

日中観光の変遷に関する研究

—中国人からみる日本の観光資源の魅力を中心に—

鈴木 晶

Research on the Sightseeing of Japan and China: Center on the Charm of the
Tourist Attractions of Japan When Seen by Chinese People

Shou SUZUKI

【要 旨】

日中観光が正式にスタートしたのは、日本と中国が国交を回復した1972年からである。昨年、その国交正常化から40年という節目を迎えた。この40年を振り返ると、1972年から2000年までの約30年間は、主に日本人が訪中する一方通行的な観光形態が大きな特徴であったが、近年では中国経済の著しい発展から中国国民の生活レベルが向上し、国そのものが豊かになったことで、中国人の日本旅行者が増えつつあるのが特徴といえる。本考察は、日中観光の40年間の歩みを振り返りながら、各時期の出来事を観察することによって、日中両国間の観光にどのような影響（プラスとマイナス面）をもたらしたのかを考察したものである。さらに観光による日中の交流が、両国民の感情にどのような影響を及ぼすのかも考察してみた。

【キーワード】

国際観光客 日中観光 国交正常化 国民感情

はじめに

世界観光機関（UNWTO）によると、国際観光客（外国人観光客）の受け入れ者数で近年、中国が世界第3位にランキングされ、成長市場として世界の注目を集めるようになった。中国が3位になったのは2010年のことで、前年の2009年に3位だったスペイン（5,300万人）を

抜き、フランス（7,895万人）、米国（6,088万人）に次いで3位の5,598万人にランクインしている。直近の2011年も7,950万人のフランス、6,232万人の米国に次いで5,566万人の3位となっている。

その中国は、日本が1945年に終戦を迎えた4年後の1949年に中華人民共和国として成立した。そして、1972年に日本と中国が国交を正常化するまでは、日本と中国の人的交流は少な

かった。その国交回復までの時代に日中間を行き来した人々は、主に日中間の貿易に従事する商社の関係者らに集中していた。しかし、国交正常化以後は日中航空協定の提携により、日本人の中国への観光が始動。1972年に中国を訪問した日本人は、わずか891人に過ぎなかったが、2012年になると350万人に達している。一方、中国人の訪日客数を見ると、1994年に19万人であったのが、2012年には147万人に急増した¹⁾。

日中国交正常化から40年の間、いくつかの政治的危機及び事件が発生し、そのたびに必ずといって良いほど、日中観光に影響を与えていたのが現実で、観光は政治や経済、社会動向によって変容していることは見逃せない。

1. 中国における国際観光

(1) アジア太平洋地域における2011年の外国人観光客受け入れ者数の状況

日本と中国が国交を正常化してから、この40年を振り返ると、近年になって急速に中国のインバウンド観光が着実に進展してきた。1980年に、訪中外国人が中国で一泊以上宿泊した観光客は1年間で約350万人、宿泊者数の世界ランキングは18位であった。しかし、香港返還の2

表1 アジア太平洋地域の国別外国人観光客受け入れランキング

アジア太平洋地域の国別ランキング

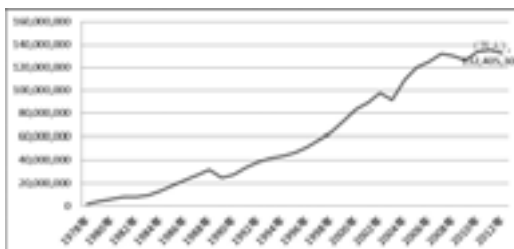
順位	国・地域	受け入れ者数
1位	中国	55,664
2位	マレーシア	24,577
3位	香港	22,316
4位	タイ	19,098
5位	マカオ	12,925
6位	シンガポール	10,390
7位	韓国	9,795
8位	インドネシア	7,650
9位	インド	6,290
10位	日本	6,219

単位：千人

出所：J N T O 国際観光白書-世界と日本の国際観光交流の動向(2010年版)により筆者作成

年目に当たる1998年には、中国はすでに海外観光客が選んだ主要な目的地国の一つとなり、宿泊客数は約2,507万人にも増加。1980年に比べ実に7倍以上も増えた。その結果、海外からの宿泊観光客数は世界6位へと躍進させている。2007年には、宿泊海外客数は約5,472万人に達し、1998年に比べ2倍以上の伸び率となり、世界ランキングも4位となった。

グラフ1 海外からの訪中者数の推移 (1978年～2012年)



出所：中国国家観光局東京事務所ホームページの資料により筆者作成

この1998年から2007年までの推移をみると、訪中海外観光客数に小幅の変動があるものの、比較的高い伸び率を占めているのが特徴である。2003年にSARS(サーズ：重症急性呼吸器症候群)の影響から対前年度比で10.41%減少したが、年間の平均伸び率は9.6%増と好調に推移している。

宿泊者数が増加したことで、世界ランキングは1998年の6位から上昇、2003年のSARSでもランキングは5位を維持。この9年間で着実にランクアップし2004年からは4位の座をキープしている(グラフ1)。

直近の国別インバウンド・ランキングでは、2011年も例年通りフランスが7,950万人で1位となった。フランスの人口約6,500万人よりも多いのは、優れた観光資源に恵まれている上、西ヨーロッパの中心という地理的優位性が大きな要因となっている。3位の中国は5,566万人でアジア太平洋地域ではナンバーワンで2位以下の国を大きく引き離している。

アジア太平洋地域で中国の外国人受け入れ者数がトップなのは、フランスと同様に観光資源に

恵まれているため、近隣のアジア諸国だけでなく欧州や米国などの国々から多くの観光客を呼び込んでいる。中国を訪問した観光客を地域別でみると、アジアからが6割以上を占め、中でも日本人観光客が最も多かった。

