

東アジアにおける国際観光と隣国間の観光流動

千 相 哲

日本の国際観光は、インバウンド（訪日外客旅行）よりアウトバウンド（日本人外国旅行）が極端に大きい。しかし、国内観光の空洞化が懸念されるなかで、インバウンドを重視する政策が出され、日本各地で外客旅行者の誘客活動が活発に行われている。本稿は、日本の国内観光の振興のためには、インバウンドの誘致が重要であり、インバウンドを向上させるためには、隣国間あるいは域内観光流動を増やすための何らかの取り組みが望まれるのではないかという問題意識に基づいたものである。そこで国際観光における隣国間の観光流動を考察し、東アジアを域とする国際観光流動について日本の国際観光の現状とともに検討した。本稿から以下のことがまとめられる。①東アジアにおいては中国（香港）、台湾の二（三）者間の観光流動が大きく、アジアの国際観光におけるウエイトを増している。②東アジアにおける域内観光の比率は欧米に比べてかなり低い水準に留まっている。③隣国間、域内観光交流の比率が最も低い国は日本である。インバウンドを振興するためには、域内観光交流を拡大する必要がある。

Keywords：国際観光(international tourism), 東アジア域内での観光流動 (intra-East Asian tourist flows), 隣国間の観光流動 (tourist flows between neighboring countries)

はじめに

(1) 研究の背景と目的

WTO (世界観光機関) の長期予測「GLOBAL TOURISM FORECASTS TO THE YEAR 2000 AND BEYOND」(1995) によれば、先進諸国が安定した外国旅行者供給を続ける一方、途上国の外国旅行者数が、経済発展に伴ってますます増加し、2010年の国際観光到着者数は現在の2倍に近い10億人に近づくとのことだ¹⁾。WEFA⁽¹⁾は1997年に世界全体の観光産業は、関連産業、関連投資、税金などを含めるとその規模は世界のGDPの11.6%に相当すると推測している。同時に、観光産業における1997年の就業人口は、世界の雇用者数の約10人に1人に相当する2億3,700万人と推定した²⁾。観光産業は、世界最大の産業とも言われており、特に国際観光は、多くの国や地域において重要な産業であるだけでなく、他国の文化や社会をよりよく理解できる機会を提供し、国際相互理解の増進に大きく貢献することから、多くの国々でその促進策が講じられてきた。さらに、観光は莫大な資本投資をしなくても産業として成り立ち、経済や雇用機会の創出に果たす役割が高いことから外貨を獲得しようとする多くの国々が外客の誘致に力を入れている。世界観光支出の約8.5%を占める日本はアジア諸国において大きな観光市場であり、多くの観光産業が日本人観光客に依存している。

しかし、日本の国際観光はインバウンドよりアウトバウンドが極端に大きく、観光政策審議会答申においても「わが国の経済・人口規模にふさわしい訪日外国人数を確保することは、各国がわが国を正しく理解し、国際摩擦を減少させるために極めて重要である。」³⁾としながら、訪日外国人の

誘致対策が出された。空洞化が懸念されるまで停滞している国内観光産業の活性化のためには、外国人を含む交流人口の増加が求められているであろう。しかし、訪日観光交流を促進するための「ウェルカムプラン21（訪日観光交流倍増計画）」においては、今後も来日客の増加が予想されるアジア諸国からの誘致の重要性については謳われているものの、国際観光におけるアジアの位置付けが不十分であるように思われる。そこで、本稿では、世界の国際観光の流動の大部分が隣国間で発生と受け入れが行われていることに注目し⁴⁾⁵⁾、日本の国際観光の構造をアジア、特に東アジアにおける域内観光の面から明らかにする。次いで日本の国際観光の促進策を検討しながら、その達成のためにはどのような取り組みが求められるのかについて日本と国際観光客到着者数で世界最大級の伸びを続けている東アジアの国々との観光関係から明らかにする。最後に、21世紀に向けての東アジアの国際観光流動における日本の役割を考察することを目的とする。

