

中国人の訪日旅行の動向と嗜好に関する研究

ビジット・ジャパン・キャンペーン（VJC）などさまざまな事業が展開されているインバウンドツーリズムにおいて、今後中国の重要性はますます高まる可能性が大きい。

その中国では、経済の拡大と所得の増加により、日本への旅行が可能な層の人口も増加していると考えられる。しかし、内陸部と沿海部では経済状況が大きく異なり、また沿海部間でも大きな格差があることから、地域別の経済状況や旅行市場の動向を把握した上で、誘客の戦略を立てる必要がある。

そこで本研究では、文献や web 上の情報整理、中国の旅行会社へのヒアリングを通して、中国の都市別の経済状況や訪日旅行の動向について整理を行ったものである。

■ 安達寛朗、塩谷英生

研究報告書の概要

中国人の訪日旅行の動向と嗜好に関する研究

1. 調査の概要
 - 1-1. 背景と目的
 - 1-2. 方法
2. 中国の社会経済の概況
 - 2-1. 中国の基礎的な経済指標
 - 2-2. 地域別にみた経済力
 - 2-3. 所得の格差
 - 2-4. 訪日団体旅行マーケット規模
3. 中国における国外旅行の現状
 - 3-1. 中国における国外旅行の歴史
 - 3-2. 東南アジアへの旅行
 - 3-3. ヨーロッパへの旅行
 - 3-4. オーストラリア・ニュージーランドへの旅行
 - 3-5. 韓国への旅行
 - 3-6. 日本への旅行
4. 中国における訪日旅行情報
 - 4-1. ガイドブックにみる日本旅行
 - 4-2. 中国のホームページにみる日本旅行

1. 本研究の背景と目的

2010年までに訪日外国人旅行者数を1,000万人へと増加させるためには、中国からの旅行者数が200万人程度になる必要があると言われていた。しかしこの目標を達成するためには、中国からの旅行者数の伸び率は年平均で25%増となる必要があり、今後マーケットとしての中国に対する注目が高まることが予想される。(なお、ここ数年の伸び率は、02年が15.6%増、SARSの発生した03年が0.8%減、04年が37.3%増、05年が6.0%増である。)

また、中国のGDP成長率はここ数年10%前後を維持しており、経済の拡大が続いている。これに伴って所得も増加しており、日本への旅行が可能な人口も増加していると考えられる。しかし、内陸部と沿海部では経済状況が全く異なっており、また同じ沿海部でも地域間の格差は非常に大きい。そのため、地域別の経済状況を把握した上で、誘客の戦略を立てる必要がある。

そこで本研究では、文献やweb上の情報収集、中国の旅行会社へのヒアリングを通して、中国の都市別の経済状況をデータで把握するとともに、中国からの国外旅行や日本旅行について整理を行った。

2. 中国経済の概況

1 人口とGDP

中国の人口は、04年末で13.0億人である。人口の増加率は逡減しており、91～95年は1.2%増(年率)、96～00年は0.9%増(同)、01～04年は0.6%増(同)となっている。中国では79年に一人っ子政策が実施され、当時7以上だった合計特殊出生率が今では2以下となった。現在では両親とも一人っ子の場合は子供を2人生むことが可能ではあるが、都市部ではライフスタイルの変化から子供を2人生む家庭は多くはない。

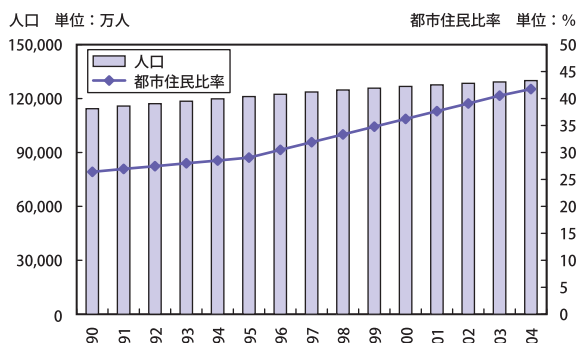
一方で、都市住民人口(都市域に居住する人口)は急激に増加しており、91～95年は3.1%増(年率)、96～00年は5.5%増(同)、01～04年は3.4%増(同)となった。この結果、都市住民比率は04年末には4割を超えている。今後も、

