

わが国の国際観光のインバウンド側面に関する若干の考察

——中国との関係を中心にして——

おおぶち みつひろ
大淵 三洋 日本大学国際関係学部教授, 博士(国際関係)

The Japanese government announced recently that the development of the inbound tour market is a key policy in 21st century. In order to achieve the purpose and to promote the program, the current growing Chinese market is to be much more cultivated. The purpose of this report is to try some consideration mainly on tourism circumstances in China and how to develop the inbound tour market of Japan to receive tourists from China.

1. はじめに

近年、わが国政府は「観光立国」の方針を打ち出し、国際観光開発を21世紀における重要施策と位置付けている。産業、貿易、技術などに加えて、欧米やアジアの主要国に比べて遅れていた観光業を国家戦略として復興することになった。

日本の国際観光は、1970年以降、アウトバウンド観光客がインバウンド観光客を超過し続けている。このことは、観光立国をめざすわが国の長い間の懸案のひとつであった。日本は、国際観光において、極端な不均衡が続いている。1997年の「外客誘致法」や近年の「観光立国政策」以前には、観光業が大きく復興されることはなく、1987年の「テン・ミリオン計画」ですら、膨大な経常黒字を削減することが目的でしかなかった。拡大均衡で国際観光の不均衡を縮小させるには、外国人旅行客を誘致することこそ、最優先課題であり、観光復興が表舞台に登場することが必要不可欠である。そこで、2002年のFIFAワールドカップの日韓同時開催を契機として、国土交通省は、「グローバル観光戦略」を策定した。この戦略の中に、わが国を観光立国とすることを目標として、「ビジット・ジャパン・キャンペーン」(以下、VJCと略記する)を展開しており、2010年までにインバウンド観光客数を1,000万人に伸ばす目標を立て、目下、それを実行中である。これには、

不均衡な観光国際収支の改善、国内需要の落ち込みによる観光業の疲弊除去および国際観光受け入れ地域の経済の活性化といった、主として経済的効果への大きな期待が存在した⁽¹⁾。

わが国からのアウトバウンド観光客数が停滞し始めた2002年に、日本政府がインバウンド観光復興に舵を切った意義は、経済的側面に限定されるものではないであろう。過去において、日本人は、海外に観光に行くことによって自らのアイデンティティを確認してきた。しかし、2002年以降、わが国は海外からの観光客を迎え、海外の人たちの眼差しにさらされることによって、自らのアイデンティティを確認することを要求されるようになったのである。

わが国におけるインバウンド観光を考える場合、13億超の人口を有し、近年10%を超える経済成長を記録するアジアの大国である中国(統計資料の関係もあり台湾、香港を除く、以下同様)との関係は、極めて重要である⁽²⁾。

本稿の目的は、中国からのインバウンド国際観光に関して、中国の国際観光事情とホスト国である日本側の受け入れ体制の課題を中心に、若干の考察を試みることにあ

2. 日中両国の国際観光の変遷

特に、日本と中国は古来より、「一衣帯水

の地とされた重要な隣国である⁽³⁾。わが国が、600年に遣隋使を派遣して以来、日中両国は、1400年以上の文化交流の歴史を保有している。1972年の日中国交正常化以前においても、中国人は、好んで東北地方を訪問していた。例えば、現代中国建国の精神的支柱である魯迅は、1904年に仙台医学専門学校(現東北大学医学部)に留学し、1年半在籍している。そして、当時の学舎跡が今でも保存されている。また、仙台博物館敷地内には、魯迅の銅像も残っている。現在、中国の要人が来日した際、仙台を訪れることが習わしとなっているほどである。事実、1998年来日した江沢民前中国国家首席も、仙台を訪れ魯迅の遺跡を訪ねている。今日でも、仙台を中心に中国からの留学生や観光客が多いのは、このためである。

