

Présentation du Marché Touristique Japonais

Octobre 2019

SOMMAIRE



CONTEXTE ET FONDAMENTAUX DU MARCHÉ

LA FRANCE SUR LE MARCHÉ JAPONAIS

L'ACTUALITE ET LES PERSPECTIVES D'AVENIR

PRÉAMBULE

- ✓ Le marché japonais vers l'Europe et la France a été impacté en 2015 et 2016 comme jamais dans son histoire...
- ✓ ...Mais la reprise s'est manifestée dès 2017 et la France a retrouvé une croissance forte. Même si le retour à la normale n'est pas encore complet, la crise est clairement derrière nous
- ✓ Une crise est aussi une période d'opportunités et celle-ci a permis des avancées inédites sur le marché japonais avec nos partenaires de l'industrie et des médias
- ✓ La nécessité de soutenir la reprise mais aussi celle de s'adapter aux changements plus structurels, comme la séniorisation de la population ou le relatif renfermement des jeunes, nous obligent à repenser de façon plus dynamique notre approche marketing
- ✓ La crise des **gilets jaunes** est un problème mais démontre aussi la résilience du marché
- ✓ **La réaction japonaise à l'incendie de Notre-Dame** confirme bien la qualité de la relation franco-japonaise
- ✓ 2019, une année marquante car **le Japon change d'Empereur et entre dans l'ère Reiwa**

CONTEXTE ET FONDAMENTAUX DU MARCHÉ

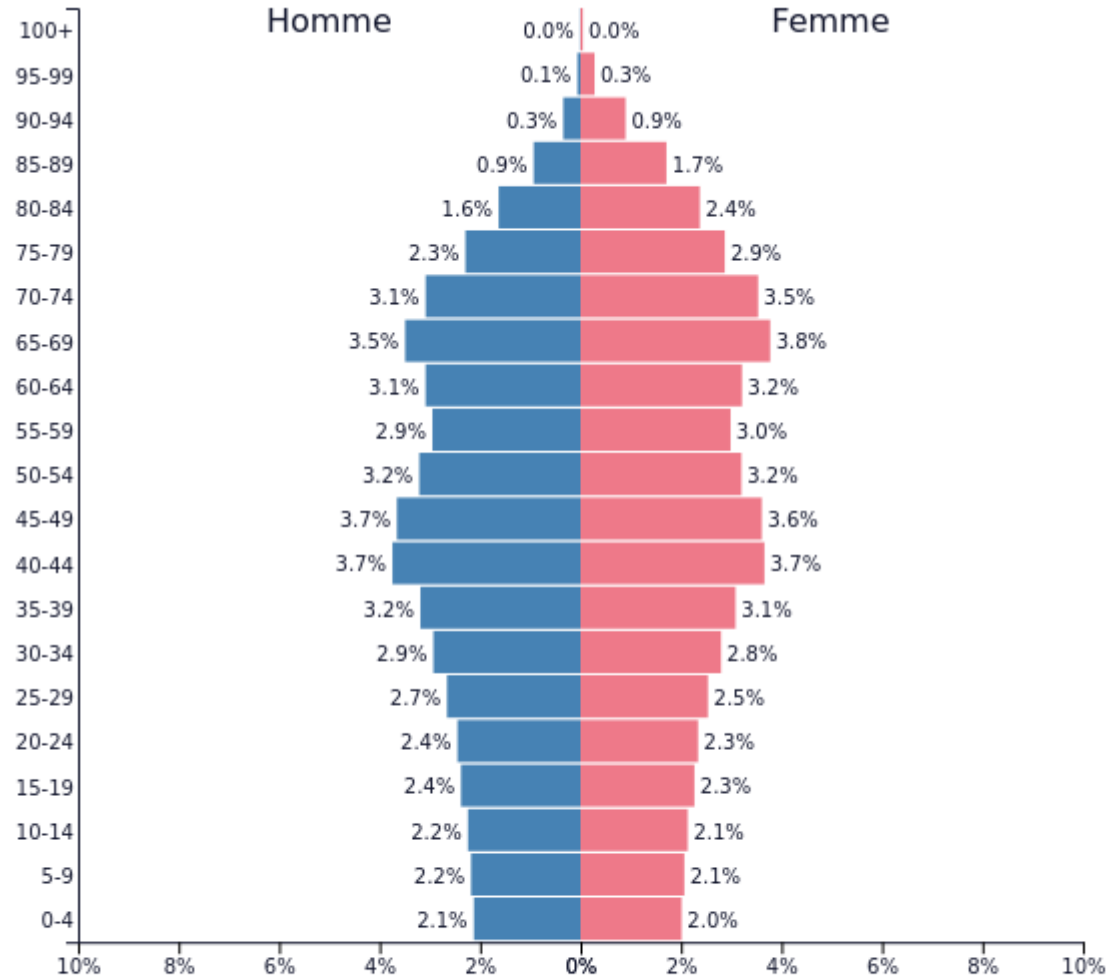


1. CONTEXTE ECONOMIQUE & SOCIAL

CONTEXTE ECONOMIQUE & SOCIAL

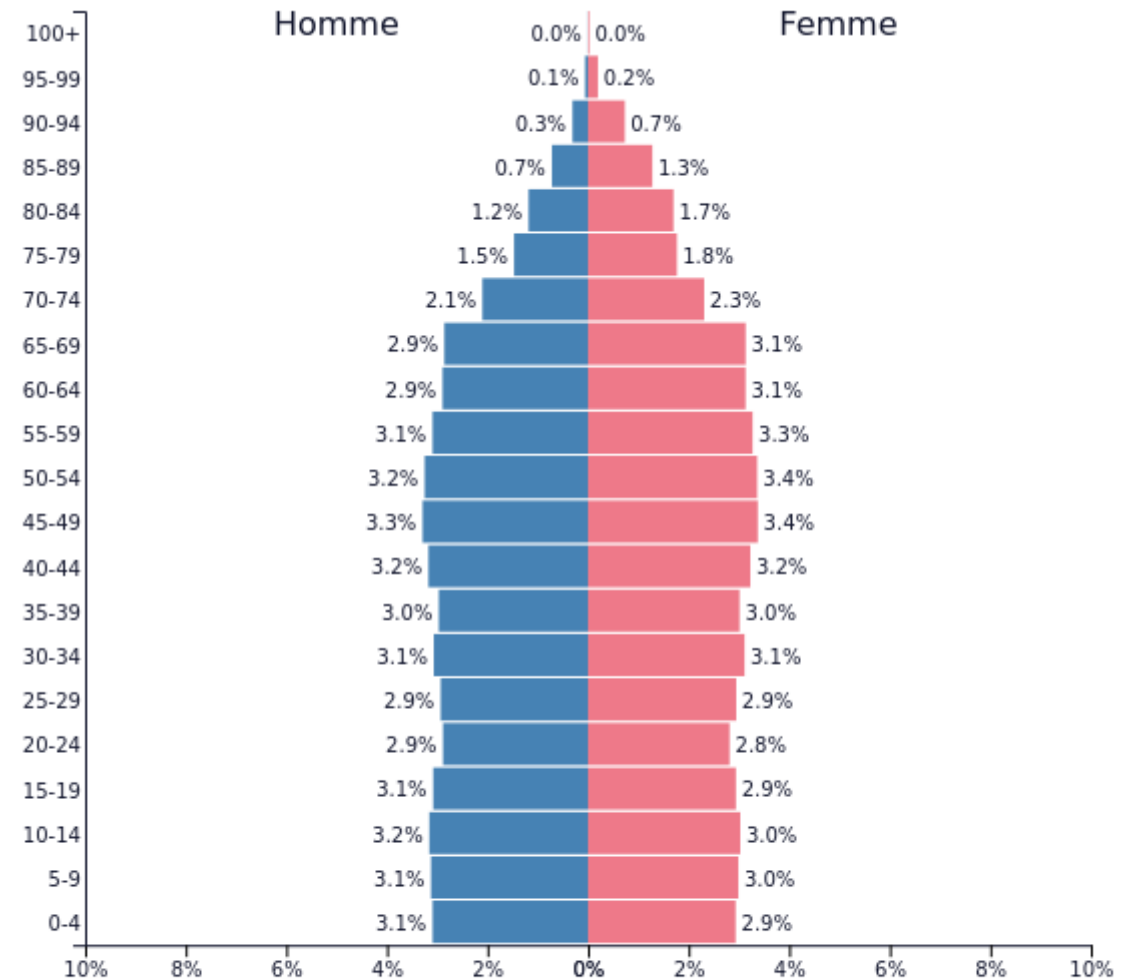
- ✓ **Stabilité politique** : le Premier Ministre Shinzo Abe, une stabilité impressionnante
- ✓ Les relations diplomatiques entre le Japon et l'Asie sont *relativement* calmes
- ✓ La 3^e puissance économique mondiale
- ✓ **Politique économique (Abenomics)** : des ambitions (soutenir la natalité, accompagner le vieillissement de la population, développer le tourisme inbound, soutenir la croissance par la dépense publique, mieux répartir la richesse entre les générations, améliorer le mode de travail...) mais un succès partiel
- ✓ La croissance est réelle mais limitée : 0.5% à 1%
- ✓ La consommation des ménages ne repart pas, l'inflation non plus
- ✓ Le chômage est inexistant (2,5%) mais la précarité importante, notamment chez les jeunes
- ✓ Les exportations soutiennent la croissance, les entreprises investissent à l'étranger
- ✓ Le JPY se renforce face à l'EUR
- ✓ Les problèmes de main d'œuvre sont devenus une réalité
- ✓ **Prendre des congés, l'éternel problème ?**

DEMOGRAPHIE



Japon - 2017
Population: **126,045,211**

PopulationPyramid.net



France - 2017
Population: **64,938,715**

PopulationPyramid.net

2. CONTEXTE TOURISTIQUE

CONTEXTE TOURISTIQUE

⇒ Inbound : une croissance forte mais en ralentissement

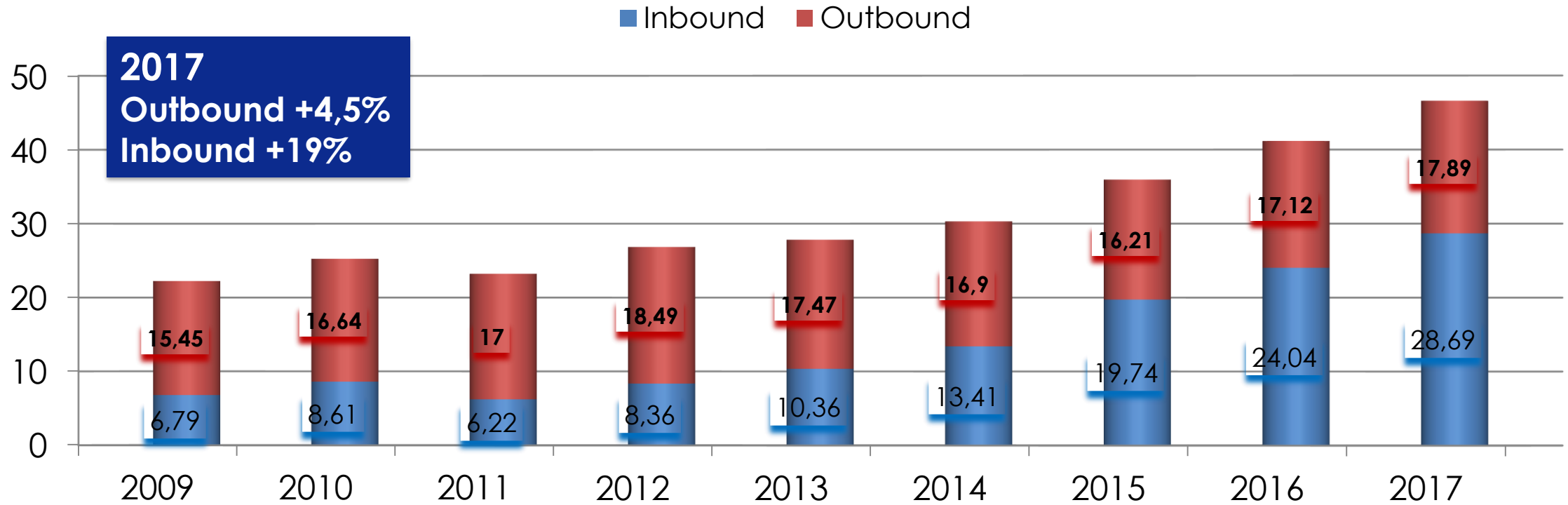
- Chaque année, un nouveau record des arrivées de voyageurs étrangers !
- De 28,691 M (+19,3% vs 2016) en 2017 à 31,2 M, soit +8,7%, en 2018
- L'effet Yen
- L'effet visa et le risque de dépendance de quelques marchés
- La nouvelle stratégie du JNTO
- Objectif 2020 revu à la hausse : 40 M de touristes !
- 600 000 pax pour les JO ?
- Une forte progression des arrivées de touristes français : 214 000 en 2015 ...305 000 en 2018

