

2023年中国旅行会社向け 訪日市場調査期待意識調査

調査期日:2023年10月25日-2023年10月30日
調査社数:UTE2023来場中国旅行会社100社

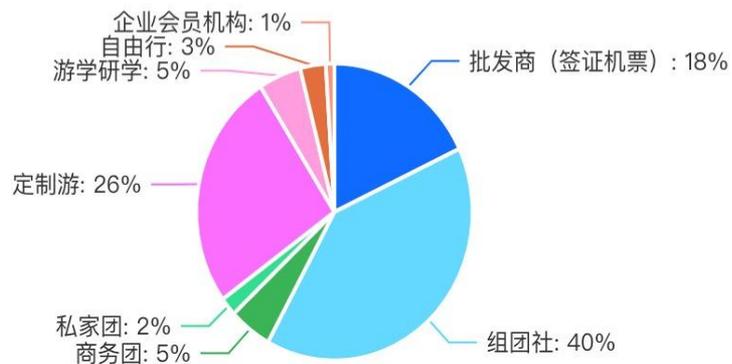
1. 主要な事業内容

卸売(ビザと航空券) 18%、団体ツアー: 40%、
ビジネスツアー: 5%、プライベートツアー: 2%、
オーダーメイドツアー 26% 遊学ツアー: 5%
個人旅行: 3%、社昌旅行: 1%

批发商 (签证机票)	18	18%
组团社	40	40%
商务团	5	5%
私家团	2	2%
定制游	26	26%
游学研学	5	5%
自由行	3	3%
企业会员机构	1	1%

1. 主要な事業内容

卸売(ビザと航空券)18%、団体ツアー:40%、
ビジネスツアー:5%、プライベートツアー:2%、
オーダーメイドツアー26% 遊学ツアー:5%
個人旅行:3%、社員旅行:1%



● 卸売 (签证机票)

● 组团社

● 商务团

● 私家团

● 定制游

● 游学研学

● 自由行

◀ 1/2 ▶

2. 主要な職務と担当業務

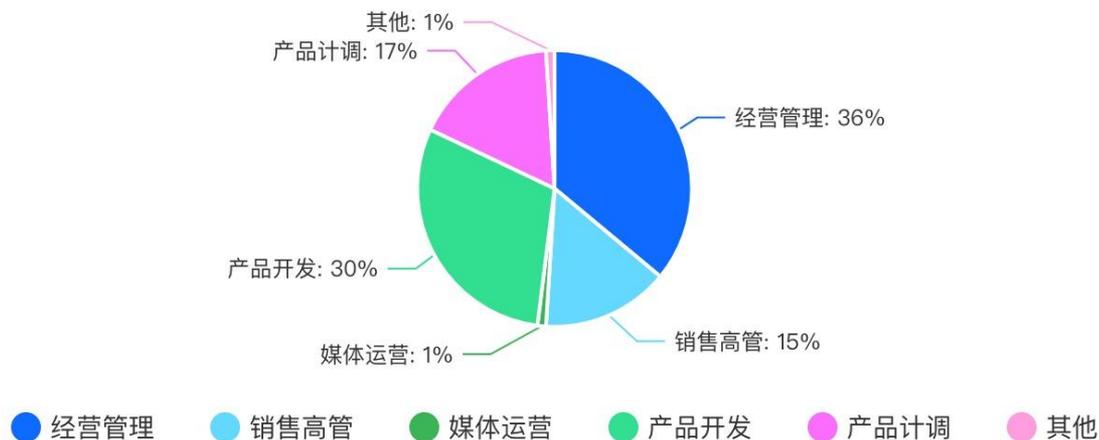
経営管理:36%、営業:15%、集客:1%
商品開発:30%、仕入れ:17%、その他:1%



