

中国人の訪日旅行の形態とその変化

—観光からツーリズムへ—

Changes in the Patterns of Chinese Tourism to Japan

清水 伊織*
Iori SHIMIZU*

キーワード：中国人旅行者，訪日旅行，観光，商用旅行，修学旅行

Key words：Chinese tourists, visit to Japan, sightseeing tour, business trip, school excursion

I. はじめに

近年のグローバリゼーションの進展により、国際的な人の移動はよりいっそう活発化しつつある。2000年に世界全体で6億8700万人を記録した海外旅行者数は、今後も加速度的に増加を続けていくと予想されている。そのなかでも、海外に出かける中国人旅行者数の急激な増加は注目に値する。2004年の香港・マカオへの旅行を含む中国人の「出境旅行」（第II章参照）者数は、前年比で42.7%増加し、2,885万2,900人を記録した。また、中国人の海外旅行目的地として解禁されている国・地域も全世界に拡大傾向にあり、現在では86の国・地域が対象となっている。こうしたなか、中国人旅行者は、その市場の潜在性や滞在先での消費金額の大きさなどから、旅行者を受け入れる側の国・地域からも大きな注目を集めている。つまり、これまで世界有数の旅行者受け入れ国であった中国は、現在では旅行者送り出し国の一つとしても重要視されるようになってきているのである。

一方、日本の側から中国人旅行者を見た場合には、次のようなことが言える。日本は海外への旅行者送り出しに比べ、外国人旅行者の受け入れが極端に少なく、国際観光収支の不均衡を是正することは日本政府の政策的な課題の一つとして認識されている。こうしたなか、「ウェルカムプラン21（訪日観光交流倍増計画）」（1995年）や「ビ

ジット・ジャパン・キャンペーン」（2003年～）など、訪日外国人旅行者の増加を目指す政策が策定されている。

訪日外国人旅行者数を国・地域別にみると、特に増加が著しいのが、韓国・台湾・中国など、東アジア地域からの旅行者であり（図1）、そのシェアや伸び率から見ても、東アジア地域の旅行者をいかに取り込むかが重要な課題となっている。特に、中国人旅行者は今後の市場拡大を考慮した場合に、最も重要な誘致対象となる。さらに、こうした国家レベルでの対応とは別に、近年では、日本の各自治体においても、中国の各自治体と地域的な交流を行い、地域レベルで中国人旅行者を積極的に誘致しようとする動きがみられるようになっている。

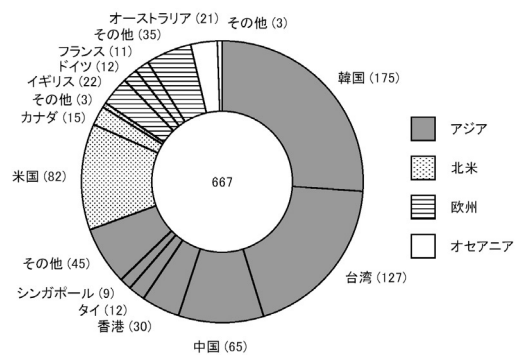


図1 州別、国・地域別訪日外国人旅行者数の割合(単位：万人)
資料：国土交通省（2006）をもとに作成。

* トップツアー株式会社

* Toptour Corporation

本稿が注目するのは、日本の旅行会社や自治体の中国人訪日旅行をめぐる誘致活動の、ここ数年間における変化である。2000年9月に中国の一部地域で、訪日団体観光旅行が解禁されたことによって、日本でも、中国人観光客が誘致活動の対象として認識されるようになった。日本の中国人訪日旅行への対応は、いわゆる「観光旅行」の促進を、その中心的な課題としてきたが、観光客増加への期待とは裏腹に、各種の規制が観光客誘致の障壁として存在しているのも事実である。こうしたなか、日本の旅行業界や一部の自治体のあいだでは、「観光客」以外の中国人旅行者に注目しようとする動きがみられるようになってきた。たとえば、旅行会社のなかには、中国人旅行者に注目しつつも、「観光旅行」は扱わず、「商用旅行」のみを扱う会社も少なくない。また、中国人旅行者の増加を目論む自治体も、単なる「観光」ではなく、中国からの修学旅行の誘致に積極的な姿勢を見せはじめている。つまり、日本政府の推進するビジット・ジャパン・キャンペーン（以下、VJCと略記）などによって、外国人の訪日観光客数の増加が期待されている一方で、実際に旅行者を受け入れる自治体や旅行業界のあいだでは、「観光以外」の旅行者に注目するという状況が生まれているのである。

日本を訪れる旅行者が「観光客」であるか否かは、受け入れ側にとってどのような意味を持ちうるのか。この点を理解しないと、中国人の訪日旅行をめぐる現在の状況を正しく認識することはできない。以上のことから、本稿の目的は次のように設定したい。まず、第Ⅱ章で中国人の海外旅行について概観した上で、第Ⅲ章で、訪日旅行の現状について「団体観光旅行」を中心に検討する。第Ⅳ章では、2004年から2005年にかけて行った聞き取り調査と、2006年に行った聞き取り調査の比較から、日本の旅行会社と自治体の中国人訪日旅行に対する取り組みの変化について考察する。さらに、第Ⅴ章で旅行会社や自治体の中で観光旅行から商用旅行や修学旅行などへ関心が移行しつつあるという点をもとに、日本のツーリズムのあり方と関連付けながら、「観光」概念の再検討の必要性を指摘する。

Ⅱ. 中国人海外旅行

1. 中国人の「出境旅行」とは何か

中国人の「出境旅行」は、「香港・マカオ・台湾以外に住む中国国民が、香港・マカオを含む外国へ行く旅行」と定義される。そして、この「出境旅行」は、「香港・マカオ旅行」、「国境旅行」、「海外旅行」¹⁾の3つに大別される（国家旅游局、1997）。ここでは、考察の前提として、中国人の「出境旅行」について概説を行ったうえで、とくに「海外旅行」の現状について、制度的な面からの考察を行う。

(1) 香港・マカオ旅行

「香港・マカオ旅行」は、広東省、福建省などに住む中国人の親族訪問から発展してきたものである²⁾。この「香港・マカオ旅行」は、1983年11月15日に、広東省の旅行会社が広東省の住民を対象として、香港・マカオ地区の親族を訪問するための「香港・マカオ親族訪問ツアー」を設定したのが最初である。ただし、訪問先に居住する親族が香港での旅行費用を負担することが条件とされ、ツアーの参加人数も限定された。

その後1992年には、中国国務院が、福建省の海外旅行会社による香港・マカオ親族訪問旅行等を認可し、これを契機として香港・マカオ親族訪問旅行が中国全土で解禁された。1996年には毎日平均で900人以上、年間30万人以上の中国人が本土から香港・マカオを訪れるようになっていた。

現在では、中国各地38都市からの個人旅行が解禁され、香港・マカオへの旅行者数は毎年大きな割合で増加し続けている。中国人の「出境旅行」において初めて個人旅行が解禁されたことで、今後、個人志向の旅行が増加し、旅行形態の多様化も進行することが予想される。

(2) 国境旅行

「国境旅行」とは、「指定された旅行会社の手配により、中国国民及び隣接する国の国民が、グループで指定された国境のゲートから出入国をするもので、双方の政府の決定した区域と期限内で行う旅行」とされる³⁾（国家旅游局、1997）。

「国境旅行」の手続きは次節で説明する「海外旅行」よりも簡便で、中国人の「国境旅行」参加

者は、通常のパスポートの代わりに、「出入国通行証明書」を提出することで出国が可能となる。また、「海外旅行」と比較して費用が廉価で、沿岸部より平均所得が低い内陸部の省からも旅行者を集めている。

これらの旅行者の旅行目的としては、観光のほかに、買い物、国境貿易などが挙げられるが、「国境旅行」が行われる地域によって、旅行の特徴に大きな違いがみられる。鐘・郭(2001)によれば、北朝鮮への「国境旅行」は、その目的は観光が多くを占め、ベトナム・ラオス・ミャンマーなど東南アジアへの「国境旅行」は、観光のほかに買い物も主要な目的となっている。これらの「国境旅行」における旅行者の流動は中国から隣国へと向かう流れが主で、国境地帯に住む中国人の経済発展や、少数民族との交流を促進するために存在しているという側面が強い。

