

タイトル	中国観光客の訪日行動と日中両国の観光政策
著者	鄔，雅瓊
引用	北海商科大学論集，4・5：98-120
発行日	2016-02

中国観光客の訪日行動と日中両国の観光政策

Tourism Policies of China and Japan: Their Impact on the Behaviors of Chinese Tourists to Japan

鄔 雅瓊

Wu Yaqiong

要旨

本研究は観光政策の側面から、急増している訪日中国人観光客の観光動向に着目し、観光政策と観光客の動向の間の因果関係を論じることを目的とする。観光客が急増している現象を発生している原因を考える場合、現象が有るところに着目し、プッシュ要因とプル要因を使用して、原因の分析を行う。プッシュ要因として中国のアウトバンド観光政策と設定し、プル要因としては日本のインバウンド観光政策と設定して、両要因の相関関係から訪日中国人の観光成果に、どのような影響与えたかを考察した。また、訪日中国人の観光動向に直接的に影響している媒介変数も明らかにした。

キーワード：訪日中国人観光客、日本、中国、観光政策

Abstract

This research focuses on developing trends among tourists from China to Japan. It seeks to identify causal relationships between tourism policy and trends among this particular group of Chinese tourists. An analysis of these causal relationships was made by considering two factors: 'pushing factors', which refer to the outbound tourism policies of China; and 'pulling factors', which refer to the inbound tourism policies of Japan. A discussion is given regarding the effects that each of these two factors have on the behaviors of Chinese tourists traveling to Japan.

Key words: Chinese tourists, Chinese tourists to Japan, Japan, China, Tourism policy, Tourism trends, Tourist behaviors

1.はじめに

現在、中国や韓国、日本などを含めた多くの国々は、観光産業を花形産業と捉え、観光地開発や観光客誘致に力を入れている。特に、外国人観光客の中では、アジアからの観光客が文字通り桁違いに多く、受入国の経済効果が大きいことが見込まれる。外国人観光客全体の中で中国と台湾からの中国人観光客の占める割合は43%（2014年度）で、半分近くを占めている。その中国人観光客を誘致するために、観光ビザの緩和、手続きの簡略化など、観光誘致のための政策を実施している。また国際観光の場合は政策の良し悪しにより、促進あるいは、抑制されていることは多くある。例えば中国の場合、観光客の多くは出国する際に政府の認可が必要になりかつ、受入国の許可も必要になる。そして、政府は自国と国際的な経済、政治、文化の状況に応じて、国民の出国あるいは他国の国民の入国を抑制ないし促進する傾向がある。そのため、中国国民のアウトバウンド観光は、中国経済の発展と対外開放政策の産物であるがゆえに、政府の政策はとりわけ重要な要因となっている。

そのため、中国から日本へ観光に行くというプロセスにおいて、政策を二つに分けることができる。一つは、中国政府による国民の出国に関するアウトバウンド観光政策である。いわゆるプッシュ要因である。もう一つは、受入国である日本政府が、中国人観光客を誘致するインバウンド観光政策である。いわゆるプル要因である。

本研究はプッシュとプル要因を用いて、日本と中国の観光政策が訪日中国人の観光成果にどのような影響を与えているのかを明確にすることが目的である。この両国の政策要因を合わせて考えることによって、中国人観光客の動向の特質をより明確に把握する。

まずは、日本と中国の観光政策の変遷、とりわけ、訪日中国人に関係のある政策を中心に概観する。次に、中国アウトバウンド者数や訪日観光客の入り込み数と構成を分析し、観光政策にどのようにこれらの動向が影響しているかを分析する。最後に、プッシュとプル要因はどのような関係で訪日中国人観光客に影響しているかを考察し、理論的な枠組みを述べる。

2.日本のインバウンド観光政策

2.1 戦後インバウンド観光政策の沿革

戦後の1945年、日本政府に運輸省鉄道総務局旅客課に観光係が設置され、太平洋戦争時に廃止した観光事業を次々と復活させた。日本が主権を回復したのが1952¹年で、1945年から1952年までのインバウンド観光政策は、アメリカ訪問を中心に海外宣伝活動や親族訪問などのために行われた。一般国民に対して開かれた観光政策とは思われないので、特殊なものであったと考えるべきである²。白幡洋三郎は観光の戦後復興が本格的に始まった年は、1950年と述べている³。ここでは、1952年から現

在に至るまでのインバウンド観光政策の沿革と特徴を考察する。特に注視するのは、訪日中国人観光客に対するインバウンド観光政策である。

1952年、日本の国内観光客および外国人観光客の増加により、『旅行あつ旋業法』が制定され、外国人観光客を対象にした旅行業に関しては、「一般旅行あつ旋業」の登録が義務付けられた。これは、旅行業者の質の向上と取締の強化によって、観光客を保護する目的であった。寺前秀一によれば、「今日まで有効な観光に関する法制度はこの時期にほぼ整備されており、旅行あつ旋業法以外はその後今日に至るまで大きな制度変更はなかったといえる」⁴ということだ。

1963年、東京オリンピックの開催、高度経済成長などを背景に、『観光基本法』が制定された。『観光基本法』⁵は「観光は、国際親善の増進のみならず、国際収支の改善、国民生活の緊張の緩和など国民経済の発展と国民生活の安定向上に寄与するものである」との認識から、「国際親善の増進、国民経済の発展及び国民生活の安定向上を図り、観光の国際競争力を強化」することを目的とし、日本国の観光に関する基本方針と政策目標を指し示す法律である。制定する背景として、自国民の所得水準の向上に伴う生活様式の複雑化が背景にあり、旅行者が著しく増加したことにある。『観光基本法』には、特にインバウンド観光について「外国人観光客の来訪の促進及び外国人観光客に対する接遇の向上を図ること」と「国際観光地及び国際観光ルートの総合的形成を図ること」の二つ内容が盛り込まれている。

1964年4月、『日本観光協会法』に基づいた『国際観光振興会』⁶が、東京オリンピック開催の目前に創立した。『日本観光協会法』⁷は、「外国人観光旅客の来訪及び外国人観光旅客に対する接遇等の改善を促進することにより、国際観光事業の振興を図り、あわせて観光事業一般の健全な発達に寄与する」が目的であった⁸。2003年、当振興会（JNTO）は『国際観光振興機構』に改名され、『独立法人国際観光振興機構法』に基づき、「海外における観光宣伝、外国人観光旅客に対する観光案内など外国人観光旅客の来訪の促進に必要な業務を効率的に行うことにより、国際観光の振興を図る」と目的が明確に記載されている⁹。特に海外における観光宣伝という項目を加えたことによって、外国人観光客の来訪促進のために積極的に宣伝から誘致活動が行えるようになったといえる。1964年の『日本観光協会法』と2003年の『独立法人国際観光振興機構法』を対比すると1964年の政策はやや受け身のインバウンド観光政策であると理解できる。

1963年の『観光基本法』の制定と1964年3月の『国際観光振興会』の創立以降の1986年まで観光政策に変化は見られなかった。日本は明治時代の喜賓会創立から、1985年頃まで、アメリカとの貿易摩擦に端を発した外貨減らしのため、日本人のアウトバウンド観光は国策として奨励されていた背景があったからと指摘されている¹⁰。そのため、1964年から日本人の海外旅行が自由になり、海外へ旅行する日本人が急増したことである¹¹。

さらに、『旅行あつ旋法』は、『旅行業法』に改正された。1987年、政府は『海外旅行倍増計画(テン・ミリオン・プログラム)』を策定し、観光政策の重点が日本人の海外旅行に移行した。

よってインバウンド観光振興の必要性に対する強化が深まったのは、1988年からである。1988年4月に運輸省は、外国人訪日旅行の促進を図るため『90年代観光振興行動計画(TAP90's)』¹²を策定した。この目的は、国際観光モデル地区、国際交流村、国際市民交流基盤施設、登録ホテル・旅館等の整備にあった¹³。すなわち、特定の地域に限定した外国人観光客の誘致政策を優先的に行うことである。

1991年7月に運輸省は、『観光交流拡大計画』(Two Way Tourism 21)を策定した。双方向の観光交流の拡大と海外旅行の質的向上に重点を置いた施策であった。

以上、日本政府は、1963年に観光の基本方針と政策目標を挙げ、外国人観光客を促進する方針を政策の中心に盛り込んだ。その後のインバウンド観光政策は、特定地域の観光促進、観光ルート整備、観光客への接遇の向上の観点から、インフラ施設やモデル地区の整備など政策策定の変革を経て、政策内容がマクロ的な政策からよりミクロ的な政策に発展している。1991年頃まで外国人観光客を誘致する方針は、国内の整備などを中心に施策した。よって当時の観光政策は、日本人の国内旅行や海外旅行に重点を置いていたこともあり、インバウンド観光に重要な政策はないと考える。

