

北東アジア地域の観光流動

— 中国・韓国・ロシアからの訪日客を中心に —

富山県貿易・投資アドバイザー 野村 允

はじめに

近年、国際観光は“見えざる貿易”として、国・地域に与える経済効果が極めて大きいという認識は、北東アジアにおいても高まりつつある。こうした流れの中で、各国・地域では、その経済効果（インバウンド増に伴う観光収入の増加など）を促進するため、さまざまな観光戦略を打ち出し、具体的な誘客活動を展開している。

日本の場合、2004年における出国日本人数(推計値)は、1,683万1,000人(前年比26.6%増)、訪日外客数(推計値)が614万3,000人(同17.9%増)となり、訪日外客数が、年間で史上初の600万人台に達した。このことは、現在進めている国際観光流動におけるアウトバウンド過多という「いびつ型観光」から「双方向型観光」へシフトさせようとする“ビジット・ジャパン・キャンペーン”事業の推進と地方自治体・民間企業による地道な外客誘致活動の成果が出始めてきたことを裏付けていると言える。

本稿は、北東アジア地域 — 特に、中国、韓国、ロシア — からの訪日客の観光行動を探り、北陸地域における外客誘致戦略の一端をまとめてみたものである。併せて、最近活発化しつつある北東アジア地域に関する観光フォーラムの動きについても簡単に触れてみた。

中国・韓国・ロシアからの訪日客の動向

1. 中国からの訪日客の動き

(1) 中国人の海外旅行事情

中国経済は、2003年のGDP成長率が9.1%を記録するなど引き続き好調さを維持している。中でも、個人所得の堅調な伸び、市民生活の高度化・多様化を背景に、海外旅行者数は2,022万人(前年比21.8%増)を示した

表1 海外旅行者状況(中国、韓国、ロシア) - 2003年 -
(単位:万人、%)

国別	旅行者数		上位3カ国・地域
		前年比	
中国	2,022	21.8	香港、マカオ、タイ
韓国	709	0.5	中国、日本、アメリカ
ロシア	2,047	10.1	フィンランド、中国、トルコ

資料:「マーケティング・マニュアル」JNTO 2004年12月 等

(表1)

海外旅行先は、香港、マカオで出国者総数の5割強を占めているが、その他タイ、ベトナムを中心とした東南アジアが多い。旅行形態別で見ると、中国人の観光旅行は特定旅行会社が組織する団体(3人以上。日本の場合は5人以上)への参加に限られている。インセンティブツアーの行先としては、オーストラリア、欧米に多い。また、修学旅行は数校の学生を集めて実施されている。

(2) 訪日客の動向

A. 訪日客数

2003年の訪日客数は、1994年以来9年ぶりに減少し、44万8,782人(前年比0.8%減)となり(表2)、訪日外客総数に占める割合は8.6%となった。目的別では、「観光客」が9万5,991人(同5.2%減)、「商用客」が9万6,177人(同5.8%増)となり、「観光客」の減少が目立った。

中国では、2003年のSARS流行時の4月下旬に外国へのSARS感染を防止するため、外国向けツアーの自粛(出国規制)が実施された。同年7月、ツアー自粛が解除されたことを契機に、海外旅行熱が高まり訪日旅行も回復を示した。

因みに、2004年1~10月の訪日客数は52万9,711人(前年同期比42.0%増)となり、中でも、観光客が同113.5%増となった。

B. 訪日客の観光行動

①中国から日本への団体観光旅行は、2000年9月に始まったばかりであり、最も中国で名前が知られている東京と大阪への人気が高い。最近、大阪と九州、東京と北海道を組み合わせたツアーなどが始まっている。

東京周辺で人気が高いのは、ディズニーランド、箱根(富士山と温泉)、秋葉原であり、大阪では大阪城、心齋橋、京都では金閣寺、清水寺、嵐山(周恩来の碑)、西陣織物館、九州ではハウステンボス、島原、キャナ

表2 訪日中国人数の推移 (単位:人、%)

年	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004/1~10
人数	267,180	294,937	351,788	391,384	452,420	448,782	529,711
伸率	2.5	10.4	19.3	11.3	15.6	0.8	42.0