一方、ロシア⁴⁾との国境では、主に買い物や貿易が行われ、旅行者の流動は双方向的である。近年では、ロシアから中国を訪れる旅行者が増加するなど、従来の「国境旅行」とは異なる状況も呈している。

(3) 海外旅行

中国人の「海外旅行」は、「香港・マカオ旅行」や「国境旅行」から少し遅れて認められた旅行方式である。この旅行形態は、査証の種類によって、観光旅行、商用旅行、親族訪問旅行などに下位分類される。

観光を目的とした「海外旅行」については、香港・マカオやヨーロッパの一部地域を除いて、団体旅行の形式しか認められていない。また、渡航先は、旅行者が自由に選択できるわけではなく、「海外旅行目的地(Approved Destination Status: ADS)」として中国政府の承認を受けた国・地域に限られる⁵⁾。

この「海外旅行」の認可の経緯は、以下の通りである。1990年10月、中国国家旅游局などが「我が国国民の東南アジア三ヶ国観光に関する管理条例」を発表し、シンガポール・マレーシア・タイの3ヶ国に個人旅行をすることが認められた。当時の海外旅行では、管理条例の適用は親族訪問旅行のみに限られており、海外の親族が旅行者の保

証人となることや、海外で発生する旅行費用を支払うことなどが規定されていた。つまり、東南アジアに親族を持たない中国人は、旅行すること自体が認められていなかったのである。また、「海外旅行」者数は中国政府によって管理されていたため、海外旅行の経営認可を受けていた旅行会社は旅行の参加者数を一定限度以上に増やすことができず、無許可で海外旅行業務を行う会社も現れた。このため、海外旅行市場の整備を目的として、1997年3月には、国家旅游局と公安部によって「中国人海外自費旅行管理に関する暫定条例」が発表された。この条例によって、旅行会社の海外旅行業務に対する管理が強化され、同時に、海外旅行市場の整備も本格的に進められた⁶⁾。

なお、2007年1月1日現在、中国政府によって「海外旅行」の目的地として認められている国・地域は86である。

2. 観光目的の「海外旅行」

国家旅游局によれば、2004年の中国人「出境旅行」者数は2,885万2,900人を記録し、前年より42.7%増加している。1994年が373万3,600人であったので、過去10年間で旅行者数が約7.7倍に増加したことになる。このように短期間で旅行者数が大きく増加した背景には、私用による「出境旅行」者数の急増がある(図2)。「公用」旅券による旅行は、一般的に政府による派遣・研修が中心であるが、私用の「出境旅行」は、「私用」旅券を利用するもので、海外での長期滞在、親族訪問、自費留学、観光等を主な目的としている。

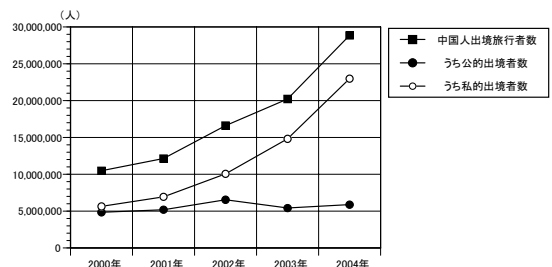


図2 中国人出境旅行者数

資料：国家旅游局(2001～2005)をもとに作成。

ここでは、中国人の「出境旅行」のうち、私用の「海外旅行」、とくに観光目的の旅行について

て検討したい。中国人の「海外旅行」は、商用旅行や親族訪問旅行などに関しては、個人の手配によって個人旅行を行うことができる。一方、観光目的の旅行に関しては、香港・マカオやヨーロッパなど一部の地域を除いて、旅行会社のツアーによる団体旅行のみが認められている。

これまで、中国人のツアーは、中国語で「走馬観花」（馬に乗って花見をする意）と形容されるような、一度の旅行で多くの観光地をまわるツアーが主流であった。同じ価格であれば、訪問地が多いほど旅行者に歓迎されるという傾向もみられた。しかし近年では、そうしたツアーに加えて、これまでとは異なった特徴を持つツアーも実施されている。たとえば、1つの都市に長期間逗留する滞在型のツアーが増えてきたことが挙げられるほか、チャーター機で国外の地方都市を直接訪れる旅行や、東南アジアのリゾート地で長期休暇を過ごすツアーも提供されつつある。ツアーの内容も多様化している。たとえば、2006年10月の国慶節の休暇期間には、川端康成が著した小説「雪国」をテーマとして、新潟県の越後湯沢温泉を訪れるツアーが販売された。

このほか、中国語で「自由行」といわれるツアーも、近年多く行われている。「自由行」とは、個人旅行が認められている香港・マカオやヨーロッパの一部の地域へ、旅行会社のパッケージ・ツアーを利用して個人で旅行する形式である。2006年11月27日の北京娯楽信報によれば、12月に北京市の旅行会社各社が販売するツアーでは、ヨーロッパと香港への「自由行」が旅行者の関心を集めているという。「自由行」のツアーの最低価格は、ヨーロッパ方面へのツアーで4,699元（約7万円）、香港へのツアーで約1,000元（約1万5,000円）となっている⁷⁾。この価格は、一般の団体旅行のツアーと同程度の価格であるため、旅程に拘束される団体旅行に比べて人気が高く、「自由行」の形式を選ぶ旅行者も増える傾向にある。

しかし、日本を含む多くの国・地域においては、いまだに観光旅行中の自由行動が原則として認められていない。その背景には、外貨流出や旅行者の逃亡などの問題がある。

国家旅游局の観光振興に対する基本的な方針

は、「外国人旅行者の訪中旅行は強力に、中国人の国内旅行は積極的に、中国人の出境旅行に関しては適度に推進する」というものである。1978年から中国政府が改革・開放政策を採用し、経済発展のための外貨獲得手段のひとつとして観光業が重視されるようになった。一方、中国人の「海外旅行」に関しては、外貨流出、滞在先での逃亡・不法滞在などの問題が背景にあり、1979年まで一般の中国人に対しては認められていなかった。しかし、対外開放政策を契機に、政府や企業の経済活動や文化交流なども盛んになり、それらを目的とした海外出張が徐々に認められるようになっていった。こうした状況のなかで、私用の「海外旅行」への規制も緩和されるようになってきた。

ただし、「海外旅行」に関する規制が全体的に緩和され、取扱認可を受ける旅行会社も増加する一方で、逆に旅行会社に対する管理は強められつつある。これは、旅行会社数の急激な増加によって、旅行ツアーの価格競争が激化し、悪質なツアーを実施する旅行会社が増加していることが主な要因となっている。国家旅游局は、旅行会社の違反に対する罰則を強化する一方で、誠実で信用できるツアーを実施する会社を「誠信旅行社」として認定するなどの対策も講じている。

以上のように、「海外旅行」の目的地となる国・地域の増加や、中国政府による観光政策の整備などによって、中国人の「海外旅行」は拡大している。また、旅行会社が実施している「海外旅行」のツアーでは、個人旅行志向の高まり、ツアー内容の多様化などの特徴がみられることが明らかになった。

Ⅲ. 中国人観光旅行に対する日本の注目

中国人の海外への旅行が活発化する中で、日本への団体観光客数も順調に増加している（図3）。それでは、日本の受け入れ機関はどのような対応や誘致活動を行ってきたのだろうか。日本の旅行会社のなかには、中国人の訪日観光旅行の取扱認可を取得し、新たなマーケットを獲得しようとする動きがある。また、近年では、特に中国人を中心として、外国人観光客を誘致しようとする自治体も増加しつつある。以前から誘致活動が行われている地域でも、観光客の増加が鈍化しつ

つあるところでは、新たな誘致対象として中国人観光客の重要性が認識されつつある。本章では、中国人の訪日旅行のなかでも、とくに団体観光旅行に焦点を当て、旅行業界や自治体がどのような誘致を行ってきたのかについて検討する。