CONTEXTE TOURISTIQUE

⇒ Outbound 2018 : une croissance soutenue

- De 17,9 M de séjours à l'étranger en 2017 (et 17,1 M en 2016, +4,5%) à 18,9 M en 2018, soit **une progression de +6% : la croissance annuelle se maintient bien**
- La croissance est davantage portée par les destinations proches que lointaines et par les seniors plus que par les jeunes
- Principales destinations : Corée, Chine, Hawaï, Taiwan, Asie du Sud-est... En Europe : France, Italie, Allemagne, Espagne...
- Destinations émergentes : Croatie, Pays Baltes, Finlande, Mexique...

INBOUND VERSUS OUTBOUND



La rupture historique : en volume, depuis 2015, le Japon est devenu une destination plus qu'un marché émetteur ...Mais le outbound continue à aussi progresser

3. FONDAMENTAUX DU MARCHÉ

LES BASSINS ÉMETTEURS

- Un **bassin très dominant** pour toutes les clientèles : **Tokyo**
- Un **bassin secondaire** et plus en retrait : **Osaka - Kobe**
- **Nagoya**, un marché intéressant pour le tourisme d'affaires
- **Fukuoka**, le bassin de clientèle le plus jeune
- ...et le reste



LA DESSERTE AÉRIENNE

- **Narita et Haneda**, 2 aéroports pour une seule ville
- **Entre 6 et 8 fréquences quotidiennes directes** au départ du Japon (Tokyo Narita, Tokyo Haneda, et Osaka) par **3 compagnies aériennes** (ANA, JAL et Air France), actuellement 45 vols / semaine
- **Problème majeur : risque saturation de la capacité en desserte directe mais...**
- ...AF : une nouvelle augmentation depuis avril 2019, 3 fréquences en plus en 2020, record historique
- Le tourisme étranger et le rééquilibrage des « têtes de lignes », un challenge pour le tourisme vers l'Europe
- La chance historique des dessertes indirectes :

QATAR Airways

FINNAIR et Turkish Airlines développent également leurs lignes vers l'Europe via Helsinki et Istanbul

IBERIA de retour depuis octobre 2016 (3 vols par semaine sur Madrid)

AEROFLOT est de plus en plus une option

CATEGORIES D'ACTEURS ET CADRE JURIDIQUE

⇒ TO versus AGV

- Des rôles complémentaires
- 5 grands TO
- Une dizaine de grandes agences de voyage mais un marché morcelé et de nombreuses agences spécialisées

⇒ Le cadre juridique

- Les agences de voyage sont responsables du moindre changement de programme ...Mais le droit évolue un peu depuis la fin 2018
- Annulation sans frais jusqu'à 30 jours avant le départ: lobbying de la JATA

PRINCIPAUX TOUR-OPERATEURS

1. MIKI TOURIST

Tour-opérateur japonais appartenant au groupe H.I.S.
Vend ses excursions via internet sous la marque Mybus

2. KUONI JAPAN

Tour-opérateur ayant fusionné avec Gulliver's Travel, fait désormais partie du groupe JTB
Egalement de plus en plus de ventes B2C

3. G2 TRAVEL JAPAN

Tour-opérateur en développement issu de la fusion Kuoni / Gulliver. Depuis sa création en 2013, "Gulliver's 2" renforce sa présence auprès des agences de voyages

4. TUMLARE

Spécialiste des voyage en Europe de l'ouest

5. EMI TRAVEL

Spécialiste des produit autour de Paris, excursions, expériences, etc.

PRINCIPALES AGENCES DE VOYAGE

1. Groupe JTB

JTB World Vacations, JTB Media Retailing, JTB Royal Road, JTB Merchandizing ...

2. H.I.S

Agence dynamique qui travaille souvent avec les médias

3. HANKYU TRAVEL INTERNATIONAL

Agence traditionnelle basée à Osaka

4. CLUB TOURISM - KINKI NIPPON TOURIST

Club Tourism - spécialiste du voyage seniors / Kinki Nippon Tourist - spécialiste du voyage d'affaires en groupes ou FIT

5. NIPPON TRAVEL AGENCY

Agence traditionnelle très orientée mass market et primo-visiteurs

LA VENTE EN LIGNE : LES O.T.A.

1. Plateformes généralistes

Expédia, Rakuten Travel, Rurubu Travel, AB-Road (groupe Recruit)

2. Spécialistes hôtels

Agoda, Booking.com, Hotels.com

3. Agences en ligne

Tabikobo

Veltra (spécialiste des excursions)

ST-World (jeunes)

Apple World (excursions et hôtels)

Globe-Trotter (section voyage du guide *Chikyu no Arukikata*)

JHC (excursions et hôtels)

IACE Travel

DeNA Travel

La part de marché du Online (domestique + étranger) est de l'ordre de 40% en valeur

A photograph of two women in traditional Japanese kimonos sitting at a table. The woman on the left is wearing a kimono with a green and white floral pattern and is holding a small object. The woman on the right is wearing a yellow kimono with a purple and orange floral pattern and is holding a green object. The background shows a window with blinds and a wooden wall. The text "LA FRANCE SUR LE MARCHE JAPONAIS" is overlaid in white capital letters.

LA FRANCE SUR LE MARCHE JAPONAIS

1. LE POSITIONNEMENT

DESTINATION FRANCE : UNE PLACE ESSENTIELLE

- **La destination-clef en Europe**, sans laquelle le reste de l'Europe ne peut que difficilement être vendu
- Destination **regroupant la quasi-totalité des éléments que recherchent les voyageurs japonais** (programmation culturelle et artistique, patrimoine historique, paysages, shopping, gastronomie et vin...)
- De par son positionnement premium, prestigieuse, la France est le **meilleur générateur de marge commerciale** de l'industrie japonais du tourisme
- Deux pays / destinations **éloignées culturellement mais tout de même proches**, dans leur rapport à l'histoire, à la gastronomie, à la culture...
- **Une popularité au Japon qui ne se dément pas** : pâtisserie, vin, design, culture, chanson... (distincte de la popularité comme destination touristique) : sur la durée, la France maintient ses parts de marché
- **« Perdre » la France** serait un coup très dur pour l'industrie japonaise du tourisme, **JATA** et les agences sont d'autant plus prêtes à travailler avec nous

ARRIVÉES DES JAPONAIS EN FRANCE

ARRIVÉES

2010	576 000
2011	593 000
2012	707 000
2013	661 000
2014	784 000
2015	682 000
2016	411 000 -42% !
2017	500 000 +18% (F) / +33% (PIDF)
2018	+11%
2019	+1% ?

Durée moyenne de séjour : **6,6** nuitées
en légère augmentation

Les Japonais **10^e (arrivées)** · **7^e (nuitées)** clientèle à Paris IDF

2. LES CLIENTÈLES

LA CLIENTÈLE JAPONAISE

- ⇒ Une clientèle aisée et très agréable : savoir-vivre, attitude, curiosité, politesse, élégance, fidélité...
- ⇒ ...N'est pas pour autant une clientèle qui ne se plaint pas !
- ⇒ En proportion, davantage de seniors et de femmes
- ⇒ De nombreux repeaters
- ⇒ Une clientèle de plus en plus diversifiée dans ses attentes, de plus en plus demandeuses d'activités...
- ⇒ ...Même si certaines choses ne changent pas : les lits jumeaux, la baignoire...
- ⇒ Des Japonais très connectés mais qui n'achètent pas toujours en ligne

FOCUS : CLIENTÈLE FÉMININE

- Une offre spécifiques pour les femmes (thématiques, FIT...)
- **Joshitabi** chez **H.I.S** et **JTB**
- Ohitori Sama Tabi chez **Club Tourism** : des produits pour les femmes seules (Paris, PACA, Alsace, Pays Basque, Occitanie, Champagne)
- **Asahi Sun Tours** : voyages en groupes pour les femmes uniquement
- **HIS** : voyage à Lyon sur la gastronomie



Produit JTB WV pour les femmes

FOCUS : LES SENIORS

⇒ Silver Economy : **le poids des seniors s'accroît** (26% des Japonais qui représentent 45% de la consommation)

⇒ Les seniors voyagent

- Le voyage est leur premier loisir (voyages domestiques et à l'étranger)
- Ils voyagent plus longtemps et plus facilement
- Ils sont à la recherche d'expériences sophistiquées

⇒ Les seniors dépensent 2,5 x la moyenne nationale pour leurs voyages

⇒ **Il n'y a plus une mais des clientèles seniors**

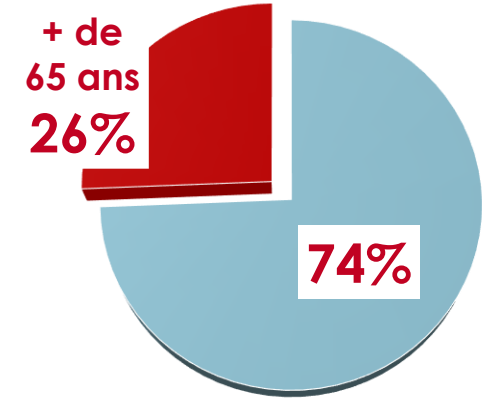
Nikko Travel, spécialiste des seniors prépare ainsi 3 catégories de produits selon la capacité motrice des clients :



Confort 1 : Pour ceux qui peuvent marcher sans restriction

Confort 2 : Pour eux qui peuvent marcher s'il n'y a pas d'escalier ou de pente

Confort 3 : Pour ceux qui ne peuvent pas marcher par eux-mêmes



AUTRES SEGMENTS DE CLIENTÈLE

- ⇒ Les Millenials : un marché difficile à conquérir mais essentiel pour l'avenir
- ⇒ La clientèle étudiante : une saisonnalité intéressante mais en évolution, une clientèle dépendante et donc plus fragile
- ⇒ La clientèle d'Affaires : 15% du total ? L'utilisation de lieux originaux tels que musées et monuments historiques est de plus en plus demandée, « L'after-business » est essentiel, la concurrence allemande puissante
- ⇒ Les voyages de noces : une clientèle (étonnamment) diversifiée, forte concurrence de l'Italie
- ⇒ Les skieurs, les golfeurs (2^e population golfique au monde !), les cyclistes, les randonneurs, les oenophiles et autres clientèles de niche