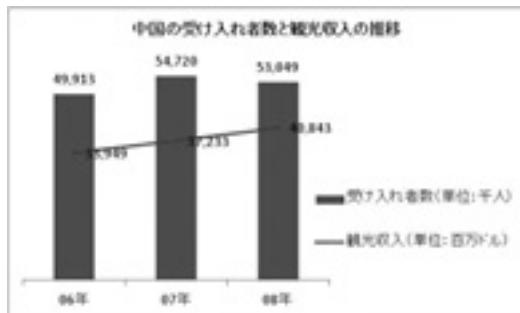
中国では国際観光客の送り出し国として、重要な国16カ国を選別しているが、その国々は日本をはじめ韓国、ロシア、アメリカ、マレーシア、シンガポール、フィリピン、モンゴル、オーストラリア、カナダ、タイ、イギリス、ドイツ、インドネシア、インド、フランスとなっている。

(2) インバウンド観光による外貨収入の世界ランキング

観光による外貨収入をみると、1980年時点で中国のインバウンド観光による外貨収入は6億1,700万ドル、世界34位であった。この時期は、まだ中国のインバウンド観光が始まったばかりであり、1998年から中国政府の対外改革開放路線が進展することによって、さらには香港の返還に伴い中国のインバウンド観光は一層拡大。

1998年のインバウンド観光による外貨の収入は約126億ドルに上り、1980年に比べると実に約20倍以上となった。つまり1980年から1998年までの18年間で毎年、前年比で倍増するペースで推移したことから、外貨収入ランキングも上

グラフ3 中国の受け入れ者数と観光収入の推移



出所：中国国家観光局編『中国旅遊年鑑』
2006年～2010年により筆者作成

がり、世界の7位までになった。直近の2007年には、中国のインバウンド観光はさらに飛躍的

に拡大し、外貨収入は約419億ドルに達し、1998年から約3.3倍も増やして世界ランキングは4位となり、観光による外貨収入大国ともなった(グラフ3)。

1998年から2007年までの各年の推移をみると、観光による中国の外貨収入は増え続け、対前年の伸び率は2桁を示している。ただ、外国人観光客の宿泊人数の推移と同様にサーズの影響があった2003年は、2002年の約204億ドルに比べ14.61%落ち込んだが、この間の年率は平均で14.20%であった。この結果、観光による外貨収入の世界ランキングは1998年の7位から2001年には5位にランクアップし、2003年と2004年に7位へと後退したものの、以後は再度ランクアップし2007年現在は過去最高の4位に上りつめている²⁾。

インバウンド観光で、中国での外貨収入が増加基調にあるのは、ただ単に入込外国人客が増加しているだけでなく、滞在日数も大きく関係しているようだ。中国国家観光局の調査によると2009年の外国人観光客の中国での平均滞在日数は7.6日で、一人当たりの平均消費額は192.93ドルだった。中国は国土面積が広く、消費額の大半が長距離移動の交通費に掛かり、これに買い物で消費されていることが大きい。また、観光客の年齢層の中心が45歳～64歳に集中していることから、比較的所得の高い中高年齢層の消費活動が外貨収入を支えているようだ。なお、世界観光機関の2006年から2008年までの外国人観光客の受け入れ者数と観光収入によると、直近の2008年の観光収入は408億4,300万ドルだった。ちなみに、2008年での観光収入トップは1,100億9,000万ドルのアメリカで、中国はイタリアの457億2,700万ドルに次いで5番目に多い。さらに2010年はイタリアを追い抜いて4位となっているが、先進諸国に比べてまだ物価が低い中国において、これだけの観光収入に上るのは、それだけ観光客が多いことの裏返しと言える。

(3) 中国各地域別の入国者数

1) 中華系観光客の動向

一方で、中国政府は香港やマカオ、台湾といった中華系観光客の誘致にも力を注いでいる。中国国家観光局の調べによると、2009年時点でこの3地域でビジネス客を含めた入国者数は宿泊と日帰り客を含めて約1億452万人と推定、中でも香港からの入国者が全体の7割以上の約7,733万人を占めている。特徴として言えるのは、入国者の67%が日帰りであり、行動範囲も中国本土の奥地には踏み込まず、香港に隣接する広州や深圳を往復するケースがほとんどであることだ。

2,271万人のマカオからの入国者も同じ行動傾向がみられ、このうち宿泊客は全体のわずか16.9%の約384万人となっている。台湾からの入国者数は約448万人で、このうち宿泊客が85.5%と香港やマカオの入国者とは比率が逆転。香港やマカオから中国本土に行くのに対して、台湾から中国本土に渡航する場合は距離的に遠いことが日帰りと宿泊との比率に影響している。

2) 中国国内各省(区、市)への外国人入国者数ランキング

2007年に中国国内に訪れた外国人の訪問先をみると、主に珠江デルタ地域や長江デルタ地域と、環渤海のような経済の発達している地域に集中している。外国人観光客が多く訪れた上位5位の省が珠江デルタ地域と環渤海デルタ地域にあり、3つの省は長江デルタ地域に位置している。

外国人の訪問先を詳しくみると、広東が全国1位で延べ入込客数は約2,461万人で、2位の上海を大きく突き放し、5倍の差があった。その理由は、地理的に香港やマカオに近いため、同地域から中国への入国する外国人(中華系を含む)が多いためである。

上海は広東に次いで2位で、年間入込客数は520万981人であった。江蘇省は全国の3位であり、入込客数は512万5,489人であり、4位と5位は浙江省と北京で、入込客数はそれぞれ511

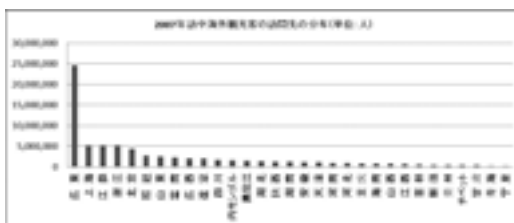
万1,789人と435万4,744人である。

一方、年間入込客数の少ない地域は、経済発展が遅れている地域であり、青海省と寧夏回族自治区を訪れた客数はわずか5万10人と9,373人であった。最下位の年間入込客数が1万人の水準を割り込んでいることで、中国各地を訪れる海外からの訪問客にバラツキがあるのが現状で、入込客数のアンバランスは深刻な問題となっている。(グラフ4)

