

訪日外国人旅行者の動き（後編）

— 中国・韓国・ロシアからの観光流動を中心に —

富山県貿易・投資アドバイザー 野村 允

3. 韓国からの訪日客の動向

今回実施された「訪日海外旅行市場調査」の韓国に関するアンケート調査概要は表4の通りである。以下、同調査の内容を中心に訪日韓国旅行者の動向について簡単にまとめてみた。

(1) 韓国人の海外旅行事情

A 出入国状況

韓国では、1998年の経済危機で縮小した海外旅行客数は、1999年以降、毎年100万人前後の増加を示し、2001年には600万人を超え、2002年には712万人に達した(表5)。中でも、観光目的のための出国者数は前年比30%増を示し、全体の50%を超えた。さらに、訪問視察や親族訪問の場合も、観光目的であるケースが多く、実際の観光客数はもっと多いものと推測される。

韓国人が最も多く訪問した国・地域は、中国、日本、アメリカ、フィリピンの順であるが、概して、2002年の出国者の3人の内2人がアジア地域に出国(特に中国への出国者数が急増)し、韓国

表4 「訪日海外旅行市場調査」のアンケート調査概要

地域別	アンケート回答者合計	
	うち日本旅行経験者	
ソウル	1,578 ^人	516 ^人
仁川	240	79
釜山	624	197
大邱	220	69
光州	235	81
大田	237	74
計	3,134	1,016

注：アンケート回答者内訳

日本旅行経験者	1,016
海外旅行経験者	1,076 (訪日除く)
海外旅行未経験者	1,042

表5 韓国人外国旅行者数の推移

(千人、%)

年	1998	1999	2000	2001	2002
人数	3,067	4,342	5,508	6,084	7,123
伸び率	32.5	41.6	26.9	10.5	17.1

資料：「JNTO国際観光白書」2003年版 国際観光振興会

人は近距離の地域を海外旅行先として好んでいるようである。

また、この5年間で、女性と20歳以下の青少年および幼少年出国者の割合が増加しており、今後、女性が子供連れで、近くの国を訪れるケースが増えてくると思われる。

B 海外旅行先を選択する条件

本アンケート調査の中で、海外旅行先を選択するに際し、重視する要因を17項目に区分し、回答してもらっている。重視度の高かった項目は、①価格に比べて内容が充実している、②観光旅行先の安全性、③是非一度行ってみたい、④新しい経験が出来る、⑤観光魅力がある、⑥宿泊施設が良い、⑦親切である、⑧観光日程——などがあげられている。

C 海外旅行情報の入手方法

海外旅行情報の入手経路については、①旅行会社、②友人等の旅行体験談、③インターネット、④ガイドブック、⑤新聞・TV・雑誌——などの順である。特に、中高年齢層は旅行会社、若年層はインターネットを多く活用している。

(2) 訪日客の動き

A 訪日客数の推移

韓国が外国旅行を完全自由化した1989年には、訪日韓国人数は61万人と前年に比べて倍増した。以降、円高等の影響から低迷した時期もあったが、1997年には100万人台の大台を超えた。しかし、98年には、韓国経済危機の影響から72万人へと激減した。その後、経済の回復に伴い、2000年には再度100万人台を超え、2001年113万人、2002年には127万人と過去最高を記録した(表6)。

2002年の増加要因は、①堅調な韓国経済、②日本への関心の高まり、③対韓プロモーションの強化、④W杯開催を機に韓国通貨ウォンの国内両替が可能、⑤短期滞在数次ビザの滞在期間の延長(15日・90日)などの規制緩和——などがあげられる。