しかし、一般的に、1949年の中華人民共和国の成立から、日中国交正常化までの約20年間は、日本と中国の国交は正常化されることがない冬の時代であった。当然、この間、国家レベルでの交流は一時途絶えた。しかし、民間レベルでの交流が途絶えることはなかった。この時代の日中交流は、「友好動機による観光行動」ともいえるもので、日本からは数多くの民間友好団体、個人、民間経済関係者および少数の政府官庁非公開訪問団が中国を訪問している。

1972年の日中国交回復を契機として、両国の国際観光は新たな局面を迎えることに

なった。それまで中国人は、日本に自由に行くことはできなかつたし、日本人もまた自由に中国に観光旅行することは困難であった。

通常、観光政策は、国内観光が先行し、その後、インバウンド、アウトバウンドの国際観光が展開されていく。しかし、中国は、外貨獲得のためインバウンド国際観光が先行し、国内観光、アウトバウンド国際観光の順に発展している。事実、1978年、中国の国際観光は、インバウンドのみの開放政策で始まった。中国のアウトバウンド国際観光が、一般国民に許可されたのは、1983年のことであった。

中国の国際観光は、以下の三つに大別してよいであろう。

第1に、「香港・マカオ観光」である。厳密にいうならば、香港・マカオ観光は、本格的な国際観光ではなく、いうなれば「出境観光」でしかない。事実、中国国民に最初に開放された旅行は、香港・マカオへの親族訪問でしかなかった。すなわち、香港かマカオに居留する親族の招待と出費を前提とした親族訪問兼旅行ともいべきものに過ぎなかつた。その後、規制は次第に緩和され、親族訪問から一般観光へと拡充されるが、人数制限などの規制条件が残され、出国審査も厳しかった。しかし、1997年の香港返還後の2002年、人数制限などの規制条件は完全廃止となり、自由旅行が可能となった。

第2は、「周辺観光」である。香港・マカオ観光と同様、地方の一部地域から始まっている。周辺観光の発端は、1984年の中国北方都市丹東市が隣接する北朝鮮の新義州市と行った相互有効訪問であったが、人員限定、目的地限定、時間限定および特別通行許可証の4条件が付加されていた。周辺観光が中国全土で解禁となったのは、1997年、国家旅遊局により「周辺旅行暫定管理弁法」が発表された後である。

第3は、「出国観光」である。出国観光は、香港・マカオ観光や周辺観光と比較して中国当局により認められたのは遅かったが、発展の勢いは、極めて顕著である。中国人の本格的な海外観光旅行は、1990年10月の

「東南アジア三国への国民海外規定に関する暫行管理弁法」を契機としている。これにより、シンガポール、タイおよびマレーシアが可能となった。そして、1997年、上記の3国に親族訪問以外の団体観光が初めて認められた。当初、前者二つの観光形態と同様に、いくつかの限定条件があったが、漸次緩和された。1999年には、韓国が観光対象国に加えられ、初年度だけで約32万人が訪れている。そして、2000年、日本、ベトナム、カンボジアなどのアジアの国々が次々に中国人観光客の目的地として指定された。ただし、これらの国々への観光は、団体旅行に限定されていた。2003年、香港への個人観光が試験的に許可され、個人旅行も段階的に認められる。その結果、1998年には、840万人でしかなかった中国のアウトバウンド国際観光客数は、2003年、わが国のアウトバウンド国際観光客数の約1,800万人をしのぎ、2,000万人を超過した。中国の人口13億の1割が国際観光を行うという時代は、もはや幻想ではなくなってきた。その理由は、2002年に中国人で国内旅行をした人数は約8億人で、既に人口の50%を超えている。こうした、国内観光市場の成熟は、やがて海外観光へと繋がっていくに違いない。事実、中国は「出境旅遊熱」、換言すれば、「海外旅行ブーム」にある。世界観光機構(WTO)も、2010年に中国のアウトバウンド観光を3,030万人、2020年には1億人に達すると予測している。

現在、中国人の海外旅行地域は、予想をはるかに上回るスピードで拡大し、2007年4月には86カ国に達している。今や、アジアで最大の観光客を送り出す国となった。外国への観光客の急速な増加は、アジア太平洋地域の他の国に類をみない伸び率であり、世界の観光市場の構造をも変化させつつあるとよい。

