

観光流動から見た北東アジア

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、北東地域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。

9月19日、北東アジア地域の観光関係者が新潟市に参集し、「第3回北東アジア国際観光フォーラム」が開催された。

本稿は、同フォーラムで発表された多くの意見の中から、特に訪日客誘致戦略に資すると思われる発言内容の一部を紹介するとともに、2005年の国際観光データを主体に北東アジア地域(中国、韓国、台湾、ロシア)からの訪日客の観光行動の特徴を簡単にまとめてみたものである。

1 「第3回北東アジア国際観光フォーラム」から

(1)概観

9月19日(火)、「第3回北東アジア国際観光フォーラム」が新潟市で開催された(因みに、第1回は大連市、第2回は韓国・テグ市で開催)。今回のフォーラムには、中国、韓国、ロシア、モンゴルから150名、日本側は200名参加し、5カ国代表による基調講演のあと、分科会(北東アジアの観光振興、インフラ整備、日本市場向け観光客の増加策の3分科会)が開かれた。

本フォーラムを総括すると、北東アジアの観光振興に向けての共同戦略策定等が活発に討論され、その具体化のための“共同体”づくりの必要性が5カ国代表署名による「覚書」の形で提案されたと言える。

(2)分科会での発言内容から

A 総論的発言 北東アジア国際観光の展望

総論的発言として、東洋大学梁教授および韓国副川大学金教授は「北東アジア地域の国際観光は将来的発展の可能性を有しているが、現状では域内の経済格差から生ずる不均衡な問題が存在し、域内協力の側面から見ても“一国訪問型旅行”が主体の初歩的状況にある、今後、欧州のような“多国訪問型旅行”を目指すためには、同地域の観光振興を統括する組織づくりが必要であり、そのためには日中韓の協力を促進することが前提である」と提言した。

B 各論 特に訪日客の誘致戦略

八バロフスク地方観光局長セリユコフ氏は、姉妹都市関係にある極東地域の都市と日本の都市に観光情報センターの設置、地方政府の観光担当職員の研修交流の継続、日口青年交流の復活などについて主唱した。

天津財経大学梁教授は、中国人の海外旅行に関するアンケート調査から、中国人の訪日客誘致戦略についていくつか提案された。中国人の海外旅行の主目的は買物であり(平均1人9000元消費)、日本におけるガイドの買物誘導のテクニックが重要、現在、団体旅行方式が主体であるが、近い将来旅行層の拡大に伴い個人旅行の増加が予想されるので一段のキメ細かな情報提供が必要、観光市場としての日本の強味は、近距離という地理的条件、活発な経済交流、人的交流などがあげられる、弱味としては、日本の旅行業者の画一的な商品販売戦略などがあげられる、今後、観光人材育成のため中国の観光コースを有する大学と日本の観光系大学、および観光関連業界との連携強化などを強調した。

C その他 観光旅行の本質とは何か

大連外国語大学陳教授は、「これまでの観光旅行は、旅行者の思いを深く考慮しない単一的な旅行プランの設定、模造された観光地づくり、観光資源開発に伴う自然の破壊などが目につく。観光は経済的利益の追求を求め、旅の本質(騒音よりも静けさを求める、模造よりも本物を志向するなど)も考慮しながら「情趣」あるものである」と中国の古典を例示しながら発言したが、大変印象深かった。

2 北東アジア地域 中国、韓国、台湾、ロシアからの訪日客の動き

2005年の訪日外客数は673万人(前年比9.6%増)と年計では過去最高を記録した。増加要因としては、官民連携による“ビジット・ジャパン・キャンペーン”事業活動の展開、訪日ビザ発給等の緩和措置(中国人の団体観光ビザ発給対象地域を中国全土に拡大化など)、愛知万博の開催、地方空港を中心に日中・日台間運航のチャーター便の増加、円安傾向などがあげられる。

北東アジア地域(本稿では中国、台湾、韓国、ロシア)からの訪日客数は373万人(前年比11.7%増)で、訪日外客総数の55.4%を占めている。中でも、台湾、韓国からの訪日外客数の伸びが目立った。