3) 入込客数増加率ランキング(TOP10)

2007年も中国各地域への入込客数は順調に増加しているが、前年に比べて増加率の高い地域をランキングしたのがグラフ4である。注目できるのは辺境地と言われているチベット自治区で最も増加率が高かった。チベットへの入込客数は前年に比べ136%と大幅に増加し、2位以下を大きく引き離している。増加率が高かった理由は、チベットが持つ独特で神秘的な人文観光資源が豊富なだけでなく、2006年7月に青海からチベットを結ぶ「青蔵鉄道」が開通したことが貢献した。チベットに次いで2位は貴州省であり、前年より33.79%増えた。3位は江西省であり、前年より33.67%増え、5位までは30%を超える伸び率となっている。なお、黒龍江は黒龍江省であり、安徽は安徽省、6位から10位まではそれぞれ山東省、山西省、重慶市、吉林省、湖北省に位置する。

グラフ4 2007年海外観光客の中国への訪問先別



出所：中国国家観光局編『中国旅遊年鑑』2008年
により筆者作成

入込客数の増加率と経済成長には密接な関係があり、直近の2011年度で成長率が最も高かった地域は四川省であった。以下、重慶市(省に相当する直轄市)、安徽省、甘肅省、陝西省、

海南省、吉林省、広西自治区、江西省、山西省である。四川省は、2008年に大規模地震が発生し、その直後は一時的に観光客が少なくなったが、震災後の政府の積極的な復興支援などによって、四川省域内の観光地への入り込み観光客数は、2009年以後連続2桁の成長率を示し、2011年には四川省に訪れた訪中海外観光客数は前年度より55.9%増えている。震災復興が経済成長率を押し上げ、観光産業にも波及した結果と思われる。

4) 伸び率増加上位の特徴

このように、入込観光客数の対前年伸び率で、上位の地域を分析すると、ある特殊な要因がみられる。中国政府が対外改革開放路線を打ち出してから以降、中国国内各地域への外国人観光客数は毎年順調に増加しているが、その訪問地域は主に経済発展の著しい地域に集中している。例えば広東省や上海市、江蘇省、浙江省、北京といった地域はすべて中国国内では経済の先進地域であり、ビジネス客を含めた数多くの海外客を引き寄せている。しかし、伸び率上位の地域は経済発展が遅れている地域であり、決してビジネス面での恩恵を受けているとは言えない。その不利な状況の中で、前年に比べ入込客数を大幅に伸ばしたのは、観光面による貢献があったのではないだろうか。

チベットをはじめ貴州省や江西省、黒龍江省などの地域には、独特な民族文化及び地域の独自文化がある。これら4地域は中国では代表的な少数民族の集中地域であり、各民族の伝統文化や食文化、歴史的建造物などが今も残っている。漢民族の地域とは全く異なる観光資源が数多くあり、エスニック・ツーリズムを楽しむ旅行者にとっては、とても魅力的な観光地となっている。対外改革開放路線の政策によって、こうした地域へも観光客が行けることになったことが、対前年比伸び率の大幅増に寄与した大きな一因とも思われる³⁾。

(4) 中国観光による外貨収入

1) 中国各省(区、市)の観光外貨収入のラン

キング

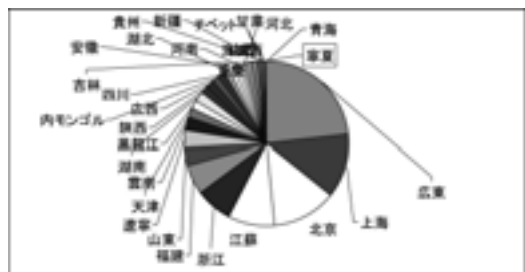
2007年に訪中した海外観光客から得た観光収入の上位ランク付けしたのが図1で、上位の顔ぶれをみると珠江デルタ、長江デルタと環渤海周辺の経済先進地域に集中していた。上位5位までの地域のうち、1か所は珠海デルタと環渤海にある省で、残り3つの省は長江デルタにあり、外国人入国者の多い地域である。

ランク1位の広東は約87億ドルで、2位上海の約47億ドルや3位北京の約46億ドルを上回っている。その差は約2倍で、年間入込客数の差がそのまま出た結果だが、下位に位置する30位の青海、31位の寧夏は経済発展が遅れている青海省と寧夏回族自治区である。青海省の観光外貨収入が1,590億ドルであり、少数民族が集中する地域の寧夏回族自治区は、さらに少ない261万億ドルにとどまっている。

2) 中国国内各省(区、市)の観光外貨収入の伸び率ランキング

2007年に海外から中国国内に訪れた観光客の外貨収入について、前年比伸び率が高かった地域をランキングした結果、トップはチベットで前年比約122%増の1億3,529万ドルだった。年間入込客数の伸び率と同様に、青海省からチベットまでの直通鉄道が開通されたことで、観光客が容易にチベットへ移動できるようになったことが最大の要因だ。そのために、チベットでの外貨収入が倍増したのである。また、成長率の高い3位と4位は江西省と広西壮族自治区であり、伸び率はそれぞれ40.6%と36.39%で

図1 地域別外貨収入の上位ランキング(2007年)