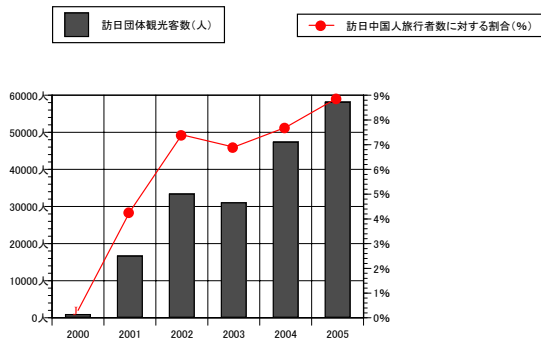


図3 中国人訪日団体観光客数の推移
資料：国際観光振興機構編(2006b)をもとに作成。

1. 中国人の訪日観光旅行に関するシステム

(1) 中国人の訪日観光旅行者をめぐる制度

中国人が査証の相互免除が行われていない国・地域へ「出境旅行」を行う場合は、旅券に加えて、旅行目的に応じた当該国政府の査証が必要となる。就労や留学などの長期滞在を除く短期滞在査証の種類は、商用（商談、研修、視察、技術交流など）、親族訪問、団体観光等に区分されている。

訪日団体観光旅行のための査証を取得するには、旅券、査証申請書、居住証明、所得証明、在職証明、滞在日程表の提出に加え、査証申請に関する代行業務を行う旅行会社に対して、5万元から20万元（約75万円～300万円）の保証金を預ける必要がある。保証金の金額は、代行業務を行う旅行会社で決定され、申請者の出身地が不法滞在者を多く出している地域の場合には、保証金の金額が高くなる場合もあるという。また、旅行者が提出する書類の状況によっては、面談が実施されることもある。

現在では、手続きの簡略化が図られつつあるものの、この査証取得の煩雑さは、依然として海外旅行を行ううえでの障壁の一つとなっている⁸⁾。

(2) 査証発給対象地域の拡大

日本と中国は、実務者会議において中国人訪日団体観光旅行について合意に達し、2000年9月に、北京市、上海市、広東省を訪日団体観光旅行の試験地域として指定することを決定した⁹⁾。また、訪日団体観光旅行を取り扱う旅行会社として、中国側では海外渡航業務の取り扱いを許可されている旅行会社20社が指定され、日本側では国土交通省の募集によって63社が指定された。査証の取扱公館は、北京の日本大使館に加えて、2003年に在上海総領事館と在広州総領事館でも発給が開始された。

2004年9月には、査証発給地域が拡大し、天津市、遼寧省、山東省、江蘇省、浙江省が追加された。同時に、取扱旅行会社が新たに指定され、日本側では78社、中国側では192社となった。さらに、2005年7月には、査証発給対象地域が中国全土に拡大され、日本側の取扱旅行会社は2004年に128社に、中国側の取扱旅行会社は2005年に672社に増加した¹⁰⁾。

2005年に解禁された地域では、訪日観光のツアーはまだ少なく、旅行者が集まらないためにツアーが催行できないという状況も発生している。これらの地域からの訪日ツアーの場合、北京市の旅行会社数社が査証の申請を代行するとされている。そのため、ツアーの参加者を集めた現地の旅行会社は、北京市の旅行会社を経由して在北京日本大使館に査証を申請しなければならない、北京市の旅行会社と現地の旅行会社の間では、手数料などの金銭的な取引も発生する。このため、2005年に解禁された地域の旅行会社は、他の地域の旅行会社と比較して、訪日観光のツアーを催行しにくい。JNTO北京事務所は「2005年に解禁された地域の旅行会社は、訪日観光のツアーに対してまだ様子をみている状況にある」と話している¹¹⁾。

(3) 日本側の旅行会社に対する規制

日本側の旅行会社が訪日団体観光旅行を取り扱うことに関する規則や制度は、国土交通省観光部によって作成された『訪日団体観光旅行取扱マニュアル』や『中華人民共和国国民訪日団体観光旅行取扱契約における必要記載事項』などに記載されている。中国の旅行会社が日本大使館・総

領事館に査証の代理申請を行うためには、日本側の旅行会社が作成した招聘保証書が必要となる。また、形式は団体旅行のみに限られ、1回のツアーの人数は5名以上40名以下とされている。査証は、発給の日から3ヶ月間有効であり、15日間の滞在が認められる短期滞在査証に限定されている。

また、国土交通省は、中国人旅行者の逃亡・不法滞在の防止を目的として、日本側の指定旅行会社に対するペナルティ制度を設けている¹²⁾。たとえば、団体観光旅行中に中国人旅行者が逃亡した場合、取り扱いを行った旅行会社の過失の度合いに応じて減点ポイントが与えられる。そして、その減点数に応じて、中国人観光旅行取り扱い停止などの処分がなされる。このため、中国人の訪日観光旅行を取り扱うことは、日本の旅行会社にとって、リスクを背負うことにもなる。

2. 旅行会社による中国人観光旅行の取り扱い

前節で確認したように、旅行会社が中国人の訪日観光旅行を扱うには、さまざまな制約やリスクを伴う状況にある。しかし、一方では、そのような制約に対応しながら、団体観光旅行の市場の潜在性に着目して業務を行おうとする旅行会社も存在する。以下では、清水・祖田（2005）を参照しながら、そのような旅行会社の取り組みの一例を紹介しよう。

北海道に所在する旅行会社A社は、2000年に中国人訪日観光旅行の解禁に伴って行われた取扱旅行会社の第1次募集で、取扱認可を取得している¹³⁾。A社は、2000年に設立され、道内に14の店舗を持つ旅行会社で、中心的な業務は、日本人の中国旅行取り扱いであるが、2004年の時点では、中国人観光客の訪日旅行も重要な業務としていた。

A社は、中国人の訪日観光旅行に関して、行程に北海道が含まれる、価格の高いツアーだけを扱うという方針を採っていた。これは、旅行者が日本での逃亡・不法滞在を目的としている場合、価格の安いツアーを選ぶ傾向があるからである。また、旅行代金の回収については、「中国側で認可を受けている21社（当時）の旅行会社の中でも、安心できる会社とだけ付き合い」としており、慎重な姿勢が感じられた。

一方でA社は、台湾・香港などからの旅行についてはリスクが少ないものの、日本側の旅行会社が利益をあげにくいという点があることも指摘している。台湾や香港などからの訪日旅行では、日本の旅行会社を利用しない個人旅行が増加しているため、今後旅行会社が利益を上げることが難しくなる可能性がある。それに対して、中国からの訪日観光旅行では、日本側の旅行会社から招聘理由書を発行する必要がある、また、旅行中は日本人の添乗員の同行が義務付けられるなど、日本側の旅行会社が必ず手配の過程に介入する必要がある。さらに、中国の旅行会社に訪日観光旅行のノウハウが蓄積されていない段階において、日本の旅行会社が果たしうる役割も大きいという。A社は、これらの点に注目して、中国からの観光旅行の業務を開始したと考えられる。

同じようなことは、大手旅行会社のグループ企業であるB社（在札幌市）も指摘している。中国からのツアーは、他社との競争が激しい台湾や韓国などからのツアーと比較して利益が挙げやすいという。これらの旅行会社は、中国の訪日観光旅行市場が、発展・整備の段階にあることに注目した動きであったといえる。

3. 自治体の中国人観光旅行に対する取り組み

前節で紹介したように、一部の旅行会社は、中国人観光客の訪日旅行に注目して業務を行っていた。一方、日本の自治体のあいだでも、異なる視点から中国人旅行者に注目する動きがみられる。本節では、中国人観光客に対する誘致活動と、その考え方について検討したい。

自治体の中国人観光客誘致活動に関しては、2000年9月に訪日団体観光旅行が解禁されたことなどから、次第に関心が向けられつつある。また、ビジット・ジャパン・キャンペーンの関連事業として、たとえば、「栃木県への中国人観光客誘致推進プロジェクト事業」など、国土交通省との提携による誘致活動も多くの自治体で行われている。

中国と日本の自治体の友好都市提携も活発に進められている（表1）。自治体国際化協会北京事務所次長のC氏によると、これまで自治体の友好都市提携は、アメリカやヨーロッパを中心に

行われていた。しかし、「自治体の財政的な状況から、メリットを持たない部門の削減が求められ、国際交流を中心としたそれらの都市との友好都市提携は維持することが難しくなっている」という¹⁴⁾。一方、中国の自治体との友好都市提携では、地元製品の販売、企業の進出、旅行者の誘致などを行うことができるため、自治体は友好都市提携を結ぶ理由を見出しやすいという事情がある。このように、日本の自治体は、中国人観光者の誘致や企業の中国進出などで得られる経済的なメリットの大きさから、中国に注目しているといえる。