2.2 本格的インバウンド観光政策の開始

以上、受け身的な施策を変化させた事項は、以下の二つの政策である。まず、1996年5月に運輸省が、2005年までに訪日外国人観光客を700万人に倍増させることを目標に策定した『ウェルカムプラン21(訪日観光交流倍増計画)』である。『ウェルカムプラン21』の具体的な政策は、①国際観光テーマ地区の整備、②外国人観光客の旅行費用の低廉化、③次世代観光情報システム、④ワールドカップ開催を契機とした国際観光の振興、⑤対外向け重点的にPRを実施することである¹⁴。

次の政策は、1997年6月に策定した『外国人観光旅客の来訪地域の多様化の促進による国際観光の振興に関する法律(略称:外客誘致法)』¹⁵である。『外客誘致法』は、初めて外国人観光客に特化した法律である。この法律の目的は「外客来訪促進地域の整備及び海外における宣伝、外国人観光旅客の国内における交通、宿泊その他の旅行に要する費用の低廉化、通訳案内その他の外国人観光旅客に対する接遇の向上等の外国人観光旅客の来訪地域の多様化を促進するための措置を講ずることにより、国際観光の振興を図り、もって国際相互理解の増進に寄与する」である。よって外国人観光客の誘致は、海外宣伝から観光目的地の設定まで多岐に渡り施策した。

以上の二つの政策に続いて、2000年に訪日外国人観光客数約800万人を目標とした『新ウェルカムプラン21』が策定された。この『新ウェルカムプラン21』に従来の『ウェルカムプラン21』より追加された政策は、①重点的観光宣伝の実施、②国際交流拠

点・快適観光空間の整備、③海外観光宣伝・キャンペーンの実施、④東アジア広域観光交流圏構想（EASTプラン）の推進などが挙げられる。これによって、観光誘致政策は東アジア市場に特化した誘致政策（EASTプラン）へと変化し、ターゲット市場を絞り始める。

この『新ウェルカムプラン21』により外国人観光客の誘致が積極的に行われ、とりわけアジア近隣国である中国と韓国の潜在観光客を誘致するため、具体的な施策が実施された。1999年5月、日中文化観光交流使節団の訪中時に合わせて、北京にてジャパン・デーを開催するなど、地方公共団体、観光関係業界等と協力しながら、中国人訪日観光の促進を図る¹⁶。1999年9月には中国の旅行業者を対象に、初めての日本視察旅行を実施した。その以後、中国国民に対しての訪日団体観光を認可し、2000年9月13日、第一陣の中国人観光客が訪日し、訪日観光交流を本格的に開始した。さらに「国際観光振興会北京観光宣伝事務所」が中国・北京に設立され、観光パンフレットの配布、ニュースレターの発行など現地において、日本の観光情報の発信に努めた。

1996年の『ウェルカムプラン21（訪日観光交流倍増計画）』と1997年の『外客誘致法』を契機に对外広報が観光政策の中心に込みこまれ、メディアを活用した情報宣伝による積極的なインバウンド観光政策が始まる。また、今まで政府主導によって行われていたインバウンド観光政策は、2000年に打ち出された『新ウェルカムプラン21』により、民間活力を生かす政策となり国民や観光業界などが参加した。政策の重要項目として、国民の外国人観光促進に対する理解と協力、および民間観光業界による観光促進など内容が取り入れられた。さらに、ターゲット市場を東アジア市場に絞ることによって、2000年から対中国人の訪日観光促進を積極的に行うようになり、観光宣伝と団体観光客に対する査証審査条件の緩和を行い始める。

2002年2月第154回の国会（常会）において小泉内閣総理大臣が施政方針演説において、海外からの観光客の増大とそれに伴う地域の活性化に触れ、1963年に制定した『観光基本法』を改正することを言及した。その演説では観光振興の意義について、①国際親善の増進、②国民経済の発展、③国民生活の安定の向上の三つを強調した。これらを受け、12月には訪日促進策である『グローバル観光戦略』が国土交通省により策定され、外国人観光客の誘致は政府より緊急性と必要性があることが再認識された。

そのうえで2003年を「ツーリズム元年」と称し、政府はビジット・ジャパン・キャンペーン（JVC）政策を打ち出した。『ビジット・ジャパン・キャンペーン（Visit Japan Campaign）』は、外国人観光客の訪日を飛躍的に拡大させることと国際相互交流の促進を目的に、国と地方公共団体、民間が共同で取り組んで行うキャンペーンのことである¹⁷。具体的な目標は、2010年までに訪日外国人観光客を1000万人に、2030年までに訪日観光客数を3000万人に倍増させることである。このキャンペーンは、観光立国の視点から外国人観光客を戦略的に誘致しようとした。キャンペーンの基本方針は、

①国外の重点市場ごとにその市場の特性に応じたキャンペーンの実施時期を設定し、効果的な内容を施策し、最適と思われるいくつかの施策を組み合わせる、②国内に於いては、訪日外国人旅行者増大政策の意義について全国民の理解と協力を得られるような施策を実施する、③国と地方自治体または民間企業・団体が共同で実施する、④施策の実施後は、必ずその実施策の効果を検討・評価し、その結果をその後の施策に反映することである。

この観光促進政策は、国土交通省を中心に取り組んでおり、ビザの解禁、イベントの開催、海外での大規模なプロモーションの展開など、さまざまな措置をとり、訪日観光客の増加を促進している。このキャンペーンでは訪日促進重点国・地域として2003年度は韓国、アメリカ、中国、香港、台湾が選定され、現地におけるイベントの実施、訪日ツアー商品の造成支援などを積極的に進めてきた。重点国の選定において中国は、とりわけ注目すべき国として認識された。それは訪日中国人観光客が日本を魅力的な観光地とみなしているだけでなく、日本サイドも中国人観光客を重要な顧客源とみなしていることと理解できる。

以上のように1997年まで、インバウンド観光政策の重点は観光地域の整備や国内観光ルートの整備などにあった。観光政策からみればどちらかという受け身姿勢で積極性に欠けていたイメージと受け取れる。だが、1997年以降は積極的な要素がインバウンド観光政策から見られ、外国人観光客を積極的に誘致する動きが現れている。さらに、2000年からインバウンド観光の重要性が認識され積極性が増した。これまで受け身であった観光政策は、自らがターゲット市場に行き観光誘致を行うような積極的な政策に変化した。その特徴は、観光政策の中に盛り込まれた広告宣伝の内容から受け取れる。それは重点市場の調査、PR戦略、観光イメージの作成と宣伝など明確な宣伝戦略をとるようになったことから判明できる。その重点市場が初めて認定されたのは、中国を含め5つの国であった。このように外国人観光誘致の重要性と緊急性を認識したうえにおいて、特に中国市場は重要なターゲットであることから、日本政府の観光政策の実施において中国市場は、とりわけ重要な市場であることが明確である。

日本政府は1963年に制定した『観光基本法』を全面的に改正し、2006年に『観光立国推進基本法』¹⁸を制定し、翌年の2007年1月から実施した。政府が観光立国を唱導するようになった背景としては①グローバリズムによる世界的な人の交流の拡大（日本はその果実を獲得できていない）、②国内人口の減少による内需の頭うち、③観光を基軸にした地域再生への対応、④観光産業の経済効果の大きさが挙げられた¹⁹。

2006年に制定された『観光立国推進基本法』は『観光基本法』を全面的に改正し、その内容は以前の法律より具体的なものになっている。特に、国、地方公共団体、住民、観光事業者において、それぞれの責務および役割を明記した。また、実施に当たって、具体的な方針、目標なども明記している。寺前秀一によれば法律名には『観光立国』と謳っているが、立法者の真意は「日本の風土、伝統、文化、資源を活かし、観

光立国・観光立県の実現を図る」にあるのではないかと述べている²⁰。インバウンド観光については、①観光宣伝活動の実施、②観光情報の提供、③国際会議などの誘致、④外国人観光客の出入国に関する措置の改善と⑤通訳案内サービスの向上など具体的な施策を講じている。

2006年に制定された『観光立国推進基本法』²¹は、これまでの観光政策の集大成として、観光は国の経済において重要な位置であることが確保され、今後の観光発展に具体的な政策方針を示すことになる。

観光立国を強力に推進するため、2008年10月1日、『観光庁』は国土交通省の外局として設置された。『観光庁』の設置によって、国を挙げた取組体制ができ、観光に関する組織の一元化が実現された。そのため、外国に対して、国を挙げて観光立国をすることを明確に発信できるだけでなく、政府間の交渉を効果的に行うことができると指摘されていた²²。