しかし、一方で、中国からの訪日観光客の構成および需要が、大きく変化することはなかつた。すなわち、日中両国間の国際観光は、双方向のものではなく、日本人旅行者の受入れが中心であり、中国人の来日観光客数は、わずかなものでしなかつた。

日本からのアウトバウンドが中心であり、一方通行のものでしなかつたのである。中国から日本への国際観光はごく最近のことで、まだ始まったばかりといえよう。中国人の訪日観光客の受入れを日本政府が中国政府と合意したのは、2000年であり、ようやく中国人の訪日観光が漸進的に拡大することとなったのである。一般観光客が、国際観光の中心になり、日中交流拡大の担い手となる時代が到来したとよいだろう。中国を訪問する日本人観光客の性別・年齢・職業などの構成は、年を経るに従って多様化していく。また、観光形態も団体型に加えて個人旅行も増加し、観光需要も多面化されつつある。しかし、未だ日中両国間のインバウンド観光とアウトバウンド観光の間には、著しい不均衡が存在するのが現状である。今後、日中間の国際観光は、一方通行から、双方向へと転換されていくことが強く期待される。

3. 中国の観光大衆化の諸要因

現在、中国における観光の大衆化時代(mass tourism)の到来は、明白である。観光の発展段階は、「tourの時代」、「tourismの時代」、「mass tourismの時代」に区分可能である⁽⁴⁾。

一般的に、観光の大衆化要因は、第1に貨幣的要因、第2に時間的要因、第3に心理的要因の三つに大別できる⁽⁵⁾。

貨幣的要因に関しては、近年の中国の経済成長率は目ざましく、一般国民を含めて国民所得の増加は著しい。特に、北京、上海、広州といった大都市住民の間では、所得増加に伴い、国際観光に対する欲望が急速に高まっている。これらの大都市では、「時尚(流行)」という言葉が生活雑誌や観光誌に頻繁に登場する。時尚(流行)とは、大衆の流行という意味ではなく、高級ブランドを身に付け、海外での休暇を過ごす先進的ライフスタイルを意味し、特に、富裕層を中心にして、国際観光が身近な存在となりつつある。

時間的要因に関しては、1995年に全ての労働者の労働時間を1日8時間、週40時間とする国务院令が出され、週休2日制も導

入された。また、1999年からは、年間3回ある連続休暇(旧正月、メーデー、国慶節)は、土日を合わせて7日間の休暇が取れるようになり、自由時間の増加も顕著である。中国には、「假日経済」、日本語に換言するならば、「休日経済」という言葉がある。休日経済とは、国民を休ませることによって消費を促し、市場の需要をつくりだすことを目的としている。

最後の心理的要因に関しては、経済成長に伴い、特に、富裕層の欲望対象が、生理的欲望や物的欲望から、国際観光活動をも対象としたより高度な自己実現欲望へと発展している。

より具体的には、中国人訪日客数の増加の諸要因として、以下のことが挙げられよう。

第1に、中国の好調な経済を背景とした購買力の向上、さらに、株高、不動産価格の上昇により、可処分所得が増加し、海外旅行に目をむけることのできる国民が増加したことである。

第2に、2007年には、日中国交正常化35周年を契機とした各種イベントが中国で開催された。さらに、旅行番組放映や新聞広告など、各種VJ C事業を日本が展開した結果、わが国に対する関心が高まったと考えられる。

第3に、2006年に引き続き航空路線および便数が増加したことが挙げられよう。また、直行便のない中国の内陸都市と日本の地方都市間で、チャーター便が多数運行されたことも大きな要因であろう。

第4に、中国を発着地とする日本などを周遊するクルーズ船「コスタ・アレグラ号」および「カリビアン号」が運行され、集客が好調であった。

第5に、神戸と大阪で「第9回世界華商大会」(2007年9月15日～17日)が開催され、中国はもちろんのこと、世界各国から華僑が多数来日した。

第6に、夏期休暇(7月～8月)を中心に、中国からの訪日教育旅行が増加し、数千人に達した。また、9月にも、約400人が日本の各地(北海道、青森、愛知、福岡などの地方都市)を訪問している。