訪日旅行の目的は、観光が46.5%と最も多く、次いで業務が25.9%、訪問視察が16.0%、会議参加が1.4%となっている。韓国側の出国統計によれば、

表6 目的別訪日韓国人数

		総計	観光客	商用客	その他客	一時上陸客
1998年	人数(人)	724,445	380,279	250,713	77,967	15,486
	構成比(%)	100.0	52.5	34.6	10.8	2.1
	伸率(%)	-28.3	-35.2	-21.7	-6.4	-21.2
1999年	人数(人)	942,674	516,053	304,987	86,278	35,356
	構成比(%)	100.0	54.7	32.4	9.2	3.8
	伸率(%)	30.1	35.7	21.6	10.7	128.3
2000年	人数(人)	1,064,390	603,697	334,014	93,421	33,258
	構成比(%)	100.0	56.7	31.4	8.8	3.1
	伸率(%)	12.9	17.0	9.5	8.3	-5.9
2001年	人数(人)	1,133,971	653,370	338,482	99,916	42,203
	構成比(%)	100.0	57.6	29.8	8.8	3.7
	伸率(%)	6.5	8.2	1.3	7.0	26.9
2002年	人数(人)	1,271,835	756,991	354,623	107,744	52,477
	構成比(%)	100.0	59.5	27.9	8.5	4.1
	伸率(%)	12.2	15.9	4.8	7.8	24.3

資料：表5と同じ

特定の人による訪日旅行から日本に関わりのない人による訪日観光旅行へと裾野が広がってきている。

訪問先別では、東京、大阪を中心にした大都市に集中している(表7)。都道府県別訪問率をみると、2000～2001年に比べて、①北海道の伸びが著しい(29位 17位)、②茨城県の増加(19位 15位)、③長野県の減少(16位 22位)が目立つ程度で大きな変化は見られない。ちなみに、北陸地域の訪問率は0.3%と低い、富山県の伸びが目立つ(43位 37位)。

今回のアンケート調査からは、東京、大阪、九州、京都、関西の順となっており、東京へは若い層ほど多く訪問し、温泉地域である九州へは50歳代以上の層が多く旅行していることがわかる。

B 訪日客の特徴的観光行動

a 訪日旅行の理由

日本を旅行する理由は、現在と過去の問題に対する関心があるからだという回答が最も多い。例えば、現地の都市文化および歴史・文化に関心があると回答した人が多く、そのほか、自然の景観

表7 訪日韓国人の訪問都道府県

順位	都道府県	訪問率(%)
1	東京都	37.7
2	大阪府	36.3
3	京都府	11.9
4	神奈川県	11.8
5	愛知県	11.1
6	福岡県	9.6
7	千葉県	7.9
8	兵庫県	7.6
9	大分県	5.4
10	奈良県	4.4

資料：訪日外国人旅行者調査(2001年：国際観光振興会 JNTO)

を見ること、温泉、ショッピング、テーマパークを楽しむなどが特筆される。

b 宿泊場所と旅行期間

ホテル宿泊が最も多い中、相対的に高所得層はホテル、低所得者は知人宅宿泊が多い。旅行期間は3泊4日以下が40%、4泊5日以上が60%を占めている。

c 日本旅行時の活動内容

“日常生活と関係がある市街地観光”と“日本料理を味わう”が最も多く、由緒深い地と自然の景観およびショッピングなども多くみられる。特に、女性は日本料理を味わうことや、ショッピングに対する関心が強い。

d 日本で購入する商品

薬品、化粧品、浴室用品、家電製品を多く購入しているが、文化商品、酒・煙草、食品、アクセサリ、時計、眼鏡なども購入目的の商品である。

e 日本旅行時1人当たりの支出

航空・旅客船運賃を含め、日本旅行時の38%は51～100万ウォン(100ウォン 10円)を支出し、101～150万ウォンを支出する旅行者は23%、151万ウォン以上支払う旅行者は30%を占めている。

C 日本に対するイメージ

海外旅行経験者の日本に対する肯定的なイメージは、①効率的で、組織化された国、②安全で清潔な国、③アニメ・漫画文化の国、④人々が勤勉で親切な国、⑤近代的で工業化が進んでいる国、⑥独特な伝統・文化を有する国、⑦人々が親切で好感が持てる国、⑧生活・教育水準が高い国、⑨自然が美しい国、⑩健康な食事が楽しめる国——などが指摘されている。反面、否定的なイメージとして、“物価が高い”と回答した人が旅行者全体の8割を占めているほか、“混雑と騒音”をあげている。

