

九州と韓国の観光流動と観光連携

千 相 哲

1. はじめに

九州では、2005年4月に九州7県の行政、民間が一体となって、国内大都市圏と東アジア諸国・地域からの観光客誘致に取り組むことを目的に「九州観光推進機構」が設立された。“九州は一つ”の理念に基づき、地域の自律的、一体的な発展に向けて九州地域全体の連携を図り、九州のイメージづくり、情報提供、ネットワーク化といった戦略に取り組んでいる。東京、大阪、名古屋などの大都市圏と東アジアを重点マーケットに、2003年に約45万人であった九州7県の入国外国人数を2010年には100万人に、宿泊客数をそれまでのピークであった1996年の約4,900万人を上回る5,000万人にすることを目標としている。

多くの自治体が、これからの人口減少が消費需要を中心とする国内市場の縮小要因となって経済成長を阻害するといった危機感をもち、国内消費需要の減退を補うための観光交流人口の誘致に強い関心を示している。観光交流人口を誘致するには地域全体の魅力を向上させていくことが重要であるが、戦略的に広域連携に取り組み、多様化している観光客のニーズに応えることも必要である。広域連携によって観光魅力の面的拡大とPRが図られるからである。

世界がモノ・カネだけではなく、ヒトのグローバル化も進展するなか、インバウンド旅行の誘致においても連携の役割が大きくなっている。九州観光推進機構もそうであるが、自治体の外国との連携も本格化している。

本研究では、九州の国際観光の状況を日本と世界の観光潮流から考察しながら、なぜ九州観光の振興にインバウンドの取り組みが重要であるか、そしてそのターゲットとして東北アジア、とりわけ韓国からの旅行者誘致が必要であるかについて九州と韓国の観光交流の状況から考察するとともに、韓国人旅行者の旅行スタイルの変化からそのニーズにどう対応していくべきかについて検討する。さらに福岡市と釜山広域市を中心に連携のあり方と課題を明らかにする。

2. 九州観光の現状

(1) 伸び悩む国内観光

九州では、昭和46年～48年に新婚旅行のメッカとして南九州がもてはやされた時期があった。そしてバブル期の空前のリゾートブームによる大規模旅館時代の集客とテーマパークの人気で台湾からの旅行者で賑わった時期もあった。しかし、現在は沖縄、北海道と比べ、相対的に集客は減少傾向にある。

図1は、JTBグループにおける宿泊券販売データ（JTB宿泊白書2003）に基づいた年度別の宿泊人数の推移を表したものである。これによると、1997年度を100とする指数では2002年度に沖縄は155、北海道は115となっている。全国平均が105であるのに対し、九州は89と厳しい状況である。沖縄の観光は海洋博を期に整備された宿泊施設を中心とする観光施設の供給、それをフル稼働させるための誘客キャンペーン、そして再び施設の供給といった構図のなかで成長してきた。北海道の場合、官民一体のセールスプロモーション

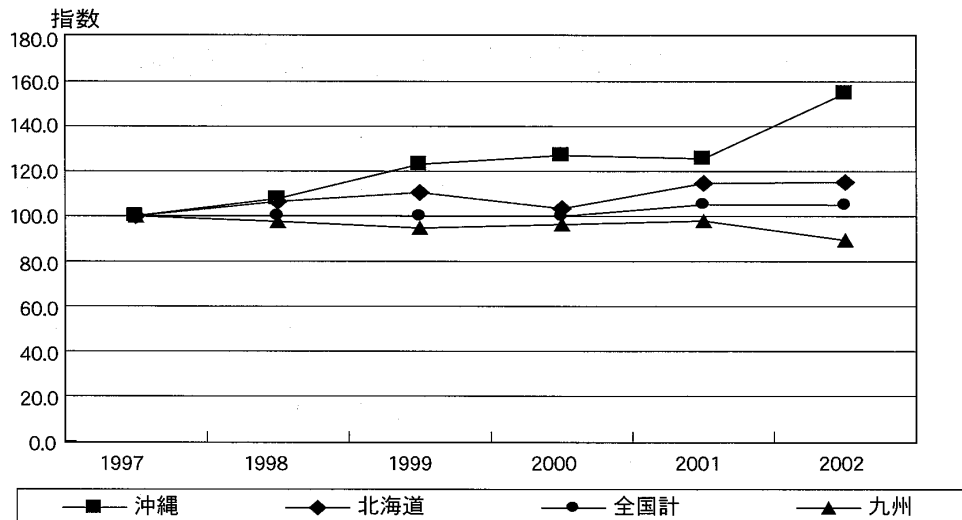


図1 年度別・地域別宿泊人数の推移

資料：(株)ツーリズム・マーケティング研究所『JTB宿泊白書2003』

と誘致キャンペーンが大きな力を発揮し、外国人、特に台湾からの観光客の誘致に成功した。九州で台湾観光客が低迷し始めたのは1998年からであるが、この時期を境に北海道の台湾観光客は同年の93,700人から2005年には276,800人と3倍も増加したのである。

九州の自治体の中には「昭和の町づくり」に取り組んでいる大分県の豊後高田市(約25,000人(平成13年)から約250,000人(平成17年))、焼き物・歴史・景観を活かした観光地づくりに取り組んでいる佐賀県伊万里市(約139万人(平成元年)から約175万人(平成17年))などのように観光客数を伸ばしているところもある。しかし県単位で観光入込客数の推移をみると、伸びているところは福岡県のみで他は概ね横ばいか減少傾向にある(図2)。

地域の経済に大きく影響する宿泊客の状況をみても九州の宿泊旅行者数は、1997年を100とする指数で、福岡県は1997年と同じ水準であるが、他県は全体的に減少傾向である(図3)。1995年から2002年の間に、沖縄は47%増加し、北海道でも6%増加したのに対し、九州は5%減少した。

(2) 低迷の理由

それではなぜ、九州の観光が低迷しているのか。その理由の一つは、大型温泉中心の団体観光客誘致の態勢である。九州で知名度の高い観光地は温泉地が多い。『観光新聞』の「プロが選んだ100温泉」や『じゃらん』の「九州山口人気観光地」などをみると、人気があるところは湯布院と黒川、そして老舗の温泉観光地である雲仙、別府、指宿、霧島、嬉野などである。JR九州東京支店が旅行会社に提案している東京発の九州旅行モデルコースをみても、これらの温泉に福岡、長崎、鹿児島市内やハウステンボス、阿蘇山、有田、島原半島などを入れた三日日程のものが主流である。

現在、温泉に宿泊する人数は年間1億4000万人で、バブル期に比べれば500万人減であるが、それ以前の高度成長期と比べれば3000万人増である。温泉人気は根強いと言える。しかし、温泉中心の九州観光が低迷しているのはなぜか。バブル期の空前のリゾートブームによる大規模旅館時代が去り、バブル崩壊後の団体ツアー客が減少したこと、そして大型温泉観光地が多かった九州は旅行者のニーズの変化と強まる個人旅行の傾向に対応が遅