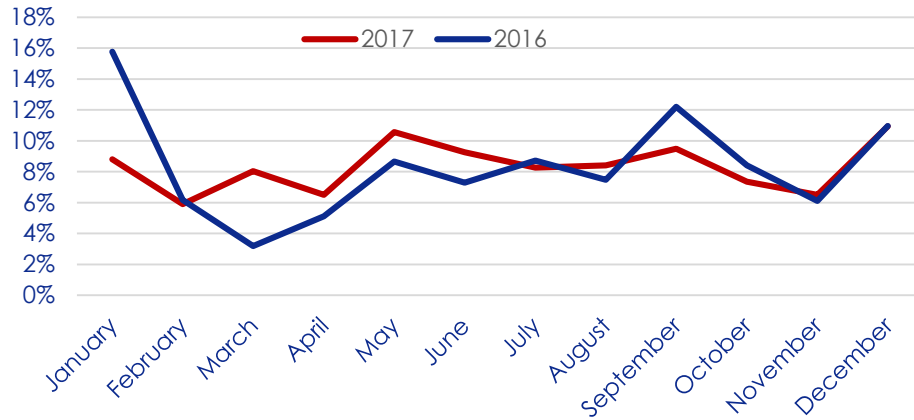
3. PROFIL DU VISITEUR JAPONNAIS EN FRANCE

ENQUETE PROFIL ABONNÉS E-NEWSLETTER

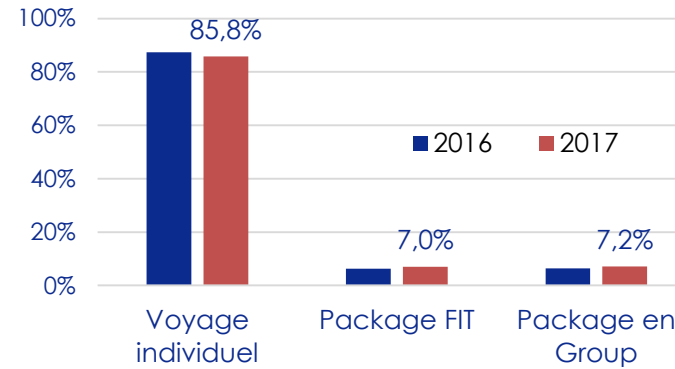
Ces données et analyses sont issues de notre enquête en ligne annuelle et sont basées sur 5 585 résultats complets (sur env. 66 500 contacts). L'enquête a été faite en langue japonaise par e-newsletter en 2018. La population est la base de données de consommateurs d'Atout France au Japon.

PROFIL DES ABONNÉS PARTIS EN FRANCE EN 2017*

Période de voyage

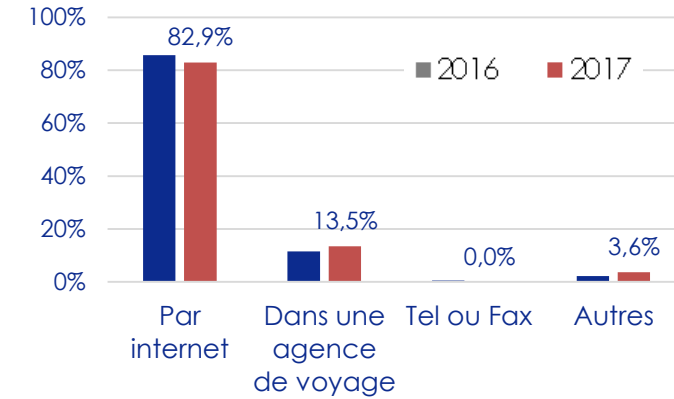


Formule de voyage

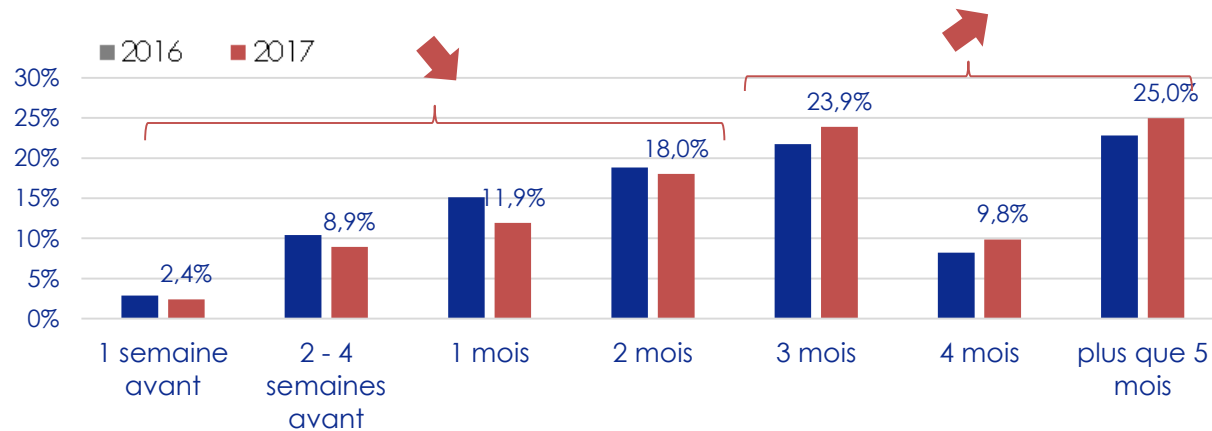


ORGANISATION

Moyen de réservation

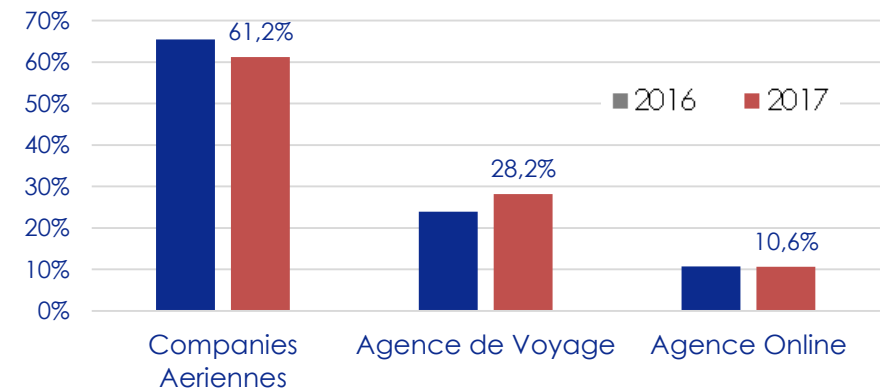


A quel moment avez-vous réservé votre voyage?



Augmentation des réservations antérieures à 3 mois
La réservation est faite plus tôt qu'en 2016.

Types d'agences pour la réservation

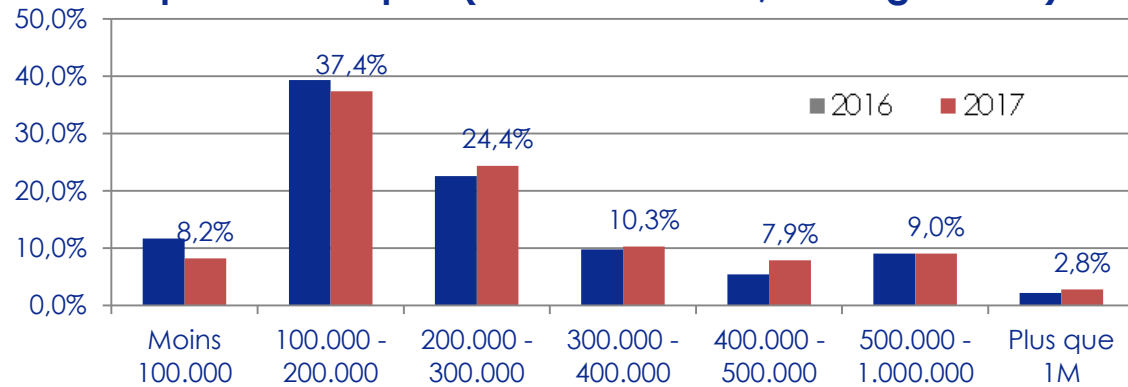


Les agences classiques progressent

* 1 209 réponses positives sur 5 585 répondants (soit 22%)

PROFIL DES ABONNÉS PARTIS EN FRANCE EN 2017*

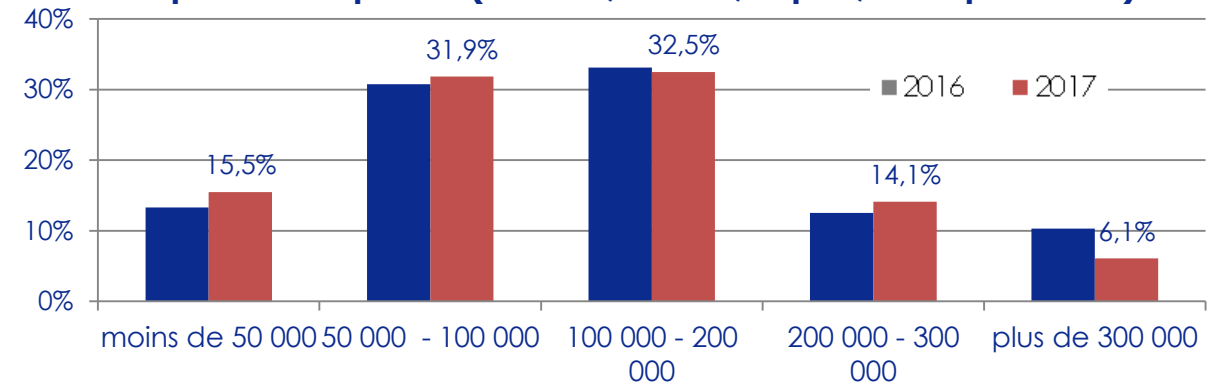
Dépense au Japon (réservation vols, hébergements)



En hausse sur les plus de 400 000 JPY

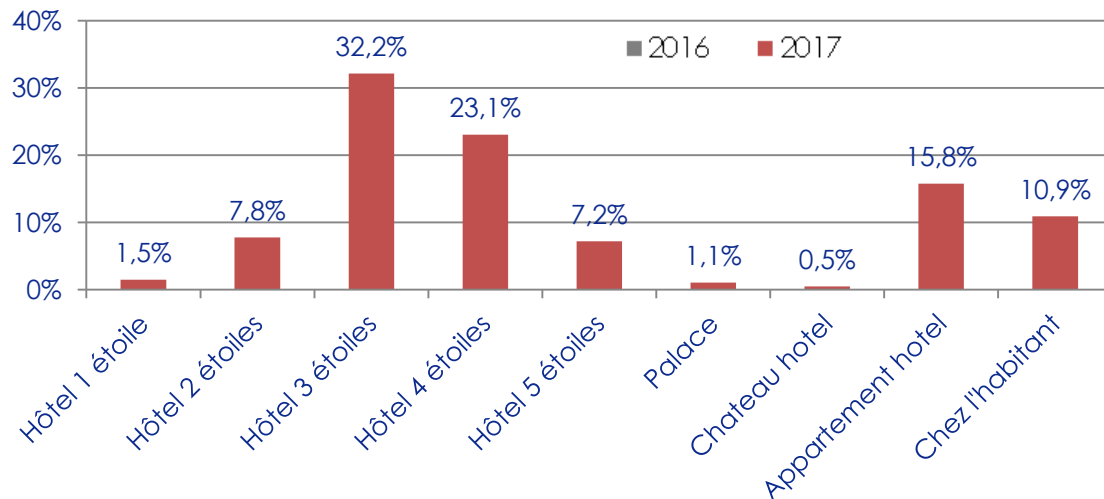
DEPENSE

Dépense sur place (achats, visites, repas, transports etc)