第7に、2007年には、両国間で日中首脳の往来があり、マスコミを通じて、日本に対するイメージが大幅に改善された。

第8に、中国政府による東南アジアツアーの質的見直しはなされ、質の向上とともに、同ツアーの価格上昇が生じた。その結果、訪日ツアーとの価格差が縮小し、旅行の目的地として日本を選択する国民が増加した。

第9に、三大休暇(春節、労働節、国慶節)および夏期休暇の旅行ピーク時を回避し、日程をずらす傾向が生じた。事実、春、秋の時期において、桜や紅葉をテーマとした訪日ツアーも好調であった。

第10に、中国においても、マルチメディアの普及が進展し、国際観光情報がリアルタイムで取得できる状況が生じてきている⁽⁶⁾。

第11に、従来、査証は北京の日本大使館、上海と広州の日本領事館でのみ発給されていたが、2006年8月からは重慶の日本領事館でも発給を開始した。これにより、中国西南地域からの訪日観光が増加している。さらに、受入れ国であるわが国も、2008年3月、中国の要請もあり、中国に対するビザの発給条件を緩和した。これまで、5人以上40人以下の団体旅行の参加者にしかビザは発給されていなかったが、添乗員が付くことを条件に、家族旅行にもビザが発給されるようになった。

最後に、日本の都市部の大型量販店を中心にして、「VISA」や「Master Card」などの世界的クレジットカードだけでなく、中国人観光客向けの決済サービス機能をもつ「銀聯(ぎんれん)カード」が使用できる店舗数が急激に増加している。銀聯カードとは、日本における「J-Debid」(デビッドカード)の中国版と考えてよい。経済学的にいうならば、銀聯カードは、信用貨幣の一種であり、中国も「信用経済」の段階に達したといえよう。中国国内において、銀行で口座とキャッシュカードを作成すると、ほぼ自動的に連聯のロゴが付けられ、デパートやコンビニなどで使用でき、即時決済により、キャッシュレスで商品購入が可能であった。2005年12月、これに日本との間で国際決済機能をもたせることが可能

となった。すなわち、中国の銀行が発行する銀聯ブランドが付与されたキャッシュカードを日本国内の銀聯取扱加盟店で利用することができるようになった。日本の銀行が中国銀聯(China Union Pay Co.,Ltd)と提携したことにより、急速に日本国内の利用数が伸びている。2008年11月時点での銀聯カードの発行枚数は、18億枚であり、中国の人口数を超えている。また、日本における利用可能店舗は、11,700箇所となっている。中国からの外貨持ち出しに制限がある現在、銀聯カードの利便性は今後も高まる一方であろう。

4. 日中国際観光の課題

問題は、中国のアウトバウンド観光がしだいに増加しつつあるにもかかわらず、日本への観光客数がそれほど増加していない点にある。

中国人の観光旅行の目的地の上位は、外国ではなく、国内および中国特別区である香港とマカオである。香港とマカオへの観光客が多いのは、返還後の両地域と中国本土との連帯が強いのが主たる要因であろう。外国に目を転じてみると、中国人の海外旅行者の目的地としては、確かに地理的に近い日本が対象国となりつつある。事実、日本への中国人旅行客数も年々増加している。統計資料によると、確かに、訪日観光客数は、1994年から堅調に推移し、1999～2002年には、4年連続して対前年比を2桁増加した。最新の資料によると、2007年度の訪日外国人客数は、前年比13.8%増、過去最高の8,346,969人を記録した。そして、その中に占める中国人数は、過去最高の942,439人であり、伸び率は前年比16.1%に達している。表-1が示すように、上位10カ国・地域別国別訪日外国人客数をみると、韓国、台湾、中国、米国、香港が上位を占め、これらの5市場で訪日外国人の74.0%を占め、中国の占める割合も10%を超えている。1999年から2006年まで、中国は8年連続して4位であったが、2007年には3位となった。

