

<div data-bbox="255 206 649 353" data-label="Section-Header"> <h1>千葉県観光レップ (台湾市場)</h1> </div> <div data-bbox="722 235 863 329" data-label="Image"> </div>	<div data-bbox="919 194 1281 226" data-label="Text"> <p>2025 年 10 月 (10/1～10/31)</p> </div> <div data-bbox="983 259 1324 302" data-label="Section-Header"> <h2>月間 業務レポート</h2> </div> <div data-bbox="989 336 1390 369" data-label="Text"> <p>報告者：向日遊顧問 向井 純</p> </div>
<div data-bbox="202 387 684 418" data-label="Section-Header"> <h3>■台湾レップ向井氏が語る台湾の現状</h3> </div>	
<div data-bbox="202 436 1386 564" data-label="Text"> <p>2025 年 10 月は、10/11 に中華航空、10/26 にエバー航空（※11/16：日本航空、11/29：タイガーエア台湾）がマラソン大会を開催し、多くのランナーが参加した。今後はマラソン、サイクリング、トレッキング等のスポーツテーマの訪日旅行商品にも要注目。</p> </div> <div data-bbox="202 580 1386 754" data-label="Text"> <p>11 月には、台北で台湾最大の旅行博 ITF(11/7 - 11/10) が開催されるため、盛況な販売になることを旅行会社の皆さんも大いに期待している。今年に残り座席に加えて、2026 年 1 月中旬からの学校の冬休み期間、2 月中旬の旧正月期間、そして、販売が難しい 3 月までの旅行商品を残さず販売できるよう、全力で準備している。</p> </div> <div data-bbox="202 770 1367 851" data-label="Text"> <p>また、2026 年春以降の旅行商品の販売も開始しており、旅行博で少しでも多く販売したいという強い意気込みが感じられる。</p> </div> <div data-bbox="202 866 1367 945" data-label="Text"> <p>さらに、2026 年の訪日インセンティブツアーの問い合わせも増加傾向にある。やはり九州方面への関心が高い。台湾から近く、旅行代金も比較的安い点が重視されている。</p> </div> <div data-bbox="202 960 1386 1088" data-label="Text"> <p>一方で、最近では日本各地で熊が市街地に出て人を襲うという被害が相次いでおり、台湾でも報道されているため、地方への旅行商品の販売にも影響が出ており、動きが鈍くなっている。今後の販売への影響が懸念されてるが、一日も早い安全対策の実施を願う。</p> </div>	
<div data-bbox="210 1153 525 1184" data-label="Text"> <p>・ JNTO 発表：2025 年 9 月</p> </div> <div data-bbox="202 1200 1374 1232" data-label="Text"> <p>2025 年 9 月の訪日台湾人数は前年同月比 12.0%増の 52 万 7,000 人で、同月の過去最高を更新</p> </div>	
<div data-bbox="210 1296 458 1328" data-label="Text"> <p>・ 千葉県の露出状況</p> </div> <div data-bbox="202 1344 1391 1422" data-label="Text"> <p>・ 10/27 発行 旅奇 vol.881-P36 千葉県情報（館山若潮マラソン、香取神宮門前 和菓子作り体験、マザー牧場、鴨川シーワールド）紹介</p> </div> <div data-bbox="202 1438 1391 1518" data-label="Text"> <p>・ 新光三越日本商品展：台北南西店（9/25-10/7）、台中店（10/15-11/2）、台北信義店（10/16-11/4）： バナー設置、パンフレット配布</p> </div> <div data-bbox="210 1534 863 1565" data-label="Text"> <p>・ 向日遊一日一景にて紹介（10/14:館山沖ノ島公園）</p> </div> <div data-bbox="202 1581 1391 1662" data-label="Text"> <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。Fb/Line 等にて業界へ発信します。</p> </div>	
<div data-bbox="202 1680 402 1711" data-label="Section-Header"> <h3>■旅行業界関連</h3> </div>	
<div data-bbox="202 1729 1391 1807" data-label="Text"> <p>・ 千葉県「館山市」と台湾宜蘭県の「蘇澳鎮」が姉妹都市締結。11/4 に蘇澳鎮訪問団が館山でセレモニー開催</p> </div> <div data-bbox="202 1823 1391 1904" data-label="Text"> <p>・ 日本政府は、10/1 から外国人による自国免許から日本免許への切替制度を大幅に厳格化した。これにより、短期滞在の観光客は日本の免許を取得できなくなる。</p> </div> <div data-bbox="202 1919 1391 2000" data-label="Text"> <p>・ 台湾の観光地として知られる新北市九份商業圏は、静岡県東伊豆町の『熱川に、九份が灯（とも）る。』まちづくり協議会」と正式に友好交流協定を締結</p> </div>	