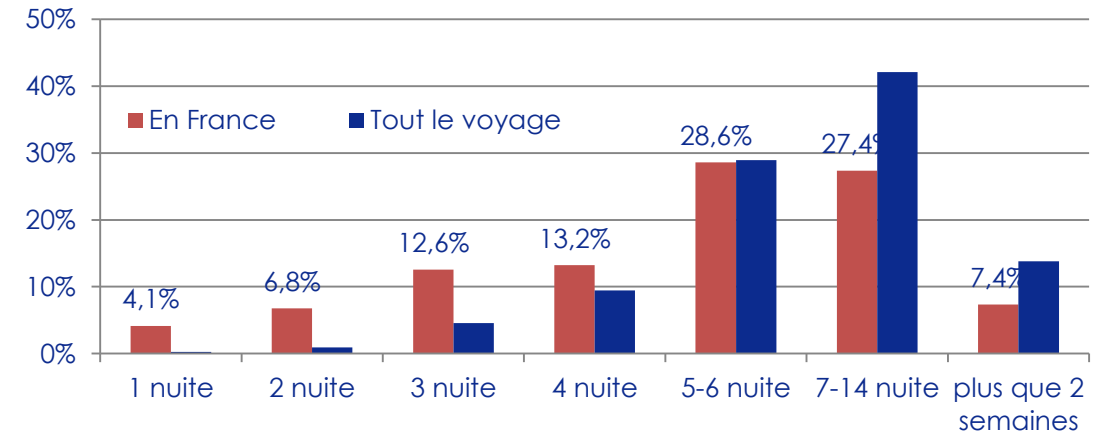


En baisse sur les plus de 300 000 JPY

Type d'hébergement

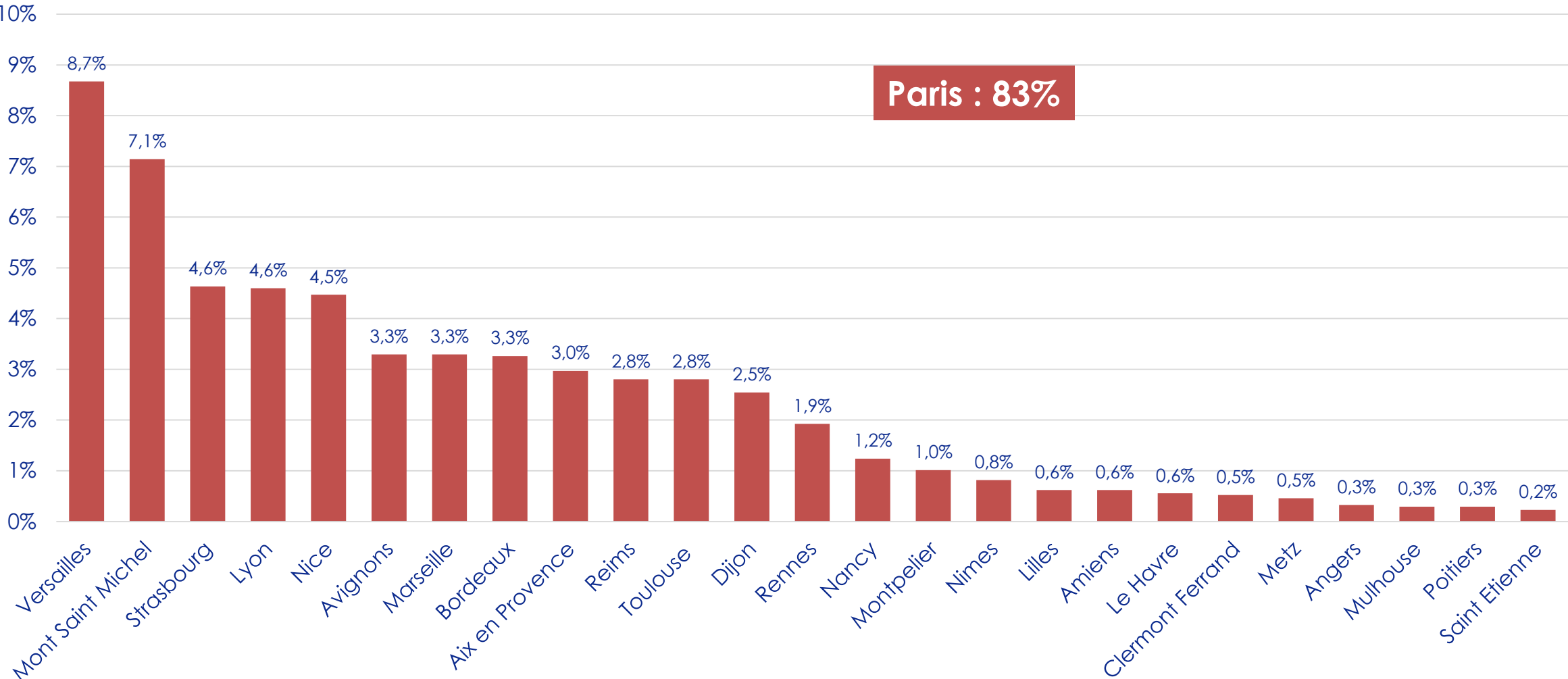


Nuitées lors des séjours en France et multidestinations



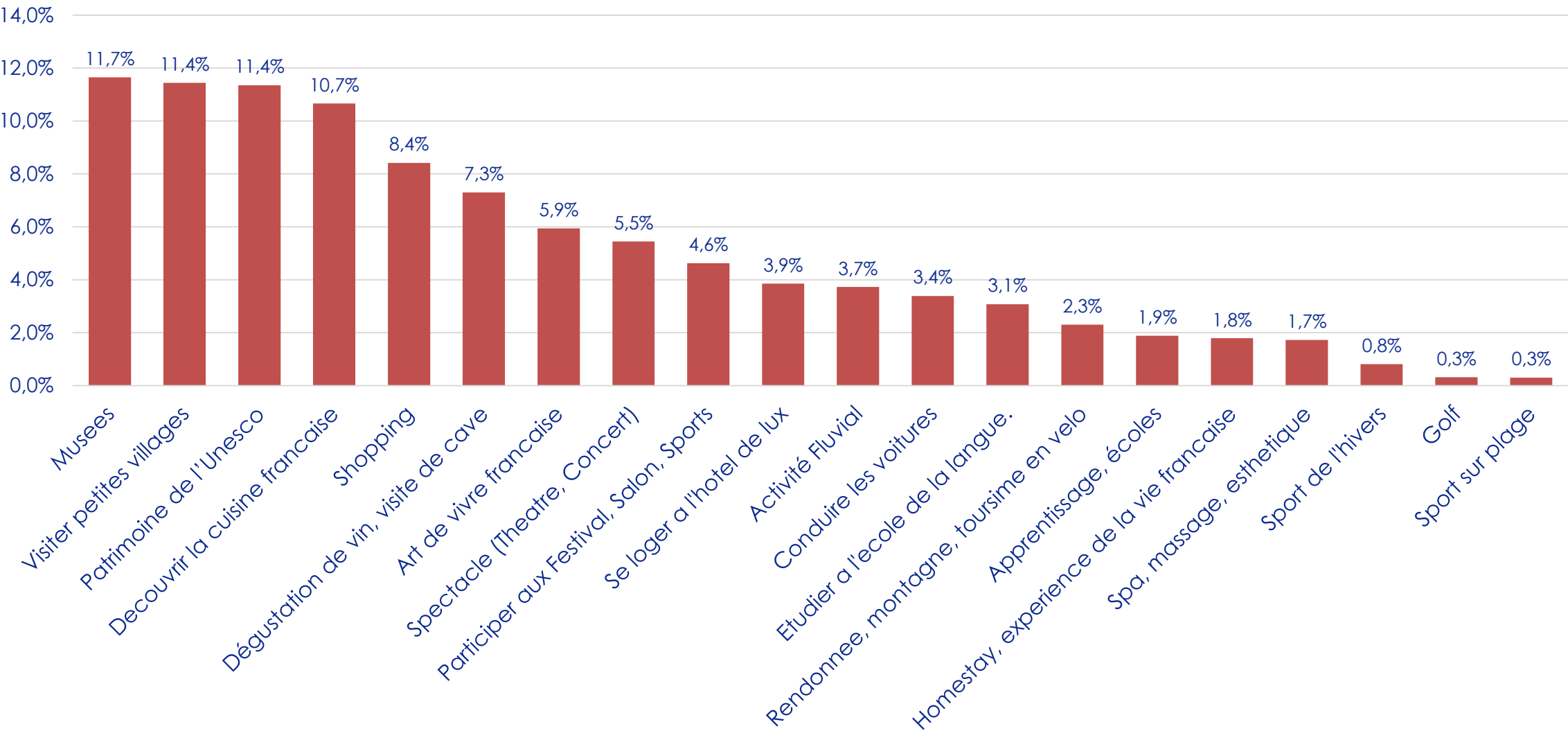
* 1 209 réponses positives sur 5 585 répondants (soit 22%)

France: les villes visitées



* 1 209 réponses positives sur 5 585 répondants (soit 22%)

Les activités recherchées en France

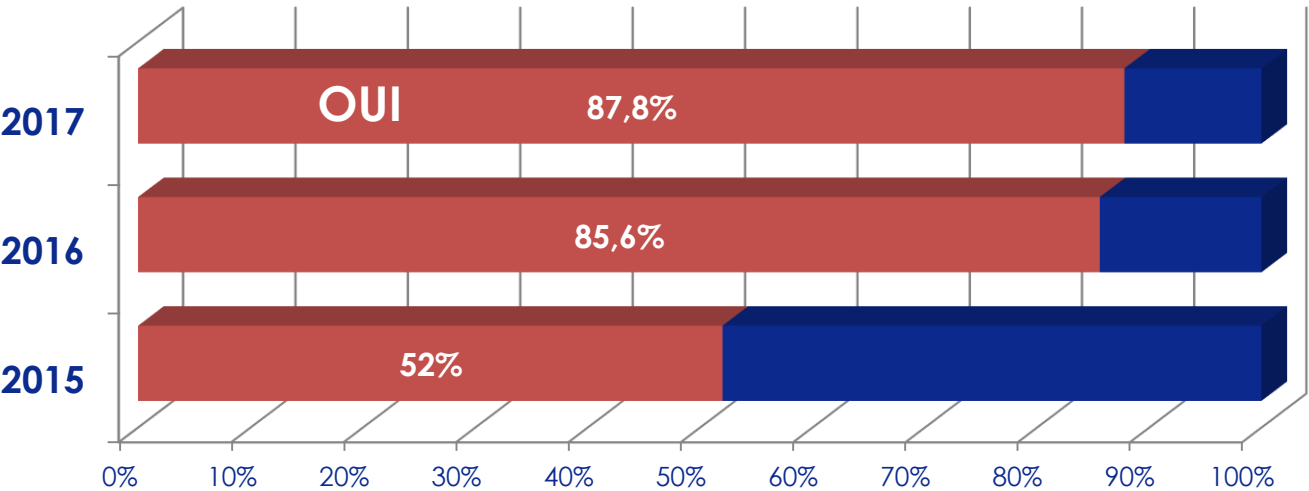


* 1 209 réponses positives sur 5 585 répondants (soit 22%)