D 今後の日本旅行の需要

a 日本再旅行の意向

日本旅行の経験がある回答者の48%は、1年以内またはいつかは必ず日本を訪問する意向があった。また、日本以外の海外を訪問した経験があると回答した人の30%が、日本を訪問する意向を示している。海外旅行の未経験者でも日本を訪問する意向を強く示した回答者が41%あった。なお、旅行したい地域として、北海道、東京、九州、大阪、沖縄、京都などが上位を占めた。ちなみに、北陸地域をあげた回答者には50歳代以上が多かった。

b 日本で一番してみたいこと

日本で一番してみたいことは、温泉と自然観光であるが、市街地の観光、文化・歴史的な雰囲気、に親しめる地域訪問、日本料理を食するなどの回答も多かった。

c 日本旅行の同行者

海外旅行経験の有無とは関係なく、家族・親戚と旅行するという回答が最も多く、次いで友人・恋人であった。

d 日本旅行に対し懸念される点

日本旅行経験の有無にかかわらず、ほぼ全ての回答者が“物価が高い”点を最も懸念している。また、言語が通じない点、日程が短いため、旅行を楽しむ十分な時間がない点、食事・食べ物が合わない点、適当な情報が得られない点など——も指摘された。

E 韓国旅行社へのインタビューから

今回の海外市場調査では、韓国旅行社（ソウル、仁川、釜山、光州）に勤務する海外旅行商品担当者への個別インタビューを実施した（実施時期 - 2003年3/6～3/12、対象者は104名）。

a 日本の観光地としての特性

表8の通り。

b 担当者の日本におけるモデル観光商品

表9の通り。

表8 韓国旅行社の日本に対するイメージ

地域的な特性	旅行者の特性
飛行時間が短い	高い年齢層の中産層以上が多い
温泉旅行が多い	家族旅行が多い
価格が高い	海外旅行経験のあるUserが多い
ショッピングやオプションがない	文化交流団体の訪問が多い
ホテルのレベルが高い	夫婦同伴や自由旅行、親孝行観光が多い
旅行日程が短い	休養目的が多い
景色がいい	現地に居住した経験のあるUserが多い
気候の差が少ない	
時差がない	
安全だ	

資料：「訪日海外旅行市場調査」

(3) 日本の大手旅行会社の訪日韓国人旅行者に対する感想

訪日韓国人旅行者（特に、観光客）の特徴および今後の展望について、日本の大手旅行会社の担当者は、以下のように述べた。

- ①コースとしては、“温泉”を折り込むこと、
- ②日本料理には関心を持っているが、実際には適宜“韓国料理（例えば、キムチなど日常食している料理）”を組み入れること、
- ③韓国人の観光は、逐年遠距離化しているが、反面日本を往復するのみの単純コースも増加し、2極化の動きが見られること、
- ④中国人の観光客と異なる点は、目的意識が明確であり、訪問地が全国展開しつつあること、逆に共通している点として、旅行コースの決定が遅いこと——などを指摘した。さらに、将来展望として、2003年11月下旬、羽田空港～金浦空港ラインの開設および韓国における日本大衆文化の開放などを契機に、若者層を中心に観光流動は一段と高まるものと予測している。

4. ロシアからの訪日客の動向

(1) ロシア人の海外旅行事情

A 概況

ロシアでも、出国が自由になると、海外へ出かける旅行者数は年々増加している。1999年には415万人（うち、観光客は14.9%）、2001年には1,794万人（同23.4%）となり、この間4倍強増加したことになる。

