道、大阪、京都、箱根。
14	上海D社	人数無回答。目的地は東京、大阪、沖縄。
15	上海E社	無回答
16	上海F社	40団体、人数ベースで1200人。目的地は東京、箱根、大阪、香川。
17	上海G社	人数無回答。目的地はゴールデンルート。
18	南京H社	人数ベースで150人。目的地は本州。
19	重慶B社	4団体、人数ベースで100人。目的地はゴールデンルート、北海道。
20	重慶C社	人数ベースで60-70人。目的地はゴールデンルート。
21	重慶D社	人数ベースで100人。目的地はゴールデンルート。
22	広州A社	人数ベースで600人。目的地はゴールデンルート、北海道。
23	広州B社	人数ベースで200人。目的地はゴールデンルート、北海道、関西一帯。
24	広州C社	30団体、人数ベースで700人。目的地はゴールデンルート、北海道に加え東京。
25	広州D社	人数ベースで150人。目的地はゴールデンルート、北海道(スキー)。
26	広州E社	10団体、人数ベースで200人。目的地はゴールデンルート。
27	広州F社	人数ベースで100人。目的地は関西九州、ゴールデンルート。
28	広州G社	人数ベースで400多人。目的地は北海道、東京、北海道一帯。
29	深圳A社	人数ベースで300人。目的地は北海道、関西。
30	香港B社	人数ベースで400人。目的地はゴールデンルート、その他の地域もあり。
31	香港C社	人数ベースで1300人。目的地は日本各地。
32	香港D社	人数ベースで1700人。目的地は日本各地(FIT)
33	香港F社	人数ベースで700人。目的地は日本各地。
34	香港G社	人数ベースで2100人。目的地は日本各地。
35	香港H社	人数ベースで1300人。目的地は日本全国各地。北海道が比較的人气あり。
36	香港J社	人数ベースで300人。目的地は北海道、東京、大阪(FIT)。
37	香港L社	人数ベースで1100人。目的地は大阪、名古屋、九州(FIT)。

2.春節ツアーの販売数(昨年との比較)

- 販売状況は対前年比で減少との声が依然ある一方、昨年と変わらないとの声もある。
- 今年の春節(2011年2月)と同じ等、尖閣問題の影響のあった昨年レベルへの回復を感じさせるコメントも得られた。

No.	エリア	春節ツアーの販売数(昨年との比較)
1	瀋陽A社	便が少ないので販売数は多くない。目的地はゴールデンルート。昨年と比べ変化なし。
2	瀋陽B社	目的地はゴールデンルート。販売数は昨年と比べ変化なし。
3	瀋陽C社	目的地は本州と福岡。昨年と比べて状況は良くない。
4	大連B社	4団体。目的地はゴールデンルート。昨年と変わらない水準。
5	大連D社	3団体。昨年と比べ変化なし。目的地はゴールデンルート、関西一帯。
6	北京A社	20団体、人数ベースで5-600人。今年の春節と比べて多い。
7	北京B社	30団体、人数ベースで600人。大阪、京都、神戸、北海道への団体。今年と変化なし。
8	北京C社	春節用のツアーは造成せず。販売状況は今年と変わらない。
9	北京E社	春節ツアーはまだ満席になっていない。昨年と同じ時期はほぼ販売が終わっていた。状況は依然として良くない。
10	北京F社	北海道への団体スキー客が人数ベースで300人。地震の影響で昨年と比べて少ない。
11	北京G社	人数ベースで280人。昨年と比べて変化なし。北海道が人気がある。
12	青島C社	目的地はゴールデンルート。今年は価格が高め。販売状況は昨年と比べ変化なし。
13	上海C社	人数ベースで20人。やはりゴールデンルートが多い。昨年と比べると状況は良くない。
14	上海D社	無回答
15	上海E社	ベースで700人。目的地は北海道、沖縄、九州。昨年と比べ変化なし。
16	上海F社	人数は不明。目的地はゴールデンルート。昨年と比べ10%ほど販売数は減少した。
17	上海G社	人数は不明。目的地は名古屋、大阪。昨年比べ若干減少。
18	南京H社	人数ベースで200人。北海道へのチャーター便でのツアー。昨年と比べ減少している。
19	重慶B社	3団体。目的地はゴールデンルート。昨年と比べ変化なし。
20	重慶C社	2団体。目的地は北海道、ゴールデンルート。昨年と比べ変化なし。
21	重慶D社	2団体。人数ベースで10人(FIT)。昨年と比べ変化なし。
22	広州A社	15団体。目的地は北海道、ゴールデンルート豪華ツアー。昨年と比べ、5、6団体が減少したが、価格は変化なし。
23	広州B社	10団体。昨年と比べ変化なし。目的地は北海道、ゴールデンルート。
24	広州C社	20団体。昨年と比べ販売数は10%減少。目的地は北海道、関西、ゴールデンルート。
25	広州D社	6団体。昨年と比べ変化なし。目的地は北海道(スキー)。
26	広州E社	5団体。目的地は北海道、ゴールデンルート。昨年と比べ変化なし。
27	広州F社	5団体、人数ベースで100人。昨年と比べ変化なし。目的地は北海道、東京の人気が高い。
28	広州G社	13団体。目的地は北海道。昨年と比べ変化なし。
29	深圳A社	6団体。全て豪華ツアー。目的地は北海道、東京。昨年と比べ大きな変化はなし。
30	香港B社	12団体。昨年と比べ変化なし。目的地は大阪、東京が比較的人气がある。
31	香港C社	13団体。昨年と変わらない。目的地は北海道が人気がある。
32	香港D社	人数ベースで400人。昨年と比べて大きな変化はなし。目的地は関西、北海道が比較的多い。
33	香港F社	10団体。未だ販売中。
34	香港G社	未集計
35	香港H社	13団体。昨年と変わりない。目的地は九州、北海道がよく売れる。
36	香港J社	未集計だが、大体人数ベースで100人。スキー商品に人気がある。
37	香港L社	人数ベースで500人。昨年と変わりない。目的地は大阪、九州が人気。

