

訪日外国人旅行者の動向

— 中国・韓国からの観光客を中心に —

富山県貿易・投資アドバイザー 野村 允

はじめに

国際観光振興会（JNTO）は、例年通り、「JNTO 国際観光白書 2002年版」、「訪日外国人旅行者調査 - 訪問地等について -」を発行した。また、2001年には、JNTO北京、ソウル両事務所が、中国、韓国の観光市場調査を実施した。

本稿は、これらの資料を主体に、中国および韓国からの訪日旅行者の動向 - 特に、観光客の動き - について、簡単にまとめたものである。

1. 訪日旅行者（インバンド）の状況

2001年の訪日外客数は、上半期が238万人（前年同期比4.3%増）と堅調な伸びを示したものの、9月のアメリカ同時多発テロ発生以降、3カ月連続して減少し、年計では477万人（前年比0.3%増）にとどまった。

訪日外客総数の6割近くを占める観光客数は272万人（前年比0.9%増）となった。国別に見ると、台湾が71万人（同12.3%減）、韓国が65万人（同8.2%増）、アメリカが38万人（同1.9%増）、香港が23万人（同10.5%増）でこれら4カ国・地域が上位を占めた。因みに、中国からの観光客数は7万人（同59.3%増）であった。2000年9月、観光旅行ビザ発給の一部解禁（訪日旅行は居住地に制限があり、北京市、上海市、広東省の地域住民に限定）となつて以来、訪日団体観光客数は着実な伸びを見せている。

2. 訪日外国人旅行者の特徴

「訪日外国人旅行者調査 - 訪問地等について -」（2000年～2001年）は、2000年8月、2000年11月、2001年2月の3回実施されたアンケート調査である。調査対象は、成田、関西、福岡、那覇、羽田、名古屋の各国際空港から出国しようとしている、滞在期間2日以上6カ月以内の外国人旅行者である。標本数は5,553票であった。

本アンケート調査の中で分析された日本国内各地の訪問率（「今回の旅行中に当該地を訪問した」と答えた解答者数 ÷ 全解答者数 × 100）を通して見た特徴的動きは、①東京、大阪が高い訪問率を示し、近隣に位置する一大観光地である神奈川、京都、千葉が3～5位を占め、その後に愛知、福岡が続いているが、この序列は定着している。②アジア地域からの訪日旅行のリピーターが増加したことから、特定の場所や体験を目的とした旅行へのシフトが見られる。③地方では、東北地方への関心が高まってきている。因みに北陸3県で

は3.0%（訪問率）である。④京都を訪問する旅行者は観光のみを目的とする個人旅行者が多いため、他都道府県への周遊率が高く、かつ多彩な地域へ訪問している。逆に、福岡の場合には、団体旅行が多いため、福岡を中心として九州各県とのつながりが強いようである。⑤訪問地での宿泊率を見ると、北海道や有名温泉地を各県にもつ九州の人気の高い。しかし、九州各県へは団体周遊旅行が多いため1泊が中心である。

3. 中国からの訪日客の動き

(1) 訪日客数の推移

訪日中国人の数は、1996年から堅調に推移してきたが、2000年9月の観光ビザ発給の開始（一部地域に限定）とともに、団体観光旅行者が急増した。2001年には、中国からの訪日旅行者数は39万人となった（97年比50.2%増〔表1〕）。

(2) 旅行目的

訪日旅行については、不法滞在問題などがあって、受入側の身元保証が要件となる場合が多い。このため、訪日客の多くは、商用、留学、研修、技術交流、親族訪問などを目的とした来訪者が主体であった。前述したように、2000年9月の団体観光旅行の解禁により、今後、訪日客の構成比は相当変化していくものと予想