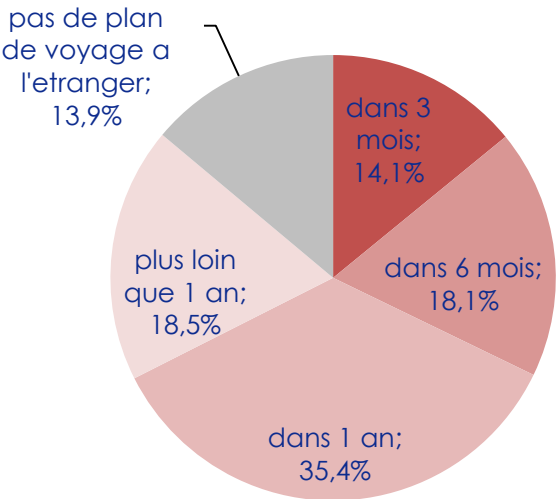
PROFIL DES ABONNÉS PAS PARTIS EN FRANCE 2017*

PROCHAINS VOYAGES

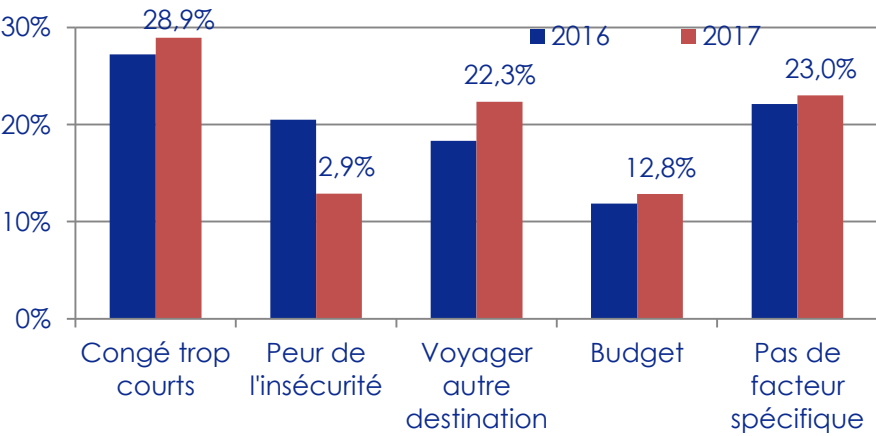
Si vous décidez de partir à l'étranger, prévoyez-vous votre prochain voyage en France?



Quand planifiez-vous votre prochain voyage à l'étranger ?



Vos raisons pour ne pas voyager en France



* 4 376 réponses négatives sur 5 585 répondants (soit 78%)

Baisse remarquable de « Peur de l'insécurité »

4. LES THÉMATIQUES

UNE PROGRAMMATION DE PLUS EN PLUS EN PROFONDEUR

FRANCE

フランス

優しい魅力が溢れる
美しい村々

歴史と共に歩んできたヨーロッパの美しい小さな村々。
洗練された格式あるホテルでして美食。
いつもとは違った非日常を、心ゆくまでご堪能ください。

癒しの風景が広がる

フランスの美しい村 Beautiful village

個人の旅行では行きづらいフランスの田舎の美しい村々をご案内します

ヨーロッパの
美しい村30選

日本旅行業協会の主催により、経済観光振興、観光公社、旅行会社、手配会社で構成する合同チーム「チームヨーロッパ」観光促進協議会が、日本人を魅了するヨーロッパの美しい村々27ヵ所30村を厳選しました。また見どころを村の個性の魅力を伝えていきます。

リクヴィール
Rikvieur
「アルプスの雄鷹」とも知られるフランスの美しい村。湖内にはロマンチックな建物が数多く、小さな可愛らしい街並みが印象的です。

サン・シル・ラポビー
Saint-Sil-la-Poivy
田舎の風景が溢れる多くの村の中でもっとも美しいこと間違いありません。閑静な風景が広がります。

フランスの
最も美しい村

「フランスの最も美しい村協会」が定める条件で「歴史化されている地域」、「歴史的遺産を最も2個以上有する」などをクリアした村に認定されます。「小さな開会村」も注目してください。

ゴルド
Gord
湖に囲まれた村で、湖のほとりには美しい家が並んでいます。湖のほとりには美しい家が並んでいます。

コンク
Conk
中世の村の風景が美しく、サン・フィリップ教会の鐘楼は村のシンボルです。

ラロック・ガジャック
La Roche-Gajac
この村はドムドニュー川のほとりにあり、美しい風景が広がります。

「天空の村」
ゴルド・シュル・シエル
Gord-Sur-Sier
村の中に入ると、花畑が広がる風景が広がります。美しい風景が広がります。

「天空の村」
ゴルド・シュル・シエル
Gord-Sur-Sier
村の中に入ると、花畑が広がる風景が広がります。美しい風景が広がります。

2014 フランス人が
最も好きな村

フランスのテレビ番組で、22の地方の村からフランス人に投票を実施しました。第1位がこちら。

イヌール
Ineuil
「世界遺産」モンサンミッシェル Mont-Saint-Michel
世界遺産の美しい村々。美しい風景が広がります。

絶対押さえておきたい王道観光スポット

人気のスポットから、小さな田舎町までフランスがおすすめする観光地をお楽しみください。

カルカソンヌ
Carcassonne
ヨーロッパ最大の城塞都市。美しい風景が広がります。

ヴェルサイユ
Versailles
フランスの王宮。美しい風景が広がります。

ストラスブール
Strasbourg
フランスの首都。美しい風景が広がります。

フレンドツアーでしか味わえない ラグジュアリーなひととき

フランスが誇る高級食材や各地の旬の食材を生かした伝統料理に舌鼓。さらに洗練された客室やロビーがある格調高いホテルで過ごす優雅なひととき。フランスならではの休日をご堪能ください。

モネのレシビを再現

ノルマンディー地方の食料品店やレストラン、ホテルやブティックなど、モネの作品にインスピレーションを与えた場所を訪ねてみましょう。

ブルマン モンパルナスバリエール

モンパルナスバリエールは、パリで最も有名な芸術家たちの集まる場所です。美しい風景が広がります。

モリス・ロレー

モリス・ロレーは、パリで最も有名な芸術家たちの集まる場所です。美しい風景が広がります。

オーベルジュ・ド・ジュリエット

オーベルジュ・ド・ジュリエットは、パリで最も有名な芸術家たちの集まる場所です。美しい風景が広がります。

エスカンゴ

エスカンゴは、パリで最も有名な芸術家たちの集まる場所です。美しい風景が広がります。

ブルゴーニュ 栄光の3日間

ブルゴーニュは、フランスで最も有名な芸術家たちの集まる場所です。美しい風景が広がります。

JTB
Media
Retailing

LES SITES EPOUSTOUFLANTS



愉

フランス・ピレネーの魅力に迫る



ビック・デュミディ展望台

2日目/ラ・モンターニュ

ピレネー山脈の外縁部にある雄大な展望台。その山頂付近に建てられた天文台兼展望台にロープウェイで登り、ピレネー山脈とフランス南西部の平原の眺望を堪能することができます。



ゴープ湖ハイキング

4日目/ゴープ湖

ピレネーでも屈指の美しさを誇る、エメラルドグリーンに輝く山間のゴープ湖へご案内します。また、ハイキングの拠点となるスペイン側では景観に誇れる川と渓谷の景色もご覧いただけます。



プチラン・アルトウースト

5日目/フアデル・ジュネ

フランスとスペインの国境近く、ビック・デュミディと並ぶ雄大な展望台を眺める山頂の展望台から、雄大な美しいアルトウースト連へ山岳展望の中をトロッコ列車で約50分たります。

観

魅力的な北スペインの街々



バラドール・ソス・デル・レイ・カトリコ

5日目/ソス・デル・レイ・カトリコ

宮殿が中世の歴史に彩られた小さな城塞の街の中心に建つバラドールに滞在します。バラドールからは美しい街並みとどかなる丘陵地帯を鑑賞することができます。



ソス・デル・レイ・カトリコ散策

6日目/ソス・デル・レイ・カトリコ

ソス・デル・レイ・カトリコはアラゴン地方の丘陵地にあるセピア色の街です。薄茶色の瓦葺きと石造の家。石造の小路はまるで中世にタイムスリップしたよう。町全体が国の文化財に指定されています。

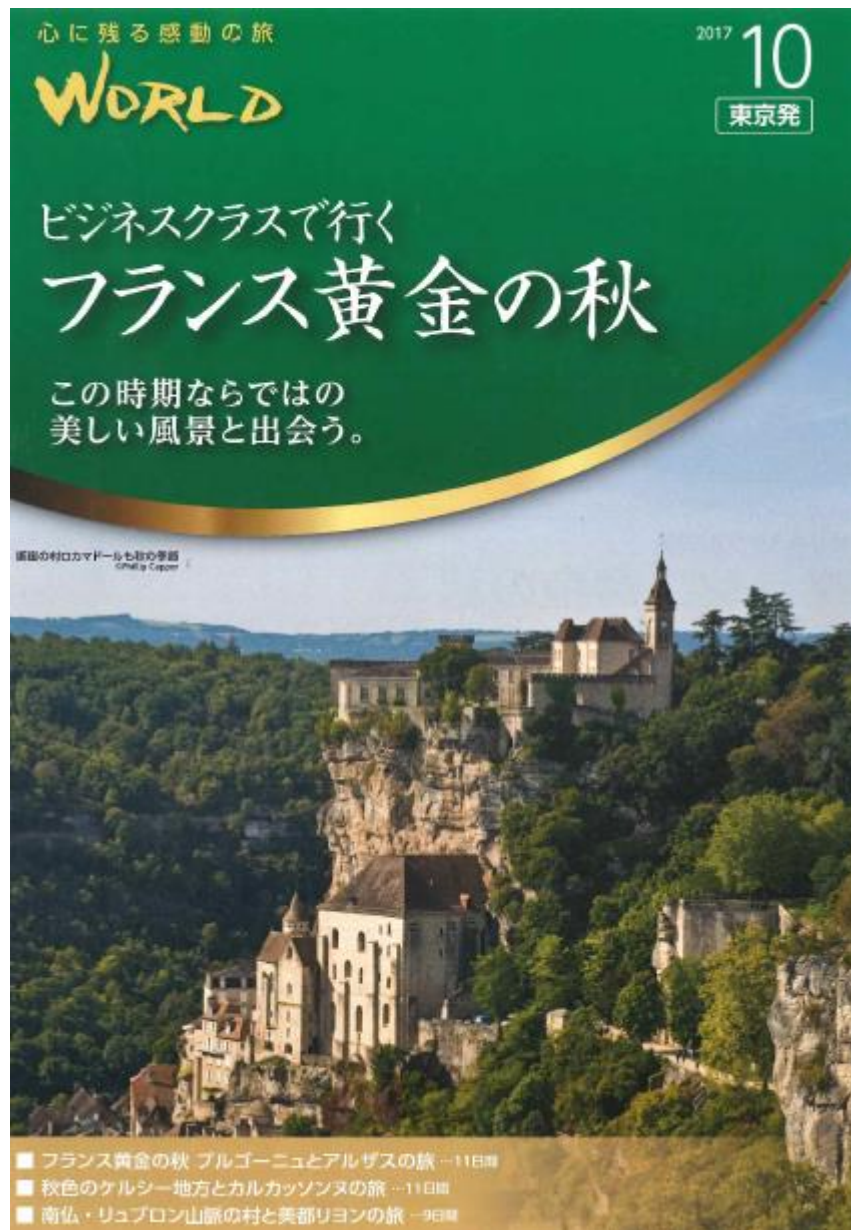


サンセバスチャン観光

6日目/サンセバスチャン

北スペイン唯一のリゾート地で、「ビスケー湾の真珠」とも言われるサンセバスチャンは美食の街としても知られています。

LES PLUS BEAUX VILLAGES



LES SÉJOURS LONG STAY

Strasbourg programmé par World Air-Sea Service 4 années de suite : plus de 100 voyageurs en 2016 et en 2017 avec des séjours de 7 à 15 nuitées en juillet et en août

お祭りで5年目を迎えました！
ヨーロッパ避暑計画 World Summer Village 2018 ワールドサマービレッジ

後援：フランス観光開発機構

長期滞在の旅

アルザスの主都 ストラスブール



ストラスブールの町を自由、気ままに楽しむ。
ゆっくりと時間をかけて「我が町」に、
長く滞在すればこそ感じるなじみの場所、
人々の温かさ、そして新しみのわくわく。色。

アルザスの豊かな自然にふれ、そこに溶けこむ美しい村を巡り、
のんびりした時間の流れるこの町でひと夏の長期滞在を。

今年もアルザス地方でおすすめの村リクヴィルでの歓迎レセプションにご招待。
夏の美しいぶどう畑をお楽しみください。

8日間	¥425,000
10日間	¥468,000 ~ ¥515,000
16日間	¥545,000

ワールド航空サービス

Nouvelle programmation de Lourdes par Hankyu Travel
avec 5 nuits avec plusieurs départs
en juillet et en août 2018
(200+ pax)



PACKAGES AVEC SÉQUENCES EXCLUSIVES

H.I.S.