資料:国際観光振興機構(JNTO)資料から

ルシティ、別府温泉、北海道では札幌を中心にスキー場（特に、広東省）と温泉に人気が集まっている。

②好まれる買物品としては、電気製品、女性の化粧品（資生堂など）、日常生活品がある。好まれる食べ物としては、熱を通した食べ物で、シャブシャブ、すき焼、鍋物、肉じゃがなどがあるが、一般に量が多いことが条件となっている。

C. 訪日旅行の展望

プラス要因としては、中国側の事情から見ると、①中国人訪日団体観光旅行地域の拡大（2004年9月、従来の北京市、上海市、広東省に加えて、天津市、遼寧省、山東省、江蘇省、浙江省が追加され、人口は1.1億から2.6億人に増加）し、今後、訪日旅行者は増加するものと推測される、②中国側の訪日ツアー取扱業者が、従来の21社から229社に増加した（日本側でも、新たに50社が加わり106社となった）、③2004年9月1日から、中国からの修学旅行生に対するビザ免除の措置が実施され、今後、中国からの修学旅行生の増加が期待される、④中国では、弁護士、起業家、外資系企業従業員など高収入層の増大がみられる中で、海外旅行熱（高額観光商品）が一段と高まってこよう。このように、今後、訪日客の志向がこれまでの定番コースからディスタネーションの分散化が促進され、地方への関心も高まってくることが予想される。地方としては、こうした変化に対応した受け皿づくり（空港の活用など）が望まれる。

マイナス要因としては、中国側の事情として、①訪日旅行取り扱い業者における人材不足、②旅行に関する法制度の不備（直前のキャンセルなど）、③訪日時の失踪者問題——などがあげられている。日本側の事情としては、①旅行費用の低廉化傾向が強まる中での過当競争の激化。特に、中国人の団体観光旅行の解禁に踏み切った欧州市場との競合が予想される、②ライセンスガイドの不足——などがあげられる。

D. 北陸地域の動き

①2004年9月の中国人訪日団体観光旅行対象地域の拡大は、富山～大連便の乗客数の増加（2004/9～2005/1の客数の増加、利用率の上昇）から窺うことが出来る（表3）、②2004年、日中の農業団体間（日本側は富山県）で、“2-way”チャーター（北京～富山）活用の形で、“産業観光”が実施された、③本年1月、地元旅行業者が、大連市からの団体観光客を受け入れた。

表3 富山・小松空港の国際線（ソウル、大連、ウラジオストク）の利用状況（単位：人）

空港・路線	2002年度	2003年度	2004/4～05/1	
富山	ソウル便	37,589	28,939	31,423
	大連便	31,926	18,618	26,114
	ウラジオ便	2,815	3,237	2,925
小松	ソウル便	46,638	33,032	約49,000

資料：富山・石川県調べ

問題点として、富山～大阪・東京のコースのため、高い旅費設定（7日間、1人1万2,000円）となった（欧州5カ国8日間、1人8,800円）ことが指摘されている。

2. 韓国からの訪日客の動き

(1) 韓国人の海外旅行事情

韓国経済の現状を“マクロの数字と体感する景況感の乖離”と見る向きが多い。2003年のGDP成長率は3.1%、2004年は3.5%程度と予測されているが、内容的には外需主導型であって、個人消費、民間設備投資とも低迷している。また、若年層の高い失業率、クレジットカードに関連する自己破産者の存在などが社会問題となっている。ただ、一人当たりの国民所得が1万ドルを超え、2004年には週休2日制が導入され、一般市民の余暇に対する意識の変化も加わり、海外旅行熱は逐年高まりつつある。

韓国人の海外旅行者数は、1999年以降、V字型の経済回復に伴い増加を示してきた。しかし、2003年、アジア地域のSARS発生によって上半期に急減したものの、下半期には反動増を示し、通年、709万人と前年比0.5%の微減に止まった（表1）。地域別では、アジア地域が全体の66%（中国が156万人、日本が143万人、タイが58万人など）、アメリカが同12%、欧州が同7%、オセニアが同5%を占め、多様化傾向を示している。