出所：中国国家観光局編『中国旅遊年鑑』2008年
により筆者作成

ある。6位から10位の地域は山西省、内モンゴル自治区、山東省、海南省、遼寧省で、下位の地域でも伸び率が30%以上という高い増加率を示している。

3) 伸び率上位の特徴

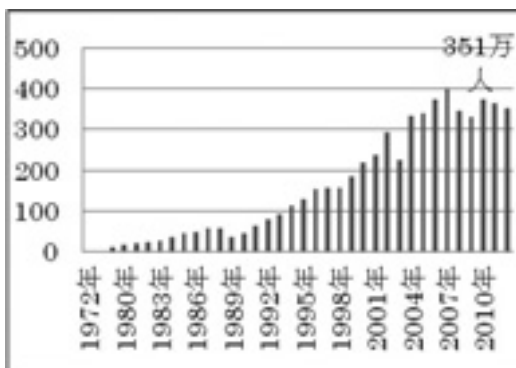
中国各地域での外貨収入は、全体的に毎年増加しつつあるが、各地域の外貨収入額は、その地域での経済発展の状況と一致している。つまり、経済が発展している地域では訪中客が多いことで、多額の外貨獲得が容易であり、例えば広東省や上海、北京、江蘇省、浙江省などの外貨収入上位の地域は、中国で最も経済発展が著しい地域で、観光客も多いことが挙げられる。しかし、全体の外貨収入額が少なくとも対前年比でみた伸び率では、必ずしも経済が発展している地域とは言えない。そこには独特な民族文化や地域文化があり、観光客を呼び込める資源があることだ。例えば、チベット、安徽省、福建省、江西省、広西壮族自治区のような地域は、魅力的な少数民族文化が存在し観光客を惹きつけている。その観光資源が外貨の獲得に一役買っていることは確かなようである。

以上、中国国内を訪れた年間入込客数や観光による外貨収入について、地域ごとにランキングした結果を分析してみたが、辺境地域と言えるチベットや安徽省など、前年比で伸び率が高い地域は、多分に観光客の増加によるものと言える。しかし、自然に観光客が増えたわけではなく何らかの要因があるはずで、青海省-チベット間の「青蔵鉄道」開通はその典型的な事例だ。今後も交通インフラの整備によっては、入込客数や外貨収入に影響を与えていくものと思われる。

2. 日中政治関係と訪中日本人観光客者数の推移

1972年に日中両国が「日中共同声明」を発表し、国交正常化が実現した。さらに1978年になると、両国間で「日中平和条約」が締結されている。これにより、両国間の首脳による相互訪

グラフ5 訪中日本人の推移（1972年～2012年）



出所：中国国家観光局編『中国旅遊年鑑』2008年
により筆者作成

問が頻繁に行われるようになり、同時に両国民の民間交流も増え始めた。民間交流が活発化したことを示す両国の観光動向調査によると、まず訪中の日本人観光客者数は1972年の643人から1979年には10万6,382人に激増している。さらに、1980年代末の1988年には、訪中日本人観光客者数が59万人に増え、1979年から6倍近く増加した（グラフ5参照）。政治の環境が良くなると、国民の感情も親密になるのは当然で、そこに日本の1970年代からの高度経済成長で、中国に旅行させる日本人を増やしたことを物語っている。訪中日本人観光客が16万人を越し、60万人台にまであと一歩という段階の1989年に約35万人に急減しているが、この年は中国国内で天安門事件が発生した影響であり、前年に比べ約23万人減少した。

その後、1990年代になると政情が安定化し、1992年4月には中国の江沢民・共産党総書記が日本を訪問し、その年の10月には昭和天皇の中国訪問が実現している。この相互の友好訪問を通して、日中友好関係がさらに新しい展開を始めた。日中の良好な政治関係が産み出した結果として、日本人の中国観光はいよいよ成熟化し、1993年に初めて90万人に上ると、翌年の1994年には100万人を突破。以後は毎年、日本人観光客は増加基調に入る。

2000年に入ると、特に21世紀初頭の2001年から2006年までの小泉純一郎氏が首相在任の間、

連続した靖国神社への参拝行為で、日中間の政治状況が冷え始めた。しかし、政治が冷えても日中間の経済は連携関係が強まり、「政冷経熱」という言葉がその期間の日中間の特徴であった。ビジネスのために多くの日本人が中国へ行くようになり、この期間中に訪中する日本人客数は次第に増加し、政治の影響はほとんど見えないほど、経済の繋がりが民間交流を力強く促進させた。そのため、民間交流の力強さが2000年の訪中客者数約220万人から2006年には約370万人へと増加させている。

最も2003年には一時的に、訪中日本人を減少させているが、これはSARSの影響で、前年比67万人ほど減らして約225万人となった。しかし、2004年には前年比約107万人増の約333万人にまで回復。その後、2006年から安倍晋三首相や福田赳夫首相の相次ぐ訪中、これに対して中国側からは温家宝首相、胡錦涛主席が訪日し、「戦略的互恵関係の包括的推進に関する日中共同声明」を発表した。このように両国首脳による絶え間ない相互訪問によって、観光に良い影響を与えた結果、2007年には400万人手前の約390万人に達し、史上最高を記録している。

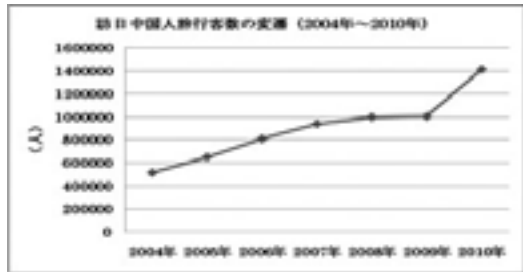
2008年は中国でオリンピックが開催された年であるが、中国大陸での四川大地震の影響で、訪中日本人は前年約53万人減の約344万人となった。2009年には、民主党政権が誕生し、日中政治関係が再び改善の兆候をみせたことで、2010年の訪中日本人者数は3年ぶりに増加して、約373万人となった⁴⁾。

ようやく日中関係の改善を見せ始めた時に、また今度は尖閣諸島近海での中国漁船衝突事件が発生し、以後は現在に至るまで日中関係は政治も経済も冷え込む「政冷経冷」の時代が続き、それに伴って訪中する日本人客も頭打ちの状態が続いている。