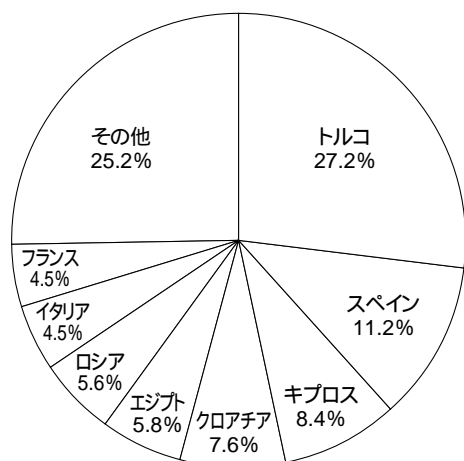
2002年の海外旅行先は図3の通りであるが、トルコ、スペイン、キプロスが多い。年初、イラク戦争により、欧州のリゾート地（スペイン、イタリアなど）への関心が高まり、トルコへの需要が減少するものと予測されていたが、ユーロ導入に伴う欧州ツアーの値上がりによって、欧州ツアーは大幅に減少した。また、チュニジア、クロアチアも増加が予想されていたが、ホテル設備の粗悪など観光インフラの未整備によって伸びなかった。

表9 韓国旅行社のモデル観光商品

地域	期間	経費	目的	ターゲット(年齢)	※(所得)
東京	2泊4日	100 ^{万円}	バックパック旅行	30代以下	上
	3泊4日	80	イベント観光	〃	中上
	4泊5日	110	温泉観光	40代以上	〃
九州	3泊4日	60	〃	〃	〃
	4泊5日	60	グルメ観光	〃	〃
沖縄	3泊4日	70	イベント観光	-	中
	4泊5日	65	自然観光	30代以下	中上
福岡	2泊4日	40	温泉観光	〃	〃
	3泊4日	60	休養	40代以上	〃
大阪	6泊7日	100	観光	30代以下	中
北海道	3泊4日	70	温泉観光	40代以上	〃
仙台	4泊5日	700	〃	〃	中上

資料：表5と同じ

図3 ロシアにおける人気旅行先



注：2002年夏シーズンの数字。当該の旅行先を選好するロシアのツアー・オペレーターの割合を示す。

資料：『ロシア観光業の概況とトレンド』ロシア東欧貿易調査月報 2003/10

キプロスは、2003年10月からビザの導入によって、今後停滞するものと予測されている。

ロシアでは、海外旅行についてVIPクラス、若者層によって異なるなど多様化の傾向にある。例えば、ギリシア旅行は格安であるが、指定工場の高額な毛皮を購入することが条件（毛皮ツアーと呼称）とされているが、極寒地のロシア人には人気があるということである。また、VIP層対象の海外ツアーには、高品質なサービス、多様なツアールート、個別ガイド通訳の同行、異国情緒あふれる観光などを好んでおり、VIP層専用の旅行会社が誕生している。他方、18歳～35歳以下対象のアンケート調査（「アフィシャ」誌のインターネット・サイトによる“休暇の過ごし方”に関する調査）によると、①直ぐ行ければどこでも良い、②友達と車で行く、③一人でヒッチハイクする——など旅行中何かにしばられることを嫌う無計画な新しい旅客者も誕生している。

B ロシア沿海地方の動き

沿海地方政府の調べによると、2001年における沿海地方の海外旅行者数は、44万4,576人（前年比74.8%増）行先別では、中国、日本、韓国、タイ、北朝鮮である。中でも、中国への旅行者が最も多く、海外旅行者総数の97.4%を占めている（表10）。

2002年には、SARSの影響もあり、中国への旅行者数が減少、日本、タイへの旅行者が増加した。

ちなみに、沿海地方への入国者数は17万3,000人（前年比6.4%増）国別では中国（15万4,585人）、日本（7,224人）、韓国（2,928人）、アメリカ、カナダ、オーストラリア、北朝鮮などであり、近年、アメリカからの旅客者の増加が目立つ。

表10 ロシア沿海地方から海外への旅行者数

(人)