- ・JNTO「第八屆發現心日本獎」(第8回ディスカバリージャパン)を上順、晴日、大平洋、東南、喜歓旅行社の5社が受賞
- ・島根県一畑電車が台湾鉄道との友好締結6年を記念して平溪・深澳線に1年間島根県の風景、キャラクターのラッピング電車を運行
- ・桃園空港第3滑走路の工事に遅れ、2032年になる見込み
- ・鹿児島指宿市長が宜蘭市役所を訪問

■旅行会社関連

- ・山富旅行社：元日本航空 台湾営業処長 王富民さんが、11月3日から山富旅行社の総経理に就任
- ・元本旅行社：元鳳凰旅行社の柯美娟さんが、10月末から元本旅行社に勤務
- ・福旅北海道：元名生旅行社のゆきさん、李さんが10月から勤務
- ・鳳凰旅行社：手配担当していたの廖致宇さんは10月末に退職
- ・中華航空：2025年11月からのフライトスケジュール/成田便：週26便(10月)→28便
- ・ジェットスター・ジャパンが2025年12月18日から成田—高雄便を新規就航
週7往復 (GK17 成田：9:25 発 高雄：13:00 着、GK18 高雄：14:00 発 成田 18:30 着)
- ・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
- ・ビーガン、精進料理のバリエーションの強化、無農薬野菜のこだわり等が強みになる
- ・少人数だからできる特別体験メニューの研究が必要
- ・インセンティブ、MICE 団体に対する県内対応施設、提供可能なサービス、支援を整理し、提案が必要

■訪問先レポート

旅行会社	<p>旅行社名/可楽旅行社(台北)</p> <p>会社の特徴:大手旅行社</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>→特色のある宿泊施設や食事施設を含む商品。</p> <p>Q2:補助金以外に希望する制度はありますか？(例えば、本年度実施しているLINE 広告事業のようなものなど)他県のバス支援のような施策で使いやすいもの、申請した実績があるものはありますか？→ありません。</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>→観光客が少なく、あまり知られていない地域を希望するお客様が増えています。また、単なる買い物よりも、日本文化を体験できる手作り体験などを求める傾向があります。</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>
------	---

→現代の旅行者はコストパフォーマンスを重視しているため、予算が最も重要。

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(親子旅行)。

旅行社名/雄獅旅行社(台北)

会社の特徴:大手旅行社

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。

→マーケティングを強化し、行程内容の独自性を高めるようにしています。

Q2:補助金以外に希望する制度はありますか？(例えば、本年度実施しているLINE 広告事業のようなものなど)他県のバス支援のような施策で使いやすいもの、申請した実績があるものはありますか？

→バス運転手の勤務時間が短すぎます。夜間バス送迎の補助金がありますか？

東京都内に宿泊する場合、千葉まで行くのは難しい。

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。

→リゾートでのリラックスやグルメ体験。

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。

→お客様の予算や、旅行客の層・動機。

Q5:千葉県はどのようなターゲット層に刺さるか。

→ビジネス視察と観光、地方創生体験と観光、そしてサステナブルツーリズムに関心のある層。

旅行社名//易遊網旅行社(台北)

会社の特徴:インターネット販売が強い

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。

→一般的なツアーと、スキー体験など特別なテーマのツアーに分けています。

Q2:補助金以外に希望する制度はありますか？(例えば、本年度実施しているLINE 広告事業のようなものなど)他県のバス支援のような施策で使いやすいもの、申請した実績があるものはありますか？