Visite privée du Louvre et de Versailles + Bustronome

H.I.S. impressoで行く

入場数世界一の美術館を
限られたお客様だけで

「ルーヴル美術館」

おかげさまで今年で9周年

年間1,000万人もの人々と混み合う
入場者数世界一誇る
美術館を貸し切ります

貸し切りだからこそ叶う
目の前で感動を独り占め!

6/15(木) 8/31(木) 150名様限定
9/28(水)

人気「モナリザ」絵画は
ひとだけ

写真のように、「モナリザ」をはじめの
作品は通常の鑑賞では多くの人で
観覧されています。しかも混雑しない
ように制限もかけているため、モナリザ
からの鑑賞はひとだけになります。

H.I.S.
ルーヴル
美術館貸切
見学なら!

こんなに近い! あなたと「モナリザ」

ルーヴル美術館の敷地内にある、特に有名なレオナルド・ダ・ヴィンチによる
「モナリザ」。この絵画の前はいつも多くの人で混雑しています。しかも、通常は
待つ時間以上に制限されています。しかし、貸切鑑賞は人混みを避け、この名作
があなただけの目で、ゆっくりと鑑賞することが可能です。

2017年6月からの新企画! H.I.S. impressoで行く

花の都パリを走る
眺望レストラン「バストロノーム」をH.I.S.の

バス外観(イメージ)

バス内観(イメージ)

ガラス張りの観光バス&レストラン
「バストロノーム」で貸切ランチ!

地元パリでも大好評の「バストロノーム」をH.I.S.のお客様で貸し切ります!
フルコースの本格的なフランス料理を味わいながら時速10キロ程度でゆっくり走り、
パリの美しい景色を走る。食事と観光を同時に楽しめる新感覚のツアーです。
観光ポイントでは一時停車してくれるので車窓から写真撮影も可能(下車は不可)。
車内では日本語オーディオガイドによる案内もお願いいたします。

景色と料理を堪能する
バスをH.I.S.で貸切!

6/15(木)・25(金)
7/10(日)・24(日)
8/7(月)・14(月)・31(木)
9/3(金)・18(金)・10/2(日)

見晴らし最高! 全面ガラス張りの豪華パノラマバス!

車内は天板も側面もガラス張り。様々な角度から景色をお楽しみいただけます。
1台の定員が30名のバスはテーブルや椅子が並べられ、まるで車窓のレストランのよう。
コース料理とパリの観光を堪能できる特別な時間を過ごせます。

無料 Wi-Fi

日本語
オーディオ
ガイド

ANA SALES Concert dans la Sainte-Chapelle

ANA A STAR ALLIANCE MEMBER

2018.3/21-23 出発
(コースにより出発日が変わります。)

日仏友好160周年

コンサート開催日
2018年3月26日(月)

france france.fr
フランス観光開発機構後援

欧州の芸術を味わう 添乗員同行の旅

世界遺産パリ サント・シャペル教会 葉加瀬太郎プライベートコンサート

美しい色彩の変化を見せるステンドグラス
聖なる宝石箱の中で奏でる音と光のハーモニー
ヴァイオリンとギター、一夜限りの夢の競演!!

ツアーのおすすめポイント

- 全国各地から羽田・成田までの旅行代金に追加代金なしでご参加可能!
全国各地からご参加のお客様は、往復の旅行代金に追加代金なしにてANA国内線をご利用いただけます。詳しくはP.16をご覧ください。
- 全コース燃油サーチャージ込み 旅行代金は、燃油サーチャージを含みます。
- あんしん。あったかサポート 海外旅行保険付き!
詳しくはP.16をご覧ください。

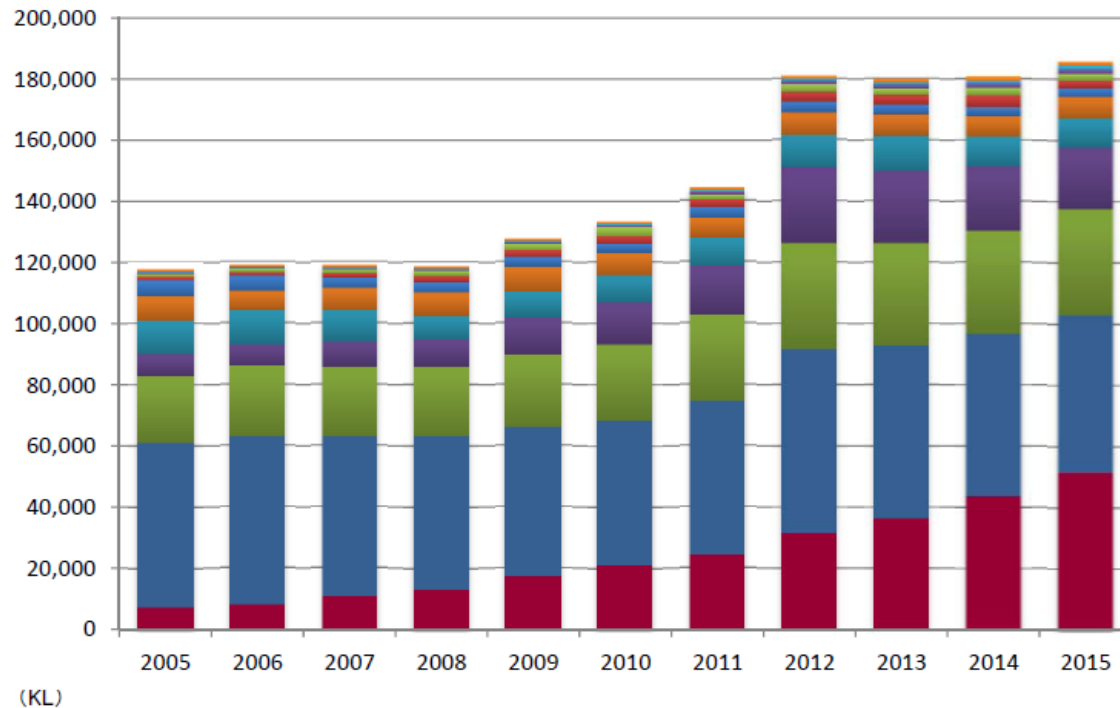
Special Guest 葉加瀬 太郎

OENOTOURISME

La dégustation de vin est de plus en plus souvent intégrée dans les produits « classiques »

Consommation de vin : 4 années record consécutives (2013-2017)

Nouvel accord commercial Europe / Japon qui devrait aider à la popularité du vin français



行きたい旅、見つかる。

trapiCS

コース番号 ET339WY-117 (エコノミークラス利用)
ET339WP-117 (プレミアムエコノミークラス利用)
ET339W-117 (ビジネスクラス利用)

ワインエキスパート添乗員
石原啓江と行く

ボルドー・リオハの
ワイナリーを巡る 8日間

出発日 2017年 10/25

フランス
ボルドーワイン
・ポイヤック
・マルゴー

スペイン
スペインワイン
・リオハ
・チャコリ

FRANCE BORDEAUX WINE
SPAIN SPAIN WINE

心に届く旅
阪急交通社
Direct your travel

Hankyu Travel
Voyage à Bordeaux et en
Espagne avec un
sommelier

DESTINATIONS INSTAGENIQUES

Nouveau !!

- Les agences qui travaillent pour le marché des jeunes femmes proposent des destinations « instagéniques » : H.I.S (section FIT "Ciao"), ST-World, Tabikobo etc.
- Rotterdam fonctionne ainsi très bien chez H.I.S



Nouveau !!

VOYAGE MUSICAL EN HIVER

Les agence qui travaillent pour le marché seniors programment de plus en plus des séjours avec concerts en hiver.

Asahi Sun Tours prépare un voyage incluant les opéras Garnier et Bastille en janvier

叶谷真起子がご案内する冬のパリ ホテル・スクリープ5連泊
日本航空ビジネスクラス羽田発着直行便で行く冬のパリ

7日間

パリ・オペラ座《ガルニエ宮・バステューユ宮》
モーツァルトオペラと印象派絵画鑑賞

羽田発着の日本航空パリ直行便のビジネスクラスを利用、朝日サンツアーズのベテラン添乗員叶谷真起子のご案内します。パリを代表する百貨店、ギャラリーラファイエット、ブランタンや、ガルニエ宮に大変便利な立地の5つ星のホテル、ホテル・スクリープに5連泊して、音楽と美術、そして冬の味覚を楽しんでいただけます。音楽は、モーツァルトの誕生日の前後にパリ・オペラ座で催される特別公演を鑑賞します。豪華絢爛な内観で世界に知られる古典的なオペラハウスですが、最近オペラの公演がめっきり少なくなってしまっているガルニエ宮で『コジ・ファン・トゥッテ』、フランスを代表するもうひとつの近代的なオペラハウス、バステューユ宮で『魔笛』を鑑賞します。美術は、オルセー美術館、マルモッタン・モネ美術館、オランジェリー美術館で、秀逸な印象派のコレクションを中心に鑑賞します。冬のこの時期は、美術館でゆっくりと作品を鑑賞する絶好の機会です。



パリ・オペラ座《ガルニエ宮》ホワイエ 写真提供 Music Opera

出発日と旅行代金

1月24日火発 798,000円 2泊の豪華なチケット代金を含みます。

◆燃油サーチャージはかかりません。(2016年7月1日現在)※但し、今後の原油価格と為替の変動などにより、増または減となる場合があります。
◆羽田空港利用料・保安料(2,570円)および現地空港税(約7,000円)は旅行代金に含まれます。

1人参加可能最小の料金 128,000円(ダブル)

◆食事：朝5回、昼3回、夕3回付(案内会除く) ◆最少乗客人員 8名様
◆羽田空港より送迎が無料です。 ◆予約料金(2泊以上12席未満)：大人と同ー
◆参加料金は個室を確保するための料金であり、グレードアップのための差額ではありません。

※相部屋希望も承りますが、お相手がいられず、お一人部屋利用となった場合は、お一人部屋追加料金を申し受けます。予めお一人部屋追加料金をお支払いいただき、最終的に同様の相部屋希望の方と相部屋になった場合に限り、お一人部屋追加料金をご返金いたします。

◆利用予定航空会社：日本航空(ビジネスクラス)《魔笛》
◆国内線と関西国際線(新空港以外)の交通機関の運賃は添えます。大阪・名古屋12,000円(内面)、札幌・福岡18,000円(内面)、いずれも当社指定便により。 ※乗降等の理由により運賃が確保できない場合もございます。ご返金は出発の30日前後になります。予めご了承ください。
◆航空券保存有効期間：フランス出国前3ヶ月以上必要
◆近鉄(近畿)：発出されております。(2016年7月1日現在)

Hotel List

◎パリ(5連泊)…スクリープ パリ オペラ ホテル バイ ソフィテルル(5つ星)《確定》

パリオペラ座ガルニエ宮、マドレーヌ寺院、ルーブル美術館、ヴァンドーム広場、世界的に知られる有名デパートが集まる理想的なエリアに位置し1895年に映画が誕生した地に建つ19世紀の威厳漂う建物を利用したラグジュアリーな5つ星ホテルです。デザイナーのジャック・グランジュが手掛けた客室とスイート、メゾネットは、パリの中心にありつつもどこかのどかで懐かしい雰囲気を感じています。ホテルのバー、グルメレストラン「ルリュミエール」、図書館が併設された


ホテル外観


ホテル客室(イメージ)

ACTIVITES POUR COMPLETER VOLS ET HEBERGEMENTS

Nouveau !!

