

中国・大連観光事情

富山県商工労働部観光通商課 川辺 秀一

きらびやかな街の夜景と緑溢れる公園を背景に現れる「美在大連(美は大連にあり)」の文字。中国全土に放送されている中央電視台(CCTV)で時折見られる大連市の観光CMだ。また同市は2000年4月にも北陸をはじめ日本各地で観光説明会を行うなど、アジア諸国を中心に海外にも積極的に観光プロモーション訪問団を派遣している。これら市政府を挙げての積極的なPR戦術が奏功したのか、ここ大連を訪れる国内外の観光客は年々増え続けている。

北方の真珠・大連

大連は遼東半島最南端に位置する、中国東北地方随一の港湾貿易都市で、海に囲まれた美しい景色と豊富で新鮮な海産物で有名な観光都市でもある。96年以降、薄・前市長(現遼寧省長)の指導のもと、芝生等による緑化、広場や噴水の建設、道路および河川の整備、老朽化建築の再開発、工場の郊外移転などが急ピッチで進められ、美しい海浜都市としての評価が高まり、国内外からの観光客は急速に増加してきた。また「春節花火大会(2月)」「アカシア祭(5月)」「ファッション祭(9月)」などの大型イベントも毎年開催され、現在は中国21の重点観光都市の1つに数えられている。

大連市観光客受入れ状況

	単位	1995	1999	2000
国内観光客数	千人	13,000	20,000	N.A
海外観光客数	千人	131.1	260.9	338.0
外国人	千人	105.6	200.5	278.0
日本	千人	69.8	100.2	150.6
韓国	千人	17.8	65.0	80.6
香港、マカオ、台湾	千人	21.9	51.3	59.8
観光外貨収入	万ドル	13,028	18,200	23,000

出所：大連市統計局

大連市統計局によると、1999年に大連市を訪れた国内旅行客は約2,000万人。95年と比較すると5割増という盛況振りだ。もちろん観光都市としての大連人気の過熱もあるが、年3回の「黄金周(ゴールデンウィーク)」がこの旅行ブームを後押ししたことが大きい。

中国では98年に休日法が改正され、労働節(5月1日)、国慶節(10月1日)、春節(旧正月)には7連休が設けられることとなった(実際に7連休が実施されたのは99年の国慶節以降)。これまではそれぞれ1日こっきりの休日でしかなく、ほかに1年を通じて連休と呼べるものはほとんど無かったのだから、一気に旅行ブームが過熱したのもうなずける。2000年の労働節にも全国で大移動が起こり、北京をはじめとする国内の有名観光地では、いたるところでお揃いの帽子に「旅行社」とプリントされた中国人団体観光客が見られ、その混雑振りは中国じゅうの人が集まったのかと錯覚するほどであった。私が訪れた西安でも市内はどこも人でごった返して、極度の渋滞でタクシーも一向に進む気配を見せず、季節はずれの猛暑もあいまって「なんて時期に来てしまったんだ!」と後悔したものである。ここ大連でも同期間中には、大連港(利用客数18.7万人)、周水子国際空港(同8万人)、大連駅(同23.2万人)の全てで利用客数の最高記録を更新し、もともと便数が多くはなかった各交通機関は軒並み満員御礼であったという。

海外からの観光客数も赤丸急上昇中である。2001年2月現在、大連発着の国際定期便は東京、大阪、福岡、仙台、広島、富山、香港、ソウルの8路線が就航している。欧米との直行便がまだないのが寂しい気もするが、日本の都市との連絡という視点で見ると国内では上海に次ぐ充実振りだ。

大連市の統計によると2000年の海外観光客数は約33.8万人(95年比2.6倍)で、これは大連市が属する遼寧省を訪れた海外観光客全体の約半数に当たる。内訳を見ると、最も多いのが日本人で外国人観光客の約54.2%、次に多いのは韓国人で同39.0%を占める。こうした傾向は以前から一貫して見られるが、もともと大きな割合を占めていた日本人観光客が、99年には前年比27%増、2000年はさらに同50%増と急激な伸びを示していることは注目に値する。これについて日系航空会社関係者は、「99年以降、各種パッケージツアー商品を提案し、旅行各社と提携してPRを行った結果、1つのブームを作ることが出来た。」とコメントしている。