年	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
中国	174,931	188,470	198,000	138,000	209,300	248,363	433,064
日本	2,949	3,077	4,500	5,200	1,400	2,143	3,341
韓国	9,786	10,359	4,200	7,600	8,100	5,740	6,991
北朝鮮	164		100	500		170	69
アメリカ	298	1	2,500	1,200	560	110	
オーストラリア	24	17	20	15			
タイ							1,011
その他							100
合計	188,152	201,924	209,320	152,515	219,360	256,526	444,576

資料：ロシア沿海地方政府資料から

(2) 訪日客の動き

A 概況

「日本の国際観光統計（2002年版）」によると、2002年の訪日ロシア人数は3万7,963人（前年比9.2%増）であり（表11）経済危機以降、逐年増加傾向にある（1999年比51.1%増）。

目的別に見ると、観光が1万5,146人（構成比39.9%）、商用が1万1,811人（同26.8%）、その他9,355人（同24.6%）、一時上陸客が3,281人（同8.6%）である。いずれの訪日客数も増加傾向にあるが、特に一時上陸客数の伸び率が高いのが特徴である。反面、平均滞在日数が逐年伸びており（1998年16.9日、2002年22.5日）、近年、ロシア人の生活水準の高まりを背景に、訪日旅行の多様化の兆しが窺われる。

B 日本の大手旅行会社の訪日ロシア人旅行者に対する感想

日本の大手旅行会社のロシア担当者が訪日旅行者の特徴的行動について、以下のように述べた。

①訪日旅行者の行動は東京、日光、箱根、京都などオーソドックスな行程が主体である、②最近、立寄り観光（トランジットビザを利用）として、東京、箱根など1泊2日コースも増加、③日本の伝統美に関心が強い、④富裕層の増加に伴い買物単価が上昇傾向（平均1人/10万円支出）、⑤宿泊施設にサウナの存在——などをあげた。また、旅行を取扱う場合の問題点として、①観光ビザ取得に関係する費用および時間、②ビザの身元保証に伴う責任問題、③ロシア語ガイド人材不足——などを指摘した。今後の課題として、2003年6月、東京で開催された“世界ガス会議（ガスプロム主催）”には300名の来日があり、会議後の観光効果が大きかった。したがって、観光のみにターゲット

表11 訪日ロシア人数の推移

(人、%)

年	1998	1999	2000	2001	2002
人数	29,722	25,126	30,000	34,771	37,963
伸び率	4.8	15.5	19.4	15.9	9.2

資料：「日本の国際観光統計」2002年

をしぼることなく、コンベンション事業等の誘致にも傾注したいと強調した。

C 北陸地域への訪日客

「日本の国際観光統計（2002年版）によると、2002年、北陸地域への来客数は2,986人で、1999年に比べると3倍増である。中でも、海港（特に、伏木富山港）からの入国者数が全体の36.9%を占め、全国トップであるのが特徴である。

伏木富山港へのロシア客船の来航について、簡単にまとめると、①旧ソ連時代には金沢港を主体に、ロシアからのクルーザーが多く寄港したが、旧ソ連崩壊を契機に来航は途絶えた、②平成4年、ナホトカ港～伏木富山港間の不定期航路開設、その後、伏木海陸運送^(株)とFESCO間で定期船就航（ウラジオストク港～伏木富山港間）に関する契約締結、③定期船就航後、逐年乗船客数は増加傾向にあり、2002年には、乗船客数1,933人（前年比25.2%増）④乗船客の目的は中古車買付けが中心であったが、最近、モスクワからの乗船客が増加したこともあり日本の観光地（京都、ディズニーなど）および地元ではルネス金沢（サウナ付のレジャーセンター）、百円ショップなどに人気を集めているようである。

おわりに

(1) 今後の国際観光

世界観光機関WTOによると、全世界の国際観光客到着数は、2001年の6億9,258万人が、2010年には約10億人、2020年には約16億人になると予測している。