九州と韓国の観光流動と観光連携

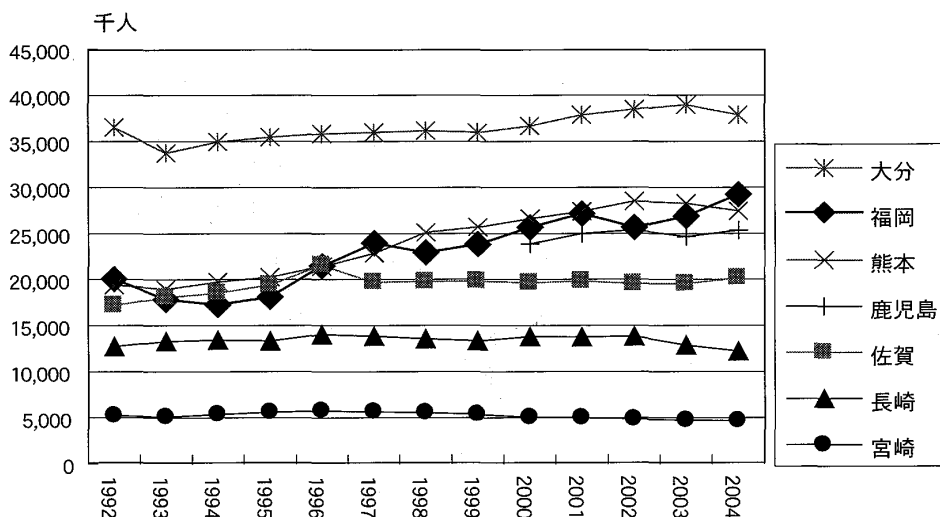


図2 県別県外観光入込客数の推移

資料：九州運輸局企画振興部『九州観光要覧』

注：鹿児島県のデータは、1999年までが宿泊延べ人数、2000年以降からが宿泊及び日帰り延べ人数であったため、2000年以降のデータのみを掲載した。

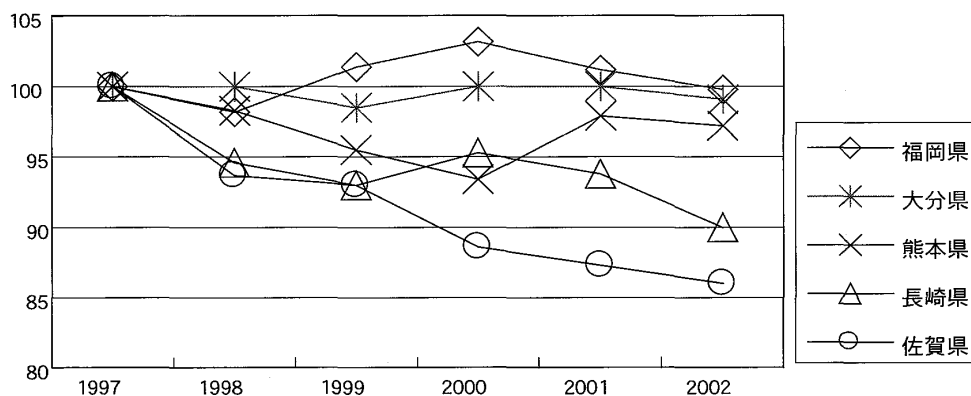


図3 県別宿泊旅行者数の推移

資料：生活情報センター『全国観光地観光客データブック』

れたことが大きな要因である。旅行の個性化、多様化が叫ばれている今日において、観光地としての温泉地と規模の大きい老舗の温泉旅館がすべての客層に対応するのは無理である。にもかかわらず大型温泉旅館中心の誘致に頼り、地域に根ざした新しい資源、魅力の掘り起こしや客を誘致するための新しい旅行スタイルやコースの提案などの戦略が遅れた。

図4は、ジェーティビー、近畿日本ツーリ

ストなど東京所在旅行代理店の旅行パンフレットからみた九州の旅行コース及び主な観光地を示したものである。九州観光の全盛期におけるモデルコースはS字ルートと呼ばれ、福岡空港から九州に入り、長崎（泊）から雲仙（泊）へ、島原港から船で三角港に渡り、熊本、阿蘇、別府（泊）、宮崎（泊）、鹿児島（泊）を巡り、鹿児島空港から帰路につくという九州全域5泊6日コースであった（横山 2000）。現在も九州全体を周遊する観

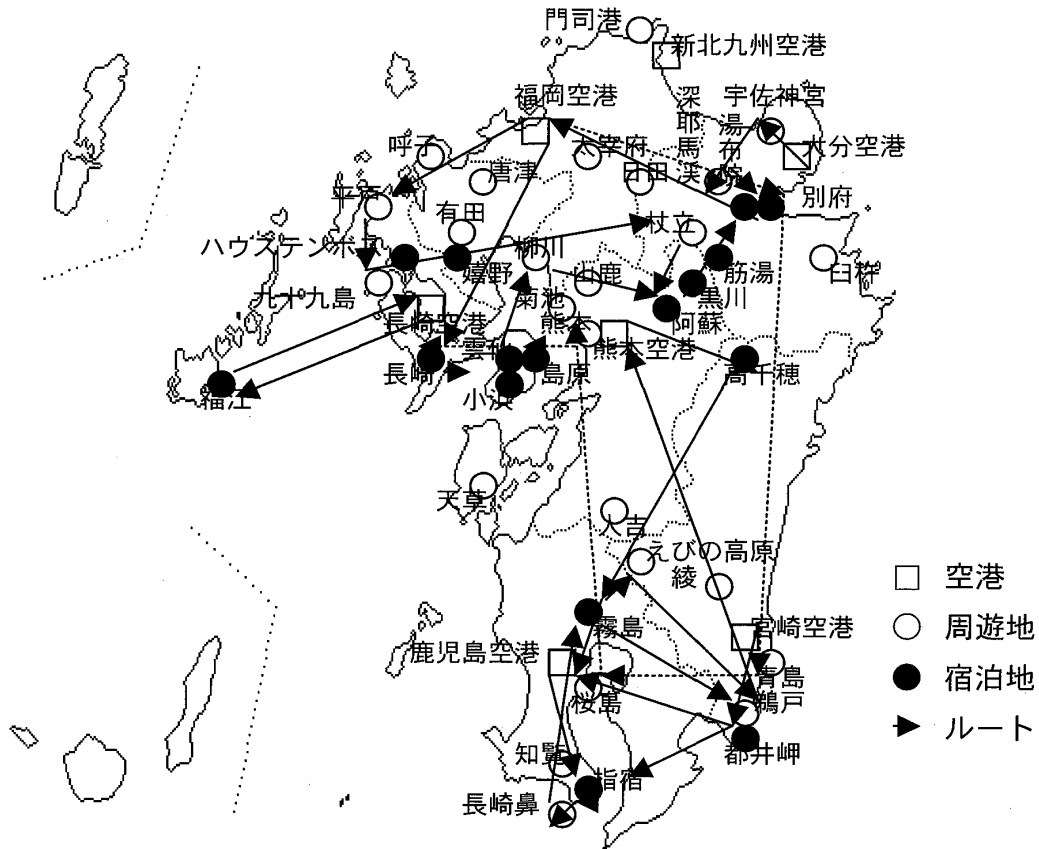


図4 九州の観光地と観光コース

光コースは少なく、北部九州の観光周遊圏と宮崎県と鹿児島を結ぶ周遊圏が主体となっており、旅行者の温泉入浴への高い関心と志向が続いていることもあって温泉がメインの2泊または3泊が主流となっている。変わったことといえば、宿泊地としては福江、都井岬、高千穂などの自然観光地が増え、周遊地においても大分自動車道の全通による沿線地域が増えたことである。地域づくりに成功し、新たにルートに組み込まれた観光地もあり、面的広がりを見せているが、まだ少ないのが現状である。今後温泉地は長期滞在が可能な温泉地を目指し、長期滞在に耐えうるようにレクリエーション・文化観光施設の充実を図ることや、個人客に対応している周辺観光地との連携を密にすることが必要である。

一方、九州のインバウンドにおいては、台湾人旅行者の減少が大きい。1997年の

116,616人をピークに2004年には84,508人とどまっている。1995年から台湾観光客が九州へ急増した要因は、テーマパークであった。各テーマパークは共同または独自で台湾をターゲットにした誘客プロモーションを展開した。東京、大阪に比べて格安チケットが利用しやすく、割高感があったにもかかわらず多くの台湾観光客を誘致することができたが、観光客を囲い込もうとしたあまり新たな観光ルートの整備と提示ができないままブームは終わってしまった。

3. インバウンド旅行の意義と九州における重要マーケット

(1) 観光振興のシナリオとインバウンド

日本の観光を振興させるためには、いくつかのシナリオが考えられる。その一つは、人口増とそれに伴う観光参加人数の増加であ

る。もう一つは、人口増がない場合、国民の年間観光参加率が増えるか年間観光消費額が伸びていくことである。もう一つは外国人旅行者が増えることである。人口が増え、なおかつ観光参加率と観光消費額が伸びていくことに越したことはないが、昨今の可処分所得や人口の推移から極端に伸びていくことは考えにくい。団塊世代の観光参加による観光量の増加が期待されるが、これも一時的な現象として受け止めるべきであろう。そうすると、年間の観光参加率を伸ばしながら外国人客を誘致し、交流人口を増やしていくことが必要かつ考慮すべき選択肢の一つである。