(2) 訪日客の動向

A. 訪日客数

2003年の訪日客数は、143万5,959人（前年比12.9%増）となり（表4）、初めて140万人台を超えた。このうち観光客が76万人（同30%増）を占めた。好調だった背景として、①SARSの発生によるアジア諸国からのシフト増、②ゴルフツアーの増加、③日本の大衆文化の開放に伴う若者を中心とした日本への関心の高まり——などがあげられる。

因みに、2004年1～10月の訪日客数は、134万人（前年同期比8%増）と推定されている。

B. 訪日客の観光行動

a. 志向の変化とトレンド

韓国人は、①温泉が好きである。日本の観光地を選定する際、温泉の有無がキーとなる、②登山が国民的人気を博している、③従来からナイトライフを大切にしているが、最近、静かで人並みの少ない観光地（温泉地を含め）を好む傾向にある、④スターマーケティングで名が知られた観光地への関心が高い——などの志向性を持っている。

最近、旅行形態が観光型から滞在型に変化しつつある

表4 訪日韓国人数の推移（単位：人、%）

年	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004/1～10
人数	724,445	942,674	1,064,390	1,133,971	1,271,835	1,435,959	1,339,286
伸率	28.3	30.1	12.9	6.5	12.2	12.9	8.0

資料：国際観光振興機構（JNTO）資料から

る中で、①若年層、小グループのFIT旅行が増加するに伴い、最新の商業複合施設（六本木ヒルズなど）、100円ショップなどを組み込んだツアー、②仁川～羽田間の夜中出発のチャーター便を利用する東京格安パック（夜鬼ツアー、蛍火ツアーの商品名）がヒットしている。

b. 訪日旅行者の買い物

訪日旅行者に好まれている買い物物品目は、電気製品（ビデオカメラ、デジカメ、炊飯器など）、女性は、味噌、醤油、わさび、カレーなどの飲食類や高級ブランド品、化粧品に人気がある。中高年齢層には、家庭用品、健康薬品、ゴルフクラブ、登山・釣道具がよく買われているようである。

c. 食に関する志向

訪日旅行者は、①新鮮で低廉なすし、刺身、太麺のうどんや生ラーメン、②郷土料理、地酒、伝統温泉旅館での懐石料理——などに人気がある。一方、日本で食事をする際の不満としては、①お菜の数と量が少ないこと、②キムチがついていない場合やキムチの味が薄いこと、③一般のパッケージツアーが利用する団体食堂の冷たくなった料理——などが指摘されている。

C. 訪日旅行の展望

2005年は、日韓国交正常化40周年の年に当たり、両国でさまざまな交流イベントが実施される見込みである。こうした状況の下、訪日韓国人旅行者数は、今後も順調に推移するものと予測されている。

プラス要因としては、①韓国内では週休2日制が定着し始めており、距離的に近い日本は、週末を利用した短期滞在型旅行の目的地としての役割が高まる、②2004年3月からビザが免除された修学旅行の増加、③2005年3月オープンの「愛知万博」への関心の深まり、④2004年に日本で開催されたインセンティブツアーの成果を受けて、今後日本側で市場ニーズに応えた商品開発に努めることによる大型インセンティブツアーの増加が予想される——ことがあげられてる。

マイナス要因としては、①訪日旅行者の大きなターゲットとなる若年層の失業者の増加、②円高ウォン安による訪日旅行商品への割高感、③東南アジア諸国へのシフトが強まる——などが予測されている。

D. 北陸地域の動き

訪日旅行で人気のあるスポットとして、北陸地域は、富山県（宇奈月温泉・立山黒部アルペンルート・富山城・五箇山和紙工芸館・井波木彫りの里）、石川県（金沢城・ゆのくにの森・兼六園・輪島・加賀百万石時代村・能登半島巡り）、福井県（東尋坊・永平寺）があげられている。買い物・食べ物、富山県の漢方薬・チューリップなどの香水類、石川県の岩のりなどの海産物、塩せんべい、鯛の唐蒸しなどがあげられる。