Produits pour toucher les voyageurs qui achètent vols et hôtels secs

Produits au départ de Toulouse Albi et Cordes sur Ciel Saint Cirq Lapopie et Rocamadour Moissac



トールーズ発 [みゆら]プライベート

専用車で行く アルビとコルド・シュル・シエル1日観光

「間諜都市アルビ」として2010年に世界遺産に登録されたレンガ造りの独特な街並みを中世から現在に伝わるアルビと、「望上のコルド」という意味があり映画の舞台にもなったコルド・シュル・シエルの村を訪問。

● 旅行日：毎日 (5/1, 7/14, 12/24, 25/31, 1/1を除く)
● 集合場所：ご宿泊ホテルロビー
● 出発時間：9時

料金 112€~
お食事代別添 165€~
※お食事代別添は21人まで

専用車で行く 天空都市コルド・シュル・シエルと世界遺産コンク1日観光

中世の時代に築いた古い要塞都市の一つ、コルド・シュル・シエルと「フランスの最も美しい村々」の一つに選ばれ、サンティアゴ・デ・コンポステーラ巡礼路の聖所として世界遺産にも登録されているコンクを巡ります。

● 旅行日：毎日 (5/1, 7/14, 12/24, 25/31, 1/1を除く)
● 集合場所：ご宿泊ホテルロビー
● 出発時間：8時 / 9時

料金 140€~
お食事代別添 150€~
※お食事代別添は21人まで

Produits au départ de Paris Projection mapping de Rouen Rouen, Lyons la Forêt, Les Andelys Vézelay et Fontenay

専用車で行く フランス人が好きな村
サン・シル・ラポピーと
世界遺産ロカマドゥール1日観光

ロット川を望む崖の上にそびえる美しい二つの村、サン・シル・ラポピー村とロカマドゥール村を訪ねます。どちらの村もアクセスが良く、車でないと来られない場所なので、[みゆら]の専用車でどうぞ。

● 旅行日：毎日 (5/1, 7/14, 12/24, 25/31, 1/1を除く)
● 集合場所：ご宿泊ホテルロビー
● 出発時間：8時 / 9時

料金 140€~
お食事代別添 150€~
※お食事代別添は21人まで

専用車で行く モワサックと
オーヴィラル半日観光
~世界遺産サンティアゴ巡礼路の美しい村を訪ねて

サンティアゴ・デ・コンポステーラ巡礼路の主要都市の一つモワサックと巡礼路の途上にあるフォトジェニックな村、オーヴィラルを専用車で訪ねます。

● 旅行日：毎日 (5/1, 7/14, 11/1, 12/24, 25/31, 1/1, 11月~3月の土日の午後にのみ)
● 集合場所：ご宿泊ホテルロビー
● 出発時間：8時30分 / 13時30分

料金 90€~
お食事代別添 140€~
※お食事代別添は21人まで

専用車で行く 光のルーアン
~ルーアン大聖堂
プロジェクションマッピング観賞

2018年のテーマは「バイキング」と「ウィリアム1世」。ノルマンディの歴史を感じるストーリーを光のショーでお楽しみ下さい。

● 旅行日：6/15~9/22の毎日
● 集合場所：ご宿泊ホテルロビー
● 出発時間：[6, 7月] 20時30分, [8/1~8/15] 20時, [8/16~8/31] 19時30分, [9月] 19時

料金 100€~
お食事代別添 140€~
※お食事代別添は21人まで

専用車で行く 小さな旅・
ノルマンディ 1日観光
~美しい村、ジャンヌ・ダルクと
大聖堂のルーアン、セーヌ川の絶景

ノルマンディ地方の古都ルーアン、花嫁の田舎村リヨン・ラ・フォレ、並行する美しいセーヌ川を望める絶景ポイント、レ・ザンドリのガイヤール城を訪ねます。

● 旅行日：毎日 (12/31を除く)
● 集合場所：ご宿泊ホテルロビー
● 出発時間：8時

料金 130€~
お食事代別添 180€~
※お食事代別添は21人まで

専用車で行く 2つの世界遺産
フォントネー修道院とヴェズレー 1日観光

フランスに残存するシトー会修道院の中でも最古の修道院フォントネー修道院と、ロマネスク芸術の頂点に立つと言われるヴェズレーの世界遺産サント・マドレーヌ・バジリカ大聖堂を訪問。

● 旅行日：毎日 (5/1, 7/14, 12/24, 25/31, 1/1を除く)

パリ発着プラン
● 集合場所：ご宿泊ホテルロビー
● 出発時間：8時

ディジョンまたはボーン発着プラン
● 集合場所：ディジョン / ボーン市内ホテル / ボーン駅構内ホール / ディジョン駅前 PAUL (パンドル) 前 (15 Cour de la Gare, 21000 Dijon)
● 出発時間：8時30分~9時30分の間で選択可

料金 130€~
お食事代別添 200€~
※お食事代別添は21人まで

料金 160€~
お食事代別添 230€~
※お食事代別添は21人まで

料金 148€~
お食事代別添 233€~
※お食事代別添は21人まで

5. Exemples de Programmmations

美しい庭が自慢のオーベルジュに宿泊 フランスの小さな村々をめぐる

20名様限定



動画はこちら



世界遺産巡礼の地ロカマドクール(2日目)



美しい庭が自慢の「ビュー・ロジ」(4～6日目/※)

フランスの美しい村から世界遺産の地をめぐる

フランス人が好きな村サン・シル・ラポビ

ロット川沿いの断崖にある村は、フランス人が選ぶ好きな村全国1位にも選ばれたほどの美しさで、多くの観光客をも魅了しています。

2日目



ロット川を見下ろすように立つサン・シル・ラポビ

大西洋の玄関口、「月の港」 ボルドー

ワイン産地で知られるボルドーはローマ時代からの歴史を彷彿とさせる町です。「月の港」という素敵なニックネームを持ち町は光で輝いています。

8日目



ブルス広場前「水の鏡」

先史時代の芸術ラスコー

クロマニヨン人が描いた壁画のレプリカを最新の技術を駆使した博物館ラスコーIVで見学します。その芸術性の高さに驚かされます。

4日目



躍動感あふれる、疾走する馬の壁画

ラカーヴ

ドルドーニュ川に佇むシャトー・ホテル

シャトー・ドゥ・ラ・トレヌ

14世紀から立つ城塞を見事に改装し宿泊施設に生まれ変わったシャトー・ホテルです。フランス式庭園の敷地内をのんびりお散歩をして過ごすことができます。また、レストランでのお食事ホテルの自慢です。優雅なひとときをお楽しみください。(注1)

ドルドーニュ川を見下ろすように立つホテル(※)

9/18発限定

4日目

サルラのキャンドルナイトを見学

ヨーロッパ文化遺産の日、サルラでは町のいたるところでキャンドルが灯されます。何百万もの小さな光で美しく照らし出されたロマンティックな世界へと誘います。(注2)

サルラ旧市街の一角

GROUPE – GLOBAL YOUTH BUREAU LES BEAUX VILLAGES

✓ **Nuitées** : 3 nuits à Trémolat au Vieux Logis (R&C), 1 nuit à Bordeaux

✓ **Visites en Nouvelle Aquitaine** :

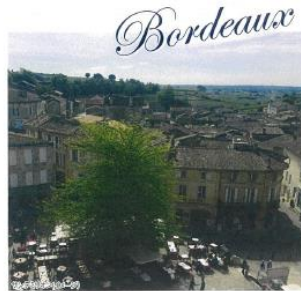
Lascaux, illuminations aux bougies de Sarlat, villages de La Roque Gageac, Beynac, St-Emilion

✓ **Groupe** : de 10 à 20 pax

GROUPE – « JTB GRAND TOUR »

VOYAGE GASTRONOMIE ET VINS A BORDEAUX

松嶋啓介氏現地同行		5月7日(火)発
春の南西フランス		
優雅な5つ星ホテル滞在とワインを愉しむボルドーの旅 7日間		
日	曜日	●入場観光 ○下車観光 ◎車窓観光 血世界遺産 ※こだわりの食事
1	5/7 (火)	東京発→欧州内東リ線→ボルドー→マルティヤック(約24km) 10:10～14:00(予定) 空路、乗り継いでボルドーへ。夜:最後、マルティヤックのホテルへ。お泊りはボルドー5部外の5つ星ホテルです。
2	5/8 (水)	マルティヤック→アルカション→ピラ砂丘→マルティヤック(約133km) 午前:フランス最大級の牡蠣の産地アルカションへ。その後、ヨーロッパ最大級の●ピラ砂丘を訪れます。昼食:牡蠣料理や海の幸をご堪能ください。夕食:ホテル内のシチュランガイド星つきレストランにて。
3	5/9 (木)	マルティヤック→マドック地区→マルティヤック 午前:マドック地区へ、●5大シャトーのいずれかを見学し、ぶどう畑を訪れます。午後:ホテルに限り、自由行動。スパなどホテルでゆっくりお過ごしください。夕食:ホテルにて。
4	5/10 (金)	マルティヤック→サンテミリオン→ボルドー(約100km) 午前:サンテミリオンへ。最後、血サンテミリオン観光。●モリス教会、●地下墓場、○旧市街を散策します。午後:元サッカー日本代表監督が所有する●ワイナリーに特別に入場します。その後、ボルドーへ。お泊りはボルドー旧市街内の5つ星ホテルです。夕食は松嶋様が厳選したオーストラリアレストランにて。
5	5/11 (土)	ボルドー滞在 午前:血ボルドー観光 ●サンタトリニ大聖堂、○大劇場、○ブルス広場、ボルドーの新名所 ●シテ・カヴァン(ワイン博物館)へご案内します。午後:自由行動 ショッピングなど思いにお過ごしください。ご希望の方は、オーストラリアのご予約をお願いします。
6	5/12 (日)	ボルドー→欧州内東リ線→ 午前:空路、乗り継いで帰国の途へ。
7	5/13 (月)	東京着 7:50～8:30(予定) 最後、解散。