日本では、観光は長らく片隅の産業として据え置かれてきたが、今は国づくりの重要な柱として位置づけられ、2003年から国を挙げて訪日外客数を2010年までに1000万人に倍増させるという「観光立国」への取り組みを加速している。その背景には国際観光到着者数において世界30番台と低迷していることもあるが、グローバル化が進む中で国際観光人口の増加と近隣諸国との国際的な交流が活発化してきた経緯が挙げられる。国内事情としては日本の人口が長期的な減少局面に入り、定住人口の成長が望めない状況において、今後飛躍的に増加が見込まれる世界の国外旅行者を誘致し、交流人口や親日派を増やし、さらには観光を新規産業として振興させ国内経済が停滞するのを避ける狙いがある。

日本はこれまで幾度のインバウンド旅行（訪日外国人の旅行）の振興策を図ってきたが、その成果はほとんど見られなかった。その理由は、受入体制の未整備や観光業界のインバウンドへの関心の低さによるところが大きい。長い間、国内の巨大市場をターゲットにしてきたためにインバウンドの観光ビジネスモデルや人材が不足している。国際観光振興のためには、サービス産業の国際競争力引き上げが不可欠である（額賀 2006）。日本では2割に過ぎない製造業が、残りの農業、サービス産業等約8割の所得を支えている

が、その8割の非効率性が内外価格差を生んで、国民生活の改善を妨げるとともに、所得補償的な財政負担を高めていた。8割の大部分を占めるサービス産業の国際競争力強化が必要であるが、その観点からもインバウンドの育成が求められる。

(2) 世界観光の潮流—域内観光

世界は、「大観光交流時代」に向けて進みつつある。世界観光機関（WTO）の推計によると、2004年の全世界の外国旅行者数は約7億6,328万人（2000年、6億8,000万人）に上った。さらに同機関は2010年には10億人に、そして2020年には16億人になると長期的展望を発表している。“21世紀における国際社会のリーディング産業は観光産業”と称する所以である。すでに世界で飛躍的な発展を続けている観光産業は、世界全体の総生産の11.4%を占め、同時に2億人の雇用がある世界最大級の産業となっている。なかでもアジア特に東アジア地域での観光の伸びが著しく、世界全地域で最大の伸び率を示している。

このような伸びを支えているのが域内観光である。WTOの推計によると、世界全体で1年間に7億人を超えると推計されている国際観光客の受け入れ数を地域別にみると、欧州が4億人を超えて世界全体の5割を上回る圧倒的シェアを占めている。受け入れ国際観光客の世界上位10カ国のうち、欧州諸国は、フランス（第1位）、スペイン（第2位）、イタリア（第4位）、イギリス（第6位）、オーストリア（第7位）、ドイツ（第9位）と、実に過半の6カ国を占めている（順位は03年）。とりわけ第1位のフランスの年間7,500万人、第2位スペインの同5,200万人はそれぞれの自国の人口（フランス6,000万人、スペイン4,100万人）を大きく上回り、両国は世界の観光大国としての地位を確立している。

このような欧州における国際観光の特色は、欧州諸国圏とりわけEU（欧州連合）加

盟国間の域内交流が中心となっていることである。例えば世界最大の外国人観光客受け入れ国であるフランス、スペインが受け入れた外国人観光客のうち、欧州内他国からの観光客は、いずれも9割前後と高い比率を占めている。一方出国観光客数で世界1のドイツの場合、目的地として他の欧州諸国を訪問するドイツ人観光客が9割を超えている。欧州の人々は、欧州内の他国に行き、また欧州内の他国から観光客を受け入れ、域内交流の密度を高めるというかたちで、国際観光を活性化させてきた。

一方、東アジアの域内観光は、欧州と違ってこれまで日本の周辺国が海外旅行を頻繁に行うほどの経済状況ではなかったため、その規模は欧州と比べて小さい。他アジア諸国で海外旅行が自由化されたのは1979年の台湾を始め、1989年の韓国など、時代的には1980年、90年代に入ってからである。現在は、その規模が大きく拡大し、特に、東アジア・太平洋地域の国際観光客は2000年から2010年の間に年平均7.7%の大きな伸びを示すと推計されている。さらにアジアを見渡せば東アジアの域内観光が大きく増加している。このような流れは中国を中心にさらに拡大し、東アジアの観光時代が到来することは間違いのないであろう。

(3) 日本の国際観光

日本の国際観光政策は従来、外貨獲得と国際間相互理解を二大目標として外国人観光客誘致に重点がおかれてきた。しかし高度経済成長を成し遂げ、国際収支も黒字基調になったことで外貨獲得はもはや目標ではなくなり、諸外国との相互理解の増進に重点が移っていた。

その潮流の中で、日本人観光客の海外旅行を促進する様々な政策が進められてきた。その結果、2000年には過去最高の1700万人を記録した。2001年以降は、アメリカ同時多発テロやインドネシア・バリ島での爆弾テ

ロ、SARS（重病急性呼吸器症候群）などのマイナス要因が続き、落ち込みもみられた時期もあったが、2005年には1740万人となり、2000万人海外旅行時代が目の前にある。

JATA（日本旅行業協会）は新たな時代のテン・ミリオン計画として20ミリオン計画を打ち出している。2007年までに日本人海外旅行者数を2000万人にするというもので国土交通省など行政との連携を推進していくこととしている。

一方、インバウンドへの取り組みは1995年に政府の政策審議会が「今後の観光政策の基本的方向について」を答申し、これを受けて1996年に「ウェルカムプラン21」が提言されて以来、インバウンドが政策として推進されるようになった。その結果、1997年にはこれまで200～300万人台を推移していた訪日外国人観光客が400万人台に到達するという成果をあげた。しかし、この「ウェルカムプラン21」の提言には日本の地域振興のために訪日観光振興を利用するという側面が強かった。つまりインバウンド自体を伸ばそうという意識はこの頃まだまだ乏しかったのである。とはいえ、現在のインバウンドは、停滞する国内客の伸びを補い、地域振興のための重要な対象となりつつある。

2003年4月より、日本を訪れる外国人旅行者を2010年までに倍増させ1000万人にすることを目的として国、地方公共団体及び民間が共同して取り組む戦略的キャンペーンである「ビジット・ジャパン・キャンペーン」(VJC)が展開されている。VJCにおいては、官民一体となって海外の旅行会社に対する魅力的な訪日観光の商品造成支援や、国外の旅行関係者の商談会の設置、海外メディアを活用したCM戦略などの広告戦略活動を中心に実施している。

(4) アジアからのインバウンド

現在最も訪日客が多い北東アジア地域は将来においても最も有望なインバウンドマー

ケットである。世界観光機関（WTO）の発表によると、東アジア・太平洋地域の国際観光客到着者数は1995年の8,100万人から2010年には1億9,500万人、2020年には3億9,700万人に達すると推計されている。2020年までの同地域の年平均伸び率予測は6.5%と全世界平均の4.1%を大きく上回り、これにより世界における同地域のシェアは1995年の14.4%から2020年には25.4%と11ポイント増加することになる。域内旅行においても東アジア・太平洋地域の伸びは年平均6.6%であり、世界各地域の域内旅行率3.8%を大きく上回る成長が期待されている。また、世界の他地域からの到着の伸び率は域内伸び率を下回る6.2%であり、地域内移動が全体の伸び率を押し上げることが期待される。

一方、発地からみる東アジア・太平洋地域からの国際観光客は4億500万人に達し、1995年からの年平均伸び率は6.5%（全世界平均4.1%）となる。同地域はアウトバウンドマーケットにおいても、1995年の世界シェア15%から世界の4分の1のシェアを担う予測である。日本の国際観光はこの急成長する同地域のマーケットをどのように取り込むか、他国との観光客誘致競争にどのように対抗し、顧客を獲得していくかが重要となってくる。

2003年から訪日旅行者数の上位5カ国を重点マーケット¹⁾として設定し、VJCを行っているが、この5カ国のうち米国を除く韓国、台湾、中国、香港が北東アジアである。日本のインバウンドではもっとも重要な国・地域である。特に九州は北東アジアとの域内観光の割合が90%を超え、他地域よりも緊密な関係にある。