人口は大きく増加しないものの、都市住民比率の上昇が進むことで、都市住民人口は引き続き増加すると考えられる。

地域別に見ると、河南省の人口が最も多く、山東省、四川省と続いている。ただし都市人口に限ってみると、広東省が最も多く、山東省、江蘇省と続いている。

また、年齢分布では上海市や江蘇省、浙江省などの長江デルタ地域や、北京市、天津市などの京津冀地域において、65歳以上の比率が高くなっている。特に上海市と北京市では14歳以下の人口比率が小さい、北京市や長江デルタ地域では世帯人数が少ない傾向にあった。

図1 中国の人口の都市住民比率の推移

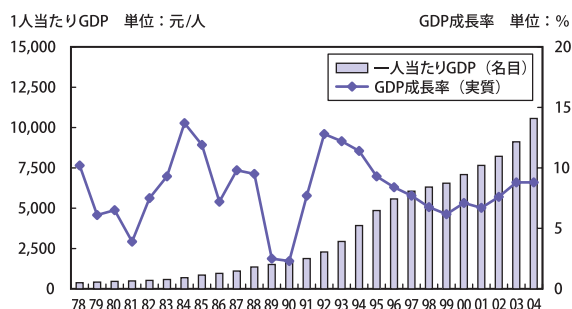


資料：中国統計年鑑 2005

実質GDP成長率は、ここ数年間は5～10%の間に収まっており、経済発展が順調に続いていることが分かる。特に、近年では広東省で自動車産業が発達するなど、産業の高度化も見られる。1人当たりGDPも大幅な増加が続いており、04年には1万円を超えている。

1人当たり域内総生産を見ると、上海市が際立って高く4万円を超えている。続いて北京市と

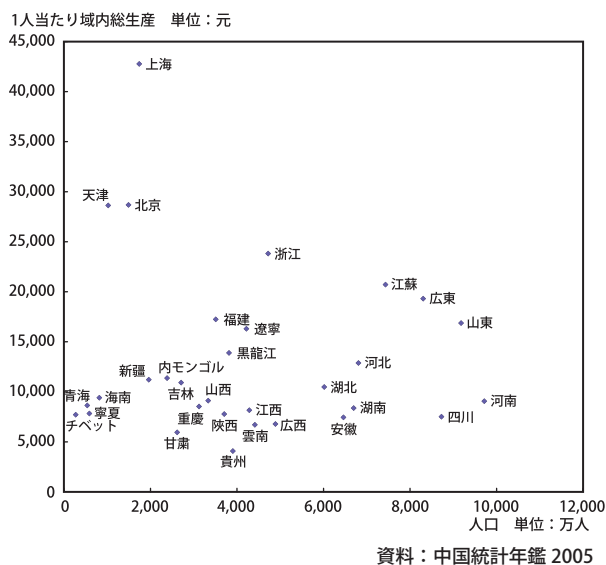
図2 中国のGDPの推移



資料：中国統計年鑑 2005

天津市が3万元弱となっており、浙江省と江蘇省が2万元を超えている。広東省は1人当たり域内総生産は2万元弱にとどまっているものの、広州市や深圳市に限れば上位の都市と同レベルにあると言える。

図3 人口と1人当たり域内総生産



2 所得の格差

中国では、都市住民と農村住民では所得水準が大きく異なる。また、その格差は拡大傾向にあり、00年には2.8倍だった都市と農村の収入の格差が04年には3.2倍に広がっている。こうしたなか、中国の第10期全国人民代表大会では農民の負担軽減、農村の制度改革等、農村部振興の方針を明確に打ち出している。

また、都市間においても格差は大きく、さらに高所得層の方が所得の増加率が大きくなっている。このため、所得格差はさらに大きくなる傾向にある。

表1 都市部における所得格差の拡大(年間世帯可処分所得) 単位：元

	構成比	2000	2002	2004	増加率 (対2000年)	増加率 (対2002年)
最低	10%	9,445	8,189	9,618	1.8%	17.4%
(うち貧困)	5%	8,370	6,773	7,909	-5.5%	16.8%
低	10%	12,354	11,969	14,350	16.2%	19.9%
中の下	20%	15,165	15,437	18,675	23.1%	21.0%
中	20%	18,519	20,170	24,418	31.9%	21.1%
中の上	20%	22,237	25,455	31,385	41.1%	23.3%
高	10%	27,076	32,493	41,020	51.5%	26.2%
最高	10%	35,407	50,909	67,250	89.9%	32.1%