特に冬季旅行客の開拓に力が入られたことが大きい。比較的穏やかな気候であるとはいえ、大連の1～2月はマイナス10度を下回ることもしばしばで、この季節を含む11月～3月は観光オフシーズンであるといえる。しかし99年ごろから各旅行社が冬季格安パックを販売、30,000円で東京発2泊3日というツアーも登場して、これを利用して一冬に2度3度来連する人も少なくないという。今では冬季でも東京便の搭乗率は80%に達する勢いだ。

一方、98年6月に就航した富山 - 大連便（中国北方航空）も好調な伸びを見せている。就航初年度は平均搭乗率が30%を割り込むなど奮わなかったものの、2000年には年間利用者数が20,179人（前年比75.5%増）と急増、2001年3月26日からは週3便に増便が決まった。旅行業関係者によると、大連だけを目的地とする旅行客より、むしろ大連を経由し、北京、上海など他の国内観光都市を抱き合わせたツアーに人気が集まっている。すなわち、①99年以降に同便を利用する各種パッケージツアー商品が本格的に立ち上がったこと、②国内主要都市へのアクセスが比較的良好なことなどから、観光地としてのみならず、北陸から最も近い中国の玄関としての利便性も観光・ビジネス客双方に認知されたことが、その好調を支えているものと思われる。

変化する観光ニーズ

このように国内外の観光客が急増する大連だが意外に観光スポットは多くない。確かに美しく整備された景勝地は豊富にあり、「キレイなところ」「新しいモノ」が大好きな中国人観光客は、こぞって映画俳優のようにポーズをとり、記念撮影に興じている。今や美しい緑や街並みは大連のイメージそのものであり、現実に国内客のみならず海外客にも、それまでの中国のイメージを払拭し、安全に旅が出来ることとだという安心感を与える役割を担っている。しかし、日本人の多くが中国に期待するのは、「万里の長城」や「故宮」に代表される、その悠久の歴史と途方もないスケールに直接触れることであろう。

ところが大連で歴史的観光スポットと呼べるのは、市中心部に位置する旧満鉄時代の建築群と、日露戦争時に激戦地の1つとなった203高地を代表とする「旅順」などに限られる。また大連にはかつて40万人を超える日本人が住んでいたこともあり、日本との歴史的関係は深い。そのため、当時を偲んで大連を訪れる人は多く、実際これまではこうした観光客に頼るところが大きかった。しかし、観光客の中心が戦後世代に移ってきており、大連にノスタルジーを求める人が減り、また「旅順」と聞いても興味を感じない若い世代も増えて



大連市・中山広場

くるなかで、大連には新しい魅力が求められている。

昨年来、観光資源開発の一環として旧満州鉄道幹部の高級住宅街を「日本風情一条街」として、また同時にロシア風建築物が残るロシア人住宅街も、それぞれ以前の風情を残しつつ再開発された。さらに、市内から車で約1時間の風光明媚な海岸線にある景勝地「金石灘」に温泉が発見され、これを利用した一大保養・レジャー空間を2001年度以降に建設予定だ。こうした大連市のさまざまな試みは評価できるが、これらが中途半端なものに終わらず、それぞれはっきりとしたコンセプトに基づき建設・運営されることを期待したい。

いまだ問題多い国内交通網

国家統計局が北京、上海、広州の市民を対象に去年行なったアンケート調査では、多くの回答者が旅行のポイントとして「観光地の風光」、「費用」、そして「交通の便」を挙げた。というのも、中国の国内交通網はまだまだ問題が多いのである。