→人気スポット一覧があると助かります。以前、秋田県の補助金を申請したことがあり、申請しやすかったです。

	<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>→九州の商品。テーマパーク(ハウステンボス)、サファリパークなどが人気。</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>→観光地の人気度、フライト時間。</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>→団体旅行の方が個人旅行より向いています。団体ツアーとしてパッケージ化することをお勧めします。</p> <p>旅行社名/天海旅行社(台北)</p> <p>会社の特徴:中堅旅行会社</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>→温泉旅館への宿泊を組み込んでいます。</p> <p>Q2:補助金以外に希望する制度はありますか？(例えば、本年度実施しているLINE 広告事業のようなものなど)他県のバス支援のような施策で使いやすいの、申請した実績があるものはありますか？</p> <p>→現在、当社の商品は主に東北・北海道地域を中心としているため、千葉の支援制度は活用できていません。香川・四国の支援制度を申請したことがあり、申請しやすかったです。詳細条件はお伝えできません。</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>→小規模グループの旅行。</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、魅力等)は何か。→価格。</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>→親子連れ、TDR 関連の旅行者。</p> <p>旅行社名/雄獅旅行社(高雄)</p> <p>会社の特徴:大手旅行会社、高雄支店</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>→叙々苑などの特別な食事を含む、または五つ星ホテル宿泊保証付きのツアー</p>
--	--

	<p>商品。</p> <p>Q2:補助金以外に希望する制度はありますか？(例えば、本年度実施しているLINE 広告事業のようなものなど)他県のバス支援のような施策で使いやすいもの、申請した実績があるものはありますか？</p> <p>→特にありません。一般の方へのプロモーションをより強化することをおすすめします。静岡県補助金は金額が高く、記憶では1人あたりNT\$1,000～2,000程度でした。</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>→航空座席数が多い地域、例:関西方面。</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。→予算。</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>→若年層やTDR 目的の旅行者。</p> <p>旅行社名/東南旅行社(高雄)</p> <p>会社の特徴:大手旅行会社、高雄支店</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>→現在、世界遺産《地方の小さな町》をテーマにした観光商品を企画しており、地元県庁職員によるガイド付きツアーも含まれています。</p> <p>Q2:補助金以外に希望する制度はありますか？(例えば、本年度実施しているLINE 広告事業のようなものなど)他県のバス支援のような施策で使いやすいもの、申請した実績があるものはありますか？</p> <p>→補助金が最も喜ばれますが、条件が厳しすぎないことが重要。条件が厳しく実際には利用できないような補助金は「誠意が感じられない」と思われてしまいます。</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)は何か。→北東北(青森・花巻・仙台・蔵王)エリア。</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。→知名度と魅力度。</p> <p>Q5:千葉県はどのようなターゲット層に刺さるか。→社員旅行や家族旅行。</p> <p>・千葉県 LINE Travel 広告</p> <p>・9/18-10/1:上品、旅遊家、京城、旅遊家旅行社と連携</p>
--	---

メディア	<p>SNS 名、会社名： 老漢推一把 名前や筆名/ LOHAN</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 A：ヨーロッパ。景色も歴史も非日常で、写真映えするから。</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 A：SNS の投稿、LINE グループ、友人のおすすめ。</p> <p>Q3：台湾での千葉県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 A：千葉に行った人のリアルな感想をシェアすること。</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 A：大分。温泉のある日常風景をうまく伝えている。</p> <p>SNS 名、会社名： 波比看世界 名前や筆名/ 波比</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 A：韓国。近くて気軽に行けるうえに、美容やグルメを楽しめるため人気です。</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 A：Instagram、Facebook、YouTube、旅行系ブログ</p> <p>Q3：台湾での千葉県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 A：SNS や旅行インフルエンサーを活用した情報発信が効果的です。実際に訪れた感想や写真を通じて、千葉の魅力を伝えることができます。</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 A：箱根。テレビドラマや観光番組の舞台として紹介され、注目を集めました。</p>
教育関係機関	<p>学校名 台北市 静修女中 姓名/ 学務處 潘老師</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？ A：はい。農家での生活体験を通じて、持続可能な暮らしや地域文化の理解を深めたいと考えています。</p> <p>Q2 小中学生が多い傾向は続きますか？ A：はい。本校は中学生が対象ですので、今後もこの傾向は続くと思われます。</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？ A：現在は 1 校との交流ですが、時間や相手校の状況によっては今後検討する可能性もあります。</p> <p>Q4 小中学生のホームステイの要望はありますか？ A：はい、必要です。</p> <p>Q5 日本以外での行先候補は？ A：基本的には日本への訪問が中心です。</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>