2. 最も主要な職務と担当業

経営管理:36%、営業:15%、集客:1%

商品開発:30%、仕入れ:17%、その他:1%



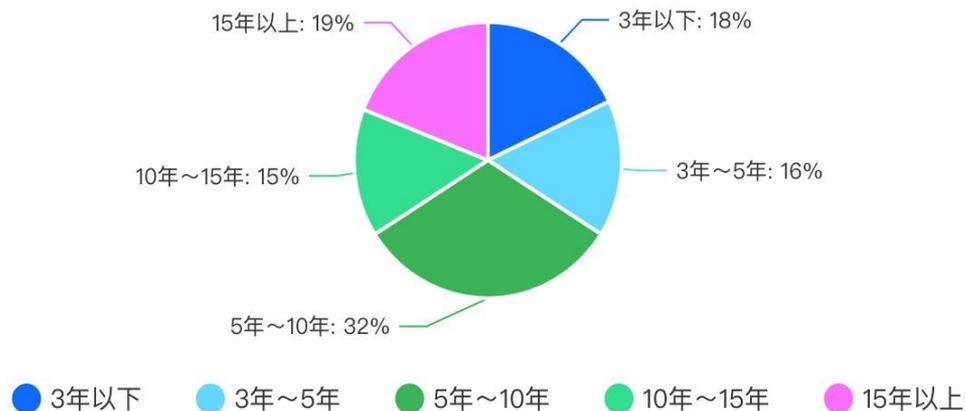
3. 訪日旅行業務従事期間

3年以下:18%、3年~5年:16% 5年~10年:32%、
10年~15年:15% 15年以上:19%



3. 訪日旅行業務従事期間

3年以下: 18%、3年~5年: 16% 5年~10年: 32%、
10年~15年: 15% 15年以上: 19%



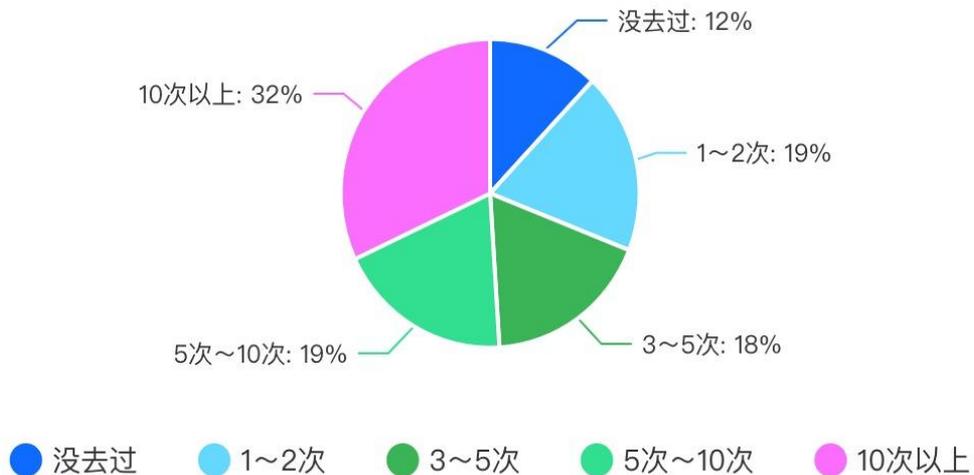
4. 2013年から2023年までの間、ご自身の訪日回数

未訪問： 12%、 1～2回： 19%、
3～5回： 18%、 5回～10回： 19%、 10回以上： 32%



4. 2013年から2023年までの間、ご自身の訪日回数

未訪問: 12%、1~2回: 19%、
3~5回: 18%、5回~10回: 19%、10回以上: 32%



5. 訪日旅行商品の販売強化の予定 (個人旅行/団体旅行/プライベートツアーを含む)

既に訪日商品を販売強化中：50%

今年の春節販売を強化予定（12月1月3月の冬季休暇）：19%

来年の春季の商品販売を強化予定（3月4月の桜や5月6月の短い休暇）：15%

来年の夏季の商品販売を強化予定（7月8月の夏季休暇）：8%

市場の影響で今年は日本商品の重点販売を計画していない：2%

その他：6%

受疫情影响，今年不计划重点销售日本产品	2	2%
计划最早明年加强暑期销售（7月8月暑期长假）	8	8%
计划最早明年加强春季销售（3月4月樱花或者5月6月小长假）	15	15%
计划最早今年加强春节销售（12月1月2月寒假访日）	19	19%
已经在加强销售中	50	50%
其他	6	6%

5. 訪日旅行商品の販売強化の予定 (個人旅行/団体旅行/プライベートツアーを含む)

既に訪日商品を販売強化中：50%

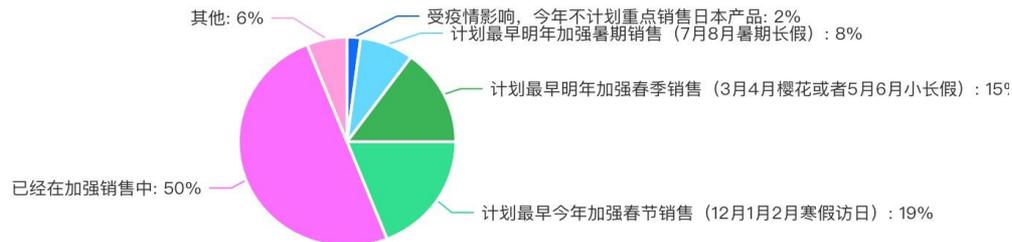
今年の春節販売を強化予定（12月1月3月の冬季休暇）：19%

来年の春季の商品販売を強化予定（3月4月の桜や5月6月の短い休暇）：15%

来年の夏季の商品販売を強化予定（7月8月の夏季休暇）：8%

市場の影響で今年は日本商品の重点販売を計画していない：2%

その他：6%



● 受疫情影响, 今年不计划重点销售日本产品

● 计划最早明年加强暑期销售 (7月8月暑期长假)