因みに、富山・小松空港のソウル便は、2004年4月以降、好調な伸びを見せている（表3）

3. ロシアからの訪日客の動き

(1) ロシア人の海外旅行事情

ロシア経済は、2003年のGDP成長率が7.3%となり、2000年に次ぐ高い伸びとなった。経済成長は、依然エネルギー資源輸出に左右される面が強いが、民間・政府最終支出の寄与度が約6割を占め、国内消費主導型の経済推移を示している。

こうした動きの中で、ロシア人の海外へ出掛ける旅行者数は、1999年代後半は落ち込みが続いたものの、2002年以降、増加傾向にある。2003年には2,047万人となり、前年比10.1%増を示した（表1）。旅行先では、隣国フィンランドが203万人（前年比6.8%増）とトップであり、次いで中国、トルコ、ドイツ、ポーランドと続いている。ただ、フィンランドの場合、商用ビザと特別ビザによる入国が7割を占めており、観光旅行先としてはトルコが突出し、次いで中国になっている。

(2) 訪日客の動向

A. 訪日客数

ここ数年、ロシアからの訪日客が増加している。2003年の訪日客数は4万4,512人となり（表5）前年比17.3%増を示した。このうち、観光客は1万8,342人（前年比21.1%増）であり、観光客の増加傾向が窺われる。

因みに、2004年1～7月期の訪日客数は2万5,222人（前年同期比30.3%増）と増加を示し、中でも観光客の伸び（同49.0%増）が目立つ。

極東・沿海地方の資料によると、沿海地方からの訪日観光客数は、2003年7,208人（前年比2.8倍増）である（表6）。観光ビザで入国し、自動車修理工、中古車バイヤーとして働いているケースもあるため、訪日客すべてが観光客とはいえないが、空港口ビーで、ディズニールランドの土産品袋をもったロシア人も多く見られるということである（「ロシア東欧経済速報」2004/2 No.1287）。

B. 訪日客の観光行動

a. 観光コース

訪日旅行者の観光行動は、①東京、日光、箱根、京都といったオーソドックスな行程が主流である、②最近、トランジッドビザ（48時間）を利用して、東京、箱根宿泊型の立寄り観光が増加している。

b. 買い物・食べ物への志向

訪日旅行者のショッピングは、先端技術を求める志向が強く、家電製品販売店でデジタルカメラなどを買いたい求めるロシア人が多い。また、VIP層の胎動を反映し、赤坂の高級料理店への来訪が増えている。なお、訪日

表5 訪日ロシア人数の推移 (単位:人、%)

年	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004/1-7
人数	29,722	25,126	30,000	34,771	37,963	44,512	25,222
伸率	4.8	15.5	19.4	15.9	9.2	17.3	30.3

資料：国際観光振興機構（JNTO）資料から

表6 沿海地方からのロシア人海外観光客*

(単位：人)

	1995	1998	1999	2000	2001	2002	2003
中国	174,931	138,000	209,300	248,363	433,064	384,053	444,801
日本	2,949	5,200	1,400	2,143	3,341	2,610	7,208
韓国	9,786	7,600	8,100	5,740	6,991	6,282	7,148
北朝鮮	164	500	-	170	69	68	12
米国	298	1,200	560	110	-	-	0
オーストラリア	24	15	-	-	-	-	0
タイ	-	-	-	-	1,011	1,128	695
その他	-	-	-	-	100	-	0
合計	188,152	152,515	219,360	256,526	444,576	394,141	459,864

(注) *沿海地方経由のトランジット客を含む。
(出所)「ロシア東欧経済速報」2004年2月25日 No.1287

ロシア人が概して好む食事は、“すし”“てんぷら”ということである。

C. 訪日旅行の展望

①2005年は、日口通商友好条約締結150周年の年であり、日本各地では各種行事が行われるとともに、「愛知万博」の開催(サハ共和国からの“冷凍マンモス”の展示)もあって、訪日ロシア人数は増加するものと見られている、②プーチン大統領を主体に多くの政府高官の来日が予定され、さらに日口間経済交流の活発な動きを反映して訪日ミッション(各種業界団体など)やロシア企業人の来日、各種国際会議への参加も予想される、③観光客についても、特に、極東地域での日本語熟の高まり、日本のライフスタイルへの関心の強さを反映し、同地域を中心に訪日客の増加も予想される。