(2) 研究の範囲と方法

国際観光 (International tourism) にはインバウンド・ツーリズムとアウトバウンド・ツーリズムが含まれる。インバウンド・ツーリズムにおいては、外客が国内で観光することを考えれば、国内居住者による国内観光 (domestic tourism) と重なり合うところが多く、広義の国内観光「internal tourism」の範疇に属することになる。本稿では、東アジアの地域範囲を日本、韓国、台湾、香港、中国に限定し、WTO によるデータを用いて、これらの国々間の観光流動に焦点をあて国際観光の現状と域内観光について考察する。

1. 世界の国際観光と東アジア

(1) 世界の国際観光における隣国間の観光流動

WTOの統計によると、1996年の世界の国際観光到着者数は、5億9,200万に達し、国際観光収入では、4,230億米ドルを記録した。この中でヨーロッパや米州が全体到着者数の78.1%、観光収入の75.9%を占めている。これらの比重は、過去15年間、ほとんど変化がない。その理由は、欧米においては国際観光が既に広く一般に浸透していることと、国際観光を行いやすい環境が整っていることであると思われる。ここで注目すべきことは、国際観光のほとんどが隣接国間で行われていることである⁶⁾。それを裏付けるのが表1である。この表は1990年のWTOによるデータであるが、Pearce (1995)⁷⁾が指摘しているように、同一地域の国間で短距離の域内観光が行われている。距離は国際観光の流動を形成する重要な役割をしているが、Mill⁸⁾は、距離に加えてヨーロッパにおいては国の広さや隣国にアクセスしやすい条件が国際観光の規模に影響を与えたとした。米州においては

表1 世界10の国際観光流動

カナダ→アメリカ	17,262,000
アメリカ→カナダ	12,267,000
ドイツ→フランス	12,097,000
ドイツ→イタリア	10,676,000
スイス→イタリア	10,331,000
ポルトガル→スペイン	10,106,000
フランス→イタリア	9,219,000
メキシコ→アメリカ	7,450,000
イギリス→フランス	7,346,000
ベルギー→フランス	7,210,000

資料：Pearce. D. (1995) 『Tourism Today』 p.34を引用。

アメリカが主にカナダ、メキシコからの観光者を受け入れていること、ヨーロッパにおいては、フランス、イタリア、スペインがヨーロッパ諸国からの観光者の主な目的地となっている。特にアメリカとカナダ間の観光流動が大きい。また、ドイツからイタリアへの流動を除いては全てが隣国間であることが特徴である。

(2) 世界の国際観光における東アジア

国際観光振興会 (JNTO) (1997) によると、1960年代をジェット機時代の到来による国際観光の成長の時代、1970年代を当時ヨーロッパで進行中の経済統合による人の移動の増加、ジャンボ・ジェット機が定期航路線に導入されたことによる大量高速輸送時代の到来などによる繁栄の時代と位置付けている⁹⁾。こうした中でアジアが国際観光の受け入れ、送り出し市場として登場するのは1980年代に NIEs などのアジア諸国が経済成長を成し遂げてからで、アジア諸国特に、東アジアが新しい国際観光客の送り出し市場として登場した。

国際観光客到着者数の過去20年間の地域別のシェアは、欧米が1975年の91.7%から1996年には78.1%へと約13%減少しているのに対し、同期間に東アジア・太平洋地域のシェアは、3.9%から15.2%へと増加した。観光収入においても、欧米が88.6%から75.9%、東アジア・太平洋地域⁽²⁾が5.3%から19.4%へとそれぞれ変化した¹⁰⁾。

東アジア・太平洋地域の中で東アジアが占める到着者数の割合は約53%である。観光収入においては41.6%に過ぎないが、観光支出においては支出額が不明である香港を除いても67.0%を占め、単純に300万を超える外国旅行者がある香港を加えると70%を超える数字となる。観光支出が増加している東アジアは、世界またアジアのなかで大きな観光市場となっている。