しかし、中国人の訪日観光客数は、増加しているが、未だ中国のアウトバウンド観

表-1 2007年の国籍別訪日外客数(上位10カ国・地域)

	国籍	2006年	2007年	伸率	2007年構成比
1	韓国	2,117,325人	2,600,694人	22.8%	31.2%
2	台湾	1,309,121人	1,385,255人	5.8%	16.6%
3	中国	811,675人	942,439人	16.1%	11.3%
4	米国	816,727人	815,882人	-0.1%	9.8%
5	香港	352,265人	432,042人	22.6%	5.2%
6	豪州	195,094人	222,518人	14.1%	2.7%
7	英国	216,476人	221,945人	2.5%	2.7%
8	タイ	125,704人	167,481人	33.2%	2.0%
9	カナダ	157,438人	165,993人	5.4%	2.0%
10	シンガポール	115,870人	151,860人	31.1%	1.8%
	総数	7,334,077人	8,346,969人	13.8%	100.0%

注1: 「訪日外客」とは、国籍に基づく法務省集計による外国人正規入国者から日本に居住する外国人を除き、これに外国人一時上陸客等を加えた入国外国人旅行者のことである。

注2: 法務省統計は国籍に基づくため、文中の訪日外客は当該国発行の旅券を所持した入国者を示す。

注3: 訪日中国人数は、統計データ集計の都合上、香港、台湾の数値を含まない。

注4: 香港は英国籍の香港人を含んだ数字である。

出所: 日本政府観光局(JINTO)編『JINTO国際観光白書——世界と日本の国際観光交流の動向2008年』(財団法人国際観光サービスセンター(ITCJ)、2008年10月、34頁)。

光に占める割合は、ごく一部に過ぎないといわざるを得ない。事実、訪日の目的別で区分すると、観光目的客数は407,286人で、商用目的客数は216,229人の2倍にも満たない。日中両国間の国際観光の規模は、拡大の一途をたどっている。今後、両国の更なる観光交流の発展のためには、早期に日中両国の課題を解決することが望まれる。

その最大の課題は、訪日日本人観光客数と訪日中国人観光客数の顕著な不均衡状態である。前述の如く、前者は後者の約5倍程度になっている。中国は、日本の観光市場に対して「受入過剰国」であり、一方、日本は、中国の観光市場に対して、「送出過剰国」である。こうした不均衡は、両国の経済事情などによって生じていると考えられ、早急に解決することのできる問題とはいえないであろう。しかし、両国の国際観光が、国際交流の重要な課題のひとつであることを考慮するならば、互いに積極的な取り組みが必要とされるであろう。

現在、観光の大衆化によって、中国国内でも、多数の国際観光に関するガイドブックが販売されている。しかし、日本を対象とするものは少なく、『地球散歩・日本』と『松松遊世界1・日本就要这样玩』が代表的なものとして挙げられる程度である。

前者は、いわゆる伝統的「日本らしさ」を全面に打ち出している。その結果、和装姿の日本人の写真が多数掲載され、神社仏閣の名所や富士山などの自然の写真も多用されている。観光地の掲載順は、東京から大阪までの「ゴールデン・ルート」に固執することなく、各都市を紹介し、それに付加する形でそれぞれの観光地を紹介している。東京ディズニーランドに関する記載は、わずか1頁、ユニバーサル・スタジオには、2頁を割いているに過ぎない。すなわち、日本の景観を「見る」ことを主眼とした書物である。

後者は、日本をファッション、電気器具、アニメなどの分野におけるアジアの風土計と把握している。ゴールデン・ルートの順序にそって解説し、東京では、原宿、渋谷や秋葉原が大きく取り上げられ、ディズニー・ランドには、14頁が割かれ、後楽園やサンリオ・ビューロランドに関する説明もある。当然、観光の最終地大阪に関しても、ユニバーサル・スタジオに10頁以上が割かれ、どこで最後のショッピングをしたらよいのかについても詳細に記述されている。すなわち、流行の最先進国で「遊ぶ」ことを目的として書かれている。以上のように、日本に來訪する観光客には、「見る」と「遊