2.3 訪日中国人観光客に関する政策（観光ビザの緩和）

1963年から現在までの観光政策（とりわけ、インバウンド観光政策）の概観をとおして、中国国民に対する観光誘致は1999年頃からであると解明した。そしてその政策の中心は、団体観光ビザから始めとする査証審査緩和政策にある。

具体的な規制緩和後の経緯は表1の通りである。

表 1 日本政府の中国入国規制緩和の経緯

時期	内容
2000年	団体観光ビザを特定の地域（北京、上海、広東省を対象に団体人数5～40人まで、添乗員同行）にのみ発給した。
2004年	修学旅行生のビザを免除した。
2005年	団体観光ビザの発給を中国全土に拡大した。
2008年	2人以上の「家族観光ビザ」を発給した。
2009年	北京、上海、広州の三都市に限定して、年収25万元以上の中国人に対して個人観光ビザを発給した。
2010年	申請者の年収制限を25万元から3～5万元に大幅に引き下げた。これにより4億の中国人が、日本への個人旅行できるようになった。
2011年	沖縄訪問の観光客に対し、沖縄数次観光ビザを発給した。1度目は沖縄を訪問することを条件とし、ビザの有効期限は3年間。但し、1回の滞在期間は90日以内。
2011年	2010年に緩和した年収制限の条件に課されていた「一定の職業上の地位」という条件を外し、滞在期間も15日から30日に延長した。
2012年	東北三県（岩手県・宮城県・福島県、これらは11年の地震被災地域）を訪問する個人観光客に数次観光ビザを発給した。申請用件沖縄と同様。

出所：Alexis Co.Ltd. ホームページ

http://www.alexis.jp/inbound/chinese_visa.html. 2014. 10. 10 と国家旅游局旅游促進与国际合作司 中国旅游研究院，2011年，《中国出境旅游发展年度报告2011》、中国旅游出版社より作成

中国人が日本を観光するには観光ビザの取得が必須であり、その観光ビザは、現在「団体観光ビザ」、「家族観光ビザ」、「個人観光ビザ」に区分されている。まずは「団体観光ビザ」の発行が2000年に特定の地域に限定して許可され、2005年以後は中国全土の国民に対象者（所得要件なしで、団体人数は4～40名と限定）が拡大された。その際、日本側と中国側の指定旅行社は、それぞれ1名の添乗員の同行が義務付けられた。次に2008年3月から「家族観光ビザ」が十分な経済力のある者とその家族に限定（2名あるいは3名の少人数旅行）して解禁された。「家族観光ビザ」は団体旅行と同様に添乗員も、日本側と中国側それぞれ1名が同行することが要求された。さらに「個人観光ビザ」は、2009年にさらなる観光客の増加を見込んで特定地域の富裕層に限定して、添乗員なしで観光できる措置が導入された。その条件は、十分な経済力を有するほか、日本側旅行社の身元保証と中国訪日指定旅行社を通じて観光ビザ申請するということであった。2010年には、さらに発給条件が緩和され、特定地域に限定されていたものが中国全土に拡大された。経済力を計る基準も、2009年の年収は25万元（約441万円）²³以上から、年収3～5万元（約53～88万円）以上にまで引き下げられた。申請を受ける訪日指定旅行社も48社から283社に増加している。

こうした日本政府による査証審査緩和政策とは別に、日本の特定地域、例えば沖縄と2011年の震災地域である東北三県では、中国人観光客を積極的に取り込んで地域経済の活性化に結び付けようと、特別な観光ビザの緩和を政府に申請した。これらの地域は特別観光ビザの規制緩和を日本政府より認可を受けたことによって、訪日中国人観光客、とりわけ個人観光客の増加に結び付けてきた。

3.中国のアウトバウンド観光政策

3.1 初期のアウトバウンド観光

中国におけるアウトバウンド観光の歴史は1950年から始まる。中国政府は国内外の状況および各時期の経済発展状況に応じて、アウトバウンド観光を抑制あるいは促進して来た。

中国でもっとも歴史のある旅行社は、1923年創立した『中国旅行社』である。この旅行社の誕生は、近代旅行業のはじまりである²⁴。新中国建立後、国家資産になり中国人民銀行の管理下になった。その後、1954年に『中国国際旅行社』が設立され、中国初期の観光事業を支えた。しかし、1950年代のアウトバウンド観光は観光とはいえないほど、政治的な規制が厳しかった。この政治主導期における中国の国際観光は観光活動と見なされず政治的外交活動の一環として展開されて来た。そのため観光客の選抜と行き先の相手国によって、厳格な規定があった。当時の観光目的地の多くは、ほとんど社会主義の国々であった。公民自費観光などは、あり得ない時期だった。

1982年12月、第5期全国人民代表大会にて、『国务院直属機構改革实施方案に關す

る決議』を發表し、『中国旅行旅覧事業管理局』を『中華人民共和国旅游局』に改名した。

中国における国際観光のうち、アウトバウンド観光より先に始めたのは、改革開放政策の始まった1978年以降のインバウンド観光である²⁵。1981年、インバウンド観光政策はすでに国務院による観光発展推進のための8つの規則の一つとして制定され、1986年には国家の計画経済社会のなかに位置づけられた。つまり国内観光よりも、いち早くインバウンド観光が実施された。その大きな原因の一つは、外貨獲得である。

一方、アウトバウンド観光は、1983年からようやく「親族訪問」を中心に一般住民に許可が出始めた。実験的に広東省において1983年11月に40人が、観光ツアー客として香港へ出発する。これは中国で初めての海外団体観光であった。翌1984年、国務院は香港・マカオへの観光・親族訪問を正式に許可する。続いて1990年10月、中国政府は段階的に中国国民の自費国外旅行を解禁する政策を取ったため、シンガポール、マレーシア、タイの親族訪問に限定して、観光が許可された²⁶。しかし「海外親族訪問」を目的とした観光のため、行き先の国々にいる親族らから旅行資金および身元保証が義務づけられていた。またアウトバウンド業務が許可されている旅行会社は9社に限定されていて、政府による規制が厳しかった。この海外親族訪問型のアウトバウンド観光は、中国のアウトバウンド観光の基礎となり、その後の自費出国に対応するための情報収集と管理方法に関する基礎作りに成果を上げた。

他方、「近隣国への観光」として、1987年、中国政府は遼寧省から北朝鮮間への日帰り観光を許可し、関連する法律も発表した。「近隣国への観光」とは中国と国境を隣接する国との間で行われる観光活動を指す²⁷。これにより、内モンゴル自治区からモンゴル共和国間への短期観光、中国からロシア、など中国国内から隣国への短期観光を許可し始める。これは自費観光の拡大の始まりともいえる。以上のように、初期のアウトバウンド観光における観光目的地は、非常に限られた地域であり、かつ査証審査が厳しく、申請手続きも複雑な事項が多かった。

3.2 本格的アウトバウンド観光の開始

1997年に入ると、中国政府は政策の側面から中国のアウトバウンド観光を促進し始めた。中国政府は私費による外国旅行に関する初の法律『中国公民自費出国旅游管理暫行弁法』²⁸を策定し、中国政府に承認された出境目的国・地域への自費団体旅行が正式に許可された。この『暫行弁法』の主要目的はアウトバウンド観光を許可することであるが、同時に自費観光を行う自国民を管理し、アウトバウンド観光活動を規制することも目的に含まれていた。アウトバウンド観光は団体旅行を中心として、観光目的国(ADS)²⁹も国務院の審査を受けた国だけに限定された。2000年に日本はADS国と認定され、ようやく訪日観光が政策の面からも、協調し始めた。

なお、アウトバウンドの観光人数はインバウンド観光客の入込数と比較して決めら

れていた。しかし『中国公民自費出国旅游管理暫行弁法』により自費海外旅行の需要が急速に拡大したため、中国政府はアウトバウンド観光業務を行う国際旅行会社に対する緩和策を導入した。それによって、国際旅行社数は1990年の9社から528社に増加し、会社規模と増加速度ともに急速に拡大した。その後、政府は観光目的地（ADS）を1996年の6カ国及び地域から2000年の14カ国及び地域に拡大する³⁰。これに対応して、東南アジア、オーストラリアなど諸国では、中国人に対する団体観光ビザの発行手続きを簡素化し、中国人観光客を誘致するために対策を行う。

2002年7月1日、中国政府はアウトバウンド観光事業をより一層拡大させるため、『中国公民出国旅游管理弁法』³¹を施行した。これ以前に制定した『中国公民自費出国旅游管理暫行弁法』（1997年）は、観光目的国、国際旅行社、出国手続きに対する厳しい規制により、アウトバウンド観光客数に対する様々な厳しい規制があったが、『中国公民出国旅游管理弁法』では、そのような厳しい規制が緩和された。