4. 九州のインバウンドと訪日韓国人旅行

(1) 韓国特化のインバウンド

韓国人の出国率は日本（13%）を大きく上回る約21%である（2005年）。旅行目的地と

しての日本は中国（284万人）に次ぐ2番目であるが、韓国では海外旅行志向が非常に強く、2004年から導入された週休二日制の段階的实施、昨今のウォン高による日本旅行への割安感が増したことなどが海外旅行の追い風となっている。2005年に愛知万博を機に免除されたビザが、2006年3月1日から恒久化されたことも大きい。図5は、日韓の交流人口の推移を表したものであるが、日韓の交流人口の構成比をみると、1980年に日本が86%を占めていたが、2005年1月～9月までの統計では58%と、韓国人の訪日旅行者が大幅に増加している（図5）。2006年の日韓交流人口は400万人に達した。国間の相互交流人口においてはアジアで一番多い。

九州のインバウンドは、アジアからの旅行者が全体の93.1%を占め、全国の69.3%（2004年）に比べて高いのが特徴である。中でも韓国からの旅行者が全体の61.0%（全国26.3%）を占め、韓国人旅行者に特化している。次いで台湾が15.0%（全国16.5%）、中国が7.7%（全国11.0%）の順である。訪日韓国人旅行者は1989年に海外旅行が自由化されてから、アジア通貨危機による減少はあったものの、これまで順調に伸び続けている。台湾からの旅行者は1997年をピークに減少し、その分が北海道に移行したが、韓国からの旅行者増によって全体の伸び率を維持していると言える（図6）。

(2) 博多(海)からの韓国人旅行者の増加

韓国人訪日旅行者の増加を港別にみると、羽田（空）と博多（海）が大きく伸びている。羽田は2003年11月に日本航空、全日空、大韓航空、アジアナ航空が金浦線就航し、2005年8月には週56往復に倍増したことによる。福岡空港の入国者数は31万人（2004年）であるが、新規の入国者数は20万6千人、そのうち韓国人は10万7千人である。博多（海）は、入国者数が14万2千人（2004年）で新規は13万人、そのうち韓国人が12万6千人である。

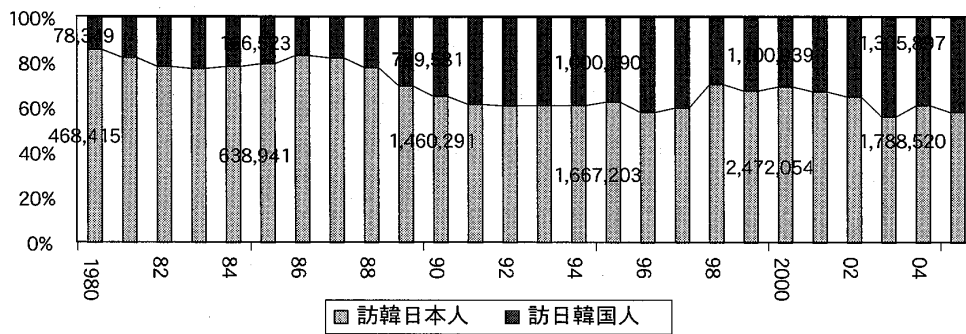


図5 日韓の交流人口の推移

資料：国際観光振興機構『JNTO 国際観光白書』

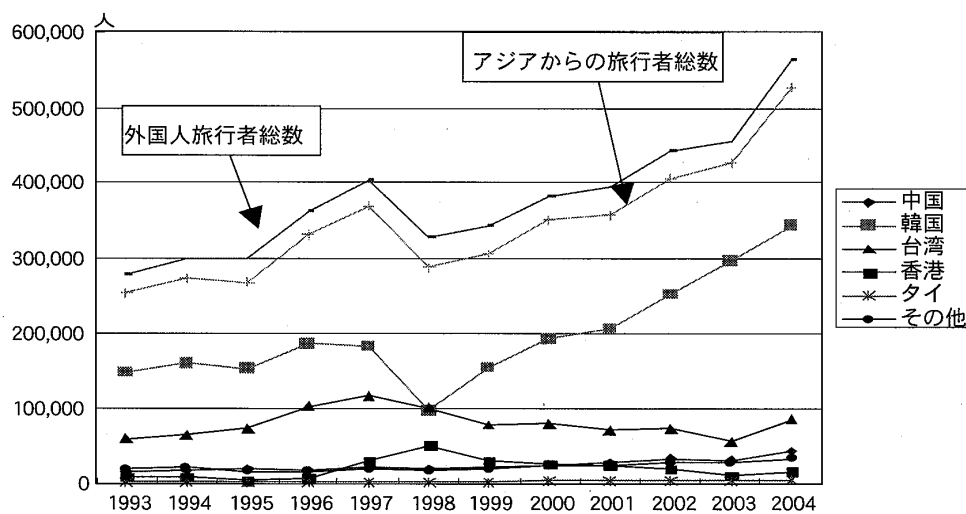


図6 アジアから九州への国・地域別外国人入国者数の推移

資料：出入国管理統計年報

注：2005年は1～9月までの統計

九州への韓国人旅行者は博多港を利用する割合が高い(図7)。

韓国人の博多(海)利用者は、日韓間の航路・便数の増加、ダイヤの改善によって大きく増加した。表1は、日韓の海峡を結ぶ航路を示したものであるが、1991年に始まったビートルの就航から1998年には「ジェビ」、2002年には「KOBEE」が加わったことによって、1日7往復の体制(繁忙期、通常は5-6往復)となり、利便性が向上した。またそれに伴って博多発の最終便が午後2時15分となり、時間帯の選択幅が広がったこと

が旅行者増につながった。

(3) 韓国系企業の参入

1987年の総合保養地域整備法(リゾート法)制定を契機に、官民連携による実現が試みられた観光・リゾート開発は、バブル崩壊後は地域の不良債権となるケースも少なくなかった。また、歴史的に伝統のある温泉旅館やホテルも不況に伴う企業需要の低迷により経営が悪化していく例がみられた。

このような状況で、外資系企業が買収・再生の担い手として名乗りをあげ、九州に参入

九州と韓国の観光流動と観光連携

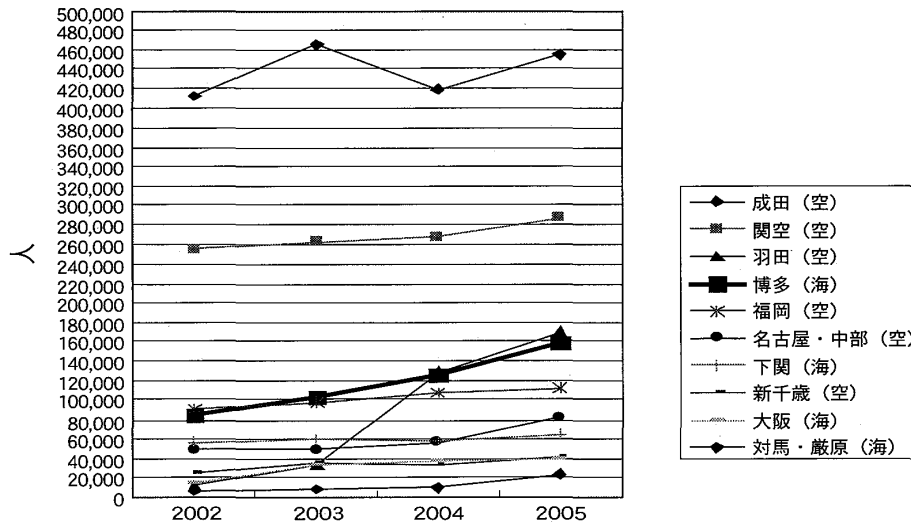


図7 韓国人・港別新規入国者数の推移

資料：出入国管理統計年報

表1 日韓の航路

航路名	船名 (船籍)	開設年月	就航年月	運行形態
下関－釜山	はまゆう (日)	S 45. 6	H10.8	共同運航 (毎日1往復)
	星希 (韓)	S 58. 5	H14.5	
博多－ 釜山	ニューかめりあ (日)	H 2.12	H16.7	週6往復
		H 3. 3	H 3.3	
	ビートル二世 (日)		H13.4	2社4隻の共同運航
	ビートル三世 (日)		H10.5	
	ジェビ (日)	H10. 5	H15.7	
	ジェビ2 (日)		H14.2	
	KOBEE (韓)	H14. 2	H14.9	
KOBEEⅢ (韓)		H16.3		
KOBEEⅣ (韓)				
厳原, 比田勝－釜山	シーフラワー (韓)	H12. 4	H12.4	