表1 日本の自治体の友好都市提携数

アメリカ合衆国	435
中国	310
オーストラリア	108
韓国	104
カナダ	69
ブラジル	59

資料：自治体国際化協会(2005b)をもとに作成。

ここでは、自治体が中国人観光客の誘致活動を行っている具体例として、札幌市を取り上げたい。2000年に中国からの訪日観光旅行が解禁された後も、台湾に対する誘致活動を中心に行ってきた北海道とは異なり、札幌市では、早期から中国人旅行者の市場の潜在性に注目し、活発な誘致活動を行ってきた(清水・祖田, 2005)。

札幌市は、日本の他地域の自治体が中国に注目し誘致活動を積極的に展開しつつあることも念頭に置き、他の自治体に先駆けて、札幌市の観光地イメージを中国に浸透させることを強く意識してきた。たとえば、2004年4月からは、北京市の一部の路線バスに、札幌の雪祭りや時計台の絵柄を塗装し、観光地としての札幌市を宣伝する試みを行った。2003年11月には、札幌市初の海外駐在員事務所(札幌経済交流室)を北京に設置し、中国人観光客の誘致活動と、札幌市内の企業に対する中国進出への支援を行っている。

筆者は2005年12月に、札幌経済交流室のD氏に対する聞き取り調査を行った。交流室の活動としては、札幌市の旅行展示会出展の支援や、中国政

府・マスメディアに対する観光プロモーションの実施がある。しかし、このような観光プロモーションに対して、D氏は、「日本の自治体のプロモーションは、毎回パワーポイントを利用して同じような形式で行われているため、飽きられないような方法を考えなければいけない」と指摘している。また、「中国人は、訪日旅行といえば東京や大阪を訪れるものだというイメージを持っていて、その他の多くの自治体は名前も認知されていない。地方の自治体の中には、名刺の裏に日本地図を印刷し、自治体の位置を説明している担当者もいる」という。北海道や札幌市の行っている観光プロモーションについても、「説明会の終了後、中国の旅行会社と商談会や食事会を行うという流れが固定化している」という状況がある。この打開策として、札幌市では、著名な中国人作家を北海道に招いて旅行記の執筆を依頼するなど、新しいプロモーションの方法も実践している。このほか、新聞広告の掲載やパンフレットの配布、ポスターの作成など、紙媒体によるプロモーションも行われている。

しかしその一方で、D氏は、「日本と異なり、中国では新聞を見る所得者層が限られている。また、街頭で印刷物を配布することも法律で禁じられている。そのため、限られた予算の中でどのように効率的な宣伝を行うかに苦勞している」と述べ、中国で観光プロモーションを行うことの難しさを強調する。つまり、今後中国人観光客が増加していくことは確実だが、海外旅行を行うことができる中国人は一部に限られているため、誘致の対象を絞ることが重要になるという。D氏は、「札幌市が遼寧省大連市で行った調査から判断すれば、大連市の人口約550万人の中で実際に海外旅行を行うことができる所得者層は、全体の1%程度ではないだろうか」と考えており、中国人の訪日観光旅行の市場については、その潜在性に対する一部自治体の期待と、実際の状況とのあいだに、大きな落差があることを指摘している。

4. 観光客誘致からのシフト

筆者が2004年に行った聞き取り調査では、解禁直後の中国人観光客の取り込みに重点をおく旅行会社や自治体が、確かに存在した。旅行会社と

しては、逃亡・不法滞在防止などの目的からさまざまな規制が設けられている一方で、そうした制約があることで、逆に利益を上げることができたのも事実である。また、中国における旅行市場が未成熟であったという点も、日本の旅行会社には有利に働いた。一方、自治体の姿勢としては、財政状況の悪化などを背景に、交流対象を経済的なメリットが得やすい中国へとシフトする傾向にあり、同時に中国人観光客の誘致を積極的に行う方向にあった。

ところが、札幌経済交流室D氏の話にもあったように、日本の各自治体の行っているプロモーションが必ずしも成果に結び付けられていないという現状があり、中国人のなかで実際に海外旅行を行うことができるのはごく少数であるということを描する声も聞かれる。このような状況から、日本の各自治体では、「観光客以外」の中国人旅行者に注目しようとする動きもみられる。次章では、この点について検討する。

IV. 中国人訪日旅行の多様化

1. 中国人「観光」旅行の占める位置

前章では、中国人の訪日観光旅行に焦点を当てて検討した。確かに、訪日観光旅行の解禁以降、中国人観光客の増加は著しい。ところが、観光業界や自治体のあいだでは、単なる観光客の誘致ではなく、別の形態での中国人旅行者の獲得を模索

し始めている。ここでは、まず、中国人の「観光客」が実際にはどのような存在として捉えられるべきかを、統計的資料を参考に考察しよう。

図2で見たように、2000年以降、私用旅券を利用した中国人の「出境旅行」が急増している。そうしたなか、訪日旅行も急激な増加を見ている。2005年の中国人の訪日旅行者数は、前年比6.0%増の65万2,820人を記録した(表2)。中国人の訪日旅行を目的別に見ると、観光客が20万1,940人(30.9%)、商用客が16万5,394人(25.3%)、その他客が25万6,739人(39.3%)などとなっており、観光客だけでなく、商用・その他の旅行者の増加も著しい。現在のところ、割合として観光客が最も多いとはいえ、そのシェアは3割程度であり、それ以外が7割を占める現状において、旅行会社や自治体が「観光客以外」に注目することは、おそらく自然なことであろう。

ここでは、国際観光振興機構編(2005a)から、訪日目的別の旅行形態とその割合を少し詳しく見てみよう(表3)。この報告書で調査対象となっている中国人旅行者数は884人で、そのサンプル数から見て、必ずしも実態を表しているとは限らないが、おおよその傾向は把握できる。これら884人の旅行者のうちで、最も高い割合を示しているのは、「業務」による訪日旅行で、サンプル全体の43.5%を占める。その他の訪日目的では、割合の大きい順に、親族・友人訪

表2 目的別訪日中国人旅行者数

		総 数	観 光 客	商 用 客	その他客	一時上陸客
2001年	人 数 (人)	391,384	72,118	74,309	194,174	50,783
	構成比 (%)	100	18.4	19	49.6	13
	伸び率 (%)	11.3	59.3	-4	12	-9
2002年	人 数 (人)	452,420	101,299	91,189	220,573	39,359
	構成比 (%)	100	22.4	20.2	48.8	8.7
	伸び率 (%)	15.6	40.5	22.7	13.6	-22.5
2003年	人 数 (人)	448,782	95,991	96,177	226,570	30,044
	構成比 (%)	100	21.4	21.4	50.5	6.7
	伸び率 (%)	-0.8	-5.2	5.5	2.7	-23.7
2004年	人 数 (人)	616,009	189,692	141,204	254,453	30,660
	構成比 (%)	100	30.8	22.9	41.3	5
	伸び率 (%)	37.3	97.6	46.8	12.3	2.1
2005年	人 数 (人)	652,820	201,940	165,394	256,739	28,747
	構成比 (%)	100	30.9	25.3	39.3	4.4
	伸び率 (%)	37.3	6.5	17.1	0.9	-6.2

資料：国際観光振興機構編(2006b)をもとに作成。

表3 中国人の訪日目的別旅行形態

	人数	団体旅行		個人旅行	
		人	(%)	人	(%)
観光・休暇	126	81	(64.3)	45	(35.7)
業務	385	43	(11.2)	342	(88.8)
業務兼観光	86	25	(29.1)	61	(70.9)
親族・友人訪問	155	-	-	155	(100.0)
国際会議・見本市参加	51	10	(19.6)	41	(80.4)
インセンティブ旅行	-	-	-	-	-
新婚旅行	-	-	-	-	-
短期研修	17	2	(11.8)	15	(88.2)
修学(学校)旅行	7	2	(28.6)	5	(71.4)
トランジット	22	-	-	22	(100.0)
その他	35	10	(28.6)	25	(71.4)
全体	884	173	(19.6)	711	(80.4)

資料：国際観光振興機構編（2005）をもとに作成。

問（17.5%）、観光・休暇（14.3%）、業務兼観光（9.7%）、国際会議・見本市参加（5.8%）となっている。また、旅行形態を見ると、団体旅行19.6%、個人旅行80.4%となっており、「観光・休暇」以外の旅行では、その多くが個人旅行の形式で行われている。