この時期のアウトバウンド観光の大きな特徴は、団体観光を中心にしつつも、個人観光の拡大も視野に入れるという政策を採用したことにある。観光規制の緩和によって、出国する観光客の数が急速に増加し、2009年末までに行き先国及び地域の数(ADS)も135カ国と地域に拡大された。中国政府は観光目的地の国及び地域（ADS）の選別については、以下のような厳格な基準を策定している。

- ① 相手国の国民は中国国内に観光訪問している。
- ② 互いに政治的に友好である。
- ③ 観光資源を持つ、中国観光客を招く設備が整っている。
- ④ 中国人観光客に政治、法律などによる差別がなく、観光客の安全が保障されている。
- ⑤ 比較的入国し易いことである。
- ⑥ 中国人観光客の重要性を重要視されている³²。

これらの基準を満たした国及び地域を中国人観光客に解放した。

2013年10月1日、『中華人民共和国旅行法』（国家旅游局，2013年4月25日第12回全国人民代表大会常務委員会第2次会議）³³が公布、施行された。これは中国初の旅行に関する法律として策定された。この『中華人民共和国旅行法』の目的は、旅行者及び旅行業者の権利と利益を保障し、旅行市場の秩序を確立し、観光資源を保護しながら合理的に活用して、旅行業の健全な発展を促すこととされた。ここではじめて政策として、旅行者の権利保障に重点が置かれた。この法律の制定により、悪質な低価格競争を行っていた旅行業者への規制が強化され、旅行代金の適正化、旅行業務の規律化を通して、観光客の保護及び観光行動の適正化も企図された。しかし、実際には、旅行社を中心とする観光業者は「適正化」という「規則」を遵守するあまり、インバウンド及びアウトバウンド観光の料金を一斉に値上げする傾向が既に始まっている。他方、アウトバウンド観光に限っては、①観光商品の充実、②情報の透明化、③団体観

光から個人観光へのシフトが期待されている。

一方、『旅行法』の制定にあたり中国政府は、「組織的且つ計画的にコントロールしながら、適度な発展をさせる」³⁴という方針から、アウトバウンド観光を規制する内容が含まれている。それは、観光関連の「赤字」を防止（インバウンド観光とアウトバウンド観光の収支バランス）する程度、あるいは外貨準備に影響しない程度に、アウトバウンド観光の拡大を制限する側面からということである。つまり、アウトバウンド観光を完全開放せず、インバウンド観光を促進させるために、観光全般の発展を中国政府がコントロールしながら図っていくという政策的統制を継続していくということと理解できる。

表 2 中国アウトバウンド観光政策概要

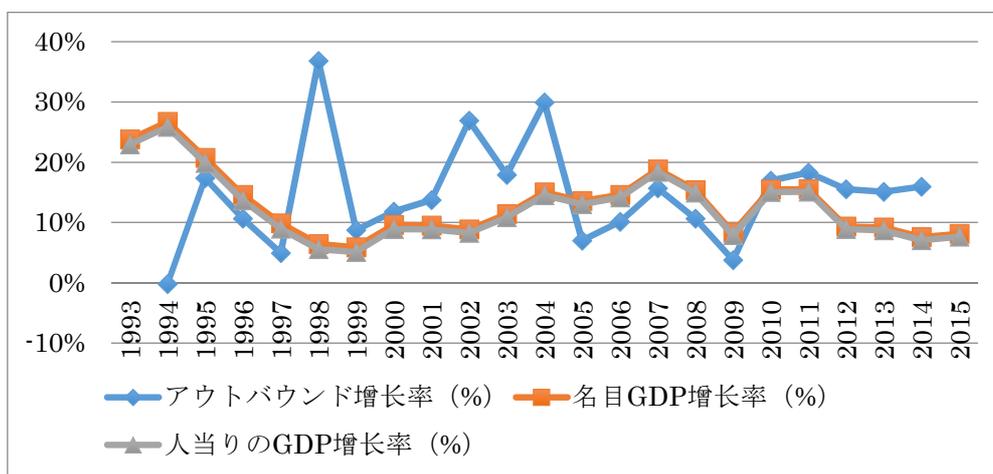
年代	政策内容	政策特徴
1950年	アウトバウンド観光は政治目的で使われていた。	中国国際観光政策は1950年代～1983年までは厳しい観光規制があった。
1954年	中国国際旅行社が設立された。	
1982年	国家旅游局が設立された。	
1978年	インバウンド観光開始した。	
1981年	インバウンド観光政策はすでに国務院による観光発展推進のための8つの規則が策定された。	外貨の獲得ために、インバウンドを促進する方針。
1986年	インバウンド観光は国家の計画経済社会のなかに位置づけられた。	
1983年	40人の観光ツアーが香港へ、「親族訪問」という形で、アウトバウンド観光は始まった。	中国で初めての海外団体観光。1983年～1997年までは「親族訪問」と「近隣国の観光」を中心に、試験的にアウトバウンド観光を発展させた。
1984年	マカオへの観光を開始した。	
1990年	シンガポール、マレーシア、タイの観光を開始した。	
1987年	遼寧省から北朝鮮間への日帰り観光、内モンゴル自治区からモンゴル共和国間への短期観光、中国からロシアへの「近隣国の観光」を開始した。	
1997年	『中国公民自費出国旅游管理暫行弁法』が策定された。	1997年～2001年まではアウトバウンド観光を発展するため、政策からアウトバウンド観光を適当に開放し始め、アウトバウンド観光客が団体客を中心し適度に解放した。計画的に促進する。訪日指定旅行社を指定した。
2002年	『中国公民出国旅游管理弁法』が策定された。	
2013年	『中華人民共和国旅行法』が策定された。	計画的に促進しながら、観光客を保護する方針。

3.3 アウトバウンド観光状況と訪日指定旅行社の役割

前述したように、中国におけるアウトバウンド観光政策は政治主導の下で実施され、観光客の管理と規制を中心とした政策から、観光客の権利保障に重点が置かれる政策に転換していった。こうした“開放政策”の実施により、海外へ旅行する中国人が急増したことを明らかになった。

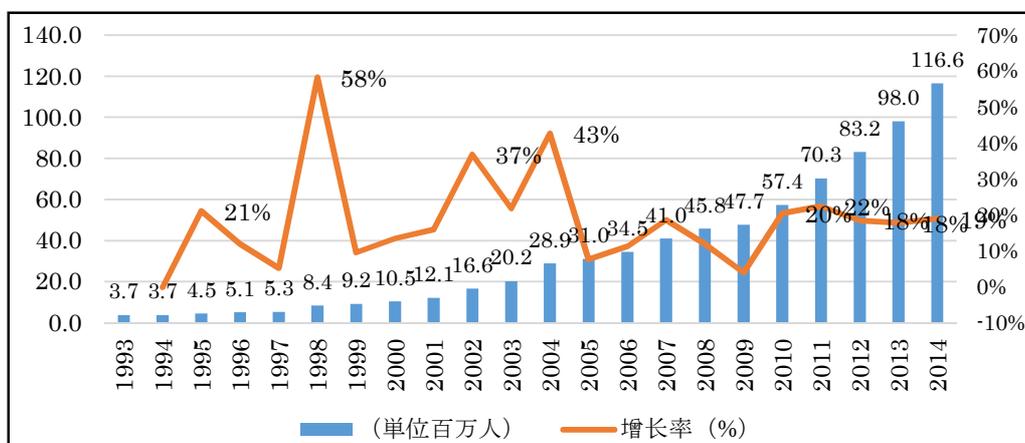
当然ながら、海外旅行者数の増減はアウトバウンド観光政策の緩和以外にも中国国内経済成長により所得水準の向上や余暇時間の増加など様々な要因により影響されている。しかし、前述したように、アウトバウンド観光とする国際観光の場合は、政策が必ず関係する。他方でほかの要因はあくまでも補充的な要因と考えられる。図1で示したように、アウトバウンド観光と経済成長の関係から見れば、経済成長は必ずしも重要な要因ではないと判断できる（具体的な数値は図表補に参照する）。経済成長に伴い国民の所得も増加している現状では、海外旅行を望む人数が増えるのは一般的な推論である。しかし、アウトバウンド観光数の増加率から見れば、観光政策が発行されるたびにアウトバウンド観光客の増加率が激しく変動していることが見て取れることから、やはり中国の場合は、観光政策がもっとも重要な要因と考察される。