大連の国内線ネットワークは、北京、上海などの主要都市とのアクセスが良いし、本数は多くないが、他の地方都市との路線も整備されている。しかし、これは中国全体に言えることではあるが、突然の欠便、時間の変更は日常茶飯事だ。時刻表はあるにはあるが、信頼に足るものではなく、私も北京空港での乗り継ぎで、突然の時間変更で半日待たされたりした。また予約していた便が発発地の天候不順のため欠便となるとのことでチケットの変更窓口に行くのと、指示どおりの窓口を訪ねたにもかかわらず、「番カウターに行け」と5回もたらい回しにされるなど、サービスやオペレーション効率の面ではまだまだ国際水準には程遠い。大連に支店を持つ日系航空会社関係者も「大連空港のターミナル機能、人・貨物の流れに関わるハード及びソフト、オペレーションノウハウなどは、中国内でも中の下程度で、改善は急務



大連TV塔より大連市街を望む

だ。」と指摘する。

中国旅行業界、競争の時代へ

もめにもめた中国の国際貿易機関(WTO)加盟問題も、二国間交渉はあとメキシコ1国を残すのみとなるなど、本年中の加盟は確実視されている。こうした中、中国の旅行業界はこれまで経験したことのない競争の時代を目前にしている。

大連には3星級以上のホテルが42社、そのうち、フラマ、スイス、シャングリラ、といった高級ホテルは国際水準に比べても遜色ない設備とサービスを備えている。さらに2000年もヒルトンが開業、マリオットが2001年の開業を目指し建設中である。このように早くから対外開放された中国ホテル業は、外資とその経営ノウハウを積極的に取り入れ、国際市場においても一定の競争力を備えてきたと言って良いだろう。

こうした状況に比べ、開放が遅れた領域の1つである旅行代理店業に従事する国内企業は、現在厳しい状況にさらされている。WTO加盟が成れば、中国も関連協定に基づき旅行市場を開放しなけれ

ばならない。中国国内に外資旅行企業が設立され、その業務範囲、地域などの制限も徐々に撤廃されていけば、同業種のサービスの質や価格、利便性が劇的に改善されることが期待される反面、これにより国内旅行代理店業が受ける影響は甚大であろう。

先進諸国における旅行代理店業は、これまで国際市場において蓄積してきたノウハウにより、ほぼ完成されたと言って良い経営メカニズムを持っている。これに比べて、中国国内の旅行代理店はその多くが零細かつ分散的で、国内においてすらそのネットワークは貧弱である。大連の旅行社に旅行先のホテルや切符の手配を依頼しても、担当個人レベルの人脈に頼るところ大で、「その地域の旅行社には私の知り合いがないので、手配できません」などという、日本ではおよそ考えられない答えが帰ってくることもある。また市場競争にさらされていない弊害から、サービスの質も悪く、一部地域では法外な手数料をはばかりことなく要求する場合もあるという。

外資企業の参入により、海外からの集客はさらに進み、また競争原理が働き、安価で質の高いサービスの提供など、消費者にとっては良い結果が期待される。しかし、外国旅行社がツアーを組み、国内の現地代理店が手配をするというこれまでの分業体制が事実上不要となるため、国内旅行社の顧客流出は必至だし、これまでどおりの粗雑なサービスのままでは、市場メカニズムになすすべなく淘汰されよう。ある大連市内の旅行業者は言う。「中国の旅行代理店は多すぎました。現在大連市内の旅行社でも、合併などで競争力を付けようとする動きが盛んです。WTO加盟後の外資との合併も視野に入れていきます。」

世界中の人々を引き付ける歴史的建造物や遺産に富む中国にとって、観光関連ビジネスは外貨を効率よく吸収できる分野として、今後もますます期待が膨らむ業種の1つであろう。しかし、北京ではこうした歴史文物に頼った伝統的スタイルから脱皮すべく、各種テーマパークを建設するなどして新たな観光スポット開発に余念がない。これと同様、大連も常に国際ニーズを感じ取り、明確なコンセプトを持った観光都市に成長していくことを期待したい。

〔出所〕北陸AJEC「えーじえっくれぼーと」Vol 25