資料：中国統計年鑑 2005

3. 訪日団体旅行市場

1 訪日団体旅行市場の規模

日本への団体旅行に参加できる所得層の目安は、個人の月収が4,000元程度である(広東省旅行会社へのヒアリング結果より)。ただ、北海道旅行など高額な旅行商品になると、月収は10,000元以上の自営業者等がメインターゲットとなる。他のデスティネーションでは、東南アジアであれば一般的な都市住民なら誰でも可能であり、ヨーロッパでは個人月収が5,000元程度、韓国では2,000元程度の消費者がターゲットとなっているようである。

日本への旅行が可能となる個人月収4,000元程度という生活レベルは、中国では夫婦共働きが一般的であるため、年間の世帯収入に換算するとおおよそ10万元になる。そこで、中国の代表的な都市において、年間世帯収入が10万元以上となる人口を推計したところ、杭州市が最も多く59万人、北京市が43万人、上海市と深圳市が23万人となった。また、広東省の年間世帯収入が10万元以上の人口は41万人(深圳市、広州市を含む)となった。これは、北京市とほぼ同じ規模であり、上海市の約1.8倍の人数となっている。

表2 中国からの国外旅行の概要と旅行可能な消費者の個人月収

	最多購入商品概要	最多商品価格帯	旅行可能な消費者の個人月収
東南アジア	①タイ4泊	2,500元程度	一般的な都市住民であれば可能
ヨーロッパ	①5～7カ国8泊前後	12,000元程度	5,000元程度
韓国	①ソウル+チェジュ4泊	4,000元程度	2,000元程度
日本	①関西～東京5泊	7,000元程度	4,000元程度

資料：中国旅行会社のホームページ

表3 世帯年収の分布と世帯年収10万元以上の人口

	3万元未満	3万元以上 5万元未満	5万元以上 10万元未満	10万元以上	市戸籍人口	10万元以上 人口
北京市	53.4%	28.3%	14.6%	3.7%	1163万人	43万人
天津市	86.3%	10.7%	2.4%	0.6%	933万人	6万人
上海市	51.7%	30.4%	16.2%	1.7%	1352万人	23万人
重慶市	85.1%	11.9%	2.4%	0.6%	3144万人	19万人
瀋陽市(遼寧省)	89.5%	8.7%	1.7%	0.1%	694万人	1万人
大連市(遼寧省)	81.5%	15.5%	2.4%	0.4%	562万人	2万人
南京市(江蘇省)	60.8%	26.9%	10.4%	1.9%	584万人	11万人
杭州市(浙江省)	42.9%	32.6%	15.6%	9.0%	652万人	59万人
福州市(福建省)	62.0%	27.0%	8.7%	2.3%	609万人	14万人
広州市(広東省)	58.9%	29.5%	10.6%	1.0%	738万人	7万人
深圳市(広東省)	22.6%	28.3%	35.4%	13.7%	165万人	23万人
西安市(陝西省)	80.2%	15.5%	3.4%	0.9%	725万人	7万人
武漢市(湖北省)	77.7%	16.0%	4.9%	1.4%	786万人	11万人
成都市(四川省)	85.1%	10.9%	3.4%	0.6%	1060万人	6万人
昆明市(雲南省)	63.8%	25.3%	9.4%	1.4%	503万人	7万人