因みに、2005年の日本人の海外旅行者数(アウトバウンド)は、1,740万人(前年比3.4%増)であった。

(1) 中国からの訪日客

A 中国人の海外旅行事情

中国経済は、2005年のGDP成長率が9.9%を記録するなど引き続き好調さを持続している。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、海外旅行者数は私用旅行者の増加を中心に、3,103万人(前年比7.5%増)に達した。

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、韓国、日本、マレーシア、オーストラリア、などへの人気が高い。また、アジア・大洋州地域以外ではロシア、ドイツ、アメリカへの旅行者が比較的多いのが特徴的である。

B 訪日客の動向

a 訪日客数

2005年の訪日客数は、65万2,820人(前年比6.0%増)となり(表1)、訪日外客総数に占める割合は9.7%となった。目的別では、「観光客」が20万1,940人(同6.5%増)、「商用客」が16万5,394人(同17.1%増)となり、「商用客」の増加が目立った。

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。2005年7月、訪日団体観光旅行のビザ発給対象地域が中国全土に拡大された。

因みに、2005年の訪中日本人旅行者は339万人(前年比1.7%増)であった。

表1 訪日中国人旅行者数の推移

年	2001	2002	2003	2004	2005
人数(人)	391,384	452,420	448,782	616,009	652,820
構成比(%)	11.3	15.6	8.6	10.0	9.7
伸率(%)	8.2	8.6	-0.8	37.3	6.0

資料:国際観光振興機構(JNTO)

b 訪日客の観光行動

訪日ツアー商品の造成、販売状況を見る場合、表2の通り団体観光ビザの発給開始時期に加え、航空ルート就航状況やビザ申請の利便性などによって市場の進展レベルに違いが見られる。

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

訪日団体観光ビザ発給の中国全土への拡大化によって、今後中国は大きな訪日観光市場となる。

表2 中国市場における訪日ツアー商品造成・販売の状況(2006年3月現在)

市場の進展度		第1グループ			第2グループ	第3グループ
対象市場 (主要都市)		【2000年9月スタート】 広東省(広州・深圳等)・北京・上海			【2004年9月スタート】 天津・瀋陽・大連・青島・ 杭州・南京・蘇州 【2005年7月スタート】 厦門(アモイ)	【2005年7月スタート】 ハルビン・長春・成都・ 西安・重慶・鄭州・ 武漢・昆明
		広東省	北京	上海		
団体 観光 旅行	ゴールデンルート (東京～大阪)	主力商品	主力商品	主力商品	主力商品	主力商品 (一部都市は共同乗客で実績)
	北海道・九州	ゴールデンルート に次ぐ定番商品	一部旅行社に実績	北海道+東京/大阪が、 ゴールデンルートに 次ぐ定番商品	検討段階 (杭州では北海道ツアーに実績)	研究・未認知段階
	その他の地方	一部旅行社に実績 (新潟・草津)	検討段階	一部旅行社に実績 (中央道・福島・新潟)	研究・未認知段階	研究・未認知段階
	テーマ型ツアー (ゴルフツアー、スキーツアー等)	一部旅行社に実績 (ゴルフツアー)	検討段階	検討段階	研究・未認知段階	研究・未認知段階
	SIT:スペシャル・ インタレスト・ツアー (アニメツアー、エコツアー等)	一部旅行社に実績 (アニメ)	一部旅行社に実績 (アニメ)	販売開始 (アニメ、美容)	研究・未認知段階	研究・未認知段階
	インセンティブツアー (社員旅行を含む)	多数旅行社に実績 (社員旅行)	一部旅行社に実績 (社員旅行)	一部旅行社に実績 (社員旅行)	研究・未認知段階	研究・未認知段階
	青少年教育旅行 (修学旅行)	実施学校数が増加	実施学校数が増加	実施学校数が増加	一部旅行社に実績	一部旅行社の関心大

資料:国際観光振興機構(JNTO)