2. 東アジアにおける国際観光のパターン

国際観光流動においては観光市場となる出発地の分析が重要である。さらに経済面にウエイトが置かれている場合は消費額と滞在期間が最も重視される。東アジアにおいて観光市場となるのは日本であるが、東アジアにおいては前述のような欧米の隣国間の観光パターンとは違った構造となっている。本章では東アジアにおける出発地と目的地との関係について考察する。

図1、2は、東アジア諸国におけるインバウンドとアウトバウンドの推移を示したものである。国別外国旅行者と外客旅行者数を比べると、出国する外国旅行者数においては日本が、入国する外客旅行者数においては、香港が断然優位に立っている。

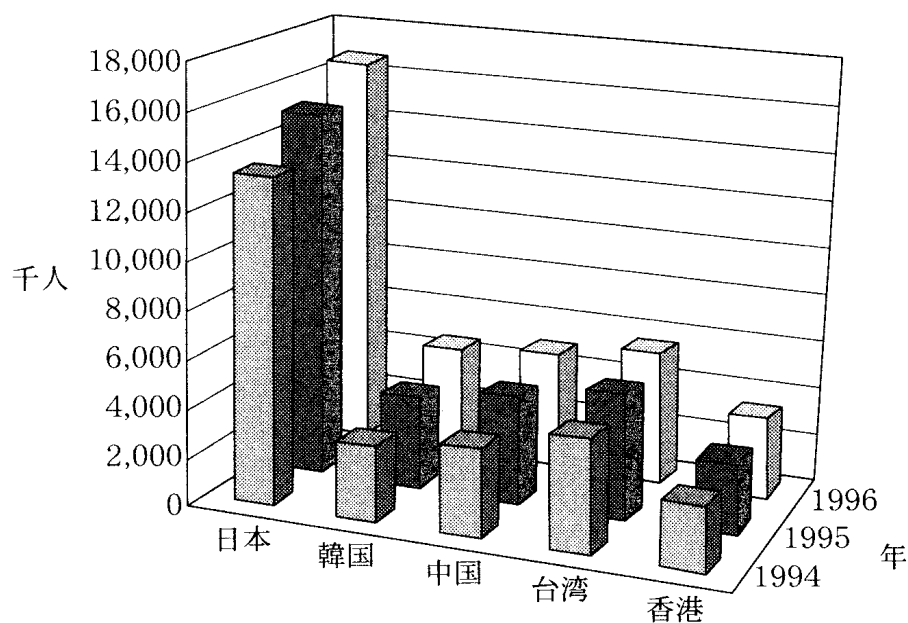


図1 国別外国旅行者数の推移

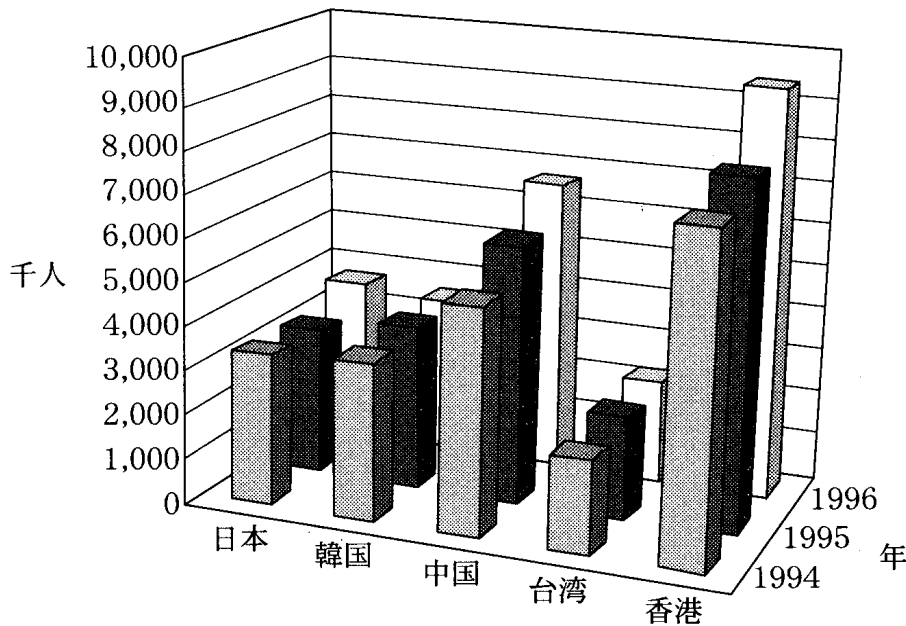


図2 国別外客旅行者数の推移

東アジアの諸国における国際観光の歴史はそれほど古いものではない。アジアのほとんどの国々が取ってきた観光政策の狙いは、外客誘致による外貨獲得にあった。東アジアの観光構造の変化は、三つの局面にわけて考察することが可能であるが、それらは、1)インバウンドの優位時期、2)インバウンドとアウトバウンドの均衡時期、3)アウトバウンドの優位時期である。局面を定めるために用いるデータは外客旅行者数と外国旅行者数であるが、この国際観光特化係数は、外客旅行者数と外国旅行者数の対比によって-1から+1の値をとる。これらの局面によって国際観光構造のパターンを把握する。この国際観光特化係数は、+1に近いほどインバウンドが特化し、-1に近いほどアウトバウンドが特化していることを表す。

$$\text{国際観光特化係数}^{(3)} = \frac{\text{外客旅行者数} - \text{外国旅行者数}}{\text{外客旅行者数} + \text{外国旅行者数}}$$

表2は、各国の外客旅行者数と外国旅行者数による国際観光特化係数を