図 1 アウトバウンド増加率と GDP 増加率の関係



出所：世界経済のネタ帳 http://ecodb.net/country/CN/imf_gdp2.html2015.12.14 より作成

図 2 中国のアウトバウンド観光客数（1993年～2014年）（単位百万人）



出所：中国旅游研究所，2012，《中国出境旅游发展年度报告 2012》，旅游教育出版社より筆者作成。

図2の中国のアウトバウンド観光客数の推移状況から見れば、1997年と1998年の観光客数を比較すると、3.1万人の差もあり、58%の増加率となっていた。その年は、『中国公民自費出国旅游管理暫定弁法』が発布した年である。その後、海外観光客数は緩やかに増加していることがわかる。さらに、2002年の『中国公民自費出国旅游管理弁法』の発布をきっかけによって、増加数は大幅になり、前の年より37%の増加率となったことがわかる。2013年『旅行法』の執行から、2014年の海外旅行者数は今まで最高の記録を更新した。

そこで訪日観光の政策的動きを見ると、2000年、日本は中国指定のADSに加入し、これにより中国人旅行者は、訪日観光が可能となる。さらに、日本と中国両国の合意により訪日指定旅行社を指定し、訪日観光を訪日指定旅行社が、コントロールしつつ訪日観光を拡大していることが明らかになった。アウトバウンド観光政策では、国際観光指定旅行社（訪日観光の場合は訪日指定旅行社）が重要な役割を果たしている。

2000年、日中両国政府は訪日観光客に関する『実施要領』（中華人民共和国国民訪日旅行に関する取扱旅行社の指定基準）に合意して、両政府が指定する旅行社を相互に定めた³⁵。訪日中国人観光客については、中国のアウトバウンド観光旅行業務を取り扱う旅行社のなかから、指定された旅行社のみが中国人の訪日観光客を取り扱うことが可能とされた³⁶。

中国の旅行社は、2011年時点において、23,690社に上っている。そのうち、外国人の国内手配や中国人の海外旅行を取り扱う国際旅行社（インバウンド及びアウトバウンド観光業務を行う旅行社）は、1,379社である³⁷。中国における国際旅行社のうちの2割弱の旅行社がこの訪日指定旅行社である。中国人観光客は、対日観光ビザの申請において、駐華日本大使館及び各地の領事館に対して、中国国内にある訪日指定旅行社を通して、観光ビザを申請する。中国人の訪日観光客は、必ず訪日指定旅行社を通じて観光ビザを申請しなければならない。政府は直接個人の訪日観光を促進あるいは抑制する方法ではなく、訪日指定旅行社から訪日観光を促進あるいは抑制しているため、より有効な観光政策を実行することができる。

4. 訪日中国人観光客の動態

4.1 訪日中国人観光客入込み数の推移

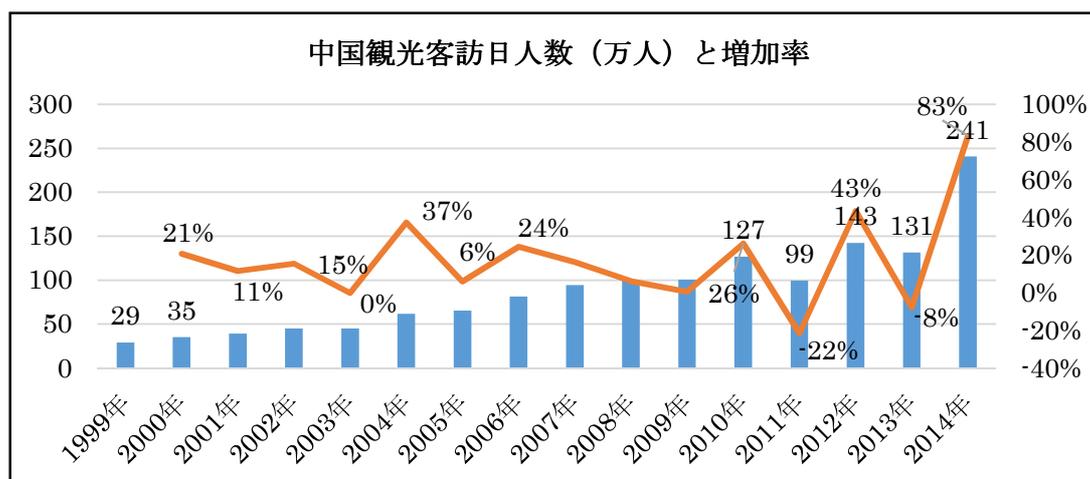
中国人観光客数が、政策による影響を実際にどのように受けているのか。これを推測するためには、JNTO『訪日外国人消費動向－訪日外国人消費動向調査結果および分析』のデータを用いて検討する。まず、日本政府の中国人観光客の受け入れ態勢の整備政策及び中国政府のアウトバウンド観光政策が、訪日観光客の動向にどのような影響を与えているかを検証する。

図3は、1999年から2014年までの訪日中国人観光客の入込数である。対中国人観

光客の増加は政策を変更する度に、訪日観光客数が明らかに変動していることが分かる。2000年、日本政府は中国人観光客を重要な観光客とみなし、中国人に対して団体観光ビザの発行手続きの緩和を始めた。それにより、訪日中国人観光客は前年より21%の増加率となった。そして、2004年、修学旅行生に対してビザの免除を行った際には、前の年より37%の増加率となった。さらに、2010年、日本政府は、個人観光ビザ査証の発行手続きの緩和を中国全土に拡大し、ビザ取得者の経済力を計る基準も2009年の年収25万円(441万円)³⁸以上から、3~5万円(53万円~88万円)以上に引き下げた。このことが中国人訪日観光客の一層の急増をもたらした大きな要因の一つと考えられる。図3からみれば、査証審査緩和政策が行われる年から訪日中国人観光客の入込客数が急増していることが明らかになった。観光促進政策は、訪日中国人観光客の入込客数に絶大な影響をもたらしていると言える。

しかし、図3よりいくつかの年において、訪日中国人観光客の入込客数が低迷していることが分かる。とくに、2005年、2011年と2013年の入込客数が大きく低迷している。2005年と2013年は、反日運動が中国国内全土で発生した。2011年の観光客数の落ち込みは東日本大震災による影響である。しかし、「政治問題」や「自然災害」によって低迷した観光客の入り込む数は翌年で回復したことが判明した。2006年は、反日運動が起きた2005年より24%の増加となる。さらに2012年には、入り込み数は震災前の2010年を上回るまでに回復した。最後に、2013年は前年度より-8%まで低下した訪日観光は、2014年で最も急速な回復を果たした。2014年の日本政府観光局のデータでは訪日中国人観光客数が急速に回復し、2013年より83.3%の増加率となっている³⁹。

図3 訪日中国人観光客数と増加率の推移(1999年~2014年)



出所：日本政府観光局（JNTO）「2003~2014年訪日外客数（総数）」のデータより筆者が作成。

http://www.jnto.go.jp/jpn/reference/tourism_data/visitor_trends/pdf/2013_14_tourists.pdf
2015. 2. 1

さらに図3を分析して考察できることは、二つあります。一つは、観光客数の増減に与える影響要因として自然災害を上げる場合は、災害の規模、被害の範囲や大きさ、また災害後の復興の進展状況などが考えられる。例えば、2011年の東日本大震災発生当初の対応として中国政府は、国家旅游局より日本への渡航自粛の通達を発し⁴⁰、訪日指定旅行社は6月までの全てのツアーをキャンセルさせた⁴¹。その後、訪日ツアーが再開されたが訪日中国人観光客は少なく、なかなか回復しなかった。筆者の調査⁴²では、訪日中国人観光客の足を遠ざけている要因の一つは、情報伝達の問題である「風評被害」であった。中国国内では、地震の被害状況ではなく原発事故状況についての極端な部分を中心として報道されていた。特に東日本大震災のことを「日本大震災」という呼び名で報道し、あたかも日本全土が震災に被われているような錯覚を視聴者等に与え、被災地以外の観光にも大きく影響したと考えられる。このような問題により中国人観光客は、被災地域、特に福島県近隣地区へのツアーを敬遠したと判断する。それに対抗するため、訪日指定旅行社のなかにはツアー商品毎に観光目的地域と福島県までの距離及び被爆の可能性についての情報を明記し、適正で正確な情報を訪日中国人観光客に伝え、観光客の不安な気持ちを取り除くために務めていた⁴³。日本政府側も、安全確保に努め、信頼できる情報発信者を選択してポジティブ（正確な情報）なイメージを発信し、訪日観光に対するネガティブなイメージ（風評被害）を吹き払うことに力を注いでいた⁴⁴。こうした震災地の復興を願う政策の一環として、日本政府は震災後まもなく、東北三県（岩手県、宮城県、福島県）を訪問する中国の個人観光客に対して数次ビザの発給を可能にする新たな査証審査緩和政策を実行した。このような日中相互における努力と継続的な「風評被害」対策により、ネガティブなイメージが減少する要因もあり、翌年の訪日中国人観光客数は急速に回復し、入込数も増加したといえる。