か？

A: はい、必要です。

学校名/ 基隆市 暖暖高中

姓名/ 學務處 邱老師

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: はい。町あるきや湧水体験を通じて、地域資源の活用や環境との共生について学びたいと考えています。

Q2 小中学生が多い傾向は続きますか？

A: おそらく続くと思われます。

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: 基本的に姉妹校との交流を目的としているため、1校のみを訪問しています。

Q4 高校学生のホームステイの要望はありますか？

A: 今年の日本教育旅行では実施しませんでした、今後は検討していく予定です。

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: はい。町あるきや地域交流など、日中の体験型プログラムに対する関心は高いです。

学校名/ 新北市 金陵女中

姓名/ 學務處 吳老師

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: 和服体験や史跡見学、現地生活の体験に関心があります。

Q2 小中学生が多い傾向は続きますか？

A:はい。多分

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: 基本的には姉妹校との交流を重視しており、1校のみとの交流が多いです。

Q4 高校学生のホームステイの要望はありますか？

A:必要です。

Q5 日本以外での行先候補は？

A: 英語学習を目的とした英国などの英語圏の国

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: はい。

	<p>学校名/ 台南市 聖功女中 姓名/ 圖書館 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: 寄宿体験や社団交流など、生活文化を体感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: 現在は高校生が中心ですが、小中学生の関心も今後高まると考えられます。</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: はい。今回の訪問では、姉妹校と新たな学校の 2 校と交流を行いました。</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。日本の家庭文化を深く理解できる貴重な機会として好評です。</p> <p>Q5 日本以外での行先候補は？</p> <p>A: 英語圏の国も候補となります。</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。短期間でも現地の暮らしを感じられる貴重な体験として需要があります。</p> <p>学校名/ 高雄市 龍華國中 姓名/ 輔導室 黃老師</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: SDGs に関連した藍染や発酵文化など、地域資源を活かした体験を希望します。</p> <p>Q2 小中学生が多い傾向は続きますか？</p> <p>A: はい。</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: 1 校のみで、より深い交流を重視しています。</p> <p>Q4 小中学生の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: 英語圏(イギリス、オーストラリアなど)も検討対象です。</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。</p> <p>学校名/ 台北市 興雅國小 姓名/ 教務處 楊老師</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: 水族館での環境学習や地域文化体験に関心があります。</p> <p>Q2 小中学生が多い傾向は続きますか？</p> <p>A: はい。</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: 基本は1校ですが、行程次第で複数校も検討可能です。</p> <p>Q4 小中学生のホームステイの要望はありますか？</p> <p>A: 必要です。</p> <p>Q5 日本以外での行先候補は？</p> <p>A: 英語圏(イギリス、シンガポールなど)も関心があります。</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。短時間で文化を体験できるため需要があります。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・9/29-10/2：千葉県教育チーム来台同行、 ・10/1：台南・校長先生たち 訪問、嘉義・永慶高中 訪問、彰化・溪湖高中 訪問 ・10/2：苗栗・竹南高中 訪問、桃園・内壠高中 説明会
--	---

■レップ活動するにあたっての要望

■その他千葉県のプロモーションについて

2025 新光三越日本商品展企画:航空券購入、提供。
 千葉県グッズ「チーバくんタグ」納品、配布開始
 ITF ブースのパネル作成
 カップホルダー 第二弾納品

■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