世界旅行産業会議（WTTC）は、世界経済に対する観光産業の貢献度について、2003年における世界全体の観光産業の規模（関連産業、関連投資、税金など）は、全世界のGDPの10%を占めるとともに、全観光産業の就業人口は全世界の雇用者総数の8%になると推計している。また、経済的観点から見ると、一国にとって国際観光収入は輸出額、国際観光支出は輸入額とみなし、「見えざる貿易」ということが出来よう。例えば、国際観光収入と国際旅客運賃収入の合計は、世界のモノとサービスの輸出額の約8%を占め、全輸出商品のトップの座を確保している。

また、WTOは、北東アジア地域では2020年に欧州、北アメリカの各観光交流圏に次ぐ大きな観光交流圏を形成する可能性があるかと予測している。

本稿では、北東アジア地域を構成する中国、韓国、ロシア（特に、極東地域）の観光流動——訪日旅行者の特徴を中心に——を簡単にまとめた。特徴的な動きを大別すると、①4カ国間での海外旅行者総数は約1,100万人と推測されるが、その総数の約75%は、日韓で占められている、②国別に見ると、観光流動の理想である「双方型」の人的

交流よりも、むしろ「一方通行型」の人的交流が主体である（韓国はほぼ「双方向型」に近いが、日本、ロシアはアウトバウンドがインバウンドを大きく上回り、中国はその逆である）。このことは、対象国それぞれが置かれている地理的条件や、政治・経済的、社会的要因の変動性、後進性に依るところが大きく、現状では理想的な観光交流圏への形成途上にあることを裏づけていると言えよう。

(2) 日本、および北陸地域としての課題

A “ビジット・ジャパン・キャンペーン”の始動
日本の国際観光を見ると、海外旅行者は（アウトバウンド）年1,600万人を超えたのに対し、訪日外国人旅行者（インバウンド）は500万人で、完全な“いびつ型”の観光流動となっている。2003年2月、小泉首相は施政演説の中で、海外からの旅行者の増大（2010年には1,000万人の訪日外国人誘致計画）と、それを通じた地域の活性化を図るとの方針を示した。本方針の下、目下、官民一体となったプロジェクト“ビジット・ジャパン・キャンペーン”が動き出した。今後、中央と地方の連携による具体的な、地方独自の誘致活動が展開されることになろう。

B 当面の課題

本稿の市場調査等から、今後、日、韓、中、露間の観光流動は、①永年継続的に開かれてきた日中観光振興協議、日韓観光振興協議会および日口極東観光協力促進会議（2002年7月設立）を通して、各国・地域の観光事情に即した共同事業の展開などによる交流の拡大策が検討されることになろう、②各国共通課題としては、双方向の観光流動を目指し、ビザなし渡航の実現、入国手続きの簡素化、ハード・ソフト面に亘る観光基盤の整備・充実を図ること——などが求められよう。

特に、日本および北陸地域は、訪日外国人旅行者に対する受け皿づくりとして、①国情に即したキメ細かな情報（PRを含め）の提供、②ユニークな観光商品の開発、③広域観光ルートの開発と国情に合ったモデルルートの策定、④ソフト・ハード両面に亘る観光インフラの整備・充実——などの対応があげられよう。要は、観光は“トータル産業”と言われているように、地域全体が訪日外国人を暖かくもてなす気持ちを持つことが最も肝要である。とともに、観光流動の片翼であるアウトバウンドの健全なる伸びに対しても継続的に努力することが望まれる。

参考・引用資料

- 「JNTO国際観光白書」（2003年版）（2003/9）
- 「訪日外国人旅行者調査」2001～2002年（2003/1）
- 「日本の国際観光統計」2002年版（2003/9）
- 「訪日外国人旅行者の動向」環日本海貿易ジャーナル（2002/7）
- 「ロシア観光業の概況とトレンド」ロシア東欧貿易調査月報（2003/10）