実は、中国からの「出境旅行」全体の中で見た場合、いわゆる「観光」を目的とするような、旅行会社の提供するツアーはそれほど重要な位置づけにあるわけではない。図4は、中国国家旅游局の資料をもとに作成したものであるが、そこに占める旅行会社のツアーによる旅行者数は伸び悩んでおり、年々その相対的地位を低下させていることが分かる。

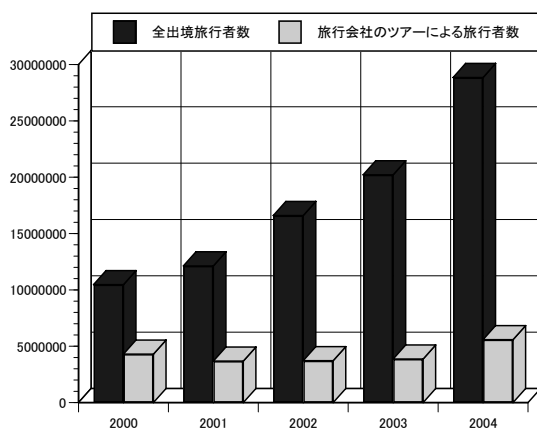


図4 旅行会社のツアーによる旅行者数の全出境旅行者数に対する割合

資料：中国国家旅游局（2001～2005）をもとに作成。

このように、中国からの「出境旅行」者全体から見ても、そのうちの訪日旅行者全体から見ても、観光客の占める位置というのは、実はそれほど高くないということが分かる。もちろん、2000年の訪日観光旅行の解禁以来、多くの旅行会社や自治体が、中国人観光客の獲得に積極的であったことは、前章で確認したとおりである。しかし、そうした状況も、急速に変化しつつある。その変化として、たとえば、中国からの観光旅行の取り扱いを停止する旅行会社や、取扱認可を取得しても観光旅行を扱わないという旅行会社が増加していることが挙げられる。前章で紹介したA社も、中国人観光客の扱いに積極的であった旅行会社だが、現在では、中国からの観光旅行に関する業務を行わず、日本人の訪中旅行のみを扱うようになったという。また、自治体の中にも、観光客の誘致に取り組むだけではなく、「観光客以外」の中国人旅行者を誘致しようとする取り組みも始められている。次節以降では、こうしたターゲットのシフトが起こっている要因と、「観光客以外」の旅行者獲得の具体的な事例について見ていくことにしよう。

2. 訪日観光ツアーの競争激化と劣悪化

日本の旅行会社が中国からの観光旅行を敬遠するようになった要因として、中国の旅行会社によって販売される、訪日観光ツアーの価格の急激な低下という事態がある。本節では、次節以降の議論の前提として、訪日観光ツアーの内容の変化について、価格の面を中心に検討する。

中国人訪日観光ツアーは、主に中国の旅行会社によって企画される。訪日旅行市場では出国管理や査証の取得などに関して制約が大きいことから、特徴を持ったツアーを企画することは難しく、各旅行会社のツアーは、内容が似通ったものとなる傾向にある。また、国際観光振興機構北京事務所によれば、中国の旅行会社では訪日旅行について知識を持つ人材が不足していることから、ツアーの企画は、他社の人気ツアーを模倣し、かつ価格を下げるという方式で行われているという。このような状況から、訪日団体ツアーの価格も大幅に低下しつつある¹⁵⁾。

まず、中国からの訪日観光旅行のツアー価格

の変遷を見てみよう。何・陳(1997)に記載された情報は、訪日観光旅行解禁前に発表されたモデルコースであるが、この当時の価格設定(当時予定)を見ると、東京、横浜、名古屋、京都、大阪をまわる5泊6日のツアーで1万7,500元(約26万5,000円)となっている。掲載されているモデルコースは、いずれも東京から入国し、大阪から出国する旅程で、東京の観光地を見学した後、箱根、名古屋、京都などを訪れる内容となっている¹⁶⁾。

一方、2002年に実際に行われた訪日観光ツアーの事例をみると、東京、横浜、京都、大阪をまわる5泊6日のツアーの価格は、上述したモデルコースとほぼ同じ内容であるにもかかわらず、価格は9,800元(約14万8,000円)まで低下している。そして、2005年2月には、5泊6日の行程で、6,380元(約9万7,000円)の訪日観光ツアーも現われている。

このように急速に価格の低下が進んでいる背景として、ヨーロッパやオセアニアなど、観光地として人気の高い地域が相次いで海外旅行の目的地に加わったことや、東南アジアなどへのツアーの価格低下の影響を受けたことなどが挙げられる。

このような低価格の訪日観光ツアーには、消費者の苦情を招くような品質の低いツアーも多く、観光地としての日本イメージの低下も懸念されている。このため、JNTOや地方自治体などでは、中国の旅行会社を支援し、品質の高い訪日観光ツアーの造成に努めてきた¹⁷⁾。その一方で、日本側・中国側の双方で訪日観光旅行の取扱認可を受ける会社が増加し、価格競争の激化と、ツアー内容の劣悪化という事態は、いっそう進行しつつある。こうしたことから、日本の旅行会社は、中国人の団体観光旅行から撤退する動きも顕著になりつつある。それでは、日本の旅行会社は、中国人の訪日旅行に対してどのような対応をとっているのだろうか。この点について、次節で具体的事例を見てみよう。

3. 日本の旅行会社による中国人商用旅行の取り扱い

(1) E社による商用旅行の取り扱い

E社は、東京都に所在する大手旅行社の1つで

ある。E社は2000年に中国人訪日団体観光旅行の取扱認可を受けている。また、2006年2月には、同様の取扱認可を受けた中国専門の旅行会社の全営業権を獲得した。こうしたことから、E社は中国旅行に関する業務に注目していることがうかがえる。

ところが、E社はこれまでのところ、中国人の訪日観光旅行に関する業務は行っていない。現在E社が扱っているのは、すべて商用旅行で、過去3年間では毎年2,000人程度の旅行者を受け入れている。これには、収益性の問題が大きく関連している。E社の担当者は、日本人旅行者や他の地域からの外国人旅行者に関する業務と比較した場合、「特に中国人の訪日観光旅行の収益性は悪い」と述べている¹⁸⁾。その背景には、前節で述べたような、訪日観光ツアーの急激な価格低下がある。E社の担当者は、「最近では、訪日観光ツアーでは、全体の95%以上が華僑などアジア系のランドオペレーター¹⁹⁾によって手配が行われているという事情がある」と述べ、それらの会社は、ツアーのコストを抑えるために、移動中のバスで車内販売を行ったり、留学生を添乗員として雇ったりして利益を上げている²⁰⁾という。E社では、こうした観光旅行の取り扱いは避けて、中国人訪日旅行の取り扱いを商用旅行に限定しているため、収益性は中国人訪日旅行全般を扱っている他社と比較して僅かに高いという。また、中国人訪日旅行を扱っている他の東京都の大手旅行社も、E社と同様に、商用旅行を中心に扱う傾向があると述べている。

E社の担当者によると、観光目的の査証を取得することが難しいことから、中国人旅行者の中には、短期商用の査証で訪日しながらも、実際には観光だけを行うという事例が少なくないという。団体形式に限られている観光旅行では、自由行動が認められず、訪問したい観光地に行くことができないため、「不満を持った旅行者の中には、商用の査証を使うなど、他の手段で再度、訪日旅行をすることもある」という。

確かに、商用の査証を申請する場合でも、日本側の企業の招聘理由書などが必要とされる²¹⁾。しかし、一定の地位と手段を持っている人にとっては、観光用査証を取得するよりも商用の査証を

取得する方が、はるかに障壁が少ない。E社の担当者は、「商用の査証が取得できるかどうかは、旅行者によって異なる」としながらも、「商用の査証を使用して、週末ごとに買い物の目的で訪日し2泊3日で帰国する例や、観光旅行で訪問できなかった観光地を、商用旅行で訪日して訪れる例がある」という。

こうした商用査証による訪日旅行は、査証申請の際に外務省の審査があることから、すべての中国人旅行者が行えるものではない。しかし、E社の担当者は、「費用があれば、どこかの企業を経由して商用の査証を取得することもできる」と話しており、こうした商用査証による「観光旅行」は数多く行われていると考えられる。E社は、こうした中国人旅行者を中心に扱うことで、リスク回避と利益の獲得を狙っているといえる。