資料：JR九州の時刻表

した例がある。表2は外資系企業の九州進出の例を示したものであるが、そのひとつが、米投資会社のリプルウッド・ホールディングス (現RHJインターナショナル) によるフェニックス・シーガイア・リゾートの再建である。韓国からのゴルフプレーヤーの増加による韓国資本参入もある。韓国のゴルフ人口は300万人で、ゴルフ場数は全国で190カ所余り (2005年) である。日本のゴルフ場1カ所

当たりのゴルフ人口4,000人に対し、韓国はその4倍に当たる。圧倒的な需要過多によって週末は予約が取れず、料金は2ラウンドすれば5-6万円の費用がかかり、海外へのゴルフツアー料金とさほど変わらない。海外ゴルフの人気旅行地は地理的に近い日本や中国であるが、日本はゴルフ場施設がよく整備され温泉も楽しむことができるため、高品質という評価を受けており、熟年層のカップルな

表2 外資系企業の進出例

	対象企業	進出企業	本社所在地	開始時期
福岡県	ホークスタウン	コロニーキャピタル	米国	2004年4月
福岡県	—	旅行博士 ハナツアー・ジャパン	韓国 東京都	2004年9月 2006年9月
長崎県	ペニンシュラ オーナーズ ゴルフクラブ	韓国産業洋行	韓国	2004年3月
長崎県	長崎空港カントリークラブ	韓和グループ	韓国	2004年8月
宮崎県	フェニックスリゾート	RHインターナショナル	米国	2001年9月
	フェニックス国際観光			
	北郷フェニックスリゾート			
沖縄県	日光アリア	ゴールドマンサックス	米国	2003年2月
沖縄県	ロワジールホテルオキナワ	ローンスター	米国	2005年9月

資料：各種報道関係資料

どに特に人気が高い（国際観光推進機構 2006）。旅行会社の中には収益率の高いゴルフ旅行商品の造成・販売に力を入れているところもあるが、韓国ソウル市に本社を置くゴルフ用品関連会社の韓国産業洋行は、2004年3月に長崎県のペニンシュラ オーナーズゴルフクラブを買収した。また、同年8月には韓国財閥の韓和グループが長崎カントリー倶楽部を買収した。買収対象となるゴルフ場は、都市部からのアクセスの良好さ、ゴルフ場付近の空港に韓便があること、韓国からのプレーヤーが多い秋冬の6ヶ月間にプレーが可能なことなどが充たす条件とされる。買収に加えて提携も含めると、韓国資本の進出は長崎県にとどまらず福岡、熊本県にも及ぶ。ゴルフ場が韓国資本で運営されていることで韓国からのゴルフプレーヤーが気軽に来訪できれば、周辺地域での宿泊や買い物などでその地域に経済効果を及ぼすとともに、日韓の交流強化にも繋がっていくとみられる。

さらに、韓国資本による投資活動は、宿泊・娯楽施設のみならず関連産業にまで波及している。2004年9月には、韓国人観光客をターゲットにした貸し切り観光バス会社「旅行博士」が設立された。同社は韓国から

九州への観光客が増えていることに着目し、チャーター便ではなく自社便を持つことで、韓国で人気の高い温泉地やゴルフ場の多い阿蘇地域などでツアーを組み、事業強化を目指している（新田 2006）。2006年9月には、東京都に本社のあるハナツアー・ジャパンがインバウンド主体の日本で2番目の拠点となる「ハナツアー・ジャパン九州連絡事務所」を開設した。

韓国資本による観光関連企業の買収または設立は、韓国人の訪日旅行者の増加を見込んだ動きとも言えるが、このような流れは、人とカネの循環といった連鎖効果を生み、潜在客の掘り起こしや観光客の増加につながる。

(4) 博多港から入国する韓国人旅行者の行動

高速船またはフェリーを利用して博多港から入国する旅行者の旅行期間は、1泊2日が28%、2泊3日が46%で、合わせて74%を占めている。韓国人個人旅行者の旅行期間は大きく3日以内、5日以内、7日以内と8日以上に分けられる。これには、韓国内の有給休暇制度、週休二日制などの要因による影響もあるが、外国から日本を観光目的で訪れる人が購入できる特別企画乗車券ジャパンレール

パスの利用期間が7日間、14日間、21日間と3種類あること、釜関フェリーまたは高速船と韓国鉄道の新幹線と在来線の利用が可能な日韓共同切符の利用期間が5日間、7日間と2種類あること、そして九州での利用可能な高速バスの乗り放題切符SUNQパス²⁾の利用期間が3日間であることなどの影響もある。ビザ免除の措置などにより、地理的に近いという距離感をより感じやすくなった。旅行しやすい状況になればなるほど、再訪問率が高くなり、より安く旅行できる方法を選択するようになる。割引切符の利用者が増えると、切符の利用期間によって旅行期間が決まることになる。割引切符を利用しない旅行者のなかには、1泊2泊日程の旅行者が多いが、九州内での旅行期間は長くて4日である。

1) 日常的な感覚の旅行スタイル

九州の韓国人旅行者の多くが博多（海）からの入国である。ここでは博多港を利用する旅行者の旅行スタイルについて韓国のネット上のブログから考察することにした。ネット上のコミュニティであるコピー体験記の掲載サイトがあるが、これはコピーの運行から半年後にコピーの運営会社が仕掛けたものである。また他のブログも検索した結果、2002年から現在までコピー利用の韓国人旅行者の日本での関心事と観光行動に変化

がみられた。2003年までは興味対象として「ファッション」、「ショッピング」、「食べ放題」、「回転すし」、「100円ショップ」、「ラーメン」のような文字がよくみられたが、2004年以降はこれらとともに「日本文化」、「温泉」（日帰り）、「漫画」、「屋台」などがよくみられるようになった（表3）。これは訪日韓国人旅行者のリピーター率が50%を超えている事実からも理解できる。即ち、日本旅行に慣れた人が日本文化・生活体験を求めるようになったということである。福岡市内のメインとなる観光スポットはすでに行ったことがある。次はどうするかとなると、遠方に行くか、これまでと違った市内観光を楽しむことになる。そこで出てくるのが日本人のような生活感覚を味わってみたいという欲求である。このような性向は、韓国政府による日本文化開放政策による影響も大きい。文化開放政策は1998年の1次開放から2004年の4次開放、そして2006年に全ての開放につながるが、2004年から映画、ビデオ、レコード、ゲームソフト、放送、劇場用アニメが開放された。本場で本物に触れてみたいという欲求が旅行の動機付けとなり、現地での旅行行動、意識に影響していると考えられる。

2004年以降、主な観光地・観光スポットに湯布院、黒川温泉と、都心周辺の日帰り温泉施設、そしてアサヒビール園、福岡防災市

表3 ネット上のコミュニティからみる日本旅行の関心事と主な観光地・スポット

	関心事	主な観光地・観光スポット
2002年～	ファッション、ショッピング、食べ放題、100円ショップ、回転すし、ラーメン	キャナルシティ、川端、櫛田神社、大濠公園、マリノア、百道、福岡ドーム、福岡タワー、天神地下街、天神ゆの華、福岡市立博物館、ダイエー、福岡城、中洲、博多ふるさと館、住吉神社、ヨドバシ、二日市温泉、太宰府、都久志の湯、原鶴温泉、長崎、ハウステンボス、別府、阿蘇山
2004年	日本文化、温泉、漫画、屋台	ダイヤモンドシティ、魚半温泉（日帰り）、湯布院、西公園（花見）、ベイサイドプレイス、リバレイン、福岡アジア美術館、親不孝通り、博多一番街、薬院温泉（しろやまのゆ）、アサヒビール工場、博多座、海の中道、西新、黒川温泉、市民防災センター、久山温泉

民センター、海の中道、ダイヤモンドシティなどが加わった。日本人の普段の生活が垣間みられるところが多い。海の中道は家族連れに好評であり、2004年にオープンした大型ショッピングセンターであるダイヤモンドシティは、キャナルシティの郊外版という感覚で楽しまれているようである。ダイヤモンドシティへのアクセスの良さも買われている。福岡空港国内線ターミナルからのシャトルバスと博多駅交通センターからのバスが運行されているが、博多駅周辺には韓国人旅行者の利用するビジネスホテルが多い。