問題点としては、①観光ビザに関し、取扱い費用・時間および身元保証(日本側)問題、②ライセンスガイドの不足 — などがあげられている。

D. 北陸地域の動き

①1992年、伏木富山港～ウラジオストク港(当初はナホトカ港)間に、ロシア客船の運航がスタートした。乗船客数は、2004年が6,831人(前年比2倍増)と年々増加傾向にある(表7)、②乗船客の来日目的のほとんどが中古車の買い付けであったが、最近、モスクワ市周辺からの乗船客も増え、従来のように中古車の買い付けだけでなく、ディズニーランド、USJ、京都などを観光する乗船客が目立つとともに、地元のサウナ付きレジャーランドや“百円ショップ”などに人気を集まっている、③“兼六園”入園外国人調査(石川県)によると、ロシア人の年間入園者数は500人前後であるが、

表7 伏木/ウラジオストク港間 定期客船乗客数(入国者)
(単位：人、%)

年別	隻数	乗客数	
			前年比
2002年	48	2,177	12.6
2003年	48	3,334	53.1
2004年	51	6,831	2倍増

資料：伏木海陸運送(株) ロシア事業部

平成12年度：15年度比3倍増となっている。

北東アジア国際観光に関する諸会議について

1. 北東アジア国際観光促進フォーラム

昨年12月4日、東京において「北東アジア国際観光促進フォーラム」(主催：財団法人環日本海経済研究所など)が開かれた。本フォーラムの目的は、北東アジア国際観光の促進に向けて、①北東アジアの国際観光の現状を把握すること、②各国が共同で同地域の将来の観光促進に向けた戦略策定を目指して、意見交換を行うこと、③これらを通じて各国の観光関係者間の相互理解を深め、人的ネットワークを構築すること — にあった。

参加者は、プレゼンターとして、中国東北3省、ロシア(在日大使館)、モンゴル(在日大使館)、韓国、在日北朝鮮旅行社、日本からの9名、その他日本の大学、研究機関、旅行業者など20名、オブザーバーとして、中国・韓国からの留学生10名であった。

各プレゼンターは、それぞれの国・地域の観光資源、交通インフラおよび海外からの観光客誘致などについてPRを行った。例えば、在日北朝鮮旅行社からは、北朝鮮の主要観光地事情および今後のツアー計画として“観賞用花卉見学ツアー”、“教育施設視察ツアー”、“高句麗壁画古墳見学ツアー”などが報告された。

また、日本側から報告された「神戸観光アクションプラン」については、“温かいおもてなし、観光客にやさしいまち”をキャッチフレーズに、地区毎に具体的なアクションプログラムが進められている旨の説明があり、出席者の関心を集めた。

2. その他のフォーラム

昨年8月、大連市において「2004年北東アジア国際観光フォーラム：イン大連」が開催された。席上、日中韓の研究者からの報告は抽象的内容が多かった中で、北京の研究者からは「北東アジアの特徴のひとつとして国境が錯綜していることであるが、これらの国境を観光資源として活用してはどうか。国境の街は相互の異文化が融合する地域として大変興味深いからである」

といった提言がなされた（「ERINA REPORT」2005/ 1 vol.61）。

本年3月30日から4月1日までの3日間、韓国大邱市において、「2005年北東アジア国際観光会議」が開かれる予定である。参加予定として、中国（北京、東北3省）、韓国、日本、ロシア、モンゴル、北朝鮮があがっている。

おわりに

北東アジア地域——本稿では中国、韓国、ロシア、日本——では、中国を除き、国際観光流動はアウトバウンドがインバウンドを上回るアンバランス状態（「いびつ型」）にある。中でも、日本の場合、2003年における中国・韓国・ロシアとの観光流動は、アウトバウンドが413万人に対し、インバウンドが195万人であり、アウトバウンド過多の「いびつ型」となっている。今後、日本、韓国、ロシアは当然のこととして、現在インバウンドが上回る中国においても、市民生活の向上に伴ってアウトバウンドの急増が予想されるだけに、国際観光のもたらす経済効果をより高めるため、各国・地域ではさらなるインバウンド増を目指した観光戦略の策定、具体的活動を展開することになる。