3. 訪日中国人の推移

一方で、中国は1978年の対外開放路線を打ち出してから、中国人の海外旅行が活性化し、国内経済の高成長を背景に国民生活が豊かになり

グラフ6 訪日中国人観光客の変遷
(2004年～2010年)



出所：中国国家観光局編『中国旅遊年鑑』2004年～2011年により筆者作成

始めたことで、より一層海外への観光需要が高まりだした。

訪日する中国人の観光はいくつかの段階で分かれる。グラフ6の通り1994年から2008年までの間、日本を訪問する中国人客はわずか約19万人から約100万人へと5倍に増加した。この14年間には二つの期間に分かれた特徴があり、1994年から1996年の短い期間が緩慢成長段階であることが指摘できる。中国人の訪日者数が1994年の19万人から24万人の微増にとどまり、年間2万人程度の伸びでしかなかった。

1997年から2003年までの6年間は、成長準備段階とも言える期間で、顕著な急増こそみられないが、1997年の約27万人を踏み台に着実な増加を示し、2003年の約45万人へとつなげている。そして、2004年から2008年までは飛躍段階で、100万人の大台を達成してさらなる増加が期待できる期間であった。しかし、2010年以降は東日本大震災の発生と、それに伴う原発事故の影響が暗い影を落として成長停滞期となっている。

中国人の海外観光熱は1990年代に入って盛り上がりだした。特に、日本と中国は地理的に近く、歴史や文化などの共通点も多いことで、中国人の日本への旅行は注目を集めていたが、中国人の訪日観光は最初から日本側からの制限が多かったため、訪日中国人の入込客数はなかなか増えにくい事情があった。しかし、2000年9月に北京や上海、広東省の中国国民に対して訪日団体観光査証が発給され、2004年9月からは

その対象地域に1市4省が追加され、さらに2005年7月になると対象が全土に拡大された。日本政府のインバウンド政策の変化によるもので、訪日する中国人は2000年には前年比で約21%増加して約35万人となり、2001年では同約11%増の約39万人、2002年は約5%増の約45万人まで増加。こうした段階的規制緩和措置で、2000年以降の訪日中国人客の増加に結び付いたものと考えられる。

さらに、2010年には中国のGDPが世界第2位となったことで、国民所得が豊かになり中国からの旅行客が急増し、訪日外客数では前年の台湾に代わって韓国に次ぐ第2位となった。中国の好調な経済成長、訪日旅行の宣伝効果、あるいは九州クルーズの需要増などが貢献している。2010年7月には前年に続いて、さらに個人観光ビザ発給の要件を緩和したことも影響。役職や収入の総合判断を中間層にまで拡大したことで、それまでの10倍となる約1,600万世帯が対象となったことから、より訪日中国人客の増加に寄与した。

4. 訪日中国人の意識変化

1) 学生アンケートに見る日本観

訪日する中国人の日本に対する意識は時代とともに、少しずつ変化している。2013年3月、筆者は勤務する別府大学において、来日1年半以内の中国人留学生85人を対象に日本の観光に関するアンケート調査(回答率100%)を実施した。細かな調査結果については、紙幅の関係で割愛するが、日本という国を知る手段として多くの留学生が「日本人との直接交流」や「日本への観光」が有効な手段と判断し、温泉や漫画・アニメなどの日本の文化に強い興味を抱いている。国民同士の理解を深めるには「外交」と「観光」のどちらが、より深める手段かを聞いた結果では69%の留学生が「観光」と答え、「外交」はわずか13%、「わからない」が18%という結果だった。その上で、日本政府の中国人に対する訪日政策は十分かを聞いたところ、半数近くの留学生が「十分ではない」と回答、

日本の施策にやや批判的な態度がうかがわれている。

中国国内で起きた反日デモについても質問したが、デモの参加者の職業を「無職」と回答したのが全体の38%を占め、「農村からの出稼ぎ労働者」との選択肢にも16%あった。こうしてみると、日本のマスコミで報道されたような中国人全体が反日ではなく、都市部に住んで安定的な収入がある人は参加していない、という実態を彼らは認識しているのである。デモに参加する人たちは生活基盤が弱く、安定した仕事にも就けず、死ぬまで農村戸籍のまま不利益な生活状況に置かれていることを十分に理解している。

こうした中国の現状を理解しつつ、日中間のトラブルを解決する方法を聞いた結果では、「外交」が最下位の17%であったのに対し、「観光」は24%に上っていた。彼らは政治レベルの対応ではトラブルの解決に力は不足だと感じ、それよりも観光という行為の中で両国を相互訪問することが有効な手段だと判断している。

また、一度は日本に旅行をしたいと思っている学生を対象に、2010年に中国河南省の鉄道警官学院大学で日本の観光にどのようなことを期待しているかをアンケート調査したものがあ。調査対象者は10代と20代の在学学生で、男女合計138人から回答を得ている。それによると、「日本のどこへ観光したいか」との質問に対して、男子学生は北海道、沖縄、関東の3道県を選択し、女子学生は北海道、関東、近畿を選んだ。北海道へ行きたい理由は、多くの学生「雪が好き」という理由を挙げ、厚い雪で覆われる北海道の様子が若者たちの憧れの理由になっているのだろう。特に、30年以上前から日本の歌である「北国の春」が中国でよく知られ、さらに2008年12月には中国全土で公開された映画「狙った恋の落とし方(非誠無擾)」のシーンに北海道に関する描写があり、若者たちの間で人気となったことも影響しているようだ。

それだけでなく、世界遺産の知床がある斜里町ウトロのラーメン店「波飛沫(なみしぶき)」のグルメ情報と、斜里町を含む北海道・道東で

撮影が行われ、中国で大ヒットした映画「非誠勿擾」も多くの中国人に北海道という地名を心の中に深く刻んでいる。こうした映画の持つ発信力が若者たちに、北海道ファンを広げた結果と言える。