示したものである。日本と台湾はアウトバウンドが特化しているが、香港はインバウンドが特化している。香港は、航空機で5時間以内に到達可能な範囲内に世界人口の約半分が居住しているといわれる地理的優位性があるうえに、アジアにおける金融センター、中継貿易港としてその周辺地域だけではなく、国際的に広範囲な地域を互いに結びつける役割を果たしている¹¹⁾。さらに百万ドル夜景、ショッピング、グルメなどを売り物に世界各国からの旅行者にとっての根強い人気インバウンドの特化につながっているといえる。華僑の送金にみられる伝統的な領域もあるが、中国本土観光へのゲートウェイとして発展も目覚しく、1996年の外客数約940万人とは別に中国から約230万人が香港を訪れている。

インバウンドに特化した香港は、実は外国旅行においても人口比率からみた出国率は世界的にみて高比率である。600万人の人口に対し出国率は約59.5%で、日本の約13%、台湾の約28%を上回っている。土地が狭く、過密社会のため余暇活動の場所が乏しく、また気候的にも高温多湿の亜熱帯に属するというマイナス面から外国への旅行意欲が大きいことがうかがえる。

表2 東アジアにおける国際観光特化係数

	1994	1995	1996
日本	-0.59	-0.64	-0.63
韓国	0.06	-0.01	-0.12
中国	0.16	0.13	0.14
台湾	-0.38	-0.38	-0.42
香港	0.45	0.45	0.46

アウトバウンドに特化している国は日本と台湾であるが、日本については後述するため、ここでは台湾について考察する。600万人以上（1997年）

が外国に出かける台湾は、アジアのなかで日本に次いで2番目に大きい観光市場である。そのため、国内においては、国際航空路線がオセアニア、北米、ヨーロッパ、東南アジアなどに急速に拡大し、それに伴う航空会社間の値下げやサービスなどの競争が激化、外国からの観光宣伝合戦が繰り広げられている。台湾の観光は安定した国内経済によって成長基調にあるが、出国者の目的地はアジアが75%で最も多く、北米が11%、ヨーロッパが3%である。顕著な点は、ヨーロッパへの出国者数が1995年から増加していることである。1994年に約6万6千人であった出国者が、1995年には、円高による来日客がヨーロッパへと転じ、約13万人と2倍に増加した。外国旅行者が600万人(1997年)を超え、外国旅行慣れした人が多く、市場が成熟しているという評価を得ている。