2) 記号化する旅行スタイル

短期間の旅行者は、福岡市内と太宰府などの周辺地域を観光するケースと、福岡を拠点としてハウステンボス、長崎、熊本などを日帰り観光するケースがある。福岡市内での旅行スタイルは非日常的な空間で日常的な感覚で旅行を楽しもうとする傾向や特定の目的で旅行する傾向がみられる。ここでの特定の目的には二つのパターンがある。一つは、「建築」、「食」などといったテーマ性のある旅行

スタイルと、ブログまたは観光情報誌などで紹介されている旅行コースをそのまま体験するスタイルである。ブログでは博多港からのバスの乗り方、運賃や福岡市内での食事、買い物、割引クーポンの入手方法、遠距離高速バスの利用方法などに関するきめ細かな情報が収集できる。日本語ができない人でもブログの内容を参考に旅行コースがイメージできるようになっている。日本旅行が初めての人には、福岡市内または近隣地域を範囲にブログ通りのルートを中心に行動しながら旅行を楽しむ。このような旅行スタイルはブログから得られた情報と現地での場所を一致させながら満足感と安心感を味わうのである。日本語がわからなくても、紹介されている随所の店や目印を記号に食事や買い物も観光も可能になるのである。このようなブログでの旅行記の紹介は、新しい体験の紹介も加わり、より豊富な観光情報の媒体として機能している。

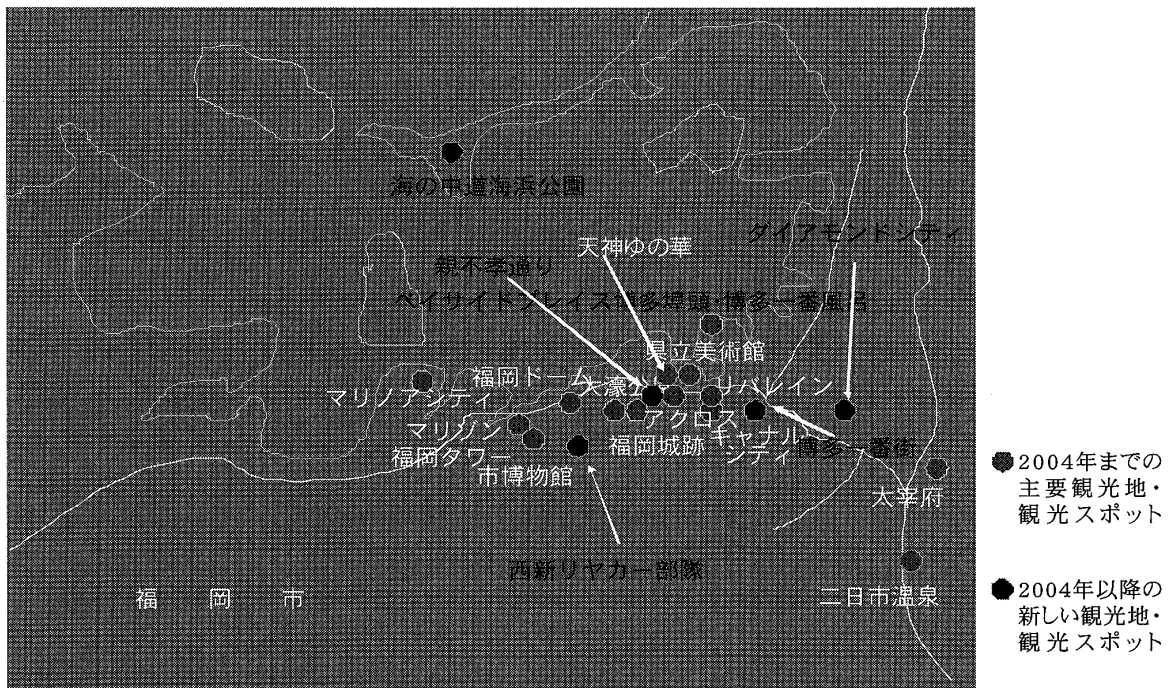


図 8 福岡市内とその周辺の観光スポット

5. 外国との交流・連携

(1) 福岡市と釜山広域市との連携

福岡市と釜山広域市の間では、1964年の青年会議所の姉妹提携以降、多くの民間団体間の交流が行われてきた。行政間の交流は1989年に締結され、これを契機に職員の相互派遣をはじめ、経済・文化・スポーツなどの行政交流が行われてきた。1996年に観光協会中心の「日韓海峡観光振興会議」が発足し、これまで九州の駅や観光施設のハングル案内、韓国セマウル号車内での日本語放送などの成果をあげた例もある。その事業は主に福岡市と釜山広域市の観光客誘致事業と交流事業に大別される。

1) 福岡市・釜山広域市共同観光客誘致事業

2000年10月に両市が両地域を一つのエリアとし、共同で観光広報宣伝を行い、国内・国外からの観光客を誘致することを目的に福岡市・釜山広域市共同観光客誘致事業に取り組んだ。これには福岡市、(財)福岡観光コンベンションビューロー、釜山広域市、釜山広域市観光協会が実施主となって、共同広報宣伝物の発行、共同観光説明会の開催、福岡・釜山観光商品開発の促進などの事業を行っている。これまで東京、ソウル、上海、台北、青島、広州で説明会を行った。

2) 交流事業

行政間の交流と観光交流の他に都市間の相互交流事業が進んでいる。なかでも市立学校の姉妹校等締結による草の根的な交流があげられる。福岡市と釜山広域市間の姉妹校はすでに10校(2004年12月時点)あるが、福岡市全体の27%を占めている。10校のうち9校が1992年の日韓海峡沿岸県市道知事交流会議が発足してからの締結である。

(2) 多国間の連携

福岡市と釜山広域市が関わっている多国間の連携の動きは1990年代に入ってからであ

る。なかでもこの時代に一般化しはじめた「黄海圏」に象徴される日・韓・中三カ国の交流は、その周辺地域をめぐる経済活動、文化活動を活発化させ、人流も年々拡大の一途をたどっている。

表4は、福岡市・釜山広域市を中心に多国間の地域で行われている交流・連携をまとめたものであるが、連携は1989年の東アジア(環黄海)都市会議で(財)国際東アジア研究センターの研究プロジェクトで提案された「環黄海経済圏」にその端を発する。北九州市で「東アジア(環黄海)6都市経済会議」が開催され、これは日本の九州北部・山口地域、韓国の西海岸地域、中国の遼東半島・山東半島地域を軸とする経済圏構想を実現するもので、韓・中国交樹立の前年に、それぞれの姉妹関係を結ぶ6都市が会議を行った。その後、市長会議が実現され、経済交流、技術交流が行われている。観光分野においては、表でみられるようにそれぞれの会議が発足してから何年か後に観光協力が打ち出されている。全体的に観光宣伝、観光客への便宜向上が主な事業内容である。

6. 今後の課題

(1) 福岡—釜山1観光圏

韓国人の訪日旅行者の旅行目的(2004年)は観光が全体の69.6%、商用が22.2%を占め、2001年のそれぞれの57.6%、29.8%と比べ、観光目的が大きく伸びた。海外旅行目的地としての日本選択率は年々減少傾向にあるが、全国に占める九州の割合はアジア通貨危機以降増加傾向で、韓国人の外国旅行地としての九州は安定している(図9)。

前述したように九州に韓国人旅行者が増加した大きな要因の一つはアクセスの向上であるが、さらに1日観光圏を目指す必要がある。現在、日韓海峡圏の年間輸送人員は100万人にのぼり、日韓交流人口全体の1/4を占める交流ルートとなっている。しかし、現