反面、価格競争面で他の海外観光市場(欧州ツアーなど)との競合が一段と激化することが予想される。

今後、有望なツアーとしては、周遊型団体旅行(ゴールデンルートとゴールデンルートに地方を組み合わせたルート)、修学旅行(中国政府における修学ツアー目的の変化:語学研修から素質教育へ)および小規模なインセンティブツアー(従業員の報奨など)が見込まれる。

d 北陸地域の動き

2005年の富山・石川両県における中国人の宿泊者数は9,840人(前年比32.4%増)であり、主要観光スポット(立山黒部アルペンルート、兼六園など)



への観光客数も年々増加している。

中国と結ぶ航空ルート(富山～上海・大連、小松～上海)の利用面でも、最近、中国人の利用客が目立って増加してきている。

北陸地域としては、中国が広大な地域だけに誘客地域の選択などキメ細かな対応が望まれる。

(2)韓国からの訪日客

A 韓国人の海外旅行事情

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、海外旅行に対するニーズは衰えることなく、2005年には1,000万人(前年比14.2%増)の大台に達した。昨今のウォン高の影響により海外旅行の割安感が増し、確実に海外旅行の大衆化が進んでいる。今後、市場規模の拡大が続くものと推測される。

地域別では、アジア地域が全体の70%を占めているが、増加要因として航空路線の増大とともに安価な旅行費用が寄与している。逆に、アメリカは1997年末に韓国で発生した通貨危機や、2001年の

アメリカ同時多発テロ以降、アメリカのビザ取得が厳格化したことにより、減少傾向にある。

B 訪日客の動向

a 訪日客数

2005年の訪日客数は、175万人(前年比10.0%増)となり(表3)過去最高を記録した。このうち観光客が120万人(同17.2%増)を占めた。好調だった背景として、愛知万博の開催、ゴルフツアーの増加、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、訪日短期滞在ビザの免除に加えウォン高などがあげられる。

因みに、2005年の訪韓日本人観光者は244万人(前年比0.1%増)であった。

表3 訪日韓国人旅行者数の推移

年	2001	2002	2003	2004	2005
人数(人)	1,133,971	1,271,835	1,459,333	1,588,472	1,747,171
構成比(%)	23.8	24.3	28.0	25.9	26.0
伸率(%)	6.5	12.2	14.7	8.8	10.0

資料:国際観光振興機構(JNTO)

b 訪日客の観光行動

志向の変化とトレンド

韓国人は、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、登山が国民的人気を博している、従来からナイトライフを大切にすが、最近、静かで人波の少ない観光地(温泉地を含め)を好む傾向にある、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中で、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、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。

買い物と食事

訪日旅行社に好まれている買い物品目は、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。

訪日旅行者は、新鮮で低廉なすし、刺身、太麺のうどんや生ラーメン、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、お菜の数と量が少ないこと、キムチがついていない場合やキムチの味が薄いこと、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

2004年から始まった週休2日制の定着化によって、近距離滞在型ツアーの増加が見込まれる。

訪日ツアーとしてVIP層を中心とした高級化と若者を主体とした低廉化の2極分化傾向が見られる中で、今後も若者や小グループによるFIT旅行(個人旅行)の増加が見込まれる。

これまで日本で実施して成功した体験から、今後大型インセンティブツアーに対する韓国企業の期待が高まっている。また、文化、娯楽など特定の関心を満たすために観光以外の目的をもった旅行(SIT旅行)も伸びるものと予測される。

体験学習を主体とした訪日教育旅行(修学旅行)も有望視される。現在、韓国では海外教育旅行を扱う旅行会社が10数社あり、今後海外教育旅行市場の拡大が予測されている。

韓国のゴルフ人口は約300万人と推測されているが、韓国のゴルフ場1カ所あたりのゴルフ人口は日本の約4倍と見られている。海外ゴルフの人気旅行地は日本、中国でありそれぞれライバル関係にあるが、日本へのゴルフツアーは高品質という評判が高い(設備、温泉など)。

d 北陸地域の動き

2005年の富山・石川両県における韓国人の宿



泊者数は約2万5,000人(前年比28%増)であった。韓国と北陸地域とを結ぶ航空路線も増便(富山～ソウル、小松～ソウル)され、韓国との時間的な隔たりが一気に短縮している。

