


<div> <div>千葉県観光レップ</div> <div>(台湾市場)</div> <div>  </div> </div>	<div>2025 年 5 月 (5/1～5/31)</div> <div>月間 業務レポート</div> <div>報告者：向日遊顧問 向井 純</div>
今月から、業務レポートのレイアウトが変わりました！	
■台湾レップ向井氏が語る台湾の現状	
<div> <div>・観光業界動向</div> <p>2025 年 5 月は高雄、台北等で旅行博が開催された。例年であれば、夏休みに向けた集客に繋がるところであるが、思っていた以上に売れ行きが悪かったとのこと。6 月下旬からの夏休み商品の販売が伸び悩んでいて、本来なら北海道のラベンダー商品が人気のはずだが、今年はまったく売れていない。販売価格も 5 万元（約 25 万円）前後だった商品が、3 万元（約 15 万円）以下にまで下がっているのに、それでも売れないとのこと。航空会社も航空運賃値下げキャンペーンを展開をするが、北海道の商品だけではなく、人気商品の東京や大阪の親子向け商品も良くない。逆に東南アジア、ヨーロッパ行きが好調。訪日と同様の金額で旅行日程も長く、宿泊ホテルのレベル等も格段によく満足度も高い。消費者は 7/5 に日本に地震が起こるとの噂に 7 月、8 月を避けて、9 月、10 月の商品への問い合わせが多い。今は、7/5 に何もないことを祈りつつ、その反動の訪日需要拡大が期待されている。</p> <div> <div>・2025 年 4 月の訪日台湾人は前年同月比 16.9%増の 53 万 7,600 人で、同月の最高となった。前月比では 2.8%増えた。1～4 月は前年同期比 11.5%増の 216 万 1,300 人。J N T Oによると、高雄ー関西線の増便、桃園と神戸間や桃園と大分間のチャーター便を含む航空座席数の増加やクルーズ船の寄港、児童節・清明節連休（4/3～4/6）の恩恵を受け、訪日台湾人は 4 月として過去最高を記録した。</div> <div>（参考資料：J N T O発表）</div> <div> <div>・千葉県の露出状況</div> <div> <div>・向井 Facebook「向日遊一日一景」にて「5/13：酒々井プレミアムアウトレット」、「5/14：千葉県・JR 館山駅」紹介</div> <div> <div>・向井 Facebook にて「5/18：千葉都市モノレール視察・5/19：千葉県小湊鉄道視察」シェア</div> <div>・5/9-12：KTF 出展(千葉県ブース) 4 日間。向井 Facebook にてシェア</div> <div>・旅奇 vol.859-P20 千葉県情報（宿泊助成＜C 地区一泊プランを再強調＞、小湊鉄道、千葉都市モノレール）紹介</div> </div> </div> <p>※随時、新規施設、イベント等の最新情報の提供をお願いします。Facebook/Line 等にて業界へ発信します。</p> </div> </div></div>	
■旅行業界関連	
<div> <div>・アメリカ関税の先行き不透明により、一部の企業インセンティブツアーを中止、延期</div> <div>・7/5 に日本で大地震が起こるとの噂から訪日意向減、様子見。</div> <div>・受け入れにあたり、インセンティブ、助成体制、補助金の設定が必要。</div> </div>	