利用ホテル

レス・ドゥ・コダリー [マルティヤック] (1-3泊)

ボルドーの歴史地区から車で20分の場所にあるマルティヤック村の5つ星ホテル。シャトー・ド・サン・ラウレンティのブドウ園内にあり、ワインやブドウを使ったトリートメントやママのある豪華なスパ、シチュランガイド星つきレストランも併設し、優雅なホテル滞在も楽しめます。

ボルドーワインの名所めぐり

世界に誇る高品質なワイン産地として知られ、その中でも第1級の格付けに指定され、通常の観光ツアーでは訪れない5大シャトーのいずれかを訪問。さらに元サッカー日本代表監督が所有するワイナリーに特別に入場します。

◆ご旅行代金 出発日/5月7日(火) コースNO.2985	
エコノミークラス利用	828,000円
ビジネスクラス利用	1,168,000円
お1人部屋追加代金	160,000円
中級エコノミークラス追加代金 (ヨーロッパ行き航空券のみ)	150,000円



企画にあたって

単に日程をこなすだけの物見遊山の旅ではなく、特に「食」や「ワイン」にこだわる本物志向の旅が作れないか? というフレンチシェフ松嶋啓介氏の熱意から企画がスタートしました。松嶋シェフが持っている豊富な人脈やノウハウを日程の中心に置き、普通のツアーでは入れないワイナリー、松嶋シェフが実際に食べたからと分かるオーストラリアレストランを日程に含めました。シェフ・レストランオーナーとしてのプロ目線、旅行ガイドブックには書いていない「食」や「ワイン」の新たな発見があり、他のパッケージツアーでは体験できない旅を演出します。皆様のお申し込みをお待ちしております。



✓ **Nuitées** : 2 nuits à Bordeaux, 3 nuits aux Sources de Caudalie

✓ **Visites** : Arcachon, Dune du Pilat, 1 des 5 châteaux 1^{er} grand Cru Classé de Médoc, St-Emilion

✓ **Taille de groupe** : entre 8 et 10 pax

✓ **Accompagnement par un chef** : Keisuke MATSUSHIMA possède 4 restaurants à Nice et 1 à Tokyo

F.I.T. - TABIKOBO PRODUITS PACKAGES EN LIGNE



0570-015-055

17元引電話サービス



延長保証

お気に入り

海外

国内

法人

海外ツアー

航空券+ホテル

航空券

ホテル

航空券

JR+ホテル

出張・団体

アウトレット

オグ

メイド

旅行サ

ース(WIFI・送迎)



9月

10月

11月

3日間

から行く 秋の海外旅行



海外旅行の楽しみ方 > 海外ツアー > ミニヨーロッパ旅行・ツアー > フランス旅行・ツアー > ボルドー旅行・ツアー

ボルドー旅行・ツアー

あなただけの旅行を待っています



【立地重視プラン】ボルドー中心部の4つ星ホテル宿泊【ボルドー】

Séjour à
Bordeaux

成金元10日間

125,800円~301,800円

ツアー詳細はこちら >



【地方都市+パリ】世界遺産の城

Excursion
vers
Carcassonne
au départ de
Bordeaux



【ワイン&世界遺産の優雅な街】

Séjour à
Paris +
Bordeaux

ツアー詳細はこちら >

Les TOs en ligne travaillent de plus en plus pour la programmation des villes en région pour répondre aux demandes du marché FIT.

F.I.T. - VELTRA VENTE D'ACTIVITÉS

VELTRA ボルドー 現地オプションツアー
オプションツアー数 32 体験談数 322

キーワードで探す

エリアからツアーを探す
フランス
パリ(277)
南フランス(53)
ニース(48)
フランス地方都市(47)
ボルドー(32)
アヴィニオン(23)
リヨン(17)
ストラスブール(8)

ボルドーの観光&アクティビティ
ボルドーの売れ筋ランキング
表示: 売れ筋 満足度

メドック&サン・テ...

メドック&サン・テ...

メドックシャトーく試...

メドックワイン街道4地...

サン・デミリオンシャ...

ボルドーシャトー曜日...

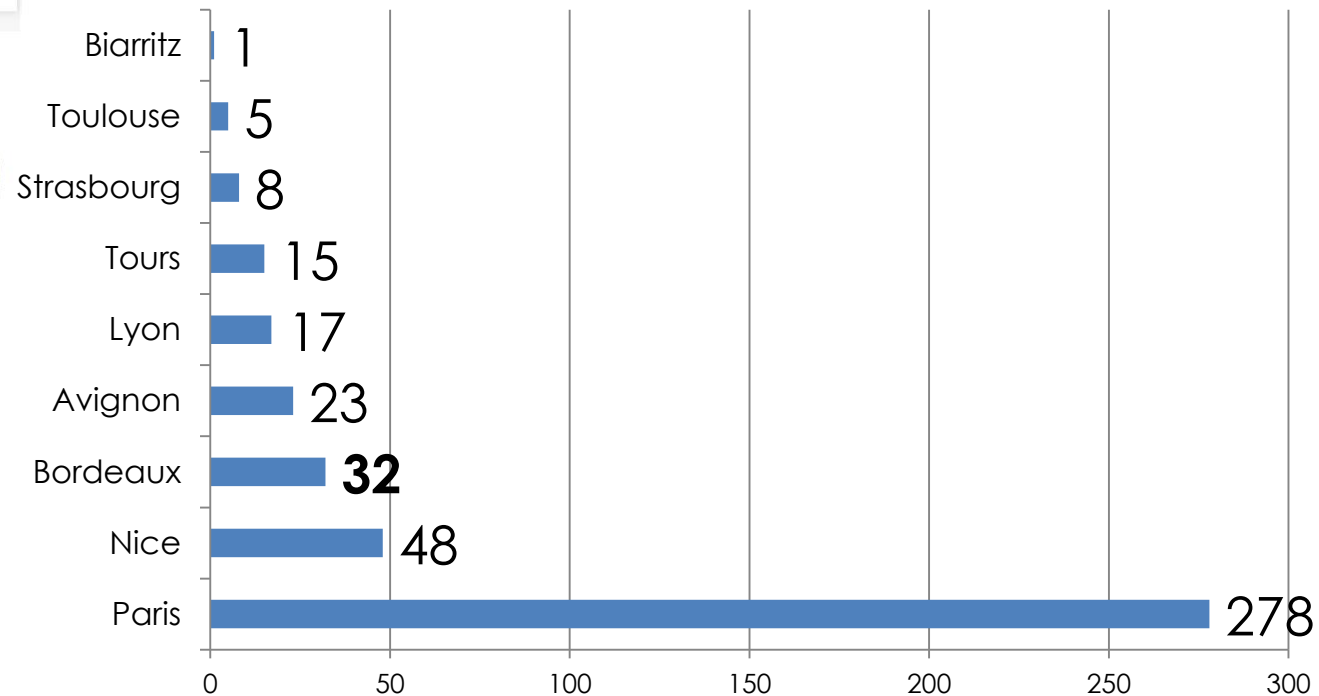
あなたにおすすめのカテゴリー

ボルドー テーマから探す
即予約確定ツアー
ワイン/シャンパンツアー(19)
サンテミリオン(11)
メドック(12)
グラーヴ(2)

32 Activités proposées dans/au départ de Bordeaux

- 19 oenotourisme
- 4 visites de ville
- 3 gastronomie

Activités proposées dans d'autres villes



ELEMENTS IMPORTANTS POUR DEVELOPPER UNE PROGRAMMATION

1. Donner des informations PRECISES

Par exemple : proposition de croisière

Infos insuffisantes:

- "agréable, authentique, paysages magnifiques"



Infos indispensables :

- lieu de débarquement et d'embarquement
- horaires
- capacité du bateau
- durée
- visuels du bateau, paysages visibles durant la croisière

2. Montrer une expérience unique

Par exemple : proposition d'oenotourisme

Infos insuffisantes:

- visite et dégustation dans un cave
- mariage de vin et mets



Montrer une particularité et donner une raison d'y aller :

- Accord de plat local et de vin de Bordeaux 1er Grand Cru
- dégustation de vin de Bordeaux (récompensé par le prix XXX)
- Atelier de plats régionaux/produits locaux du Pays Basque

On peut le faire partout...



L'ACTUALITE ET LES PERSPECTIVES D'AVENIR

2017 LA REPRISE – 2018 VERS LA NORMALITE

- ✓ Le Japon est revenu dans le Top 10 à Paris Ile de France depuis septembre 2018
- ✓ L'insécurité n'est plus un sujet majeur dans les médias et l'industrie
- ✓ Forte progression des ventes chez les agences en 2018 : de +65% à +300% par rapport à 2017
- ✓ La desserte directe progressivement saturée pénalise le segment des seniors
- ✓ Fort enrichissement de la programmation
- ✓ Les FIT progressent, le MICE a vite repris
- ✓ La concurrence a plus ou moins re-perdu ce qu'elle avait gagné
- ✓ ...Mais nous sommes encore loin du retour aux chiffres normaux du marché

2019 L'EFFET GILETS JAUNES ET LA SUPER GOLDEN WEEK

- ✓ Une couverture médiatique conséquente mais raisonnable dans le ton et la quantité : un contre-effet Carlos Ghosn ?
- ✓ L'attentat de Strasbourg, peu mentionné dans les médias, témoigne d'une accoutumance croissante du public
- ✓ Attentats vs mouvement sociaux
- ✓ La vie des agences de voyage devient plus compliquée tous les samedi
- ✓ Des annulations sans pouvoir parler d'une « vague » comme après le Bataclan
- ✓ Changement d'Ere : une « Super Golden Week » historique: 25% de la population en vacances 10 jours consécutifs ! ...mais un effet déprimant sur juillet
- ✓ Le marché japonais fonctionne bien par rapport aux autres ...mais un risque de croissance très réduite en 2019

CE QUE TOUT CELA SIGNIFIE POUR NOUS...

- ✓ Nous devons conserver une relation très forte aux agences classiques, dominantes, tout en travaillant de plus en plus avec les OTA, ascendantes
- ✓ Une concurrence renforcée (notamment d'Europe de l'Est) signifie des efforts accrus à fournir pour être très visibles en jouant sur les caractéristiques différenciantes de nos destinations : romantisme, histoire, gastronomie locale, vin, activités, luxe...
- ✓ Nous devons mettre en place une approche marketing traitant les clients repeaters et les first-timers de façon différenciée
- ✓ Il faut valoriser des contenus et offres qui proposent des expériences et des activités thématiques, s'intéresser davantage aux clientèles de niches
- ✓ Le tourisme d'affaires et la clientèle corporate doivent être intégrés dans les plans d'action

CE QUE TOUT CELA SIGNIFIE POUR NOUS...

- ✓ Préparer l'avenir nécessite d'aller chercher la clientèle étudiante et jeune, ce qui passe par les réseaux sociaux et autres actions ciblées
- ✓ La grande importance du segment seniors aujourd'hui doit être intégrée dans notre réflexion sur le développement de notre offre
- ✓ La priorité est sur le Kanto mais il faut continuer à agir dans le Kansai (Osaka)
- ✓ La JATA et les professionnels comprennent leur intérêt et sont prêts à avancer avec nous
- ✓ Des facteurs externes complexes : Jeux Olympiques de 2020, hausse de la TVA, exit tax, taux de change...
- ✓ ...Mais aussi de très belles opportunités pour la France : la Coupe du Monde de Rugby, le Festival Normandie Impressionniste, la saison française au Japon en 2021 et, à terme, les JO de 2024...