3.共同広告について

- 大陸沿岸3大都市及び香港にて共同広告を実施したことがあると回答。
- 共同広告の効果を更にするための意見として、以下が挙げられた。
「広告を継続して欲しい」、「広告回数を増やして欲しい」、「販売イベントやWebを用いた広告を実施して欲しい」

No.	エリア	共同広告について
1	瀋陽A社	実施したことがない。
2	瀋陽B社	実施したことがある。効果はよかった。(瀋陽ニュースに掲載された)
3	瀋陽C社	実施したことがない。
4	大連B社	実施したことがある。効果はまあまあ。内容をもっと具体的にすべき。例えば参加団体にプレゼントとか、割引とか。
5	大連D社	実施したことがある。効果はまあまあだったが特に印象に残っていない。
6	北京A社	実施し、部分的に効果あり。共同紙媒体の広告。
7	北京B社	実施した。効果は特にない。
8	北京C社	実施した。効果は様々。時間がなく、作りたい理想的な内容にするのが難しかった。
9	北京E社	実施したが広告効果は特になし。未だに人が集まらない。恐らく商品に問題があると思う。消費者は安いツアーを希望しているが、広告の商品は価格が高く特別なツアーな為。
10	北京F社	実施したことがない。
11	北京G社	春節期間にJNTOの賛助広告があった。効果はまあまあ。
12	青島C社	実施したことがある。効果はよかった。(今年は振興機構が多くの広告を制作した)継続することを望む。
13	上海C社	実施したことがない。
14	上海D社	実施したことがない。
15	上海E社	実施した。若干効果があった。
16	上海F社	香川県、佐賀県、鳥取県とともに実施した。自治体とも広告を制作したいが、他の機関とも共同広告を実施したい。
17	上海G社	以前実施した。効果はまあまあ。
18	南京H社	実施した。多少宣伝効果はあった。
19	重慶B社	実施したことがない。
20	重慶C社	実施したことがない。
21	重慶D社	実施したことがない。
22	広州A社	ひとつの支援として実施したことがある。日本の多くの地域は未だ中国人旅行客人認知されていないので、広告は知名度を上げる効果がある。全て同じではなく、各旅行社の要望を反映した広告が望まれる。
23	広州B社	実施したことがある。効果や反響がどのようなものだったか知らない。
24	広州C社	実施したことがある。広告はひとつの重要な手段だが、いつもどのくらい効果があったのかは把握していない。改善するとしたら、広告予算を増やすこと、様々な媒体で同時に実施するとか、規模を大きくして話題を作ることだと思ふ。
25	広州D社	実施したことがある。支援は当然良いことだが、他の方面への広告も考慮すべき。たとえば販売イベントなど。広告は効果が測りにくい。
26	広州E社	実施したことがある。効果はまあまあ。日本の新しい地域の広告を実施したいが難しく、各自治体が多少広告を実施する支援をしてくれればとても良い。
27	広州F社	実施したことがない。
28	広州G社	実施したことがある。効果はまあまあだと思うが、効果を判断するのは難しい。各自治体が積極的に広告予算を私たちに使ってくれることを期待する。販売イベントやインターネット広告などを実施するのも良いと思う。
29	深圳A社	実施したことがある。特に効果はなかったと思う。どれも形式的な広告だったので、もっと具体的な内容であれば、旅行社も手を広げやすい。
30	香港B社	実施したことがある。効果はまあまあだった。改善点は、各旅行社で要望が異なるので、それらの要望を生かした内容にして欲しい。
31	香港C社	実施したことがある。一定の効果があった。今のところ広告方法に特に問題はないと思う。
32	香港D社	実施したことがある。効果はとてもよかった。もっと回数を増やして欲しい。
33	香港F社	実施したことがある。インターネット広告部門や店舗方面はもっと広告を増やした方が良いかと思う。
34	香港G社	実施したことがある。とても効果があったと思う。特に改善する必要はない。
35	香港H社	実施したことがある。特に改善点はないと思う。広告回数を増やせばもっといいと思う。
36	香港J社	実施したことがある。もっと各自治体の共同広告が増えることを望む。
37	香港L社	実施したことがある。特に改善点は無し。