(2) F社による商用旅行の取り扱い

F社は、1997年に設立された中国人の商用旅行を中心に扱う旅行会社である。所在地は北海道札幌市で、旅行業のほか、中国語の翻訳業や輸入業務、広告物の制作など、中国に関連する業務を広範に行っている²²⁾。

F社は、1ヶ月に20件程度の商用旅行を取り扱っている。20件中の多くは5名から10名の商用旅行で、その内3～5件程度は中国の日系企業の社員旅行を扱っている。F社は、現在のところ、中国からの観光旅行を取り扱う方針を持っておらず、訪日観光旅行の取扱認可も取得していない。ここでは、F社が、観光旅行を扱わず商用旅行を扱っている理由を、3点に分けて検討する。

まずF社は、観光旅行を取り扱わない最大の理由として、「観光旅行の価格競争に参入したくない」という点を挙げている。F社によれば、観光旅行の収益性は悪く、30～40名で訪日する観光旅行よりも、5名前後で訪日する商用旅行のほうが高い利益を上げられる場合もあるという。

第2に、F社は、商用旅行の手配における、融通性の高さを指摘している。観光旅行の場合は、日本滞在中の旅程が事前に固定され、自由行動も原則として認められていない。これに対して、商用旅行では、事前に滞在日程表の提出が求められるものの、日程表による拘束はなく、変更も自由

に行われている。このため、少人数の商用旅行の場合、食事の手配等も、必ずしも事前に行う必要はない。また、観光旅行では、規則によって日中双方から添乗員をつけることが決められているのに対して、商用旅行では、添乗員の手配を必要としないという利点がある。

観光旅行を扱わない3点目の理由として、代金回収の問題も挙げている。中国側の旅行会社から日本側の旅行会社への代金の支払いは、中国企業の商取引の慣習から、一般的に後払いであることが多い。しかも、その代金の支払いが長期間滞ることもある。F社によれば、観光旅行を取り扱っている一部の旅行会社では、日本人の訪中旅行で発生する代金と相殺する「バーター取引」によって、代金回収の問題に対応しているという。商用旅行の場合では、中国の旅行会社を経由せず、信頼関係を築いている企業との個別の取引が主であるため、代金回収の問題は観光旅行と比較して小さいものとなる。

また、F社は、代金回収の問題と関連して、「中国の企業と取引を行ううえでは、個人と個人の関係が非常に重要である」ということを強調している。したがって、中国の企業が商用旅行の手配を依頼する際には、担当者が頻繁に入れ替えられる大規模な旅行会社ではなく、個人的な関係を継続・維持できる旅行会社を使う傾向にある。

F社は、今後の方針についても、「近いうちに、観光旅行を取り扱う可能性はある」としているものの、観光旅行を業務の中心とする計画はなく、商用旅行を主体として業務を継続するとしている。

4. 自治体の中国人修学旅行に対する取り組み

前節では、旅行会社のあいだでは、観光旅行ではなく商用旅行に特化して中国からの訪日旅行を行う会社が増加しつつあるという点を指摘した。一方、受け入れの別の主体である自治体においても、中国から観光客ばかりを誘致するのではなく、観光以外の訪日旅行者に注目して誘致活動に取り組もうとする動きがみられる。

筆者が2006年4月におこなった、自治体国際化協会の北京事務所次長C氏に対する聞き取り調査によれば、現在、多くの自治体が誘致活動の対象

として注目しているのが、中国から日本への修学旅行だという。「訪日修学旅行では、日本側で教育プログラムなどを考え、中国側の要求に沿ったものを提供できることが強みだ」とC氏は話している。修学旅行では査証が免除されている点が送り出し・受け入れ双方にとって大きな利点となっており、また、1回の旅行あたりに訪日する人数が多い点も、受け入れ側にとっては重要な意味を持つ。

ここでは、修学旅行の誘致など、中国からの誘致活動に新しい取り組みをみせる自治体の具体例として、長崎県を取り上げたい。長崎県は、外国人旅行者の誘致活動に早期から取り組んでいる自治体のひとつで、韓国や香港、中国など、東アジア各地からの旅行者の誘致に積極的に取り組んでいる。以下では、『トラベルジャーナル』（2003年6月9日号）の記事を参照しながら、長崎県の中国人旅行者誘致活動と、修学旅行への取り組みについて紹介しよう。

長崎県は、上海市と友好交流都市提携を結んでおり、上海市からの観光視察団の招聘、上海—長崎間の定期航空路線利用促進のためのプロモーションなど、上海市を主な対象として活動が行われている。このほか、長崎県観光連盟では、国際旅行展への出展や新聞などへの広告掲載のみではなく、「長崎方式」と呼ばれる誘致活動を展開している。従来、日本の自治体が中国に対して行う観光プロモーションでは、旅行関連企業の担当者やマスメディアなどが集められ、大人数で中国を訪れる方式が中心であった。しかし、長崎県では、担当者を固定し、少人数で何度も中国を訪れるという方式で活動を行っている。また、長崎県の観光情報を中国に対して提供するだけでなく、直接旅行会社を訪問し、観光ツアーのコースを提案するなど、積極的な取り組みもみられる。

一方、修学旅行に対する取り組みとしては、観光連盟による単独のプロモーションのほか、国土交通省や他の自治体と合同で行われる「地方提携事業」などを実践している。ながさき地域政策研究所が発行している「平成16年度VJC事業の実施報告」²³⁾によれば、2004年12月に、中国人修学旅行誘致のための事業として、北京市の教職員、生徒、旅行会社、テレビ局を招聘し、長崎県と大

阪市への視察旅行を行った。このほか、中国全土で訪日修学旅行に関するテレビ番組の放映も実施し、また、中国の教育関係者に配布するDVDも作成している。

こうした修学旅行に対する取り組みは、継続的に観光客を誘致することを狙いとして行われている。前述の『事業報告』では、「多くの国々が中国人観光客誘致合戦を展開している中で、一度訪日を経験した旅行者が、果たしてリピーターとして日本を訪問してくれるのかは未だ不透明な部分が多い」と指摘されている。こうしたなか、学校行事の一環としての訪日修学旅行を受け入れることによって、継続的な旅行者の獲得につながる。また、とくに若い世代の訪日旅行は、リピーターの獲得にもつながる可能性がある。つまり、継続的な中国人旅行者の獲得を目的として、修学旅行が重要な誘致対象として位置づけられているのである。

V. 考察と結論

本稿では、中国から日本への訪日旅行について、2004～2006年にかけて行った、旅行会社と自治体に対する聞き取り調査などから、中国人の訪日旅行に関する考察を行った。そのなかで明らかになったことは、これまで観光旅行に注目して誘致を行っていた日本の旅行会社や自治体が、その誘致対象を、「観光客以外」の旅行者へと転換させつつあるということであった。特に、旅行会社の中国人訪日旅行に対する姿勢では、2004年4～7月に行った聞き取り調査と2006年11～12月に行った調査の間に、明確な差異が認められた。

まず、旅行会社に関しては、観光旅行の取扱認可を取得しながらも、観光旅行の取り扱いを中止した旅行会社や、観光旅行よりも商用旅行を重視する旅行会社があるなどが分かった。この理由としては、訪日観光ツアーの急激な価格低下などを背景に、観光旅行の収益性が悪化していることや、代金回収のリスクを回避できないことなどが挙げられる。

観光旅行の取扱認可を取得する旅行会社が、国土交通省による追加募集などで増加している一方で、実際には認可のみを取得し観光旅行を扱わない旅行会社が増えているということは、注目し

てよい現象である。しかし、必ずしも、観光旅行の取り扱いが難しいという理由から、商用旅行が消極的に選択されているというわけではない。たとえば、中国で発行されている旅行雑誌『时尚旅游 (TRAVELLER)』には、日本の観光地を宣伝したモデルコースが掲載されているが、それらは、自由行動が認められない観光旅行では訪れることができない内容となっている。また、旅行費用の節約方法なども書かれているほか、日本の旅行在社の連絡先や、各地方自治体の紹介文なども掲載されている。つまり、これらの記事は、日本の観光関連機関が、中国の出版社に依頼して書かれたものであることが容易に推察され、また、対象としては、商用査証を利用した訪日旅行者を想定していることは明らかである。こうしたことは、日本の観光関連機関が、積極的に商用査証を利用した個人旅行者の誘致を行っていることの傍証となるであろう。