資料：中国統計年鑑 2005、(株)野村総合研究所

2 訪日団体旅行市場の特徴

日本は00年から中国からの団体観光旅行を受け入れており、訪日客数も増加しているが、その増加率は中国から韓国への旅行者数の増加率と同程度で、オーストラリアやニュージーランドへの旅行者数の増加率に比べると穏やかなものとなっている。その要因として、日本は中国と文化的にあまり違わないと捉えられているにもかかわらず、旅行費用が高額であり、また他の国とセットにしたツアーを造成することも難しく、一度の旅行で日本しか訪れることができないことが挙げられる。日本と韓国をセットにしたツアーも、あまり人気は出ていないようである。また、日本はビザ取得の基準が厳しいことも影響を与えている。ビザの申請をする際に、旅行会社には旅行予定客全員に対する面接が義務づけられており、その後実際に面接を行ったかどうかを日本領事館が旅行予定客のオフィスに電話をして確認する。まだ旅行は一般的には高額な商品であり、旅行者の中には同僚には秘密で旅行したいと考えている者も多く、領事館からの電話は旅行を予定している人から嫌がられている。また、電話確認の際に出張等で不在の場合、ビザそのものが発給されないこともある。旅行会社の仕事は旅行商品を売ることであり、ビザ申請のチェックなどの仕事は本来やるべき業務ではないという声も聞かれる。

その中でも、広東省では比較的日本への旅行が人気となっている。その要因として、広東省の人は日本の経済力と技術力を高く評価していること、広東省は地理的にも香港や台湾と近いため、これらの地域からの影響を受けやすいことから、香港や台湾での日本の人気波及したことなどが挙げられる。広東省居住者には、日本の経済力・技術力の象徴であるトヨタの工場見学などは人気が高い。また温泉も人気で、北海道と九州の温泉は特に有名である。桜や紅葉の鑑賞も人気がある。

最近でも、一番人気のあるコースは大阪～富士山～東京というゴールデンルートだが、東京と北海道を組み合わせたものや、九州へのツアーも人気が高まっている。特に広東省では北海道旅行の人気が高く、香港の空港を経由したツアーなども造成されている。同じ北海道旅行でも、これまで札幌や登別方面が中心だったが、知床が世界遺

産になることもあり、道東方面のツアーを計画している旅行会社も見られる。一方、九州は知名度がやや劣り、気候も広東省と似ているため、北海道ほどの人気はないが、実際に旅行した者の満足度は高いため、インセンティブツアーなどを中心に送客している旅行会社が多い。九州は日本の中で一番中国人旅行者を歓迎してくれていると感じる旅行会社も多い。また、東京だけのコース（3泊で5,000元程度）なども人気となっている。その他、旅行会社から格安の航空券が提供されたときに、沖縄3泊3,900元や関西4泊3,000元などの格安ツアーを造成しているところもある。ただ、このような格安ツアーの場合、低廉な宿泊施設を利用し入場料の必要な施設は避けるなど、旅行者の満足度は高いとは言えないツアーとなることもあるようだ。

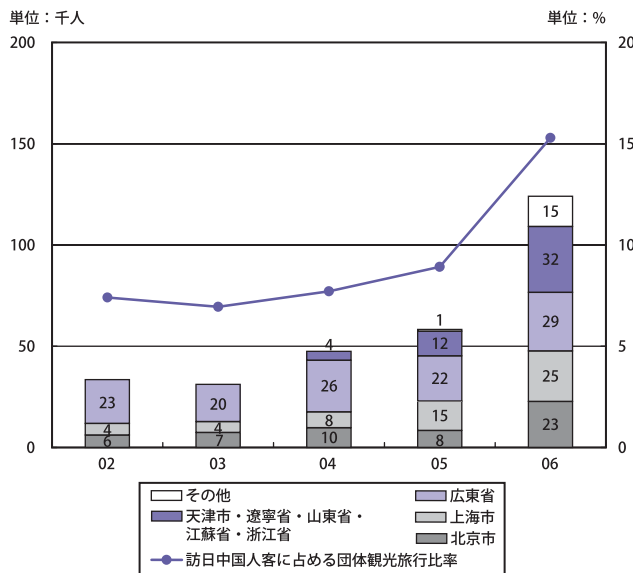
日本の温泉については、露天風呂などの「温泉場の魅力」や、「温泉地の雰囲気や街の景観」が重視されている。特に、中国人にとっては日本の温泉は露天風呂をイメージすることが多く、温泉に宿泊する際に露天風呂がない場合にあらかじめ旅行者に断っておかないと、クレームとなることもある。雪が降る中での露天風呂や、富士山を見ながらの露天風呂は非常に好まれる。ただ、温泉地へ旅行する場合でも、3泊のツアーであれば1泊で十分であると考えられている。また、温泉地の雰囲気は賑やかな方が好まれ、浴衣を着て街をぶらぶらしながらお土産を買いたいというニーズも強い。一方で、温泉の効能については、1泊程度では効果が少ないと考えられており、あまり魅力とは捉えられていない。外湯なども、30人の団体では小さすぎるため魅力的には感じないようだ。露天風呂も、大きいものが好まれる。宿泊施設は、知名度よりも規模が重要で、大きいものが好まれる傾向にあるとのことである。