表1 目的別訪日中国人数

	総計	観光客	商用客	その他客	一時上陸客	
1997年	人数(人)	260,627	33,431	68,800	122,903	35,493
	構成比(%)	100.0	12.8	26.4	47.2	13.6
	伸率(%)	7.9	14.1	8.6	9.4	2.8
1998年	人数(人)	267,180	35,616	66,417	134,425	30,722
	構成比(%)	100.0	13.3	24.9	50.3	11.5
	伸率(%)	2.5	6.5	3.5	9.4	13.4
1999年	人数(人)	294,937	37,153	67,204	149,681	40,899
	構成比(%)	100.0	12.6	22.8	50.8	13.9
	伸率(%)	10.4	4.3	1.2	11.3	33.1
2000年	人数(人)	351,788	45,270	77,429	173,303	55,786
	構成比(%)	100.0	12.9	22.0	49.3	15.9
	伸率(%)	19.3	21.8	15.2	15.8	36.4
2001年	人数(人)	391,384	72,118	74,309	194,174	50,783
	構成比(%)	100.0	18.4	19.0	49.6	13.0
	伸率(%)	11.3	59.3	4.0	12.0	9.0

資料：国際観光振興会（JNTO）

注：2000年8月現在、中国人に対する観光ビザは発給されていないが、観光統計の分野では、文化・学術活動、親族訪問などを目的とする旅行者以前も「観光客」と分類している

されている。因みに、2001年の中国からの観光客数は7万人（97年比2.2倍増）であった。

(3) 訪問地

訪日中国人は、主に東京都、大阪を中心にした大都市に集中する。近年、千葉県、神奈川県といった周辺の観光都市への訪問率が急速に高まってきた（表2）。

(4) 滞在中の活動内容

訪日中国人の日本に対する関心は、伝統文化・歴史、「最も近い先進国」からイメージされる買物、先端技術、テーマパーク、歴史的建造物などであるが、まだ具体的な観光地は余り認識されていないようである。

実際に日本を訪れた旅行者の活動内容は「日本料理・郷土料理」、「買物」、「大都市/都会の生活」、「寺社・庭園・歴史的な所」などとなっている（表3）。

(5) 訪日旅行の情報源（複数回答）

訪日に際し、訪問目的地に関する観光情報源は、「旅行代理店（46.2%）」、「友人・家族・親族の口こみ」（42.3%）、「新聞・雑誌（15.4%）」、「インターネット（11.5%）」であり、「旅行代理店」、「友人等の口こみ」で9割近くを占める。

(6) 中国旅行市場調査から

JNTO北京事務所では、2001年2月から3月にかけて、訪日団体観光旅行が解禁されている北京市、上海市、広東省の居住者2,400人を対象にインタビュー調査を实

施した。調査結果の要旨は以下の通りである。

①回答者全体の約7割は訪日の意欲を持っている。地域別では広東省、世代別では若年層（20代）の訪日意欲が際立って高い。

②訪日希望者の約9割はパッケージツアーへの参加を望んでおり、その大半は家族での旅行をイメージしている。訪日日数については、約8割が一週間以上を希望している。

③訪日旅行に期待する魅力要素としては、「日本の飲食文化・日本料理（63%）」、「自然の魅力（58%）」、「歴史的遺産（44%）」、「独自の伝統文化を反映した町並みなど」人文文化（41%）の順であり、「温泉」、「買物」、「ハイテク」、「異国性」等に対する関心は比較的低い。

④深圳（広東省）の人々は、特に訪日旅行への意欲が高く、訪日日数は5、6日を希望し、温泉や買物に高い関心を持つ割合が他地域の居住者に比べて多い。地域による関心度の違いを裏付けている。

⑤外国旅行1回当たりの支出総額は1万4,000元（約20万円）で、平均家庭所得の3カ月分に相当する。

⑥訪日の際、最も行きたい目的地は東京、北海道、大阪、名古屋、神戸、京都、九州、沖縄の順である。

⑦訪日旅行を避ける理由として、旅行費用が高いこと、言葉が通じないこと、ホスピタリティに欠けること、日本の観光魅力は中国と似通っていること、日本についてよく知らないこと——などがあげられている。

4. 韓国からの訪日客の動き

(1) 訪日客数の推移

1989年、外国旅行の完全自由化により、同年の訪日旅行者数が61万人（前年比78.7%増）となった。92年以降は、韓国経済の成長鈍化、円高などによって小幅な増減を繰り返したが、97年には一國からの訪日旅行者数としては初めて100万人を突破した。98年は、通貨危機の影響で訪日旅行者数は再び72万人に落ち込んだ