一方、自治体の中国人訪日旅行に対する取り組みにおいても、観光旅行だけにとどまらず、修学旅行の誘致など多様な方法が模索されていることが明らかになった。この背景には、自治体が中国で行っている観光プロモーションからは、直接的な成果を得ることが難しいという事情も存在している。このため、修学旅行の誘致によって、中国側と人的な関係を構築し、継続的に旅行者を迎え入れようとする試みが行われているのである。

ところで、中国からの訪日旅行に対する取り組みに関して、観光旅行だけではなく商用旅行や修学旅行などに対しても注目が集められているという現在の状況は、日本におけるツーリズムのあり方について何を示しているのだろうか。本稿の第Ⅲ章で紹介した、日本の自治体が行っている中国人旅行者誘致の取り組みでは、その事業名などに「観光客」という用語が多く用いられていた。また、旅行会社の取り組みに関しても、中国からの観光旅行では旅行会社が必ず手配の過程に介入することができるという理由から、中国の訪日旅行市場に注目しているという会社がみられた。これらのことから、日本のインバウンド・ツーリズムにおいて注目を集めていたのは、日本を訪れる旅行者のすべてではなく、観光を直接の目的として訪日する旅行者であったという傾向がうかがえ

る。

しかし、第Ⅳ章の内容からは、旅行会社や自治体において、商用旅行や修学旅行など、観光旅行以外の旅行形式にも急速に取り組みの対象が広がっていることが明らかになった。これは、観光の定義に即して言えば、これまで日本において狭義的に捉えられることの多かった「観光」が、商用旅行などを含めた広義の「観光」へと変化しているということである。中国人訪日旅行では、商用の査証で訪日し実際には観光を行うという事例も多数みられ、日本における観光の定義には合致しない特徴も有している。本稿で取り上げた中国人訪日旅行は、現在、ツーリズム研究にみられる「観光」の広義の解釈に論拠を与えているという点において、注目されるべき事象である。

日本における観光の定義は、1995年の観光政策審議会の答申によれば、「余暇時間の中で、日常生活圏を離れて行く、様々な活動であって、触れ合い、学び、遊ぶということを目的とする」となっている。つまり、日本においては、観光は「余暇活動の一つ」と認識されており（高寺，2006）、「兼観光²⁴⁾」と呼ばれるような、観光を主目的としない旅行は、これまで顧慮されることが少なかったといえる。須田（2003）が、「世に『観光』という言葉には、多くの誤解や狭い解釈が行われている。…（中略）…観光の内容についても、いわゆる『物見遊山』的なもののみと狭く考える風潮さえある」と指摘しているように、日本においては、「観光」という言葉は、観光地をまわる周遊型のツアーのようなイメージとして認識されていたのである。

しかし、現在の「ツーリズム」の定義では、広義に捉える解釈が主流となっている。WTO（世界観光機関）の国際観光到着者数の定義では、「訪問の主要な目的が、訪問国内で報酬を得るための活動を行うこと以外の者で、1泊以上12か月を超えない期間、居住国以外の国で通常の生活環境を離れて旅行する人」とされている。また、欧米におけるツーリズム研究も、ツーリズムを余暇活動の1つとして捉える考え方は支配的ではない（高寺，2006）。たとえばドイツ観光学の代表的な定義では、「ツーリストとは、二つの条件を充たす者である。一つは自分の居住地から離れてい

る者で、その離れている時間が一年以内であること。二つ目の条件は、その間、訪問先でお金を支出するが、そのお金は訪問地で稼いだものであってはならないということである」(Ogilvie, 1933)とされている。これらの定義では、商用旅行などを含めて「ツーリズム」として解釈することが、共通認識として成立しているといえる。

日本では、「観光」という言葉が、英語の「ツーリズム」の訳語として長期にわたって使用されてきた(小西・貴多野編, 2002)。しかし、小西・貴多野編も指摘するように、「観光」という用語では「ツーリズム」の意味が十分に表せないということは明らかである。また、日本のツーリズム研究においても、「観光には、さらにビジネスや私用の旅行が含まれることもある」(安村, 1996)と指摘されているように、「観光」の概念が拡大傾向にあることについて議論がなされている。

本稿で取り上げた中国人訪日旅行の実態は、これまで日本において用いられていた「観光」から「ツーリズム」へと視野を広げようとする具体的な事例として示唆的である。つまり、日本では、これまで「ツーリズム」の訳語として「観光」を用いていたがゆえに、「ツーリズム」に関する諸事象を正確に捉えきれていない側面があった。本稿の事例は、日本の政府や自治体、旅行会社などにとっても、「観光」をより多様で幅広いものとして認識しなおす1つの契機になりうるのではないだろうか。

注

- 1) 本稿では、「海外旅行」と表記した場合は、中国国家旅游局の定義するものを指し、括弧をつけずに、単に海外旅行と記した場合は、一般的な意味での使用とする。
- 2) 親族訪問旅行は、婚姻を含む3親等以内の血縁者が対象となる。
- 3) 国境旅行に関する制度は、国境地帯に居住する中国人のために設けられているという面が大きいものの、隣接する国から中国へ国境旅行を行うことも認められている。
- 4) ロシアは2004年8月まで海外旅行目的地として認可を受けていなかったため、旅行会社によるツアーは行われず、国境旅行に限定されていた。2004年8月に正式

に海外旅行目的地として認可され、それと同時に、両国間で旅行会社によるツアーの査証免除を決定した。

- 5) 中国人の「海外旅行」の目的地となる国・地域は、中国政府と当該国の交渉や中国政府の審査などを経て決定される。一般的には、中国人旅行者の受け入れを希望する当該国が中国政府に認可を要請し、中国政府は、それまでの旅行者受け入れの実績や両国の交流状況などを考慮して審査を行う。しかし、日本の例のように、当該国の法務省や警察機関によって、治安管理等の観点から、段階的な査証発給対象地域の拡大が行われる場合もある。
- 6) この条例を機に、中国人の「出境旅行」は、「香港・マカオ旅行」、「国境旅行」、「海外旅行」の3つのカテゴリーに分けられることとなった。
- 7) 本文中における人民元から円への換算では、すべて1人民元=15円として計算している。
- 8) 中国・江蘇省で発刊されている揚子晩報(2005年7月11日号)は、「江蘇省からの訪日団体観光旅行は2004年9月に解禁されたものの、旅行の件数はこれまであまり増えていない」と指摘し、その原因として、日本の物価が高いこと、旅行の行程に時間の余裕がないこと以外に、査証の取得が難しいことを挙げている。また、ヨーロッパへの観光旅行においても、不法滞在者の増加を背景に査証の審査が強化されているという状況があり、江蘇省南京市の一部の旅行会社では、出境旅行の重点地域を、日本やヨーロッパから、比較的査証の取得が容易なオーストラリアに転換するという状況もあると報じている。
- 9) 査証発給の対象は当該地域の戸籍所有者のみとされ、戸籍のない居住者などの査証申請は認められていない。
- 10) 現在では、日本側の取扱旅行会社の募集形式は随時募集に切り替えられている。2006年12月現在で取扱認可を受けている日本側の旅行会社は、152社となっている。
- 11) 2005年12月15日の聞き取り調査より。
- 12) 2005年に訪日団体観光旅行の査証発給対象地域が中国全土に拡大されたことに伴い、『訪日団体観光旅行取扱マニュアル』も一部見直しが行われた。日本旅行業協会のホームページに掲載されている国土交通省の文書によれば、短期間に多数の失踪者を出している旅行会社については、取扱停止の期間を従来の期間より長くすることや、取扱旅行会社としての選定基準に対する適合状況の再確認が行われるなどの措置が採られるという。
- 13) A社への聞き取り調査は、2004年4月と7月に行った。この時点では、北京市・上海市・広東省からの訪