3 団体観光訪日客の急増

近年では、団体観光ビザを利用して訪日する観光客の比率が高まっており、中国人訪日旅行者に占める団体観光旅行者数比率は06年に15%を超えている。この背景には、ビザ発給地域の拡大のほか、10%前後の成長率を示す好調な経済と、表1で示されているようにその恩恵を高所得層

ほど受けやすいことが挙げられる。

図4 中国人団体観光客数の推移



4. 中国における訪日旅行情報

1 旅行ガイドブック

(1) 紹介されている地域構成比

中国のガイドブック3冊を対象に、日本のどの地域が多く紹介されているかを分析した(ただし、中国のガイドブックでは、神戸は近畿地方に、姫路は中国地方に含まれていることが多いため、ここでは神戸に関するページは「その他近畿」に、姫路に関するページは「中国・四国」に分類した)。

その結果、最も多くのページが割かれているのは「東京」で、全体の17%を占めている。その内容は、皇居周辺や、銀座・新宿・六本木・原宿などの繁華街、明治神宮や浅草寺、美術館・博物館などとなっている。

表4 中国のガイドブックにおける地方別ページ比率

北海道	7%
東北	3%
東京	17%
その他関東	9%
中部	8%
大阪	8%
京都	16%
奈良	5%
その他近畿	3%
中国・四国	11%
九州・沖縄	14%

資料：中国の日本ガイドブック

次に多かったのは「京都」で全体の16%を占めており、特に寺社仏閣に関する記述が目立っていた。「九州・沖縄」も多く、全体の14%を占めている。その内容は、都市的な魅力から寺社仏閣、火山や海洋などまで幅広く紹介されている。

(2) 写真の分類

次に、ガイドブックに掲載されている写真を、①歴史／文化、②自然／風景、③現代生活、④現代技術、⑤温泉、⑥その他、に分類し、それぞれの分類に含まれる写真の数を集計した。

その結果、最も多かったのは①歴史／文化で、写真の39%がこれに分類された。その中でも特に多かったのがA. 建築物で、全体の24%を占めていることが分かる。一方、B. 相撲・舞妓・伝統芸能やC. 伝統工芸(甲冑・刀・小物)は比較的少なかった。寺社や庭園などは、中国の方が本家であり優れていると考えている人が多いため、彼らに大きくアピールするには限界がある。今後は、日本人の精神性や繊細さが込められている伝統芸能や伝統工芸といった側面を前面に出していくことも検討に値する。

次に多かったのは、③現代生活で写真の31%がこれに分類された。その中でも特に多かったのがA. 日常生活で、B. 街並み・街の様子が続いている。これらの分類には、特定の観光資源が主題

表5 中国のガイドブックにおける項目別写真枚数比率

①歴史／文化	39%
A. 建築物(寺社・城・庭園・街並み)	24%
B. 相撲・舞妓・伝統芸能	6%
C. 伝統工芸(甲冑・刀・小物)	4%
D. 仏像・美術	3%
E. その他	2%
②自然／風景	11%
A. 山・森・川・滝	3%
B. 湖・海	3%
C. 自然現象(火山)	2%
D. その他	3%
③現代生活	31%
A. 日常生活・飲み屋・食べ物・労働	12%
B. 街並み・街の様子	7%
C. 宗教・その他祭事(七五三)	4%
D. 農村・漁村の生活	4%
E. 祭り・花見	3%
F. その他	1%
④現代技術	9%
A. ビル・橋・構造物	7%
B. 新幹線	1%
C. その他	0%
⑤温泉	2%
⑥その他	7%