一方、均衡時期にある中国⁽⁴⁾や韓国の場合、その出国率においてはそれぞれ0.4%と10.0%(1997年)と差がある。中国は、1978年に開放改革が始まってから生活水準が向上し、発展途上国の平均レベルに達するまでになっている。貧富の差が拡大しているなかで外国旅行が可能なのは北京、上海、広州、深圳などの大都市に居住している限られた階層であるが、国家旅遊局は1997年に自費による外国旅行に関して「中国公民自費出国旅遊管理暫定弁法」を制定し、国家が承認した渡航先に認可を受けた旅行会社が催行する3人以上の観光旅行に自費で参加することとした。さらに1999年5月の時点で、渡航先として承認された国が香港・マカオを除くと、タイ、シンガポール、フィリピン、マレーシア、オーストラリア、ニュージーランド、韓国、日本の8カ国に増えるなど、中国は、外客の受け入れ国としてだけではなく、外国旅行市場としても成長している。

訪日観光客の約24%を占める韓国は、日本にとって大きな観光市場である。アウトバウンドの比重が大きくなっている韓国は、1989年の外国旅行

の完全自由化により外国旅行者数は対前年比67.3%という爆発的な増加を示し、経済危機の影響が出るまで高い伸びを見せた。1998年の韓国人の外国旅行者は対前年比32.5%減の307万人と大幅に減少した。地域別出国者数は、アジア32.9%減(日本27.0%)、米州46.0%減、ヨーロッパ54.3%減、オセアニア73.6%減となっている。アジアにおいては特に日本への旅行者の減少が大きく、経済が外国旅行情勢に重要な影響を与えた。しかし、外国旅行は昨年11月には前年同月比の減少幅が15.2%に縮小し、12月には前年同月比36.8%増に転じた。経済危機による外国旅行の控えムードがあったが、景気回復の期待感によってその反動が始まったといえる。旅行目的地においては旅行費用が低廉な中国、東南アジア旅行に人気が集まり、日本への旅行者数の伸び率が鈍化しているなかで、これらの国々が日本にとって新たな韓国人の外国旅行の競争地として登場したといえる。

3. 東アジアにおける域内観光

欧米の国際観光の主流である隣国間の観光は、東アジアにおいても例外ではない。ここでは受け入れ国側により集計された数値を用いて東アジアを域とする観光の実態について考察する。図3は、東アジア諸国における