<p>・新たなコンテンツの提案（アウトドア、グランピング・キャンプ、スポーツ等）が必要。</p>	
<p>■旅行会社関連</p>	
<p>・5/9～5/12「高雄旅展(KTF):302社、453ブース。4日間の入場者数:270,196名」、大手旅行社は五福、東南旅行社が出展したが、両社とも近年来最低の売上げ。</p> <p>・5/23～5/26「台北国際観光博覧会(TTE):350社、850ブース。4日間の入場者数:345,005名」、大手旅行社は可楽、五福、東南、大栄、名生旅行社等が出展。各社とも近年来最低の売上げ、日本が一番売れなかった。</p> <p>・5/30 鳥取で第16回台日観光サミット開催。「鳥取宣言:永続旅遊/地区特有の文化、自然、美食等を旅行商品に取込み、伝統文化体験を通じて地区の魅力を感じる。来年は「苗栗縣」で開催。</p> <p>・漫画家のたつき諒氏が1999年に出版した作品『私が見た未来』中の「2025年7月5日に大地震が発生する」という話題（噂）が台湾でも大きく影響し、消費者の7,8月の訪日意向を大きく落としている。5月の各地旅行展でもその影響から売上げは近年最悪。また、南海トラフの影響から富士山が爆発するとの噂も流れている。</p> <p>・tigerair 台湾:5/29に米子ー台北直行便が就航。タイガーエアにとって日本への22番目の定期便であり、山陰地方としては初の定期路線。</p> <p>・五福旅行社台北支店:5/16 1階に店舗をオープン</p> <p>・五福旅行社:山陰山陽、四国を担当していた徐得倫さんが、5月末に退職</p> <p>・名生旅行社:5/12より台北市中山區南京東路二段53號4樓に引っ越し営業開始</p> <p>・雄獅旅行社:5/12、構造的な賃上げを実施すると発表。国際的な旅行需要の増加に対応して優秀な人材を確保するため、昇給幅は最大20%。</p>	
<p>■訪問先レポート</p>	
<p>旅 行 会 社</p>	<p>旅行社名//加利利旅行社(台北)</p> <p>会社の特徴:中堅旅行会社、高価商品。</p> <p>Q1:個人旅行が進む中で、OTA等と差別化をするために、どのようなことを意識(どのような特徴のある旅行商品を造成)していますか。</p> <p>⇒人気のある観光地を組み込んだ旅行商品以外に、工夫していることがあれば知りたいです。</p> <p>→ザ・リッツ・カールトン東京などのハイクラスホテルに宿泊するツアー商品。</p> <p>Q2:千葉県のバスツアー造成支援は知っていますか?知っている場合は、支援を活用しやすくするために条件などの変更希望はありますか?C地区1泊プランを新設したが、ツアー造成できる可能性はあるか。</p> <p>→知りません(※説明済)。変更希望はなく、現時点ではツアー造成の可否は分かりません。</p> <p>Q3:訪日旅行商品の最近のトレンド(どのような方面、観光コンテンツ、グルメ等)は何か。</p> <p>→鉄道を利用した旅行。</p> <p>Q4:旅行商品を造成する上で、重要な要素(観光地等の知名度、予算、魅力</p>

等)は何か。

→予算や、魅力的な宿泊施設・観光地。

Q5:千葉県はどのようなターゲット層に刺さるか。

→TDR が好きな層。

旅行社名/理想旅行社(台北)

会社の特徴:中堅旅行会社、高価商品

Q1:個人旅行が進む中で、OTA 等と差別化をするために、どのようなことを意識(どのような特徴のある旅行商品を造成)していますか。

⇒人気のある観光地を組み込んだ旅行商品以外に、工夫していることがあれば知りたいです。

→名旅館などに宿泊できることを保証した旅行商品。

Q2:千葉県のバスツアー造成支援は知っていますか? 知っている場合は、支援を活用しやすくするために条件などの変更希望はありますか? C 地区1泊プランを新設したが、ツアー造成できる可能性はあるか。

→知っています。条件の簡素化を希望します。難しい。

Q3:訪日旅行商品の最近のトレンド(どのような方面、観光コンテンツ、グルメ等)は何か。

→九州方面へのインセンティブツアーが多い。

Q4:旅行商品を造成する上で、重要な要素(観光地等の知名度、予算、魅力等)は何か。

→知名度に加え、紅葉や花の景色といった季節感のある魅力が重要。

Q5:千葉県はどのようなターゲット層に刺さるか。

→ファミリー層。マザー牧場があるためです。

旅行社名/鳳凰旅行社(台北)

会社の特徴:大手旅行会社、高価商品

Q1:個人旅行が進む中で、OTA 等と差別化をするために、どのようなことを意識(どのような特徴のある旅行商品を造成)していますか。

⇒人気のある観光地を組み込んだ旅行商品以外に、工夫していることがあれば知りたいです。

→地元の特色あるホテルに宿泊し、ご当地グルメを楽しめるツアー商品。

Q2:千葉県のバスツアー造成支援は知っていますか? 知っている場合は、支援を活用しやすくするために条件などの変更希望はありますか? C 地区1泊プランを新設したが、ツアー造成できる可能性はあるか。

→知っていますが、当社は日本に銀行口座を持っていないため、残念ながらこれまで一部の団体は申請できませんでした。

Q3:訪日旅行商品の最近のトレンド(どのような方面、観光コンテンツ、グルメ等)