表 4 福岡市・釜山広域市が関係する広域交流・連携

設立年	名 称	構 成	目的と事業内容	備 考
1989年	東アジア（環黄海）都市会議	日本・韓国・中国の有力10都市	都市間の連携と協力事業の具体化	発足当時6都市（北九州市・下関市・仁川広域市・釜山広域市・大連市・青島市）
(2004年)	↓ 東アジア経済交流推進機構（OEACD）	経済人会議（商工会議所） 知識人会議 市長会議	経済交流 技術交流 観光需要の増大と人的交流	1994年に天津市・烟台市，1997年に蔚山広域市，2000年に福岡市が加盟（事務局：北九州市及び下関市構成）
2005年	観光部会			
1992年	日韓海峡沿岸県市道知事交流会議（＝日韓知事サミット）	山口県・福岡県・長崎県・佐賀県 釜山広域市・慶尚南道・全羅南道・済州道	韓日海峡圏の共同繁栄と相互理解の推進 草の根交流事業・産業交流，日韓広域観光ルートの開発	
(1994年)	↓ 日韓海峡沿岸広域観光協議会		共同旅行ガイドブック「日韓海峡沿岸の旅」の作成（2002年）と観光PR	観光情報の交換，観光広報物の作成 モニターツアー 学校長招聘ツアー 共同で台湾での観光説明会
1994年	アジア太平洋都市サミット	市長会議	都市の発展と連携 観光産業の振興	
(2002年)	↓ アジア太平洋都市観光振興機構（TPO）（事務局：釜山広域市）	観光企業参加	・観光展 ・相互訪問の支援 ・TPO旅行者割引カード事業 ・修学旅行団の交換事業 ・旅行社のネットワーク構築	会員は13カ国，49都市，29団体 第2回総会（2005年9月7日～10日） 9カ国29都市・11団体が参加 観光企業は，ジェイティービー，日本旅行，アルム観光など

行の博多と釜山を結ぶフェリーや高速船の運行ダイヤは、福岡と釜山の始発がいずれも8時45分、最終便が午後2時15分（繁忙期には福岡発が午後2時45分、釜山発が午後2時30分）となっているため、日帰り旅行は無理である。新たに船を投入しなくてもダイヤを改

正し、最終便を午後4～5時台にするだけで1日圏が可能になる。

1日圏になると、日帰りが増えるだけで、地域の経済効果がないという声もあるが、日韓の交流人口増は、両都市の地域づくりに大きく影響し、より旅行しやすい環境が生ま

九州と韓国の観光流動と観光連携

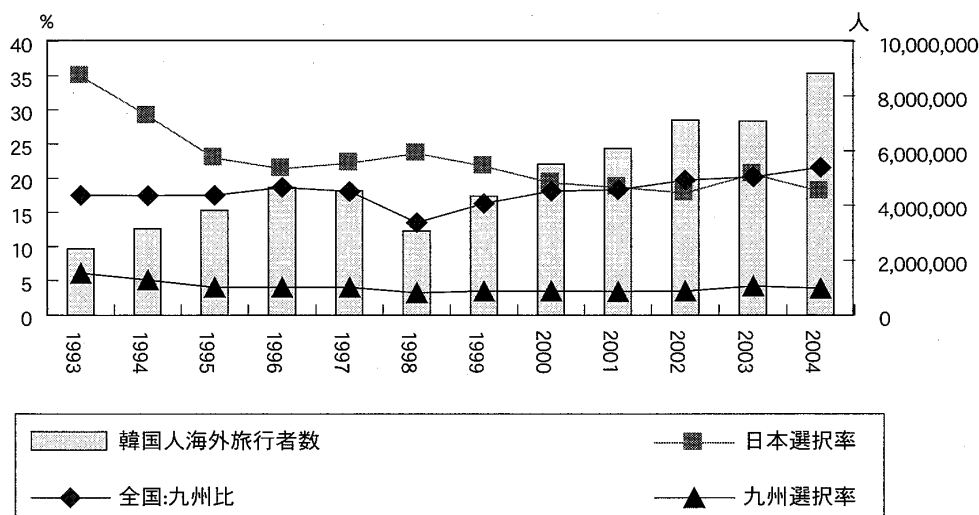


図9 韓国人海外旅行者の九州選択率

資料：九州運輸局企画振興部『九州観光要覧』
国際観光振興機構『JNTO国際観光白書』

れ、さらなる交流人口を生み出すきっかけとなる。さらには新しい観光ビジネスが生まれ、地域の活性化にもつながるはずである。対外的には日韓海峡圏のルートそのものが観光商品になる可能性も高く、関東、関西からの観光客誘致にもつながる。実際、便数が増えたことで博多（海）からの韓国人新規入国者数は福岡（空）を上回り、九州のインバウンドに大きな影響をもたらしている。JR九州と韓国のKTXとのタイアップ、そして「SUNQパス」の発売などの取り組みが生まれた。

(2) 交流全体像の把握と連携のネットワーク化

福岡と釜山広域市の観光交流は年々増加している。連携の形態は観光宣伝などにとどまっているが、観光ルートや観光商品の開発も期待される。その背景には、両市の交流が観光だけではなく、様々な分野においても拡大されているからである。草の根交流から、テクニカル・ビジット、コンベンション、研修・視察、そして小中高はもちろん大学間の交流も増えている。今後さらに交流の形態は

多様化し、増えていくことが予想される。しかし、これらの実態が十分把握されていないのが現状である。草の根交流に関しては教育委員会、国際交流協会などが担当しており、また交流にかかわる自治体の部署は、佐賀県を例にみると、漁政課、環境政策課、国際課、観光課、物産流通振興課など多岐にわたっている。インバウンドを交流の一環としてとらえ、横断的にその実態を把握しておく必要がある。両市の実態が過小評価されている可能性もある。実態が明確になれば、インフラの整備やサービスの質の向上などに必要な具体的な取り組みもしやすくなるはずである。民間レベルと行政レベルでの交流の実態を把握できる仕組みづくりとともに交流の窓口を一本化する必要がある。そうすることによって交流が活性化し、また交流の成果をフィードバックする仕組みが定着し、より発展的な交流と連携が可能になる。

(3) 連携による中国人観光客の誘致

今後観光客の伸びが予想される中国マーケットに対して、共同観光宣伝にとどまらず、どのあたりに折り合える線が引けるかと

いう問題もあるが、観光ルートづくりと共通の観光サービスの開発が求められる。現在、両都市は互いが一番重要なマーケットになっている。九州における韓国もそうであるが、釜山市のインバウンドにおける日本への依存度と高く、年間80万人の日本人旅行者が訪れている（図10）。中国人旅行者も年々増加傾向にあり、さらなる観光客の増加には中国人観光客の誘致が欠かせない。そのためにも日韓の連携は重要である。

中国人の海外旅行先としては距離的に近く、言葉の障壁のない香港・マカオ地域を選択する向きが強いが、2000年以降の海外旅行は年々伸び率が増加し、二桁台の伸び率が定着している。2005年こそ前年比+7.5%と一桁台の伸びに落ち込んだが、これは04年の伸びが非常に高かったことによる反動で、旅行者総数でみると3,000万人を超え、この10年間で4倍強に激増している。訪問先が50%を超えている香港、マカオを除く地域の日本、韓国、シンガポール、タイなどにおいても一様に上昇傾向にある。2005年の訪日中国人旅行者総数は65万人で、訪日外国人旅行者全体の9.7%とまだ少ないが、人民元の増価が進展すれば旅行ブームは加速する可能

性が高い。それを裏付けるように海外旅行の取り扱いができる国際旅行社が2002年の67社から2004年の1,364社に増えた。そのうち、訪日団体観光旅行を取り扱っている旅行社は2002年の21社から2004年の281社に急増した。

しかし、旅行社数が増えたことによる大幅な価格破壊も進んでいる。2000年には1万6,800元～1万7,800元だった相場が、2005年には最低6,000元にまで落ち込んだ。東南アジアが価格面などで中国人海外旅行者の人気を博する一方、最近渡航地として承認されたヨーロッパも注目されている。中国人を誘致する競争は益々激しくなっている。

中国人の訪日旅行は、2000年9月に団体観光旅行が北京市、上海市、広東省の2市1省で開始され、2004年9月には、団体観光査証の発給対象地域に天津市、遼寧省、山東省、江蘇省、浙江省が追加され、2005年7月には、対象地域が中国全土に拡大された。訪日中国人旅行者のうち観光客は31%を占めているが（図11）、日本を観光目的地として選択する理由は、「近代的で工業化が進んだ国」「生活、教育水準の高い国」などのイメージを持っており、訪日旅行の魅力は「現代的都