もう一つ、日中間の根深い問題である政治上の敏感な問題も訪日中国人観光客の入込数にも大きな影響を与えた。日本政府による2012年9月11日の魚釣島「国有化」閣議決定をきっかけとする日中関係の悪化から、中国国営の中央テレビ（CCTV）を始めとするマスメディアでは、連日「尖閣諸島（中国名：魚釣島）問題」における対日批判報道を大々的に展開したため、訪日中国人観光客の日本観光に対するイメージが悪くなり、急速に観光行動が冷え込み始める⁴⁵。訪日観光を予定していた中国人観光客も、このような政治的な問題により、訪日を躊躇するようになった。特に普段政治対して関心のない人でも、職場の同僚や親戚など周囲の人たちから「売国奴」と言う非難を受けないように、訪日観光をキャンセルする人も続出する。また一方で、中国旅游局は形式的には日本観光を禁止する旨の通達を出していないが、訪日指定旅行会社などに「日本に行く中国人観光客の安全を確保せよ」⁴⁶という指示を出し、実質的な停止処置を行ったとされる。このように訪日観光が冷え込んだ結果、多くの訪日指定旅行社は、訪日ツアーを中止した。表面上、愛国心の表れであり、訪日中国人観光客の安全

を確保するといった理由を挙げたが実際に多くの場合は、大量キャンセル発生により観光客が集まらなく、ツアーの採算が取れなくなったことと、反日感情が高まっているとき、各訪日指定旅行会社が自社のイメージを守ろうとし、訪日観光商品を取り扱う旅行社として世論の攻撃対象にされないようにしようと配慮し、自発的に訪日観光商品の数や行先などを調節していた⁴⁷。

観光事業は平和的な環境を基礎にしていると言われるがゆえに、自然災害も歴史認識問題に対する政治的な対応も大きなダメージを与える。2015年になっても日中関係は依然として予断を許さない厳しい状況にあるが、日中両国の関係改善に向けた努力の結果、訪日観光客数は急速に回復している。これまでとは異なり、反日世論の鎮静化の面よりや円安による訪日観光の割安感などの経済的な面によって、訪日中国人観光客数は史上最高の数値を記録した。

4.2 訪日中国人観光客の観光行動

では、その年々増加している訪日中国人観光客の観光行動には、どのような変化が生じているのか。以下、検証を試みる。

従来、訪日中国人観光客の多くは団体旅行が主であり、かつ初めて訪日する観光客がほとんどであり、訪日目的の多くは大量に電気製品や薬品などの商品を大量に購入していると各種統計資料で指摘され、さらに各種メディアでも報道されている⁴⁸。

このような観光行動を起こす要因として、次の二つの理由が考えられる。一つは、訪日指定旅行社が取り扱う中国人観光客向けのツアー商品は、団体観光ビザが比較的ビザの許可が取りやすいことから、団体客を中心にした商品が主流ということである。もう一つの理由は、中国のアウトバウンド観光の歴史が浅いことが挙げられる。このことは、団体客の割合が多いことと初訪日する中国人観光客の割合が多い状況から理解できる。つまり、団体旅行と初訪日客の割合が大きいということは、中国のアウトバウンド観光は自由が制限されていることを意味している。ところが、2013年の中国人観光客のアウトバウンド観光の割合のうち、個人旅行の割合が約70%を占めているというデータもある⁴⁹。

次に、訪日中国人観光客の行動の詳細を観光庁が公表している『訪日外国人消費動向－訪日外国人消費動向調査結果及び分析』のデータを基づき、2010年から2014年までの5年間の中国人観光客の動向をまとめ、明らかにする。

図 4 旅行形態（団体客）

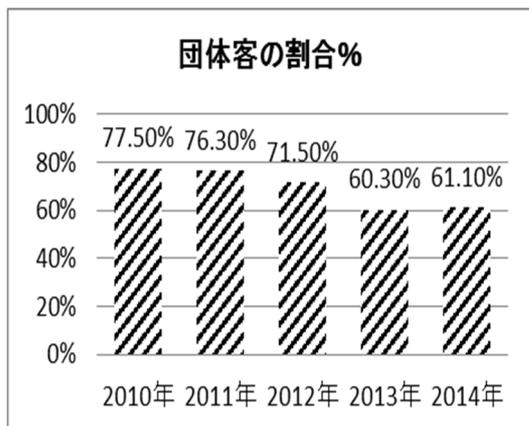


図 5 旅行形態（初訪日の割合）

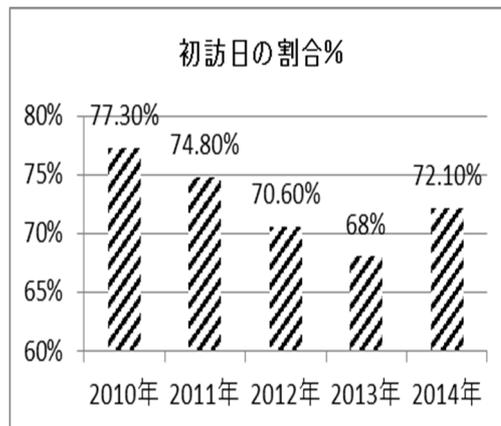


図 6 旅行形態（同伴者の割合）

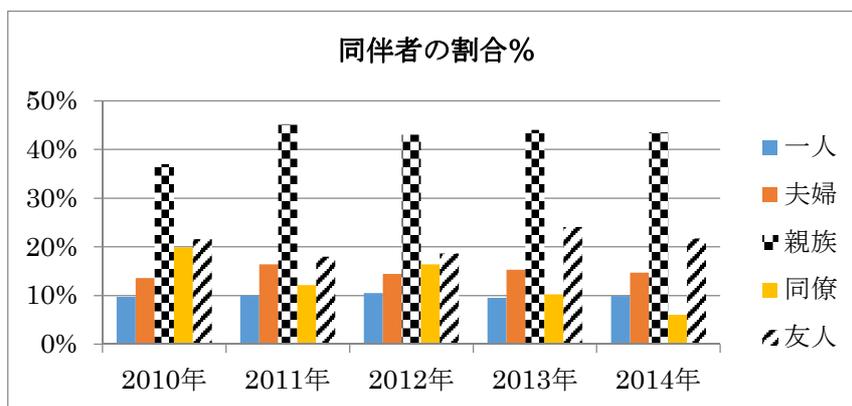
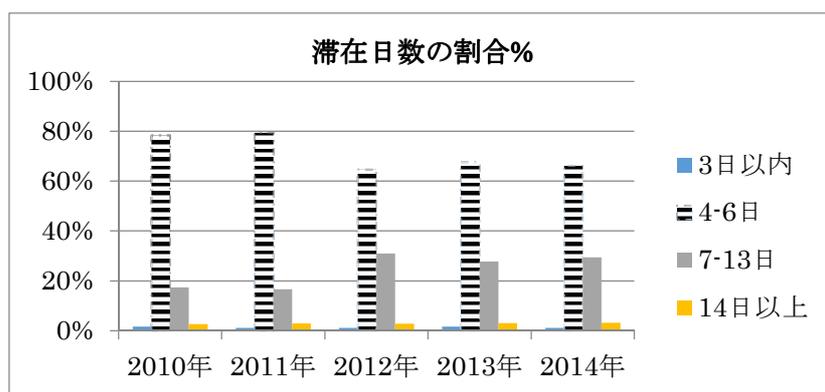


図 7 旅行形態（滞在日数の割合）



出所：図 3～図 6 は観光庁『訪日外国人の消費動向－訪日外国人消費動向調査結果及び分析』（平成 22（2010）年から 26（2014）年までの年次報告書：観光・レジャー目的）により、筆者が作成。

以上から、訪日中国人観光客の特徴を分析すると、次のような特徴が理解できる。

第一、団体客の割合が最も多いが少しずつ減少しつつある。第二、初訪日の観光客が以前と同じく最も多いが、2013年までは、リピーター客が毎年増加している。2014年は訪日中国人観光客の入込客数全体が急増しているため、初訪日の観光客の割合が増加したことが分かった。第三、同伴者の割合に関しては、親族や家族と一緒に訪日観光する中国人観光客が最も多い。しかし、夫婦同士のみは毎年15%前後で止まっていることがわかった。第四、滞在日数に関しては、4-6日間の滞在期間は最も多いこと⁵⁰。さらに2011年より日本政府は、訪日観光ビザの滞在期間を延長した。そのことをきっかけに、7-13日へと滞在日数も増加した。

