

個人旅行増

劉 瑛

JNTO 北京事務所が大連で開催したセミナーで、中国人の訪日旅行状況が紹介されました。2015年の個人旅行と団体旅行の比率は43.8%対56.2%であったところ、翌年2016年の1～3月期は52.1%対47.9%と逆転し、10～12月期では61.8%対38.2%となりました。

中国観光客の訪日時の興味関心トップ5は日本食、ショッピング、自然・景勝地、繁華街、温泉となっていますが、昨年のリピーター率は33.7%と一昨年より更に6.2%増えたことから、関心は四季の体感、スキー・スノボ、歴史・文化体験、自然・農漁村体験、日常生活体験と幅広くなっています。桜はもちろん有名ですが、冬の「雪、温泉、美味しい食べ物」が目的というのも少なくありません。

冬休みに家族で北海道に旅行したところ、温泉では本当に多くの中国語が聞こえてきました。また翌朝、ホテルから函館の朝市への道中では、同じホテルだった中国の若い男女4人が同じバス、同じ列車と函館までずっと一緒でした。彼らによると「日本語は分からないが、日本は何度も来ている。あらかじめインターネットで情報を調べ、旅行エリアを決め、ホテル、食事、経路等全部インターネットで調べて予約している。中国を出発する前にWi-Fiや携帯SIMカードを借りて、マップやその他のアプリを見ながら、事前に決めたレストランへたどり着き、ネットの口コミ通りに名物を注文して体験する。」とのことでした。ただし、函館の朝市では、隣の若い男2人が海鮮丼を食べながら、「全然おいしくない」とがっかりして中国語で呟いていましたが、生ものを食べない地域の方にとって、生が大好きな方の口コミを参考にして失敗するような例もあります。

やはり自由に行動ができる若い世代にとっては、団体旅行はつまらなくて堪らないそうです。子どもの時から親につれられて、全世界を回ってきた若い世代は外国へ行くのも躊躇はないですし、何もかもインターネットで口コミを調べてさっさとコースを決めるのが逆に普通です。こういう若者はもちろん旅先で事前に調べてリストアップした化粧品や食品などを自分や友達用に購入しますが、例えば大連では保税区内にEC総合試験区が設置されており、インターネットで海外から商品を注文しても、この総合試験区からすぐさま出荷となることが多く、国内で便利に海外商品の買い物ができる今、ますます「食と体験」、要するに現地に行かなければ味わえない事が旅の目的のメインとして置かれるでしょう。