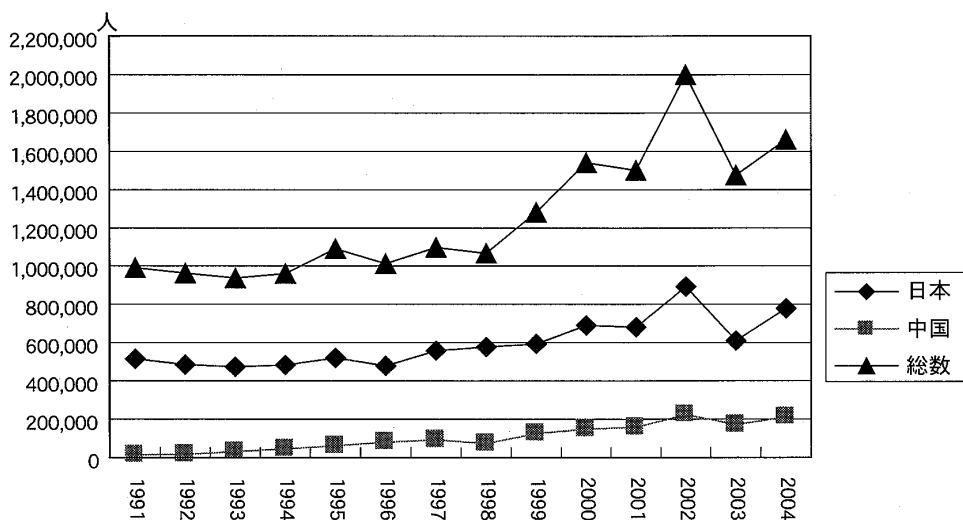


図10 釜山広域市のインバウンド

資料：釜山広域市『観光振興推進計画』

九州と韓国の観光流動と観光連携

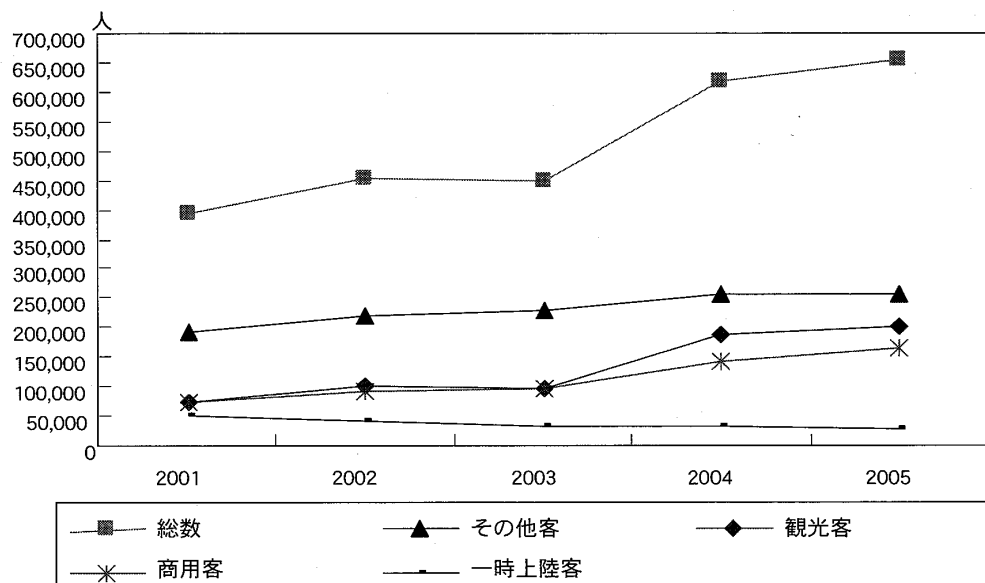


図11 目的別訪日中国人旅行者数

資料：国際観光振興機構『JNTO国際観光白書』

注：観光客には団体観光に加え、短期の親族訪問や文化・学術活動、日本側の招請者を介した短期訪問などが含まれる。

市」「自然景観」「温泉」「日本食」と考える傾向が強い。今のところ、中国人の大半は“黄金コース”と呼ばれる典型的なバックツアーを利用し、関西空港から入国し大阪、京都、名古屋の3都市を周遊してから、箱根で温泉を満喫し、富士山を眺めた後に東京に入り、ディズニーランドと秋葉原を駆け足で回ってから成田空港から帰国という5泊6日のコースが定番である。

現在、九州の入国者数は、訪日中国人全体の7%と非常に少なく、観光目的だけをみるとそれ以下である。認知度の低い九州が中国人旅行者を誘致できる状況ではないが、将来的な観光客確保を目指し、九州の知名度アップのための継続的なミッション派遣、テレビ広告、旅行番組の放映、インターネット上での宣伝などを行い、企業側は受け入れ態勢の整備とともに人脈づくりを図るべきである。また、中国人の海外旅行は何力国かを回るコースが人気である。イタリアに本社を置くコスタクルーズ社が運航している上海-

長崎-済州周遊コースが人気であるが、九州が韓国と連携し、観光商品を作ることによって、関東、関西との差別化を図ることができる。

7. おわりに

九州を訪れる韓国人旅行者が年々増加しているが、その背景には修学旅行者のビザ免除をはじめ一般の観光ビザ免除とアクセスの向上、そして韓国内の日本文化の全面開放と週休二日制の導入があった。このなかで博多と釜山広域市を結ぶ高速船の増便は九州への韓国人観光客増に大きく貢献した。さらに大衆化した韓国人の海外旅行に対し、地理的に近い九州の地の利にビジネスチャンスを求めた韓国系企業の参入が人の流れを加速させた。

韓国人旅行者の行動においてはリピーターが増え、またインターネットの普及と旅行関連のコンテンツの多様化により、行動範囲が空間的に拡大し、日本文化に直接触れてみよ

うとする傾向が現れている。知名度の高い観光地に頼っていたこれまでのセールスポイントを改め、知名度の低い地域でも交流、体験メニューを取り入れ、地域側と韓国人観光客のニーズとの接点を増やししながら地域のブランドを確立していく取り組みが求められる。

九州と韓国南部との広域交流と連携はすでに20年近くの歴史がある。自治体の首長会議はもちろん各部署、商工会議所、観光協会などでの交流を重ねてきた。観光部門においてはまだ観光宣伝にとどまっているが、九州と韓国南部との観光交流が持続、拡大されれば観光ルートづくり、観光商品開発、共同観光サービス提供などの具体的な取り組みにつながる可能性が高い。

中国人観光客の誘致においては九州、釜山広域市ともに強い関心を示している。現在は共同で観光宣伝を行っているが、中国人の旅行傾向を十分踏まえながら連携の可能性も視野に入れておく必要がある。

注

- 1) 2003年4月には、韓国、台湾、米国、中国、香港を対象にピジット・ジャパン・キャンペーンが開始され、2004年は、英国、ドイツ、フランスを、2005年は、タイ、シンガポール、オーストラリア、カナダを新たに追加した。
- 2) SUNQパスは、2005年3月1日に北部九州エリア（福岡県・佐賀県・長崎県・熊本県・大分県）三日間の高速バス乗り放題パスとして発売された。これには長崎市内・佐世保市内～ハウステンボス、福岡市内100円循環バス、福岡市内から中央埠頭までのバスを除く一般路線バスでの使用はできなかったが、2006年10月1日からは乗り放題対象が一般路線バスにも拡大され、新たに九州7県の高速バス・一般路線バスに乗りできる全九州版が開始・発売された。

参考・引用文献

- 財国際東アジア研究センター（1995）：『検証 環黄海経済圏—局地経済圏の形成に向けて』
九州運輸局企画振興部（2005）：『九州観光要覧』
国際観光振興機構（2006）：『JNTO国際観光白書』

- 額賀信（2006）：『観光立国による経済活性化』、日本政策投資銀行『RPレビュー』Vol.18, No.1
財自治体国際化協会（北京事務所）：『地方都市への中国人観光客の誘致可能性について』、CLAIR REPORT No.270
生活情報センター（2004）：『全国観光地観光客データブック』
株ツーリズム・マーケティング研究所『JTB宿泊白書2003』
新田浩之（2006）：『地域経済レポート 九州の外客誘致と観光業に参入する外資系企業』、JETRO
日韓海峡圏研究機関協議会（1998）：『日韓海峡圏の地域比較研究』
社日本経済団体連合会（2005）：『国際観光立国に関する報告書—世界に開かれた魅力ある国づくりに向けて』
釜山広域市（2005）：『観光振興推進計画』
横山秀司（2000）：『九州観光のモデルルート』、財九州経済調査協会『21世紀九州・山口経済社会事典』