5. 考察

5.1 理論的意義

プッシュ・プル理論はよく移民問題で使われ、国家間の経済格差によって多くの移民が発生すると言われている。プッシュ要因とは、人口増加、低い生活水準、雇用の不足、政治的抑圧と挙げられている。他方、プル要因とは、労働力不足、広い土地、雇用機会の提供、政治的自由によって、人口の移動が生じたと論じている。ところが、労働人口の移動と観光客の移動に関する要因は、根本的に相違がある。

本研究は、訪日中国人観光客の行動に着目し考察するものである。そのため、観光政策と観光客の移動の間にある因果関係を分析する。どのような結果にも必ず原因があるとされ、ある現象を発生させている原因を考察する際に、その原因の有ると思われるところに着目した分類方法が、プッシュ要因とプル要因である。現象が発生している側に在って、現象を発生させている要因を「現象を引き込んでしまう」という意味合いでプル要因という。そして現象の外側にあって、その現象の発生を助長してしまう要因を「現象を送り込んでしまう」という意味合いでプッシュ要因という。原因解析、要因分析をするとき、このような観点で分析すると原因を把握しやすくなる。また、対策を考える場合もこれらの要因を分析して考えると明確になる。また、プッシュ要因とプル要因の両方が存在する場合は、両方に対策を実施する方が容易になると考える。

前述した中国のアウトバウンド観光客数の推移と訪日中国人観光客の入込客数の推移から、中国と日本の観光政策は観光客の動向に大きく影響していることを解明した。

プッシュ要因となる中国のアウトバウンド観光政策の経緯からみれば、厳しい規制から緩和政策へ移行しつつあることが分かった。しかも、観光政策が緩和した年のアウトバウンド観光客数の増加が著しいことから、観光政策は訪日中国人観光客の移動に影響する重要な要素となっていることが判明された。

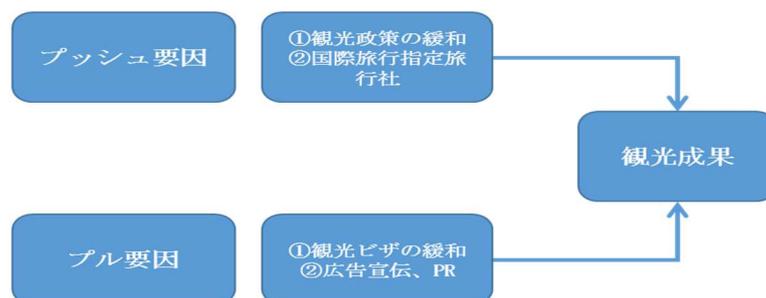
訪日中国人観光客の動向に関する具体的な施策は、国際旅行指定旅行社を通じて行われている。特に訪日観光の場合は、訪日指定旅行社となる。日中両国の間に訪日指

定旅行社の設立基準や訪日観光客に対する具体的な方針については、非公開となっているが、訪日観光する際に必ず訪日指定旅行社を通して観光ビザを取得しなければならないことから、訪日指定旅行社の役割が大きいことが分かる。また、自然災害や政治的な問題などが観光客に影響を与えるマイナス要素を中国政府は、訪日指定旅行社を通じて訪日観光に影響を与えているなど、その役割の重要性が明らかになった。

一方、日本の観光政策の経緯を見ると、中国を観光重点市場と見なして積極的にPR活動を行うなど観光ビザの審査規制緩和を中心に取り組んでいると考える。特に、観光ビザの審査規制緩和は、訪日中国人観光客の入込客数、団体客の編成に影響している。観光ビザに関連する政策が実施された年は、入込客数が大きく増加していた。

よって、本研究によりプッシュ要因とプル要因は相乗関係があり、観光行動に大きく影響していることを明らかにした。プッシュ要因には、アウトバンド観光政策の緩和と国際旅行指定旅行社が重要な要素であり、他方プル要因には、観光ビザの審査規制緩和と広告宣伝が重要要素と判明する。訪日中国人観光客に対して、これらの要素に注目すれば、観光行動を変化させ、大きな成果を上げることが可能と考える。

図 8 観光成果に影響する政策的要素



5.2.政策的特質と今後の課題

本研究は、訪日中国人観光客が訪日観光するために行う政策の観点から、政策沿革の側面から着手し、中国人観光客の訪日動向を明確にするものである。日本が2000年から積極的に外国人観光客を受入れようとする方針を取っていることは、政策の内容から解明できた。特に、中国は最初の重点市場として位置付け、積極的に査証審査緩和政策を行っていた。しかし一方で、中国も1997年までは抑制しながらも一部開放的な観光政策を2000年以降は開放しながら適度にコントロールして行くという方針に変革したことは、政策の内容の分析から明らかになった。さらに、アウトバンド観光を団体客中心に開放して行く方針であったことも分かった。両政府の有効な政策の相乗効果によって、訪日中国人観光客は2000年から今日まで急速に増加した。これらの有効な政策によって、団体客と初訪日客を中心に急速に増加している特徴をもたら

している。

中国政府によるアウトバウンド観光政策の更なる緩和政策によっては、今後も海外へ観光旅行する中国人が増える傾向にあると予測できる。さらに日本政府による観光誘致政策の促進は、海外へ行く中国人旅行者の中に、日本に来るインセンティブが高まり訪日観光客が増えることは推測可能である。しかし、今後訪日中国人観光客が日本国内の地域（どこ）へ向い、どのような観光行動をするかどうかなどについては、単純な政策緩和と観光促進制度では、不十分であると考え。

プッシュ要因である観光政策の緩和と訪日指定旅行社、さらにプル要因である観光ビザの審査規制緩和と広告PR活動など、現在注目すべき4要素がある。マーケティング戦略の構築は有効と考え、今後の課題とする。

図表補：

表 3 中国人アウトバウンド者数、GDP と一人当たり GDP の推移

	アウトバウンド者数 (単位百万人)	増長率(%)	名目GDP (単位十億元)	増長率(%)	一人当たりGDP(単位元)	増長率(%)
1990			1877.43		1642.07	
1991			2189.55	14%	1890.43	13%
1992			2706.83	19%	2310.15	18%
1993	3.7		3552.43	24%	2997.4	23%
1994	3.7	0%	4845.96	27%	4043.35	26%
1995	4.5	17%	6112.98	21%	5047	20%
1996	5.1	11%	7157.23	15%	5847.94	14%
1997	5.3	5%	7942.95	10%	6424.98	9%
1998	8.4	37%	8488.37	6%	6803.71	6%
1999	9.2	9%	9018.77	6%	7169.93	5%
2000	10.5	12%	9977.63	10%	7872.33	9%
2001	12.1	14%	11027.04	10%	8640.05	9%
2002	16.6	27%	12100.2	9%	9419.94	8%
2003	20.2	18%	13656.46	11%	10567.81	11%
2004	28.9	30%	16071.44	15%	12363.79	15%
2005	31.0	7%	18589.58	14%	14217	13%
2006	34.5	10%	21765.66	15%	16558.38	14%
2007	41.0	16%	26801.94	19%	20284.68	18%
2008	45.8	11%	31675.17	15%	23851.43	15%
2009	47.7	4%	34562.92	8%	25899.53	8%
2010	57.4	17%	40890.3	15%	30494.44	15%
2011	70.3	18%	48412.35	16%	35931.53	15%
2012	83.2	16%	53412.3	9%	39446.62	9%
2013	98.0	15%	58801.88	9%	43213.8	9%
2014	116.6	16%	63613.9	8%	46507.51	7%
2015			69238.05	8%	50356.52	8%

出所：世界経済のネタ帳 http://ecodb.net/country/CN/imf_gdp2.html より作成

表 4 訪日観光客形態の推移

団体客の割合	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
	77.50%	76.30%	71.50%	60.30%	61.10%
初訪日の割合	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
	77.30%	74.80%	70.60%	68%	72.10%
同伴客の割合					
	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
一人	9.70%	10.00%	10.50%	9.50%	9.90%
夫婦	13.60%	16.40%	14.40%	15.30%	14.70%
親族	37.00%	45.20%	43.00%	44.00%	43.50%
同僚	19.90%	12.10%	16.40%	10.20%	6.00%
友人	21.60%	18.00%	18.60%	24.10%	21.70%
滞在日数の割合					
	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
3日以内	1.70%	1.10%	1.20%	1.70%	1.20%
4-6日	78.30%	79.40%	64.60%	67.50%	66.20%
7-13日	17.40%	16.60%	30.90%	27.80%	29.40%
14日以上	2.70%	2.90%	2.80%	3.10%	3.20%

¹ 1951年、日本は連合国48カ国と第2次世界大戦終結のための『サンフランシスコ講和条約(対日講和条約)』を締結し、翌1952年4月28日、本条約の発効によって日本は国際社会に復帰した。