資料：中国の日本ガイドブック

とされているわけではなく、日本人のありふれた生活に関する写真が多く含まれている。このことから、中国人にとっては歴史・文化や自然といった観光資源と並んで、日本人のライフスタイルそのものに対して強い興味を抱いていることが分かる。ただし、これらの写真の中には10年近く前の日本の姿を写しているものも見られることから、正しい日本人のライフスタイルに関する情報を提供していく必要もあると考えられる。

次に多かったのは②自然/風景で、全体の11%を占めている。しかし、これは①歴史/文化や③現代生活に比べると相対的に低い割合となっている。また、⑤温泉は2%と少なかった。日本の魅力としてよく温泉が挙げられるが、現状ではガイドブックにおける取り扱いが小さいことが分かる。

2 ホームページ

中国では05年の中国のインターネット人口が1億人を超過しており、今後も拡大していくことが予想される。こうしたなか、訪日旅行に関してもインターネットは重要なチャネルになると考えられる。そこで、インターネット上の日本旅行に関する情報を整理した。

中国で一般的な検索エンジンである「YAHOO! 雅虎」を利用して、「日本」と「旅游」というキーワードでホームページを検索したところ、検索結果の最初のページに表示されたもののうち最も多かったのは、旅行情報が集積されているホームページで6件あった。次に多かったのは、中国の旅行会社のホームページで4件あった。また、国際観光振興機構の中国語版のホームページも上位から3番目に表示されていた。その他は1件であり、旅行業界とは無関係の企業のホームページであった。

(1) 旅行情報が集積されているホームページ

旅行情報が集積されているホームページは、主に日本の概略の紹介、日本各地の紹介、日本の文化・習俗の紹介、お勧めコースの紹介(旅行会社のツアーコースの紹介)からなっている。このほか、ビザの取得方法などが掲載されているページもあった。なお、多くの場合は日本のみを紹介しているわけではなく、中国国内旅行やヨーロッパ、東南アジアの旅行情報へのリンクが上部と下部に

ある場合が多い。また、これらのホームページのトップページを見ると、日本への旅行情報はあまり目立っておらず、ツアーコースへのリンクが2~3個あるだけ、というものが一般的であった。

日本の概略の紹介では、日本の位置や国土面積などの地理的情報のほか、火山が多く地震が頻発していること、河川の流れが急で滝も多いこと、温泉が至る所にあること、多くの華僑も住んでいること、などが紹介されている。

日本各地の紹介では、なかには「歴史・遺跡」、「テーマパーク」などのカテゴリー別に紹介しているものもあったが、多くは「富士山」、「沖縄」、「北海道」、「京都」といった有名な観光地をいくつか紹介するというスタイルになっている。

日本の文化・習俗の紹介では、お祭りなどの伝統行事や茶道、和食などが紹介されている。ただ、ページによって情報量に大きな差があった。

お勧めコースの紹介(旅行会社のツアーコースの紹介)では、5~10個程度のツアーへのリンクがあり、リンク先では旅行会社が実際に造成しているコースのツアーの概略(日数や訪問都市、観光内容、価格など)が紹介されている。これらと併せて、造成した旅行会社の連絡先や質問フォーム機能がある場合が多い。また、なかにはそのホームページからインターネット経由での予約機能を持っているページもあった。

(2) 旅行会社のホームページ

旅行会社のホームページについては、ほとんどがツアーコースの概略(日数や訪問都市、観光内容、価格など)のページへのリンクとなっている。ただ、これらのページには1つのコースしか掲載されておらず、説明も文章によるものがほとんどで、写真等は一切ない場合が多い。他の日本旅行のコースへのリンクもなく、日本旅行の情報は非常に少ないと言える。

また、これら旅行会社ホームページのトップページでは、日本ツアーへのリンクが2~3個あるだけで、日本への一般的な旅行情報は特に整理されていない場合が多かった。ただ、これは日本に限らず他の方面についてもほぼ同様であった。旅行会社のホームページの中には旅行情報サイトへのリンクを設けているものもあったが、一般的なデスティネーションに関する情報を伝達する機能は充実しているわけではないと言える。