表2 訪日中国人の訪問都道府県

中国 China					
1	東京 Tokyo	64.5	11	栃木 Tochigi	4.3
2	千葉 Chiba	21.6	12	群馬 Gunma	3.7
3	神奈川 Kanagawa	20.7	13	埼玉 Saitama	3.1
4	大阪 Osaka	20.1		長野 Nagano	3.1
5	福岡 Fukuoka	17.0		岐阜 Gifu	3.1
6	京都 Kyoto	16.7		広島 Hiroshima	3.1
7	愛知 Aichi	15.7	17	北海道 Hokkaido	2.8
8	山梨 Yamanashi	8.6		山口 Yamaguchi	2.8
9	兵庫 Hyogo	6.2		大分 Oita	2.8
10	静岡 Shizuoka	5.6	20	茨城 Ibaraki	2.5

資料：訪日外国人旅行者調査（2000年：国際観光振興会 [JNTO]）
注：北陸3県 3.0%

表3 訪日中国人の日本での活動内容

順位	活動内容	回答率 (%)
1	日本料理・郷土料理	86.4
2	買物	83.3
3	大都市/都会の生活	65.7
4	寺社・庭園・歴史的な所	46.9
5	小さな街/田舎の生活	44.4
6	交流プログラム参加	37.3
7	景勝・自然	37.0
8	テーマパーク/動物園/水族館など娯楽施設	34.9
9	異なる生活様式の体験	34.6
10	温泉	32.7

資料：訪日外国人旅行者調査（2000年：国際観光振興会 [JNTO]）

表4 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	
1997年	人数(人)	1,010,571	587,299	320,305	83,311	19,656
	構成比 (%)	100.0	58.1	31.7	8.2	1.9
	伸率 (%)	1.6	3.9	0.9	0.1	13.6
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

資料：国際観光振興会 (JNTO)

が、99年からは韓国経済の回復に伴って、訪日旅客数も増加に転じ2001年には113万人に達した（表4）

（2）旅行目的

目的別に訪日韓国人数をみると、全体の約6割を占める「観光客」の訪日韓国人的動向が、全体の伸び率を左右する要因となっている。2001年の韓国からの観光客数は65万人（98年比71.8%増）であった。

（3）訪問地

訪日韓国人的都道府県別訪問率を見ると大都市とその周辺都道府県に集中している（表5）

（4）滞在中の活動内容

訪日韓国人的にとって人気が高いのは、「買物」であるが、近年、「日本料理・郷土料理」の人気が急速に高まっている（表6）

（5）訪日旅行情報源（複数回答）

訪日旅行に際し、訪問目的地に関する観光の情報源として、「旅行代理店」（42.3%）、「友人・家族・親族の口こみ」（33.7%）、「旅行ガイドブック」（24.0%）、「インターネット」（22.8%）と多様化しており、中国と対象的である。

（6）韓国旅行市場調査から

JNTOソウル事務所では、2001年2月から3月にかけて、ソウル、釜山に居住する満18歳以上の男女2,041人（訪日旅行経験者500人、未経験者1,541人）を対象に

表5 訪日韓国人的訪問都道府県

韓国 Korea					
1	東京 Tokyo	42.7	11	静岡 Shizuoka	3.5
2	大阪 Osaka	30.3	12	長崎 Nagasaki	2.7
3	神奈川 Kanagawa	11.2		熊本 Kumamoto	2.7
4	愛知 Aichi	11.1	14	栃木 Tochigi	2.1
5	京都 Kyoto	10.3	15	山梨 Yamanashi	1.9
6	福岡 Fukuoka	9.2	16	長野 Nagano	1.7
7	千葉 Chiba	7.3	17	沖縄 Okinawa	1.6
8	兵庫 Hyogo	5.8	18	埼玉 Saitama	1.4
9	奈良 Nara	5.1	19	茨城 Ibaraki	1.2
10	大分 Oita	4.1	20	和歌山 Wakayama	1.1

資料：訪日外国人旅行者調査（2000年：国際観光振興会 [JNTO]）
注：北陸3県 0.4%

表6 訪日韓国人的の日本での活動内容

順位	活動内容	回答率(%)
1	日本料理・郷土料理	80.2
2	買物	69.8
3	大都市/都会の生活	29.0
4	寺社・庭園・歴史的な所	27.7
5	温泉	22.0
6	小さな街/田舎の生活	20.2
7	テーマパーク/動物園/水族館など娯楽施設	20.1
8	ナイトライフ/カラオケ	14.1
9	異なる生活様式の体験	13.7
10	景勝・自然	9.0