日観光旅行のみが認められている状況にあった。

- 14) 2006年4月12日の聞き取り調査より。
- 15) 中国では、春節（旧正月）や5月と10月の長期休暇の期間には、旅行者の急増に伴いツアーの価格が大きく上昇し、それ以外の時期には、ツアーの価格が低下する傾向にある。このため、繁忙期を避け、ツアーの価格が低下する時期を待つ旅行者も多い。旅行会社では、このような旅行者を取り込むために、閑散期のツアーの価格をさらに下げる場合もある。
- 16) 訪日観光ツアーのコースは、日中間の定期航空路線の運航状況に大きく左右される。東京・大阪と北京・上海を結ぶ路線では定期便数が多く、航空会社間で価格競争も行われることから、訪日観光ツアーの価格も安くなる傾向がある。これに対して、中国への航空路線が設けられていない日本の地方都市などでは、ツアーを造成することが難しく、誘致活動の範囲も限定される。
- 17) たとえば、地方都市に滞在し、その都市の歴史や伝統文化を体験するツアーや、映画や小説に縁のある観光地を訪れるツアーなどが行われている。
- 18) 2006年11月7日の聞き取り調査より。
- 19) ランドオペレーター（ツアーオペレーター）とは、ツアーの参加者を募集する現地の旅行会社の依頼を受けて、海外旅行の食事、交通、宿泊などの手配を行う会社を指す。中国人訪日団体観光旅行の場合では、中国の旅行会社が、日本、または日本以外に所在するランドオペレーターに手配を依頼する。日本側の旅行会社の業務は、団体観光旅行に参加する中国人旅行者の身元保証や、添乗員の確保、査証申請のための招聘保証書の発行などが主である。日本側の旅行会社が、中国人訪日団体観光旅行のランドオペレーターの役割を兼ねる場合もある。
- 20) 中国人の訪日団体観光旅行には、日中双方から添乗員を派遣することが義務付けられているが、このように留学生を添乗員として派遣することは通訳案内業法や旅行業法の法令に違反している。この状況は日本でも問題視されており、2005年4月には、国土交通省総合政策局から「無資格通訳ガイドの使用禁止の徹底について」という警告の文書が出されている。
- 21) 短期商用の査証を取得するには、申請者が査証申請書、旅券、居住証明、在職証明、勤務先の営業許可証の複写、戸籍謄本の複写を提出し、さらに旅行者を招聘する日本の団体から、招聘理由書、滞在日程表、身元保証書、会社・団体概要説明書を提出することが求められる。
- 22) F社に対する聞き取り調査は、2006年12月8日に行った。

- 23) この報告は、財団法人ながさき地域政策研究所のホームページに掲載されているものを参照した。
<http://www.think-nagasaki.or.jp/semina/17vcjgyou/17.html> (2007年4月現在)。
- 24) 『観光学辞典』（長谷編, 1997）によれば、「兼観光」は、「旅行をさらに細分化する際の用語で、出張、業務、帰省、訪問、家事など観光を目的としない旅行において、観光を行う旅行をいう。欧米ではこれらを観光に含めるのが普通であるが、さらに細分化するならばビジネス（商用）、VFR（visits to friends and relatives：友人・親戚への訪問）、その他とする場合が多い」と説明されている。

参考文献

- 王興斌編(2004)：『21世紀旅游业发展战略与经营理全书』人民日報出版社。
- 岡本伸之編(2001)：『観光学入門 ポスト・マストゥリズムの観光学』有斐閣アルマ。
- 何礼焜・陳喜增(1997)：『中国国内旅游出境旅游实用手册』旅游教育出版社。
- 国松博・鈴木勝(2006)：『観光大国 中国の未来』同友館。
- 小池洋一・足羽洋保編(1988)：『観光学概論』ミネルヴァ書房。
- 国際観光振興機構編(2003)：『マーケティングマニュアル 2003』国際観光サービスセンター。
- 国際観光振興機構編(2004)：『訪日外国人旅行者調査』国際観光サービスセンター。
- 国際観光振興機構編(2005a)：『JNTO訪日外客訪問地調査2004-2005』国際観光サービスセンター。
- 国際観光振興機構編(2005b)：『日本の国際観光統計』国際観光サービスセンター。
- 国際観光振興機構編(2006a)：『JNTO訪日旅行誘致ハンドブック2005/2006』。
- 国際観光振興機構編(2006b)：『国際観光白書 世界と日本の国際観光交流の動向 2006』。
- 国土交通省編(2006)：『観光白書 平成18年度版』国立印刷局。
- 国家情報センター(2003)：『中国業種別発展レポート』中国经济出版社。
- 国家旅游局(2001)：『2001中国旅游统计便覧』中華人民共和国国家旅游局政策法规司。
- 国家旅游局(2002)：『2002中国旅游统计便覧』中華人民共和国国家旅游局政策法规司。
- 国家旅游局(2003)：『2003中国旅游统计便覧』中華人民共和国国家旅游局政策法规司。
- 国家旅游局(2004)：『2004中国旅游统计便覧』中華人民

- 共和国国家旅游局政策法规司.
 国家旅游局(2005):『2005中国旅游统计便览』中華人民共和國国家旅游局政策法规司.
 小西康生・貴多野乃武次編(2002):『現代ツーリズム研究の諸相』神戸大学経済経営研究所.
 顧林生・郭頌宏(2000):中国における観光政策の動向. 開發こうほう, 446, 13-17.
 塩澤潔(2001):中国返還後の香港の旅行市場分析と訪日旅行に関する考察. 大阪明浄大学紀要, 1, 39-50.
 自治体国際化協会(2005a):地方都市への中国人観光客の誘致可能性について. CLAIR REPORT, 270.
 自治体国際化協会(2005b):『北京事務所業務概要2005』自治体国際化協会
 清水伊織・祖田亮次(2005):北海道におけるアジアからのインバウンド・ツーリズム. 北海道地理, 80, 25-39.
 鐘海生・郭英之(2001):『中国旅游市场需求与开发』広東旅游出版社.
 須田寛(2003):『新・観光資源論』交通新聞社.
 須藤廣・遠藤英樹(2005):『観光社会学 ツーリズム研究の冒険的試み』明石書店.
 高寺奎一郎(2006):『国際観光論』古今書院.
 張広瑞(2002):『2000~2002年 中国旅游业发展的分析与预测』社会科学文献出版社.
 張広瑞(2003):『2001~2003年 中国旅游业发展的分析与预测』社会科学文献出版社.
 張広瑞(2004):『2002~2004年 中国旅游业发展的分析与预测』社会科学文献出版社.
 張広瑞(2005):『2003~2005年 中国旅游业发展的分析与预测』社会科学文献出版社.
 張広瑞(2006):『2004~2006年 中国旅游业发展的分析与预测』社会科学文献出版社.
 長谷政弘編(1997):『観光学辞典』同文館出版.
 平田真幸(1999):台湾からの「北海道旅行ブーム」はどのように生まれたか?—デスティネーション・マーケティングの視点からの考察—.(アジア太平洋観光交流センター「観光に関する学術研究論文」入選論文)
 北海道(2004a):『北海道観光の概況』北海道経済部観光振興課.
 北海道(2004b):『平成15年度北海道観光客入込客数調査報告書』北海道経済部観光振興課.
 安村克己(1996):観光社会学の現状と課題. 社会学評論, 47, 48-59.
 山村順次(1995):『新観光地理学』大明堂.
 吉田春生(2003):『エコツーリズムとマス・ツーリズム 現代観光の実像と課題』大明堂.
 梁春香(1998):中国人の海外観光旅行と訪日観光市場. 月刊観光, 385, 57-63.
 Ogilvie, F. W.(1933): The Tourist Movement: an Economic Study. London: P. S. King.
 TRAVELJOURNAL(2003.6.9):『新市場「中国」に広域の連携で切り込む 全国縦断地方マーケット取材 九州(長崎&福岡)編』株式会社トラベルジャーナル.
 北京娯楽信報(2006. 11. 27):『欧洲自由行报价低于五千岁末出境游开打价格战』北京日报报业集团.
 国家旅游局(2006):中国旅游网 [http://www.cnta.gov.cn/]
 中国旅行社総社(2006):出境游报名手续 [http://www.ctsho.com/china/bm_c3.asp]
 長崎県(2006):長崎県の統計 [http://www.pref.nagasaki.jp/toukei/]
 日本旅行業協会(2006):訪日旅行 [http://www.jatana-net.or.jp/honichi/]
 楽途旅行(2006):出境游乐途旅游网 [http://www.lotour.com/broadtour/]