

中国の日本旅行市場を取り巻く状況及び往来再開に向けた取組みについて ～上海の主要旅行社へのヒアリングを中心に～

上海事務所長 末永 尚也

1. 中国の日本旅行市場を取り巻く状況について

日本政府は新型コロナウイルス感染症（以下「コロナ」という。）対策に係る水際措置を本年10月11日から見直し、外国人の個人旅行を認めるほか1日あたりの入国者総数の上限を撤廃する方針¹を示した。一方、中国では2020年4月に外交部より発出された海外旅行自粛要請通知が現在も引き続き有効であり、中国から海外への渡航は事実上不可能な状況が続いている。この要請が解除されない限り、中国現地旅行会社による海外旅行商品の販売は難しいが、中国へ入国する場合の隔離期間が短縮²されたことや、日本直行便が徐々に再開³されていることから海外旅行に対する意欲は高まっている。日本政府観光局（JNTO）の調査においても、海外旅行予定時期について訪日経験者（18～49歳）の約4割が「往来再開後すぐ」と回答。また、当該回答を含め回答者の約9割が「往来再開後1年以内」と回答（表1）、前年調査に比べても海外旅行への興味・関心は高まっていると言えるだろう。中国からの訪日客数は、コロナ感染拡大前の2019年には約960万人（クルーズ客含む）で国・地域別で1位、旅行消費額は1兆7千億円を超えていたが、本年1月～8月の同訪日客数は約10万人（2019年同時期は約660万人）と大幅に落ち込んでおり、経済効果の大きい中国からの訪日客数の本格的な回復が期待される。

| 調査時期 | 2022年7月 | 2021年7月 |
|--------------|---------|---------|
| 海外旅行予定時期 | | |
| 往来再開後すぐ | 41% | 32% |
| 往来再開後半年以内 | 26% | 28% |
| 往来再開後1年以内 | 21% | 25% |
| 往来再開後1年以上 | 9% | 11% |
| 当分海外旅行へは行かない | 3% | 5% |

（表1）海外旅行の予定についての調査

（出典）JNTO調査を基に上海事務所作成

2. 現地旅行社への往来再開に向けたヒアリング

当事務所では、往来再開に向けた現地旅行社の状況・取組やニーズについて聞き取り調査を実施。以下、概要を紹介したい。

（1）団体旅行主力の旅行会社

海外商品の取扱いが停止していることから、現在日本市場担当者は主に国内の旅行商品の業務等に従事しているケースが多いが、一部の旅行会社では社内向けの日本市

¹ 内閣官房、法務省、外務省、厚生労働省、国土交通省「水際対策の見直しについて」（2022年9月）

² 2022年6月28日に「14日間の集中隔離+7日間の自宅健康観察」から「7日間の集中隔離+3日間の自宅健康観察」に短縮。

³ 日系・中国系航空会社の日中間直行便数 52便（2021年4月26日時点）→59便（2022年8月22日時点）

場の勉強会を実施し、情報収集を継続している。往来再開当初は、変化への対応が早い若者の需要回復やビジネス目的の需要回復が先行することが想定されることから、若年層常連客向けに旗艦店舗で日本の観光地を紹介するセミナーの実施や、企業向けの MICE⁴のセミナーを開催している旅行会社もある。当面は航空定期便の運航便数が少なく、供給座席数の制限や運賃高騰が想定されることから、チャーター便を活用した団体ツアー造成が早期に送客数を回復させる重要な要素になるとの声も聞かれた。

(2) 個人旅行 (FIT) 主力の旅行会社

現在は日本へ渡航できる人が限定（短期商用等ほか短期滞在ビザ）され、中国発の旅行商品を販売できない状況だが、日本国内発着の現地ツアー商品の準備を進めているとのこと。中国国内の旅行においてはコロナの影響で遠方に旅行がしにくい状況があることから、近場の5つ星ホテルでのホテルステイを楽しむ客層が増えており、海外旅行する際にも宿の質をより重視する可能性があるとの声も聞かれた。

団体旅行、個人旅行の旅行会社各社で共通するのは、担当者が相当数入れ替わっていることや3年近く日本に渡航できていないことだ。「コロナ禍で日本側のランドオペレーターも淘汰されており、中国現地旅行会社からは日本の最新情報のニーズが高い」(JNTO 上海事務所)との指摘もあり、SNSで観光地の情報を発信するだけでなく、新しいトピックスや最新情報を旅行会社担当者まで届けることの重要性を認識した。特にファミトリップ⁵実施については各社から強い要望を受けており、ツアー造成に向けて、今後環境が整えば最重点で取り組むべき事項だろう。

3. 上海事務所の取組及び今後の対応について

当事務所では、コロナ禍においても継続した県観光情報の発信をすべく、様々な機会を捉えて観光PRに取り組んでいる。本年1月に上海市内で九州各県と連携した九州旅行博へのブース出展、観光情報のプレゼンを実施(写真1)、3月には同市内「ららぽーと上海金橋」にて、9月には蘇州市内で開催された「蘇州文化旅行博」にてそれぞれ福岡県物産PRと併せた観光PRなどBtoCの取組を実施した。各取組における来場者は、訪日リピーター層が多く、観光地や施設での体験についてより深い情報を得ようと熱心に質問する方が非常に多かった。当事務所では、引き続き旅行者や関心が高い客層へ情報発信を続けていくので、県内の関係者の皆様からもぜひ情報をお寄せいただきたい。



(写真1) 観光プレゼンの様子

⁴ MICE：企業等の会議 (Meeting)、企業等の行うインセンティブ旅行 (Incentive Travel)、国際機関・団体、学会等が行う国際会議 (Convention)、展示会・見本市、イベント (Exhibition/Event) の頭文字。

⁵ 海外の旅行関係者やメディア関係者を観光の担当者が自らの地域へ招待して観光情報を提供し、旅行商品、旅行情報として取り上げてもらうよう働きかけること。