資料：訪日外国人旅行者調査（2000年：国際観光振興会 [JNTO]）

インタビュー調査を実施した。調査結果の要旨は以下の通りである。

A 韓国人が旅行先を選定する際に主要と考える項目と、それぞれの項目についての日本に対する評価を対比させた結果、次のようなことがわかった。

①日本の持つ強みであり、今後さらにPRすべき項目は「安全」、「親切」、「宿泊施設の質」などである。

②日本の弱味ともいえる、改善が必要となる項目は、「経費が高いこと」、「価格に対応した内容の充実」である。さらに「新しい経験」、「観光魅力」、「豊富な経験」、「見所の多さ」—— などについても、特にそれらを重視する若年層に魅力を強く訴える方策が必要である。

③相対的に重要な要素とはいえないが、日本への評価が高く、継続的に宣伝すべき項目は、「ショッピングに適していること」、「韓国から近いこと」—— などである。

④相対的に重要とはいえず、日本への評価も低い項目としては、「楽しく遊べること」、「異国情緒が味わえること」、「リラックスできること」—— などである。

B 今後の韓国人的訪日旅行の傾向

①40歳代を中心に家族旅行に対する願望が強く、今後有望な市場になり得る。

②若年層の間では、従来通り友達・恋人同士での旅行を希望する割合が圧倒的に多く、家族旅行には余り関心がない。

C 日本に対するイメージは「温泉」

①従来から韓国では「温泉」に対する関心が高いが、本調査でも旅行目的地としての日本のイメージとしては「温泉」がトップである。

②温泉へ行きたいと考えている層は、女性に多く、世代としては40歳代が中心である。なお、40歳代および女性は、宿泊施設の質を重要視する層でもあり、両

表7 外国観光旅行目的地としての日本の評価と諸外国への評価の比較

評価項目	日本	ヨーロッパ	米国	東南アジア	中国
	%				
1) 経費が安い	64.2	57.7	58.8	80.6	79.5
2) 安全である	79.6	79.5	74.9	67.4	63.4
3) 新しい経験ができる	74.9	85.5	80.7	73.4	72.2
4) 観光魅力がある	75.2	85.7	79.8	72.5	70.5
5) 異国的情緒が感じられる	68.5	86.9	81.8	73.5	67.2
6) 値段に比べて内容が充実	71.2	75.9	73.3	71.5	69.4
7) 豊富な経験ができる	72.7	82.1	78.9	72.2	69.9
8) 楽しく遊べる	71.0	71.3	74.5	73.6	66.6
9) 見所が多い	75.7	86.9	81.5	73.9	73.8
10) リラックスできる	74.2	79.0	75.2	75.6	66.2
11) ぜひ一度行ってみたい	76.9	86.3	80.5	72.0	71.3
12) 文化に関心がある	74.1	81.5	72.7	67.6	72.3
13) 親切だ	84.8	78.1	74.3	69.1	65.9
14) ショッピングに適している	78.9	76.8	77.9	70.6	65.0
15) 宿泊施設がよい	79.8	81.4	80.9	69.3	62.8
16) 日程を組みやすい	78.9	72.1	71.6	74.7	70.8
17) 韓国から近い	86.7	53.6	55.1	77.0	81.4

者が密接な関係を持つことが窺える。

D 外国観光旅行目的地としての日本の評価と諸外国への評価比較(表7)

(7) 韓国経済研究センター(東京都)へのヒアリングの中からの留意点

A 韓国人観光客への食事について

前述の調査で指摘されていた通り、観光客の「日本料理・郷土料理」に対する関心が高いことは確かであるが、これらの料理に韓国料理(キムチなど)を付け加えること、価格とともに量を重視することなど、韓国人の食事に対するスタンスは極めて保守的である点を留意する。

B 韓国の休暇制度について

新勤労基準法による有給休暇は年間約20日となっていたが、本年7月1日から銀行員に完全週休2日制が導入された。今後、公務員へも普及していくことが予想され、訪日観光客の誘客に好材料となろう。