	<p>は何か。</p> <p>→個人旅行が主流だと感じます(特に大都市でのショッピングやグルメ)。団体旅行については、九州・四国・東北などがチャーター便で積極的にプロモーションを行っているため、近年はこれらの地域へのツアーの参加者が増えています。特に温泉・温泉宿、自然体験スポットはこれまで訪れたことのないお客様にも魅力的です。</p> <p>Q4:旅行商品を造成する上で、重要な要素(観光地等の知名度、予算、魅力等)は何か。</p> <p>→宿泊施設の料金、新しい観光地や季節ごとの見どころの有無は重要です。</p> <p>Q5:千葉県はどのようなターゲット層に刺さるか。</p> <p>→千葉県は家族連れなど、あらゆる年齢層に適していると思います。定番のTDR やマザー牧場、鴨川シーワールドなどがあります。自然やアウトドアが好きな方には養老溪谷や鋸山がおすすめです。また、佐原は懐かしい雰囲気を楽しみたい方にぴったりで、新勝寺は日本の伝統文化を好む方に適しています。</p> <p>旅行社名/吉光旅行社(台北)</p> <p>会社の特徴:中堅旅行会社、高額商品</p> <p>Q1:個人旅行が進む中で、OTA 等と差別化をするために、どのようなことを意識(どのような特徴のある旅行商品を造成)していますか。</p> <p>⇒人気のある観光地を組み込んだ旅行商品以外に、工夫していることがあれば知りたいです。</p> <p>→ホームページに、きれいで特色のある観光地や食事の写真を掲載しています。</p> <p>Q2:千葉県のバスツアー造成支援は知っていますか? 知っている場合は、支援を活用しやすくするために条件などの変更希望はありますか? C 地区1泊プランを新設したが、ツアー造成できる可能性はあるか。</p> <p>→知っていますが、詳細はよく分かりません。募集状況によりますが、検討可。</p> <p>Q3:訪日旅行商品の最近のトレンド(どのような方面、観光コンテンツ、グルメ等)は何か。</p> <p>→特色のある観光スポットやグルメ、宿泊施設。</p> <p>Q4:旅行商品を造成する上で、重要な要素(観光地等の知名度、予算、魅力等)は何か。</p> <p>→宿泊施設の特色が重要な要素の一つです。</p> <p>Q5:千葉県はどのようなターゲット層に刺さるか。</p> <p>→30～40 代の顧客層。鴨川シーワールドをおすすめします。</p> <p>旅行社名/晴日旅行社(台北)</p>
--	--

	<p>会社の特徴:中堅旅行会社、高価商品</p> <p>Q1:個人旅行が進む中で、OTA 等と差別化をするために、どのようなことを意識(どのような特徴のある旅行商品を造成)していますか。</p> <p>⇒人気のある観光地を組み込んだ旅行商品以外に、工夫していることがあれば知りたいです。</p> <p>→鉄道や祭り体験など、テーマ性のある旅行商品。</p> <p>Q2:千葉県のバスツアー造成支援は知っていますか？知っている場合は、支援を活用しやすくするために条件などの変更希望はありますか？C 地区1泊プランを新設したが、ツアー造成できる可能性はあるか。</p> <p>→知っています。補助のハードル(人数制限)を下げたいです。C 地区は日本に何度も訪れたことのある一部の旅行者しか行かない場所だと思うので、少人数のグループツアーを検討することは可能ですが、現在の 20 人以上という条件では造成が難しいです。</p> <p>Q3:訪日旅行商品の最近のトレンド(どのような方面、観光コンテンツ、グルメ等)は何か。</p> <p>→滞在日数が長く、ユニークな体験ができる旅行商品。</p> <p>Q4:旅行商品を造成する上で、重要な要素(観光地等の知名度、予算、魅力等)は何か。</p> <p>→当社の顧客は予算をあまり気にせず、唯一無二の体験を重視しています。</p> <p>Q5:千葉県はどのようなターゲット層に刺さるか。</p> <p>→千葉県にハイエンド層向けの宿泊施設や観光施設があれば、富裕層を惹きつけることができるかもしれません。</p> <p>旅行社名/上順旅行社(台北)</p> <p>会社の特徴:高額商品</p> <p>Q1:個人旅行が進む中で、OTA 等と差別化をするために、どのようなことを意識(どのような特徴のある旅行商品を造成)していますか。</p> <p>⇒人気のある観光地を組み込んだ旅行商品以外に、工夫していることがあれば知りたいです。</p> <p>→特色のある食事や宿泊施設を含む旅行商品。</p> <p>Q2:千葉県のバスツアー造成支援は知っていますか？知っている場合は、支援を活用しやすくするために条件などの変更希望はありますか？C 地区 1 泊プランを新設したが、ツアー造成できる可能性はあるか。</p> <p>→知っています。C 地区以外の地域でも 1 泊で補助金を申請できるとありがたいです。また、C 地区1泊プランでは参加者 20 名以上の団体ツアーに限定されていますが、現在は 10 名程度の団体ツアーもあり、条件を 10 名以上に緩和していただけると助かります。</p> <p>Q3:訪日旅行商品の最近のトレンド(どのような方面、観光コンテンツ、グルメ等)</p>
--	--