日本では、前述したように2003年から、これまでの「いびつ型」の国際観光流動を改善するため、官民挙って、「ビジット・ジャパン・キャンペーン」活動（2010年までに、訪日外客数1,000万人を目標）を展開している。特に、地方においては、中央との連携をはかりながら地方独自の外客誘致活動を熱心に行っている。北陸地域においても、例外ではなく、今後、内外観光市場との競合が一層強まることが予想される中で、地域独自の効率的な国際観光戦略の策定、具体的な対応が求められている。以下、北陸地域として、当面のソフト面を主体とした対応策をまとめてみた。

①訪日客のニーズへの即応

例：訪日旅行者の観光行動を参考にしながら、各国・地域の諸事情に合った情報（画一的なPRではなく）の提供および買い物商品の品揃え、料理の選定などに工夫をこらすこと

②ユニークな観光商品の開発

例：単なる観光目的だけではなく、産業観光、コンベンションツアー、修学旅行、インセンティブツアーなどを促進するとともに、それらに地域性を加味すること

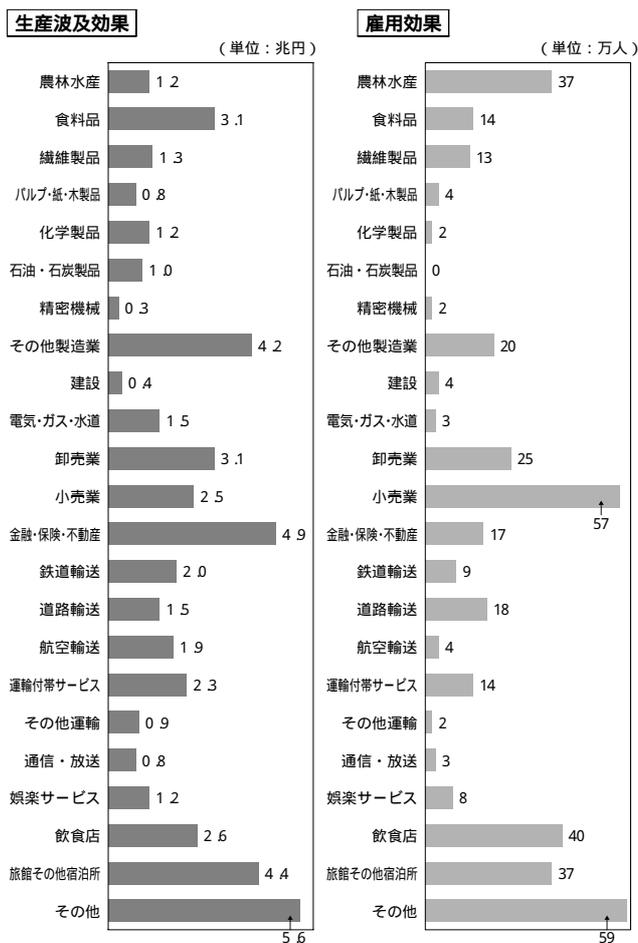
③地域性をアピールする観光ルートの開発

例：“北アルプスゴールドルート”など広域観光ルートの開発に努めること

④人材の育成

例：国際観光を担う人材（ライセンスガイド、通訳など）を育成するため、教育機関の充実、外国人の雇用促進をはかること

図1 観光消費の他産業への波及効果



注：2001年のツーリズム消費20.6兆円は、ツーリズム産業だけでなく、多様な産業に波及効果をもたらす。

資料：「観光革命」額賀 信 2004/ 3

要は、観光は“トータル産業”言われているように（図1）、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大切だと言えよう。そのほか、観光基盤の整備・充実（空港機能・宿泊施設の充実、道路のネットワーク化など）などハード面の対応にも十分留意することが肝要である。また、国際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]

- 「マーケティング・マニュアル」JNTO（2004年版）
- 「観光革命」額賀 信 日刊工学新聞社（2004/ 3）
- 「ロシア東欧貿易調査月報」（社）ロシア東欧貿易会（2005/ 1 ~ 2月号）

JNTO関連資料
その他、日本の大手旅行会社、地元旅行会社などへのヒアリング