おわりに

(1) 北東アジア観光圏 - 特に、日中韓観交ブロック - の形成を目指して

世界観光機関(WTO)によると、北東アジア地域の観光は、2020年には「欧州観光圏」、「北米観光圏」に次いで、新たな観光交流圏を形成する可能性があると予測している。中でも、「日中韓観交交流ブロック」が中心的な存在となるものと見られている。すなわち、1999年においては、日本人で中韓いずれの国も訪れた数は404万人、中国人で日韓いずれの国も訪れた数は61万人、韓国人で日中いずれの国も訪れた数は192万人、合計657万人であった。これは、同年に日中韓3国を訪れた全外国人のほぼ4割弱に相当する。

国際交流人口の増減は、関係国の政策(観光への認識)に負うところが大きい。近年、日中韓ともに政府のブロック内観光交流に力を傾注している。先頃開催された“ワールドカップ”は、ブロック内の交流の活性化に大きく貢献したものと推測される。

今後、例えば日中間について見れば、中国の世界貿易機関加盟を機に、これまでの「一方通行型」の観光流動から「双方型」へ転換していくものと見られるが、さらなる交流の促進をはかるためには、地方交流を軸とした地方都市間航空路の拡大、あるいは観光の目的地を共同開発することも視野に入れる必要があろう。このことは、日韓、中韓間についても言えることであろう。

(2) 北陸地域の対応

北陸地域への外国人観光客数は、年間12万人程度と推測される。因みに、2000年の福井県への外国人観光客数は6万人、兼六園の外国人入園者数は3万人弱である。逐年、北陸地域への外国人観光客数は着実に増加しているものと推測されるが、中でもソウル～富山便、ソウル～小松便の運航によって、韓国との観光流

動が漸次活発化してきている。また、中国人観光客に対する現在の地域限定のビザ発給も、今後地域制限の撤廃に向けて徐々に拡大していくことが予想されるだけに、大連～富山便は中国との観光流動を促進させるますます重要な交流基盤となろう。

今後、北陸地域が外国人観光客 - 特に、中国、韓国からの観光客 - の誘客を進める上での当面の諸対応として、次の諸点があげられよう。

第一に、国際観光に対する地域の認識を深める

観光は、総合産業といわれているが、官民を問わず地域住民こそって、国際観光が地域経済・産業および国際化の推進に果たす役割の大きいことを改めて認識することが肝要である。

第二に、国別にキメ細かな情報の提供

北陸地域の情報が誘客対象国にどのように伝えられているか、また彼らは何に関心があるのかといった現地サイドの情報を的確に把握するとともに、地域から発信する情報は、どの国に対しても画一的なものではなく、その国の人々の関心事に絞るなど国別にキメ細かな情報提供を行うことである。

第三に、観光インフラの整備

ハード面では、受入施設等(宿泊施設、観光施設など)の充実、域内一般道路の整備(観光地とのアクセスなど)、ソフト面では、接客サービスの向上、食事内容の吟味(韓国人観光客に対しては韓国料理を加えるなど)、通訳・ガイドの質的向上などをはかる。

第四に、交通基盤の充実

既設航空ルートとのPRと拡充、新ルートの開拓、空港、駅、高速道路のICなどとのアクセスの整備などを進める。

第五に、広域観光ルート(モデルルート)の開発

日中韓共同して、マーケティング調査を実施し、観光資源の共同開発、他地区と連携したモデルルートをいくつか開発する(例：自然・文化・体験、ショッピング、季節別といったテーマ別コースの設定など)。

そのほか、インバウンド観光や国際コンベンションに取り組む専門の人材(担い手)の育成なども緊要の課題といえよう。

参考・引用資料

- 『JNTO国際観光白書 2002年版』国際観光振興会(2002/3)
- 『訪日外国人旅行者調査』2000～2001 国際観光振興会(2002/12)
- 『観光交流圏形成中の北東アジアの観光について』東洋大学教授 梁春香(2002)
- 『日中間の観光流動の現状と課題』Warm Topic No29(野村)北陸AJEC(2000/1)
- 『訪日外国人旅行者の動向』Warm Topic No37(野村)北陸AJEC(2001/2)