	<p>は何か。</p> <p>→穴場スポット。</p> <p>Q4:旅行商品を造成する上で、重要な要素(観光地等の知名度、予算、魅力等)は何か。</p> <p>→バスでアクセス可能・駐車場からの徒歩時間が長くないことが大切。</p> <p>Q5:千葉県はどのようなターゲット層に刺さるか。</p> <p>→子供連れのファミリー層</p> <p>・雄獅、五福、百威、晴日、巨匠、鳳凰、喜鴻、可樂、大栄、信安、燦星、大興旅行社・・・ギブアエイ、お菓子提供</p> <p>・06/16-19:千葉県来台セールス、高雄商談会:会場確保、調整、ホテル予約 セールススケジュール調整、アポ入れ、事前調査</p>
メディア	<p>SNS 名、会社名: 小氣少年的部落格 名前や筆名/ 小氣少年</p> <p>会社特徴:台湾と海外の旅行情報など紹介するブログ</p> <p>Q1 海外旅行で人気の国・地域とその理由</p> <p>A:日本、韓国</p> <p>Q2 台湾の方は旅行先をなんのツールで選択しているか</p> <p>A:Facebook、YouTube、Threads、Instagram</p> <p>Q3 台湾での千葉県の認知度を上げるために効果的なプロモーション方法はあるか</p> <p>A. すでにとっても有名です</p> <p>Q4. メディアを活用した観光プロモーションの成功事例は</p> <p>A:よく分かりません</p> <p>SNS 名、会社名: 發現心樂園 名前や筆名/ 熊爸</p> <p>会社特徴:台湾と海外の旅行情報など紹介するブログ</p> <p>Q1 海外旅行で人気の国・地域とその理由</p> <p>A:日本:交通が便利で、食習慣も似ている</p> <p>Q2 台湾の方は旅行先をなんのツールで選択しているか</p> <p>A:Facebook、インターネット検索</p> <p>Q3 台湾での千葉県の認知度を上げるために効果的なプロモーション方法はあるか</p> <p>A. 有名な KOL と定期的にプロモーションを行うと効果的</p> <p>Q4. メディアを活用した観光プロモーションの成功事例は</p> <p>A:有名な KOL (林氏璧さんなど) と定期的にコラボして情報発信している事例は、台湾での効果的なプロモーションになっていると思います。</p>
教育関係機関	<p>学校名/ 新北市 新店高中 姓名/ 學務處 王老師</p> <p>Q1 学校交流以外で、SDGs に関する教育プログラムや日本文化体験の要望はありますか? 望むのはどんな内容ですか?</p> <p>A: 両方とも必要です。DIY 体験や着物体験などがあります。</p>