最近、温泉を組み込んだゴルフツアーへの人気の高まり、韓国での登山ブームを反映した立山・黒部アルペンルートを訪れる観光客の増加傾向が見られる。

韓国の旅行会社、旅行記者を招き、周辺の宿泊施設やゴルフ場の視察を実施した。

富山・石川両県では韓国からの修学旅行生を受け入れている。

(3)台湾からの訪日客

A 台湾人の海外旅行事情

2005年の台湾人の外国旅行者数は821万人(前年比5.5%増)となり過去最高を記録した。2005年の出国率は36.1%に達し、日本の出国率13.6%を大きく上回っており、外国旅行はレジャーとして、台湾人の日常生活に定着していると言えよう。

主な旅行先は、中国大陸、香港、日本、タイ、インドネシア、韓国などのアジア地域が多い。

表4 訪日台湾人旅行者数の推移

年	2001	2002	2003	2004	2005
人数(人)	807,202	877,709	785,379	1,080,590	1,274,612
構成比(%)	16.9	16.8	15.1	17.6	18.9
伸率(%)	-11.6	8.7	-10.5	37.6	18.0

資料:国際観光振興機構(JNTO)

B 訪日客の動向

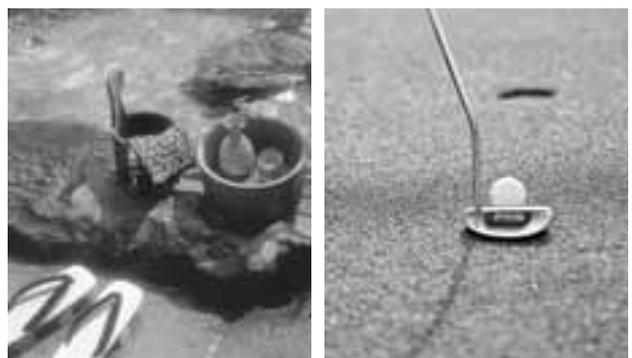
a 訪日客数

2005年の訪日台湾人旅行者は127万人(前年比18.0%増)と大幅な伸びを示した(表4)。このうち、観光客が116万人(同20.6%増)と全体の91%を占めている。この背景として日本の地方自治体・民間企業が台湾市場の取り組みを強化したこと、「哈日族(日本大好き族)」と呼ばれる日本のポップカルチャーに興味をもつ若者の増加があげられる。

因みに、2005年の訪日日本人旅行者は112万人(前年比26.7%増)であった。

b 訪日客の観光行動

現在、訪日旅行の形態は、これまでの「走馬看花(表面のみを観る)」から「深度定点(1ヵ所を深める)」へと変化しつつある、広域周遊型のツアー



商品が少ない、宿泊施設に対するこだわりが増している、買い物は薬品、健康食品など、食事は鍋料理、ラーメン、海産物などが好まれる。

c 訪日旅行の展望

最近、広域周遊型ツアーから日本の有名温泉、日本紅葉紀行など地域別・テーマ別ツアーに人気が高まりつつある。今後、家族旅行、20～30歳代女性旅行などの増加も予想される。

日本の地方空港へのチャーター便の活用が活発化している(2004年には約2,300便設定)。2006年には航空各社の大型機への更新化が進むものと思われる。

インセンティブツアーが活発化しているが、今後、韓国、中国、シンガポール、オーストラリアとの競合が予想される中で、地域ぐるみの企画提案が求められよう。

d 北陸地域の動き

2005年における北陸地域の3大空港(富山、小松、能登)を活用した台湾とのチャーター便数は204便、観光客数は2万8,000人に達した。

2005年の富山県を訪問した台湾人観光客数は6万4,000人(前年比58.9%増)、宿泊客数は3万1,192人(同51.6%増)と急増した。石川県でも台湾人の宿泊客数は6万4,837人(同94.3%増)と大きく伸びた。