² 「第二次世界大戦後アメリカは、『ヨーロッパ経済復興援助計画(マーシャル・プラン)』の一環として、アメリカ国民のヨーロッパへの観光を奨励した。また、日本にも、アメリカへ移民した人々が母国訪問団と称して、バイヤーや観光者とともに数多く来日した」。前掲書『現代観光総論』、38頁。

³ 白幡洋三郎『旅行ノススメ』、中公新書、1996年、71-78頁。

⁴ 寺前秀一『観光政策論』、原書房、2009年、8頁。

⁵ 『観光基本法』、(法律第百七号、昭和三十八年六月二十日)

http://www.shugiin.go.jp/internet/itdb_housei.nsf/html/houritsu/04319630620107.htm。

⁶ 日本政府観光局ホームページ http://www.jnto.go.jp/jpn/about_us/profile/timeline.html、2015.08.08

⁷ 『日本観光協会法』、(法律第三十九号、昭和三十四年三月二十四日)

http://www.shugiin.go.jp/internet/itdb_housei.nsf/html/houritsu/03119590324039.htm

⁸ 1959年(昭和34年)3月24日に策定した『日本観光協会法』は1964年3月27日に『国際観光振興会法』と改名した。

⁹ 『独立行政法人国際観光振興機構法』(法律第百八十一号、平成十四年十二月十八日)、

http://www.shugiin.go.jp/internet/itdb_housei.nsf/html/housei/15520021218181.htm

¹⁰ 松山良一「インバウンド観光のすすめ」、『日本貿易会 月報』、2015年4月号、11-12頁。

¹¹ 前掲書『観光政策論』、98頁。

¹² 国土交通省ホームページ、<http://www.mlit.go.jp/hakusyo/transport/heisei01/2/12-7->

[1.HTM](http://www.mlit.go.jp/hakusyo/transport/heisei01/2/12-7-1.HTM)、2015.8.18

¹³ 国土交通省、『平成元年度 運輸白書』、

<http://www.mlit.go.jp/hakusyo/transport/heisei01/2/12-7-1.HTM>、2015.8.18

¹⁴ JTB能力開発『インバウンド概論』、ジェイティービー能力開発、2010年、34頁。

¹⁵ 『外国人観光旅客来訪地域の多様化の促進による国際観光の振興に関する法律』(法律第九十一号、平成九年六月一八日)、

http://www.shugiin.go.jp/internet/itdb_housei.nsf/html/houritsu/14019970618091.htm

- ¹⁶ 国土交通省、2001年、『観光白書』、http://www.mlit.go.jp/hakusyo/kankou-hakusyo/h13/000_.html、2015.8.19。
- ¹⁷ 前掲書『インバウンド概論』、42頁。
- ¹⁸ 『観光立国推進基本法』（法律第百十七号、平成十八年十二月二十日）、http://www.shugiin.go.jp/internet/itdb_housei.nsf/html/housei/16520061220117.htm
- ¹⁹ 岡本伸一『観光学入門—ポスト・マス・ツーリズムの観光学』、有斐閣、2001年、18頁。
- ²⁰ 前掲書『観光政策論』、39頁。
- ²¹ 前掲書、『観光立国推進基本法』（法律第百十七号、平成十八年十二月二十日）
- ²² 大森麻衣「観光庁の創設と運輸事故調査体制の強化～国土交通省設置法等の一部を改正する法律案」、『立法と調査』、衆議院、284号、2008年、35-44頁。
- ²³ 2014年10月までの為替レートである。
- ²⁴ 近代旅行業のはじまりである中国旅行社は、誕生したのが1923年である。上海商業銀行の旅行部として設立された。国民の安全な旅、外出を保証するため、全国各地で支部を設け、旅人の交通、宿泊を誘致した。親会社の投資だけではなく、華僑からの援助を得て、全国で幹線のネットワークをつくった。それは、中国旅行社の初期形態である。王琰、2007年、『日中旅行業の特質形成過程—大手旅行会社の組織体制の変遷から—』、現代社会文化研究No.38。
- ²⁵ 須藤廣「中国におけるアウトバウンドツーリズムとしての日本観光」、『関門地域共同研究会』、北九州市立大学、Vol14、2005年。
- ²⁶ 郭英之《中国出境旅游市场定位与影响因子》、知识产权出版社、2012年、101頁。
- ²⁷ 勝鑑『中国海外旅行需要とその拡大要因について—訪日旅行に関連して』、岡山大学経済学会雑誌42(3)、2010年、45-66頁。
- ²⁸ 中国人民共和国海关总署 <http://www3.customs.gov.cn/publish/portal0/tab637/module18166/info38455.htm>, 2015.2.20
- ²⁹ ADSはApproved Destination Statusの略であり、中国語では認可された観光目的地という意味である。
- ³⁰ 中华人民共和国国家旅游局 <http://www.cnta.gov.cn/html/2009-5/2009-5-13-10-53-54953.html>. 2015.3.16
- ³¹ 中华人民共和国国务院令（第354号）、2002年5月27日。
- ³² 前掲書《中国出境旅游市场定位与影响因子》、5頁。
- ³³ 中华人民共和国国家旅游局 <http://www.cnta.gov.cn/html/2013-4/2013-4-26-8-21-88078.html>. 2015.2.20
- ³⁴ 前掲書《中国出境旅游市场定位与影响因子》、5頁。
- ³⁵ 『中華人民共和国訪日観光客受入旅行会社連絡協議会』 <http://www.churenkyo.com/>. 2014.10.24。中国人の訪日個人観光旅行については、2009年7月より、この訪日指定旅行社によって取り扱われた。
- ³⁶ 訪日指定旅行社の申請基準につて、観光庁、JNTOと中連協に問い合わせたところ、非公開と判明した。中国政府國務院は、2009年2月21日、『旅行社条例』（中華人民共和国國務院令550号）を發布し（2009年5月1日施行）、中国国内において観光業務の営業許可を取得して満2年を経過し、かつ旅行者の合法的權益を侵害して行政機関より罰金以上の処罰を受けていない場合、アウトバウンド旅行業務の取扱を申請できるとした（第8条）。また、アウトバウンド旅行業務を取り扱う旅行社は、國務院の旅游行政主管部門が公布する旅日目的地以外の国と地域への旅行を実施してはならないとされた（第25条）。
- ³⁷ 2007年では、国際旅行社の数は1,838社、国内旅行社（国内観光業務のみ行う旅行社である）は17,882社、合計19,720社であった。中華人民共和国国家旅游局『中国旅游年鑑2012年』、中国国家旅游局、2012年、11頁。
- ³⁸ 2014年10月の為替レートである。
- ³⁹ 日本政府観光局（JNTO）「2014年訪日外客数（総数）」。http://www.jnto.go.jp/jpn/reference/tourism_data/visitor_trends/pdf/2013_14_tourists.pdf. 2015.2.4
- ⁴⁰ 中華人民共和国旅游局 http://www.cnta.gov.cn/html/2011-3/2011-3-11-20-6-00614_1.html. 2015.2.13
- ⁴¹ 中華人民共和国旅游局 <http://www.cnta.gov.cn/html/2011-3/2011-3-17-14-44-04312.html>. 2015.2.13
- ⁴² 2013年7～8月、中国内蒙古自治区からの中国人訪日観光客20人を対象にインタビューを実施した。
- ⁴³ 上海錦江国際旅行有限公司の一部のツアー商品は、福島県と観光目的地の距離及び日本政府が定

めた安全基準を表記していた。

⁴⁴ 亀山秀一『東日本大震災後の訪日旅行促進事業について』、観光庁国際交流推進課、2011年。

⁴⁵ 周菲菲『地域の複数性に関する人類学的研究：中国人の観光における「北海道」の生成』、北海道大学、2014年、140頁。

⁴⁶ 中華人民共和国旅游局 http://www.cnta.gov.cn/html/2010-9/2010-9-30-23-20-91188_1.html、[2015.2.13](http://www.cnta.gov.cn/html/2015-2/2015-2-13)

⁴⁷ 前掲書『地域の複数性に関する人類学的研究：中国人の観光における「北海道」の生成』、137-138頁。

⁴⁸ 日本政府観光局(JNTO)、松山良一『訪日外国人旅行市場の現状と日本政府観光の取り組み』、首都大学東京観光経営トップセミナー2012、2012年。

⁴⁹ 勁旅网、《携程报告预计2014年出境游人数超一亿 七成自由行》

<http://www.ctcnn.com/html/2014-07-25/10067299.html>, 2013.11.12

⁵⁰ 訪日指定旅行社のツアー商品の中、最も多いのは4-6日間のツアー商品である。また、手配ツアー商品（個人旅行）も増加している。手配ツアー商品の中、7-13日間の商品が多いことが、2013年8月と9月のツアー商品の調査で明らかになった。