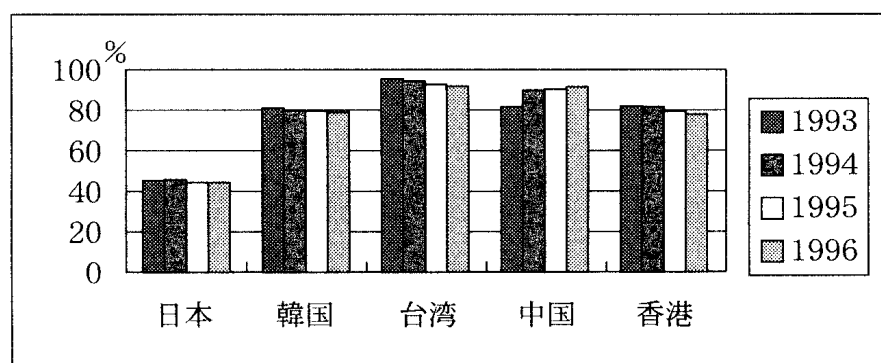


図3 国別外国旅行先としてアジア選択割合

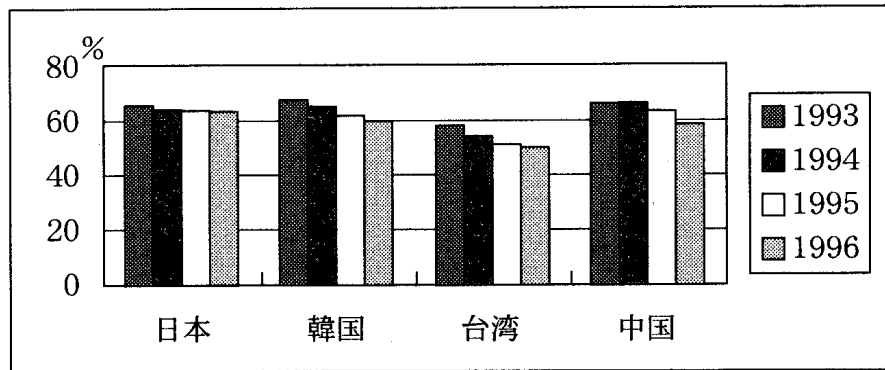


図4 国別外国旅行先として東アジア選択割合

外国旅行先をアジアとする割合である。日本を除く他の東アジア諸国においては80%以上の外国旅行者がアジア圏内で目的先を選んでいることになる。図4は、香港を除く4つの国がアジアの中で東アジアに旅行する割合である。台湾が50%台と低いが、アジア圏内のなかで東アジアにおける域内観光の比率は60%近い。

特にここで注目されるのは韓国、台湾、中国においては欧米と同様に域内の隣国への外国旅行者の比率が高いことである(表3, 図5)。台湾、中国の第1目的国である香港は、立地的、経済的、また華人ネットワークの面からも両国において重要なマーケットである。香港においては安全面から近隣のベトナムやラオスよりタイへの旅行者が多い。

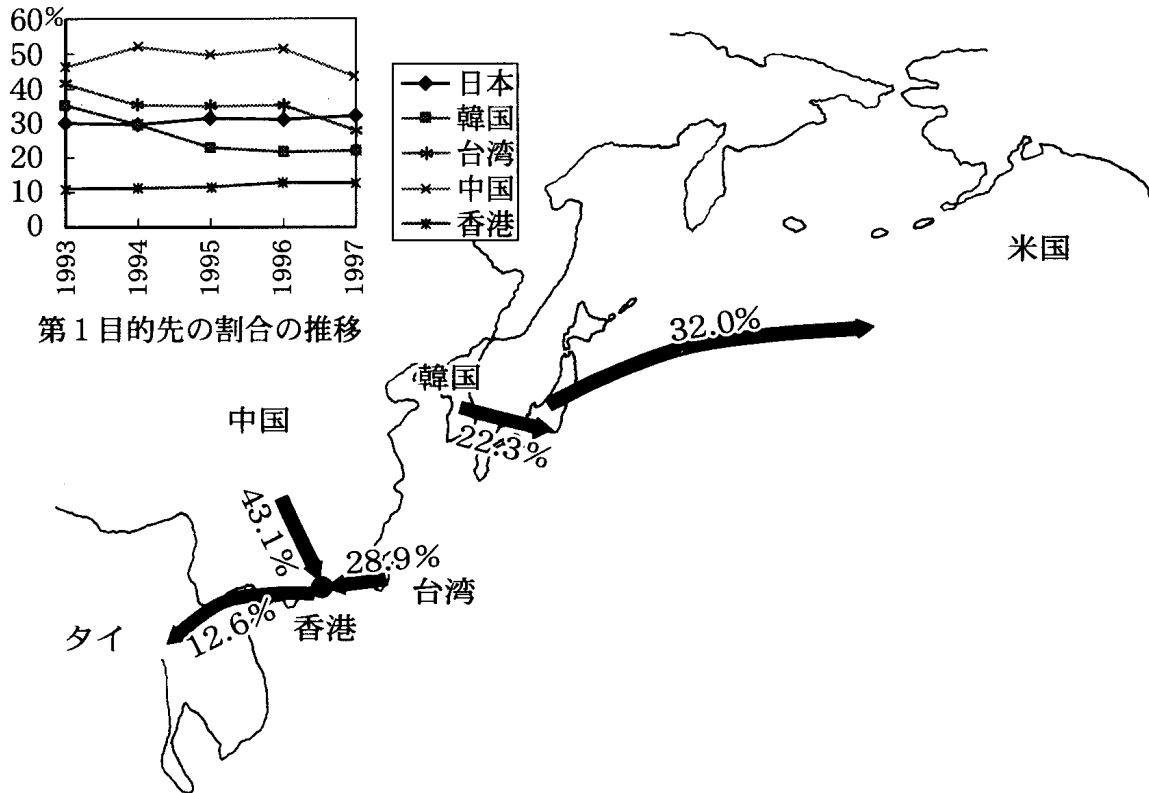
日本人外国旅行者数及び消費額の面から東アジアにおける日本の重要性は前述したとおりであるが、日本の国際観光パターンは、東アジアを域内とする場合、欧米のような域内観光パターンと違う面がある。1997年の日本人外国旅行先として東アジアが占める割合は26%であるが、これは、アメリカとカナダ間の24.7% (アメリカ→カナダ), 86.5% (カナダ→アメリカ), イギリスとフランス間の23.0% (イギリス→フランス), 20.4% (フランス→イギリス), アメリカ→メキシコの37.5%のような二国間の割合に相当するもので、欧米に比べてかなり低い水準である。