台湾人観光客の人気ルートは、立山・黒部アルペンルート(春先の雪壁)兼六園、白川郷(岐阜)に高級な温泉宿が加わったコースと言われている。

福井県の場合、関西・中部両空港からの台湾人の入込客が増加傾向にある。2006年3月、台湾との間で修学旅行の実施協定が結ばれた。

今後、北陸地域としては他地域との連携(白浜空港から入り、能登空港から出国する事例および岐阜 高山、長野 上高地などを組み込んだ広域観光ルートの開発など)を一層進めることが望まれる。

(4)ロシアからの訪日客

A ロシア人の海外旅行事情

ロシア経済の好調な動きの中で、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。2004年には、2,451万人となり、前年比19.1%増を示した。旅行先では隣国フィンランドがトップであり、次いでポーランド、中国、トルコと続いている。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。

表5 訪日ロシア人旅行者数の推移

年	2001	2002	2003	2004	2005
人数(人)	34,771	37,963	44,512	56,554	63,609
構成比(%)	0.7	0.7	0.9	0.9	0.9
伸率(%)	8.7	9.2	17.3	27.1	12.5

資料:国際観光振興機構(JNTO)

B 訪日客の動向

a 訪日客数

2005年の訪日客数は6万4,000人となり、前年比12.5%増を示した(表5)。このうち、観光客は3万8,342人(前年比9.7%増)であり、観光客の増加傾向が窺われる。

因みに、2004年の訪日日本人旅行者は9万2,000人(前年比6.4%増)であった。

b 訪日客の観光行動

観光コース

訪日旅行者の観光行動は、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。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。

買い物・食べ物への志向

訪日旅行者のショッピングは、物によってはロシアよりも安く売られている場合もあり、選択肢も多い点好評である。具体的に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

2005年は、日ロ通商友好条約締結150周年の年であり、日本各地では各種行事が行われた。また「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した。

今後日ロ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が増えるなど商用客の伸びが一層高まるものと予想される。

観光客の訪日市場は地理的条件・航空路線・旅行費用面から見て、モスクワを中心とした地域と極東地域となろう。特に、極東地域での日本語熱の高まり、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が予想される。

d 北陸地域の動き

1992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。因みに、富山～ウラジオ便の利用客は4,000人(2005年)を越え、逐年増加傾向にある。

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“100円ショップ”などに人気が集まっている。

“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、平成12年度:15年度比3倍増となっている。

おわりに

日本は、国際交流を深める中で、目下、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」へのシフトを目指し、官民一体となって“ビジット・ジャパン・キャンペーン”活動を展開し、着実に成果をあげている。北陸地域でも、この国際観光戦略に沿って、また地域経済の活性化のため、インバウンド増加運動を“地道に”着実に“前向きに”実施しつつある。

北陸地域として、基本的には年間を通して観光客を引き付ける目玉商品の提供、具体的な北陸地域のイメージづくりの検討を進める中で、訪日外客誘致への具体的対応を以下のように箇条書的に列挙してみた。

A “きめ細かな受け皿づくり”

交通基盤の整備と交通手段の活用 プログラムチャーター便の活用など

情報発信機能の充実 画一的ではなく、各国の観光行動に応じたPR活動など

地域住民が“ホスピタリティ”の心遣いを自覚すること 地域特有の土産品の開発、接客マナー、食事の配慮など

B 誘客方法の工夫

国際会議、商談会の活用 地域の特性を活かした国際コンベンションの開催など

産業観光の推進 地域の伝統・固有産業を体験できる産業視察など

インセンティブツアー、修学旅行等の勧誘促進 市場ニーズに応じた商品開発など

広域観光の推進 北陸3空港の効率的活用を進めながら他地域とを組み合わせた観光ルートの開発など

C 国際観光の担い手の育成

観光関連人材の供給体制の整備 地元教育機関の観光関連講座等の充実、外国人(留学経験者など)の採用など

語学、地方文化、地方史等の教育推進 地域の個性を売込むためにはまず己を知ることの重要性を教導することなど

以上

【参考・引用資料】

「JNTO国際観光白書(2006年)」

「環日本海経済ジャーナル(2005/3、2005/9)」

富山県、石川県、福井県観光資料(平成17年)