Q2 小中学生が多い傾向は続きますか？

A: たぶんあると思います

Q3 1回の訪日で2校以上との交流希望が増えていますか？

A: 通常は1校のみを訪問します。

Q4 高校学生ホームステイの要望はありますか？

A: 必要です。

Q5 日本以外での行先候補は？

A: 韓国。

Q6 ホームビジット（宿泊を伴わない日中の家庭体験、農家体験）の需要はありますか？

A: 日程によりますが、参考になる資料があれば助かります。

学校名/ 台北市 日新國小

姓名/ 教研組 李老師

Q1 学校交流以外で、SDGsに関する教育プログラムや日本文化体験の要望はありますか？望むのはどんな内容ですか？

A: SDGsに関連し、多文化理解や国際視野を育てる活動、異文化交流や日本文化体験の機会を重視しています。例えば、抹茶体験。

Q2 小中学生が多い傾向は続きますか？

A: はい、続いています。

Q3 1回の訪日で2校以上との交流希望が増えていますか？

A: 1校のみ

Q4 小中学生のホームステイの要望はありますか？

A: 検討はできますが、子どもたちが言葉の壁や環境にうまく適応できるか心配もあります。

Q5 日本以外での行先候補は？

A: ドイツ

Q6 ホームビジット（宿泊を伴わない日中の家庭体験、農家体験）の需要はありますか？

A: 検討できます

学校名/ 基隆市 基隆高中

姓名/ 學務處 周老師

Q1 学校交流以外で、SDGsに関する教育プログラムや日本文化体験の要望はありますか？望むのはどんな内容ですか？

A: ホームステイや農業体験、都市文化探索など、日本文化体験を重視しています。

Q2 小中学生が多い傾向は続きますか？

A: 高校生が対象なので、小中学生については分かりません。

Q3 1回の訪日で2校以上との交流希望が増えていますか？

A: 今回は姉妹校1校（甲斐清和高校）との交流です。大学視察も予定され

ています。

Q4 高校学生のホームステイの要望はありますか？

A: ホームステイは実施されます。

Q5 日本以外での行先候補は？

A: 去年はベトナムを訪問し、今年は日本を訪問する予定です。

Q6 ホームビジット（宿泊を伴わない日中の家庭体験、農家体験）の需要はありますか？

A: 必要です。

学校名/苗栗縣 大湖高農

姓名/ 實習處 陳老師

Q1 学校交流以外で、SDGs に関する教育プログラムや日本文化体験の要望はありますか？望むのはどんな内容ですか？

A: 農業技術や環境保護に関する体験学習を重視しています。地方文化や自然との共生を学ぶプログラムにも関心があります。

Q2 小中学生が多い傾向は続きますか？

A: よく分かりません。

Q3 1回の訪日で2校以上との交流希望が増えていますか？

A: 1校のみ訪問

Q4 高校学生のホームステイの要望はありますか？

A: 必要です。

Q5 日本以外での行先候補は？

A: ありません。

Q6 ホームビジット（宿泊を伴わない日中の家庭体験、農家体験）の需要はありますか？

A: 必要です。

学校名/高雄市 福誠高中

姓名/ 訓育組 林組長

Q1 学校交流以外で、SDGs に関する教育プログラムや日本文化体験の要望はありますか？望むのはどんな内容ですか？

A: 和菓子作りや着物体験など、日本文化にふれる活動を希望します。

Q2 小中学生が多い傾向は続きますか？

A: はい。でもよく分かりません。

Q3 1回の訪日で2校以上との交流希望が増えていますか？

A: 交流は多いほど望ましいですが、行程や時間に余裕がある場合に限られます。

Q4 高校学生のホームステイの要望はありますか？

A: 必要があります。

Q5 日本以外での行先候補は？

A: 今のところは日本が中心です。

	<p>Q6 ホームビジット（宿泊を伴わない日中の家庭体験、農家体験）の需要はありますか？</p> <p>A: あります。短時間でも交流できるのは良い機会です。</p> <p>学校名/ 彰化縣 田中高中 姓名/ 學務處 陳老師</p> <p>Q1 学校交流以外で、SDGs に関する教育プログラムや日本文化体験の要望はありますか？望むのはどんな内容ですか？</p> <p>A: はい。環境保護や資源リサイクルに関する体験型プログラム、日本の伝統工芸（和菓子作り、折り紙、書道など）を体験できる活動に関心があります。</p> <p>Q2 小中学生が多い傾向は続きますか？</p> <p>A: 多分。</p> <p>Q3 1 回の訪日で 2 校以上との交流希望が増えていますか？</p> <p>A: 時間によって。</p> <p>Q4 高校学生ホームステイの要望はありますか？</p> <p>A: はい。必要です。</p> <p>Q5 日本以外での行先候補は？</p> <p>A: 現在は日本との交流を中心に行っていますが、将来的には韓国やシンガポールなどアジア近隣国も視野に入れたと考えています。</p> <p>Q6 ホームビジット（宿泊を伴わない日中の家庭体験、農家体験）の需要はありますか？</p> <p>A: はい。特に農業体験や地元の家庭での食文化体験に関心があります。</p> <p>・長汎旅行社から連絡があり、台北の小学校の生徒さん約 60 名が、7/22 に東京で開催される合唱コンクールに参加する予定で宿泊は千葉で 4 泊予定、千葉県から何かノベルティをもらえないかと相談があり、うちわ等千葉県グッズを 60 名分を提供済。</p> <p>・6/10-12: JNTO 教育旅行商談会、関係個所訪問、スケジュール確認</p>
■レップ活動するにあたっての要望	
チーバくんうちわ在庫 1 箱、補充お願いします。	
■その他千葉県のプロモーションについて	
<p>05/09-12: KTF(高雄): パンフレット、ノベルティ手配、ブース設営、通訳スタッフ手配、4 日間ブース運営。</p> <p>2025 新光三越日本商品展企画提案、今年は開催個所、日数共に増。航空券購入、提供準備中</p> <p>5/18: 幕張宿泊、5/18 千葉モノレール体験、/19 小湊鉄道体験、SINRA 養老 視察</p>	

■台湾観光レップへのリクエスト、千葉県観光物産協会への要望など随時受け付けております。
下記連絡先まで、お気軽に御連絡ください。

事業第一課 海外セールスグループ

課長代理 田村 恵嗣

〒260-0015 千葉市中央区富士見 2-3-1 塚本大千葉ビル 9 階

TEL:043-225-9170 FAX:043-225-9198

Email : jigyoku01@chiba-tpa.or.jp