また、「日本での旅行で最も興味を持っているのは何か」との設問には「景色」と「観光」、「食事」の3要素が選ばれた。調査結果によると、男子学生は上位3項目が「景色」、「同行者」、「宿泊先」の順で、女子学生は「景色」、「観光」、「食事」の順で多少異なる。あまり興味ないのは「祭り」や「競技」、「宿泊条件」で、残念ながら日本の伝統的祭りには興味を示していない。日本の各地で様々な祭りが行われ、日本の若者たちが積極的に参加し、楽しく過ごしている日本人の姿がよくテレビに映し出されてされているため、中国人も知っているが、単なるわけの分からない大騒ぎと思われ、何が面白いのか分からないというのが理由のようで、日本に旅行を希望する中国人若者にとっては魅力を感じていなかった。同様に「競技」は、スポーツ観戦など指したものだが、中国国内で見ているものと違う点がありすぎるため、大金を使ってせっかく海外旅行しているのに、また大金を払ってまで観戦するだけの価値を見いだせないのかもしれない。それよりも、異国らしいことを体験したいというのが中国人にとっての考えだろう。男子学生の回答で多かった「同行者」に関しては、男女合計では最も興味を持っているに選択されていないが、若者が海外旅行する時には、やはり同行者を選択するのは重要な要素である。海外観光をする際に、気の合う同行者と一緒に行くことで、旅行自体が楽しくなるだけに、誰と行くかが重要なポイントになる。

「日本から持ち帰りたいお土産は何か」との設問では、最も多かった回答が「デジタルカメラ」で、次いで「工芸品」、「特色料理」、「アニメグッズ」、「化粧品」、「ファッション・アクセサリ」の順であった。中国人がなぜ日本のデジタルカメラを買いたいのか、その理由は日本の価格が中国より安いからである。さらにデザインが最新であることも見逃せない。そのため、

訪日中国人の若者たちが来日する場合、事前に買い物のリストを作り、日本に来てからそのリストをチェックしながら買物をする若者の姿が多い。若者に限らず、東京・秋葉原の電気街でよく見かける光景だ。

2番目にランクされた土産品の「特色料理」とは、日持ちのするレトルト食品やお菓子などを含めた特色ある食べ物のことで、日本人にとっては意外な感じがしないでもないが、後述する「日本料理で好きなものは何か」という設問とある意味関連付けられるため、後述したい。

クールジャパンの言葉ですっかり御馴染となった日本のアニメは、中国でも大きな話題で、現代の若者はこの日本のアニメをインターネットやテレビなどを見ながら成長してきた。日中間の文化交流の賜物だが、その影響で日本のアニメファンが多くなってきていることは事実で、買い物リストの中にも具体的な商品名が含まれているようで、日本製で本物のアニメグッズを買い、アニメを体験するのが現代の若者にとって最も重要な訪日目的になっている。

また、女子学生にとっても日本製の化粧品は人気があり、買い物には日本製の化粧品が不可欠のようだ。その理由は、日本の化粧品が東洋人の皮膚に合うよう研究開発され、化粧品の成分が皮膚にやさしいという評判が中国国内で広がっている。西洋系の化粧品と比べると、皮膚に刺激がある成分が少ないため、中国人の女性にはとても人気があるようだ。

順位が高かった手作りの工芸品は、値段も安く個性的な特徴があるので人気があった。若い人だけにお金がそれほど所持できないため、友人への日本土産としては手軽で最適な品であるようだ。「ファッション・アクセサリ」についても、近年中国では韓国と日本のドラマに人気があり、若者の中で日韓ブームを起し始めた。中国人の体型に合う最新のファッションが中国人の若者にとって魅力的なものとなっているようだ。

次に、「日本の料理でどれが好きか」との質問に回答が集中しているのが「刺身」で、次に

「麺類（ラーメン、うどん、そば）」、「焼肉」、「海鮮類」、「ケーキ」、「魚（加熱加工済）」、「てんぷら」、「親子丼」、「しゃぶしゃぶ」と続く。1位の「刺身」は魚類を主体としたもので、日本人が食べる一般的な魚の刺身ではなく、どちらかと言うと鮭の刺身をイメージしたものと思われる。ここ最近、中国国内でも日本の鮭を宣伝するシチュエーションが多く、老若男女を問わず鮭の認知度が高まっている。さらに、鮭と言うと、日本のイメージとして強くインプットされ、中国国内では日本の料理が高価な料理であることから、本場の鮭を食べたいというのが中国人若者の訪日目的の一つにもなっている。ただ、多くの中国人にとっての食習慣には、ほとんどの食材を加熱処理して食べるため、魚類に限らず肉類も生ものを口にしないのが一般的。若い学生が来日して典型的な生ものである刺身を食べたいという欲求を持っていることに少し驚くが、これも日中の文化交流がもたらしている最近の成果と言えるのではないだろうか。

学生に対するアンケート調査では、さらに乗り物や日本で生活したいかについても聞いている。来日してから「日本のどんな交通手段を利用したいですか」との設問には、飛行機よりも新幹線を体験したいという学生が多かった。中国でも近年、長距離の都市を結ぶ新幹線網が整備され世界に誇っているが、日本の東海道新幹線や東北新幹線などに興味を持ち、自国の鉄道と比較する上でも乗ってみたいという欲求が強いようで、車窓から眺める沿線の風景に興味を持っているようだ。

最後に、「日本に居住したいですか」との問いには、当然と言うべきか実に7割以上の学生が訪日を望んでも、居住はしたくないとの結果だった。学生にとって日本は美しい国であり、先進国でもあって国民の教養が高いなど魅力的に映っているようだが、言語の問題や文化の違い、生活のリズムが自国と比べて速いなど不安な面が多々あり、それが来日は望んでも長く居住したいとは思わせない理由ともなっている。蛇足ながら、筆者は20年ほど前に埼玉大学国際