● 计划最早

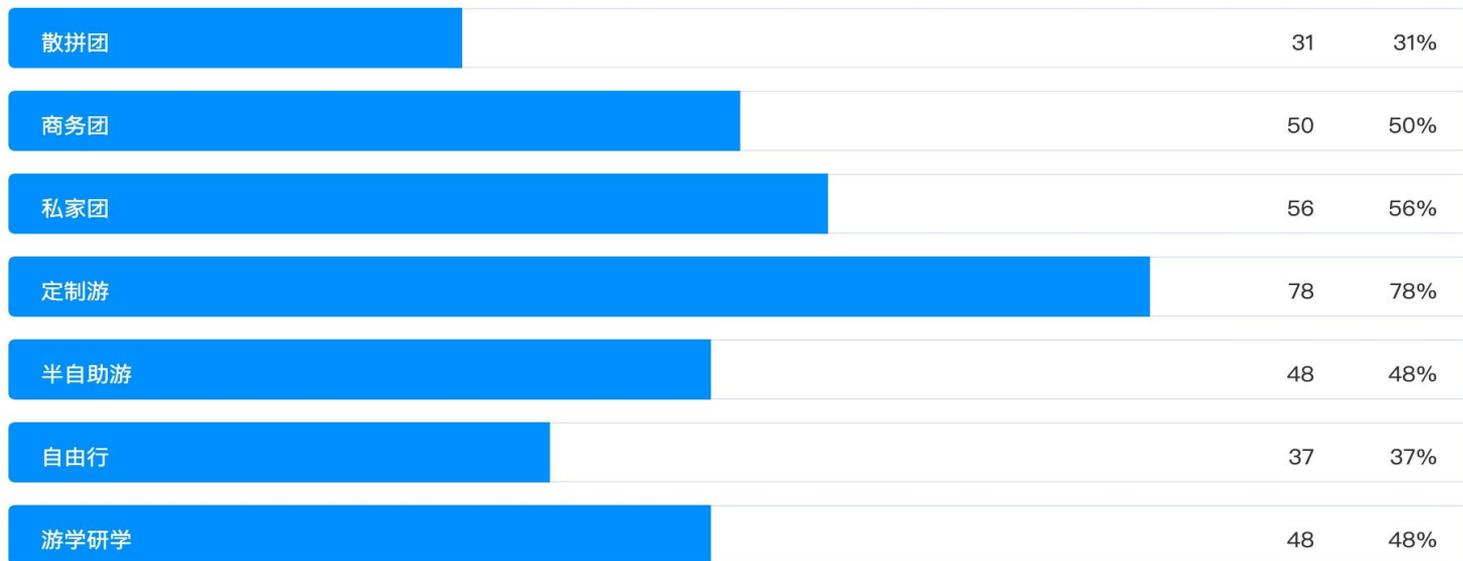
◀ 1/3 ▶

6. 強化予定の訪日旅行商品形態（最大3つ）

個人旅行：31%、ビジネスツアー：50%、

プライベートツアー：56%、オーダーメイドツアー78%、

ダイナミックパッケージ：48%、個人旅行：37%、遊学ツアー：48%

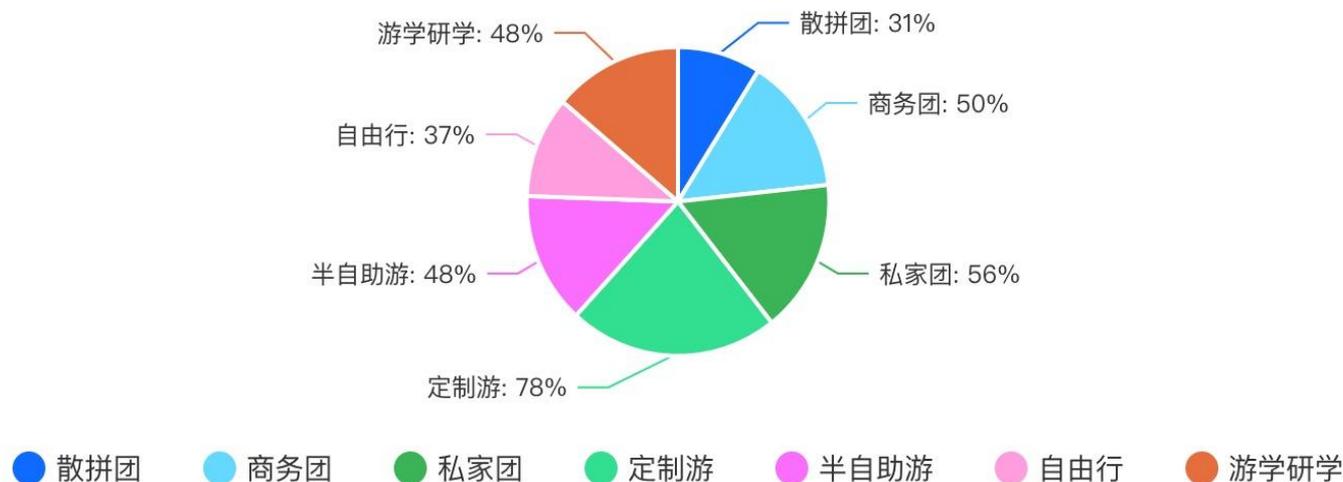


6. 強化予定の訪日旅行商品形態（最大3つ）

個人旅行：31%、ビジネスツアー：50%、

プライベートツアー：56%、オーダーメイドツアー78%、

ダイナミックパッケージ：48%、個人旅行：37%、游学ツアー：48%



7. UTEで販売中の商品路線の中、一番期待する目的地やモデルプラン

- 東京周辺エリア（例：東京+茨城）：36%、
- 大阪周辺エリア（例：大阪+香川）：53%
- 中部昇竜道路線（例：名古屋+高山+白川郷）：56%
- 中部他の路線（例：長野/滋賀/三重）：33%、
- 本州路線（大阪東京）：25%
- 九州四国路線：28%、北海道東部路線：46%

東京周辺地区（例：東京+茨城）	36	36%
大阪周辺地区（例：大阪+香川）	53	53%
中部升竜道路線（例：名古屋+高山+白川郷）	56	56%
中部其他路線（例：長野/滋賀/三重）	33	33%
本州常規路線（大阪東京）	25	25%
九州四国路線	28	28%
北海道東北路線	46	46%

7. UTEで販売中の商品路線の中、一番期待する目的地やモデルプラン

東京周辺エリア（例：東京+茨城）：36%、

大阪周辺エリア（例：大阪+香川）：53%