ぶ」というイメージが同居しているといえよう。

現代社会において、国際観光は国や都市のイメージ形成および国民のアイデンティティ構築に欠くことのできないものである。国際観光は、外国人との交流と国際貢献に大きく貢献することができるであろう。先進国においては、日常生活そのものが「場所のイメージ消費」化(=観光化)している。中国都市部には、日本の4倍におよぶ人口が存在する。かれらの場所のイメージ消費も日常化しつつある。そして、中国人の観光対象は、国内だけでなく海外に向けられている。中国大陸から地理的に近い日本は、その重要な場所のイメージ消費の「場」となり得る。わが国は、中国大陸からの観光客を積極的に受け入れる必要性に迫られているといえよう。

中国からのインバウンド観光を考察する上での問題は、わが国の観光統計資料にもある。観光データとして、国土交通省が実施しているもののほか、業界団体が実施し、発表している。さらに、地方自治体においても、統計をとり、毎年、発表されている。また、大手旅行会社でも独自にデータをとり、予測も含めて一部が発表されている。観光に関する統計は、「入込客数」と「消費額」とに大別され、消費額は入込客数と単価との積によって計算されている。入込客数は、地域内容と地域外客あるいは宿泊客数と日帰客数とにさらに区分される。また、地域外客の発地別内訳も調査項目に含んでいる。消費額は、宿泊、飲食、土産、その他に細分化され、単価と総消費額とが発表されている。ただし、これらの観光データは、あくまでも推計でしかない。観光に関する統計は、整備が遅れており、信頼性も他の統計資料と比較して低いといわざるを得ない。主として、以下の問題点を保有していると指摘できよう。

第1に、年単位のデータが中心であり、月単位のデータは限定されている。その結果、データを基礎とした適時の観光政策が採用しにくい。

第2に、統計作成の際に、実施主体による独自の手法を採用しているため、汎用性

が欠落しており、地域間の「横」の比較に注意を要する。

第3に、観光客の取客構造に変化が生じた場合、推計方式の見直しが的確に行われにくい。すなわち、見直しの際、過去のデータに逆上って更新するなどの接続性が必要とされる。

第4に、観光データがサンプル調査を基礎としているため、回収率が低く、信頼性に疑問がある。

以上のように、観光統計の整備が遅れている理由として、次のことが挙げられるであろう。

第1に、観光の概念それ自体が定着していない。

第2に、観光関連産業には、認可を必要としない業種も多く、把握が困難である。

第3に、観光関連事業者に統計作成の申告を求める場合、正確性に疑問がある。特に、消費額に関しては、個々の事業者の売上に直結するデータであるため、正確な申告が得難い。

第4に、指定統計となっていないため、拘束力がない。

こうした課題に対し、観光を重要産業に育成していくという観点から、整備が求められている。国土交通省では、2006年度から、宿泊統計調査を行っている(ただし、小規模・零細な施設は除外)ほか、消費、宿泊、入込についての観光統計の整備を図っている。

さらに、日本経済連合会は、「早急に取り組むべき課題・アクションプランに関する提言」においても、観光統計の整備、充実を挙げている。わが国の国際観光の活性化を図る上において、国際観光の経済的効果を詳細に分析し、地域のメリットとデメリットを基礎とした市場調査が重要である。地域別の旅行者数、旅行趣向などに関する基礎的統計資料が不可欠であろう。しかし、わが国では観光統計は、自治体ごとに個別に調査されたものでしかなく、統一基準の作成が急務である。さらに、記入者負担を考慮した統計資料収集の確立、結果の迅速な公表等の課題も残されている。この点に関しては、現在、国土交通省を中心として、

政府、地方自治体、経済界、関係業界などを構成メンバーとする「観光統計の整備に関する検討懇談会」が発足され、観光統計の統一に向けた方策の検討がなされている。今後、その検討結果を具体的な成果に結び付けていくことが、極めて肝要であろう。