交流会館に生活する中国人留学生に聞き取り調査したことがあるが、その時は中国人留学生の90%以上が日本での居住を希望していた。時代が変われば人の心も変わるもので、中国経済の高度成長とともに国民の所得が増え、生活水準が向上した現在、中国国内の都市部で暮らす若者にとっては日本の生活環境と中国国内での生活環境にさほど差がないことを自覚している結果なのかもしれない⁵⁾。

5. 相互理解のために何をすべきか

以上、学生アンケートの結果について記したが、この調査から読み取れることは中国の若者たちはアニメやファッション、あるいは日本の料理を含めて日本の文化に強い関心を持ち、反日感情が渦巻く中国国内で生活していても、冷静に日本の良さを理解していることだ。こうした学生を中心とする若者たちに多く来日してもらい、日本国内を隅々まで観光してもらうことは、両国の相互理解を深めるためにも極めて有効な手段と言える。そこで、いかにして若者を中心に、より多くの中国人に訪日してもらうかが重要な課題となる。以下に、訪日客誘致の方策について考えてみた。

中国の人々は、1949年の中華人民共和国建国から1972年の日中国交正常化まで23年間、一部の人間を除いては自国から海外に出る機会に恵まれず、また海外からの様々な情報に接する機会も皆無だったと言える。しかし、国交正常化で中国国内には変化が生じ、自国から出国する官僚が増え、国民の間には限られた情報であっても入手できるようになった。時代が進むにつれ、こうした制約は徐々に解消され、日中の関係が深まるとともに、中国の子どもたちは日本文化の影響を受けるようになり、青年へと成長している。現在の若者たちは、国交正常化40年の歴史の中で成長し、良いに付け悪いに付け日本文化の影響を受けていることには間違いがない。その若者たちが日本に来て、最新の文化を体験したいという欲求に駆られても当然のことであり、受け入れる日本は彼らの心情を理解

し、心温かく迎えることが必要である。

学生へのアンケート調査から受け入れ側の対応として、まず若い年齢層ほど海外旅行に随行する同行者を重視していることから、比較的規模の大きい団体ツアーだけでなく、今後は小グループ、例えば日本国内でもまだ行われている卒業旅行や、親しい仲間だけの少人数旅行が増加することが見込まれる。そのため、少人数旅行にも適した多様性のある観光内容や、観光コースを設定していく必要があるだろう。海外旅行と国内旅行では、自ずと旅行の目的から心構え、楽しみ方まで違いがあり、来日する若者たちにとって未知の体験を味わってもらうような新鮮感を伴った観光内容、つまり旅行企画を提供していく必要がある。観光コースの設定でも、長年定番となっている東京—大阪を結ぶ大都市観光だけでなく、日本らしい有名な観光スポットを巡るルートを企画開発したい。

2009年に筆者が中国現地で調査した日本観光のアンケート結果によると、日本の都市について（複数回答）では、回答者が知っている都市名は東京100%、京都37%、横浜57%、大阪100%、名古屋59%、北海道88%、別府0%、熱海0%、箱根0%であった。別府や熱海、箱根が日本人にとって有名な温泉地であり、誰でも知っている観光地だが、中国人にとっては日本の大都市しか知らないのである。中国人誰もが知る大都市観光のルート開発だけでなく、あまり知られていなくともこうした日本の有名な観光地を積極的に宣伝し、日本の温泉文化に限らず、数多ある日本文化を体験できるルート開発が望まれる。

アンケート調査結果から、若者たちの日本料理に対する欲求に強いものを感じたが、いくら鮎やラーメンを賞味したいからといって、食事メニューにそればかりを盛り込んで、滞在がいい加減飽きが来る。確かにそれらの食事には人気があることは確かだが、実は中国では鮎やラーメン以外の日本料理があまり宣伝されていないのである。それだけに、「好きな日本料理は」、と聞いても当然、ポピュラーな鮎を選択しているのは当然の結果と言える。その意味か

らすると、中国人にとって日本料理を代表するものが鮎以外にあることがあまり知られていないことになり、外国人にとって定着している天ぷらやしゃぶしゃぶ、あるいはスキ焼きといったメニューだけでなく、懐石料理や精進料理など古来ある食事を提案していくことも、日本を理解してもらう上で大切なことだろう。数多ある日本料理を紹介していくことは、中国人観光客に対する消費拡大にもつながることである。

土産物で電化製品や化粧品など人気のある商品の傾向がある程度判明したが、彼らの購買意欲をさらに刺激するため、観光コースの中に必ず含まれるショッピングでは一工夫する必要がある。若者だけでなく来日するすべての中国人観光客の消費動向を事前に把握し、購入場所では中国語の会話ができる店員を配置しなければ、消費活動に影響を及ぼす。また、店内での案内板にも注意をしなければならない。同じ漢字を使用する中国と日本だからと言って、いくら中国語で表示していても誤解を与えるケースもある。例えば日本語の漢字で「手紙」と表記しても、中国語の意味では「トイレットペーパー」となり、同様に「小人」は「教養がない腹黒い人間」となってしまう。多少、中国語の素養がある日本人が簡体字で説明文を書いても、相手には意味が正確に通じないこともままあり、“日本語英語”と同じようなケースがみられることから注意が必要である。

最後に、日本の新幹線に乗車したいという学生が多かったことを考えると、是非とも中国人観光客には乗ってもらいたいものだ。中国には「高鉄」という高速鉄道が運行し始めたが、この「高鉄」の元祖が日本であることを十分に中国人は理解している。それだけに、自国の高鉄と日本の新幹線を比較してしまう傾向があり、中国人にとって一度は体験したい交通機関である。団体ツアーでの移動手段は通常、大型バスを手配しているが移動範囲は制限され、長距離移動には適さない。従って、来日した団体ツアーが長距離移動する際には、航空機もしくは鉄道になるが、新幹線利用を積極的に採用して、その乗り心地の良さを実感してもらいたい