中部昇竜道路線（例：名古屋+高山+白川郷）：56%

中部他の路線（例：長野/滋賀/三重）：33%、

本州路線（大阪東京）：25%

九州四国路線：28%、北海道東部路線：46%



● 東京周辺地区 (例: 東京+茨城)

● 大阪周辺地区 (例: 大阪+香川)

● 中部升竜道路線 (例: 名古屋+高

◀ 1/3 ▶

8. 日本視察の機会がある場合、一番期待する訪問先

中国語対応できるランドオペレーター: 68%
大型・中型バスの交通サプライヤー: 17%
小型の交通サプライヤー: 26%
リゾートホテル: 61%
特別なアウトドア体験施設: 18%
特別な文化体験施設: 52%
ビジネス視察/学校交流: 40%、
その他: 2%

地接資源: 当地会中文的旅行社计调换盘负责人	68	68%
交通資源: 大巴中巴类交通供应商	17	17%
交通資源: 阿尔法海狮类交通供应商	26	26%
酒店資源: 中高档型供应商 (适合休闲度假)	61	61%
酒店資源: 经济型供应商 (适合大团接待)	18	18%
特色体验資源: 户外类 (自然/滑雪/露营地/登山/骑行/漂流等)	52	52%
特色体验資源: 人文类 (日本文化/神社寺庙/禅修/艺术/动漫/餐饮等)	65	65%
交流类資源 (商务考察/学校交流)	40	40%
其他:	2	2%

8. 日本視察の機会がある場合、一番期待する訪問先

中国語対応できるランドオペレーター：68%

大型・中型バスの交通サプライヤー：17%

小型交通サプライヤー：26% リゾートホテル：61%

特別なアウトドア体験施設：18% 特別な文化体験施設：52%

ビジネス視察/学校交流：40%、その他：2%