5. むすびにかえて

わが国と異なり、中国は社会主義体制下にあるが、前述の如く、比較的早期から両国の観光交流は始まっている。ただし、多くの日本人が中国を訪問しているにもかかわらず、中国人の日本の観光旅行は、自国の要因、受入れ国である日本の制限要因が残っており、完全自由化の段階とはいえない。その結果、中国人の日本への観光客は富裕層に限定されており、その意味では「一方通行」の観光交流でしかない。しかし、近年、中国人の団体を中心として、日本への観光旅行が大幅に緩和されている。今後、日本と中国の間に「双方向的」な観光交流が強く期待される。

日本と中国は、経済的にも政治的にも、アジアの大国である。その関係は、両国政府および国民にとって重要なだけでなく、広くアジア、世界にとっても極めて重要と言わざるを得ない。現在の日中関係は、「政冷経熱」と表現されるように、政治的に必ずしも良好なものではない。観光立国をめざす両国は、現在の一方的な不均衡な観光から、双方向の均衡のとれた観光を確立することにより、相互の交流と理解を深めていく必要に迫られているであろう。そして、その事こそが、結果として、長い不幸な両国の歴史を乗り越えて、今後の日中両国の平和に大きく寄与するであろう。

注

- (1) 国際観光の経済的効果に関しては、拙稿「国際観光の経済的考察」日本大学生生活科学研究所『日本大学国際関係学部生活科学研究所報告』第19号所収、1996年7月、13～25頁を参照されたい。
- (2) 中国の観光事情に関しては、拙稿「中国の国際観光事情に関する一考察」(研

究ノート)中国情報センター『現代中国事情』第20号所収、2008年7月5日、106～109頁を参照されたい。

- (3) 一筋の帯のような狭い海や海峡を隔てて近接していることを意味する〔陳書(後主紀)〕。
- (4) 詳細は、鈴木忠義編『現代観光論』有斐閣、1984年、16頁および拙稿「観光の大衆化に関する一考察」『日本大学国際関係学部生活科学研究所報告』第12号所収、1989年6月30日、48頁を参照されたい。
- (5) 観光の大衆化要因に関しては、筆者担当執筆「国際観光の大衆化」日本国際観光学会監修『観光学大辞典』所収、木楽舎、2007年、250頁および拙稿、同上論文、47～55頁を参照されたい。
- (6) 詳細は、拙稿「国際観光の大衆化とマルチメディア」日本国際観光学会『日本国際観光論文集』第7号所収、2000年1月25日、25～31頁および拙稿「国際観光の大衆化と情報社会」日本大学生生活科学研究所『日本大学国際関係学部生活科学研究所報告』第22号所収、1999年10月31日、119～133頁を参照されたい。

引用文献

- ① 呉 継紅「中国人の海外観光旅行——制度と政策の変遷を中心に——」愛知大学現代中国学会編『中国21 旅遊中国——産業としての観光、文化としての観光——』Vol.29所収、風媒社、2008年3月31日、63～76頁。
- ② 張 西龍監修、王 文亮著『中国のWTO加盟と国際観光業——日中観光交流の新時代へ——』日本橋報社、2002年8月8日、34頁参照。
- ③ 日本政府観光局(JINTO)編『JNTO国際観光白書——世界と日本の国際観光交流の動向2008年』財団法人国際観光サービスセンター(ITCJ)、2008年9月、27～28頁。
- ④ 同上、38～39頁。
- ⑤ 同上、444頁。

- ⑥日本経済連合会 [観光統計の整備充実]
第3章、2005年6月21日、4頁。
- ⑦梁 春香「中国の国際観光動向と訪日観光事情——その特徴と背景——」愛知大学現代中国学会編、前掲書所収、52～53頁。
- ⑧<http://ch/livedoor.biz/archives/51128327.html>
- ⑨<http://www.erina.or.jp/Appeal/oppinion/2003/Chaina/ryo2.htm>