ものだ。

以上、若者を中心とした訪日客誘致の改善策を記述してきたが、実際に訪日して国内を観光してみると、日本のイメージが来日前後で大きく変わることを実証したい。2013年に実施した別府大学の中国人留学生に対するアンケート調査の附随事項で、実際に来日前後の日本観を聞き取りしているが、その結果の一例として、来日前には日本の文化と歴史が素晴らしいと思っていたのが、現実には「それほどでもなく、どちらかと言うとがっかりした」との声が寄せられた。何故かと言うと、日本の歴史はわずか2000年。これに対して中国は6000年の歴史がある。日本の古い建築物を見ても驚愕感はなく、むしろ自国の建造物の方が歴史の重みを感じ、誇りに思うことで考えを改めた学生が多かった。また、生活水準が高いとの先入観は、日本人が暮らす戸建て住宅、あるいは高級マンションなどで暮らす日本人の姿を日本のテレビドラマや映画などを見て形成されたものだが、実際の生活ぶりを観察すると、質素な料理や品数の少なさに驚き愕然としたと言う。特に家庭料理の質素さにはびっくりしたようで、中国の家庭では日本人からすると毎日が宴会のような食事であるため、結果として日本人の生活水準が高いと思わないようになったと思われる。

ただ、日本の治安がとても良いことには来日して初めて実感したようだ。日本では夜11時を過ぎても女性が平気で裏街を歩く姿を目にする機会が多い。しかし、中国では夕方以降は、例え大都市であっても女性が一人だけで外出することは非常に危険で、別府と言う小都市でも女性が独り歩きできる現実には驚いた、と女子留学生の聞き取り調査で分かった。日本の交通機関も中国より便利であることが日本に来てから実感したことで、中国では大都市ではタクシーを利用するのが一番便利だと思っていたのに、日本の電車は時刻表通り発着し、運行本数の多さに感動する留学生の声が多数で、特に東京の公共機関の発達には絶賛する言葉が寄せられたりした。

終わりに

日中観光の40年間の歩みを考察してみると、日本人の海外旅行の解禁が1964年で、1978年の日中平和条約の締結により、日本人の中国訪問ブームが始まった。1980年代以降は経済成長に伴って、日本人の海外旅行が増え、そのうち中国への旅行も多くなった。2000年以後は日中経済の連携が深まり、訪中の日本人者数はさらに増加し、訪中する日本人観光客者数は、入国者数で連続20年間トップを維持している。

訪中日本人観光市場は、長年の歳月を経て成熟時期となり、各年代の政治状況の悪化があっても、中国旅行者数への影響は限定的なものであり、政治にあまり左右されていない。しかし、訪日中国人観光はごく最近の10年間しかまだ歳月が過ぎておらず、しかも中国人の海外観光は政府が主導しているため、旅行先の国との政治関係が悪化すると、旅行会社に圧力をかけるという現実がある。つまり、中国人の日本観光は今後も日中間の政治関係により一定の影響を出ることは間違いない。

「観光立国を目指す日本にとって、中国市場の存在感は決して無視できない」とする記事が日本経済新聞で掲載されたが、その日本のメディアが中国との間に存在する「緊張」や、中国人の反日感情を大きく報道しているため、最近では日本人の嫌中感情が高まっている。こうしたことは日中両国の観光業、ひいては2国間の国民感情にまで影響を及ぼしている。一方で、「両国はそう簡単に自国にとっても、利益となる相手国との関係をあきらめることはない」と見ている人もいる⁶⁾。

観光を通して日中国民の感情を緩和し、さらに経済の連携を深めることはアジア地域の経済の繁栄および安定に大きく貢献できるだろう。観光が外交や政治よりも大きな力があり、国民が直接接触することによって、これまでの誤解を解消し文化、慣習の違いが再確認でき、政治家や国家の宣伝に頼らない、自分の目で相手国の本当の姿を確認することが何よりも重要であ

る。2年前に筆者が直接調査した訪日中国人に対するアンケート調査によると、多くの中国人が日本を訪問して、心から日本のことが好きになったとの回答が多かった。観光こそ、お互いのことを知る最も早い手段である。

注

- 1) 鈴木晶 「中国における国際観光についての考察」総合観光学会第23回全国学術研究大会 山口県東萩市・萩博物館2012年12月16日
- 2) 同上
- 3) 同上
- 4) 鈴木晶 「日中観光40年の変遷に関する一考察(1972年～2012年)」総合観光学会第24回全国学術研究大会 日大商学部2013年6月23日
- 5) 鈴木晶 「近年における中国観光産業市場の動向に関する考察」余暇ツーリズム学会2013年度全国大会 早稲田大学2013年9月8日
- 6) 鈴木晶 「訪日中国人観光客の旅行動機の変遷に関する考察」余暇・ツーリズム学会九州支部大会 福岡女学院大学2013年10月12日

参考文献

1. 中国国家観光局(東京) <http://www.cnta.jp/>
2. 中国国家観光局(大阪) <http://www.cnta-osaka.jp/>
3. 日本政府観光局、観光白書
4. 中国国家観光局編『中国旅遊年鑑』1998年～2010年
5. 観光庁『日本白書』平成16～平成24年版
6. 中国観光研究院編 『2011年中国旅遊經濟運行分析と2012年發展予測』中国旅遊出版社 2011年
7. 王敏『日本と中国 — 相互誤解の構造』中公新書 2008年
8. 鈴木晶 「日中観光40年の変遷に関する一考察(1972年～2012年)」総合観光学会第24回全国学術研究大会発表 日大商学部2013年6月23日
9. 鈴木晶 「近年における中国観光産業市場の動向に関する考察」余暇ツーリズム学会2013年度全国大会発表 早稲田大学2013年9月8日
10. 鈴木晶 「訪日中国人観光客の旅行動機の変遷に関する考察」余暇・ツーリズム学会九州支部発表大会福岡女学院大学2013年10月12日
11. JNTO『国際観光白書 — 世界と日本の国際観光交流の動向』(2010年版)