表3 東アジア諸国間の外国旅行先 (1997年)

順位		日本		韓国		台湾			
		千人	%	千人	%	千人	%		
1	米国	5,377	32.0	日本	1,011	22.3	香港	1,783	28.9
2	韓国	1,602	9.5	中国	781	17.2	日本	820	13.3
3	中国	1,040	6.2	米国	747	16.4	インド ネシア	607	9.9
4	香港	913	5.4	タイ	411	9.0	シンガ ポール	500	8.1
5	台湾	823	4.9	香港	358	7.9	タイ	448	7.3
総数		16,803		4,542		6,162			
出国率		13.4		10.0		28.6			

順位		中国		香港		
		千人	%	千人	%	
1	香港	2,297	43.1	タイ	472	12.6
2	マカオ	569	10.7	日本	266	7.1
3	ロシア	449	8.4	シンガ ポール	265	7.1
4	タイ	440	8.3	台湾	260	6.9
5	ベトナム	405	7.6	米国	222	5.9
総数		5,324		3,758		
出国率		0.4		59.5		

域内観光の活性化が日本の国内観光の活性化につながるかどうかといった問題を検証するためには、今後欧米の事例研究をもっと積み重ねていく必要があるが、日本の国際観光の政策においても域内観光について考慮する必要がある。



4. 日本の国際観光

日本人による外国旅行は、最近こそ増加に陰りが見えはじめてはいるが、1964年に外国渡航の制限が解除されて以来、毎年大幅な増加を続けてきた。円の評価が高まったことや外貨の増大と密接な関係もあるが、政府によって世界の他の国との貿易収支の不均衡の調整や貿易黒字の削減の手段として外国旅行が奨励されてきたこともその一因である。

(1) ウェルカムプラン21

現在の日本の国際観光政策は、ウェルカムプラン21（訪日観光交流倍増計画）に盛り込まれている。概ね2005年時点において訪日外国人旅行者を700万に倍増、東京、大阪以外の地方圏への来訪の促進を図るものである。700万人に倍増させるための方法として、主にウェルカムカードの導入、外客向けの航空、鉄道・旅客船の運賃割引の実施、ウェルカム・インなどの低廉宿泊施設などの情報提供が盛り込まれ、地方圏への来訪の促進のためには外客来訪促進地域、いわゆる国際観光テーマ地区の整備が図られている。

このプランを具体化するために平成9年6月に制定された「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」(外客誘致法)は、法令の範囲で国、地方公共団体が必要な助言、指導その他の援助を行い、外客来訪促進計画の達成を図ろうとするものである¹²⁾。アジア圏内での観光地競争が激しいなかで、日本の観光費用の割高感を解消し、さらに広域的な観光ルートづくりを通して地方圏への誘致を狙っている。

しかし、日本の外客の大きなウエイトを占めているアジア、特に東アジアをマーケットとする政策的な論議が欠けているように思われる。

(2) 国際観光とアジア

1998年の外国旅行者数は約1581万人で前年より約5.9%減ったが、前年を下回るのは第二次石油危機の80年、湾岸戦争の91年に次いでである。これまで減少の要因となったのは世界的な景気沈滞と不安定である。特に企業の慰安旅行が多かった90年代の初めまでは、景気沈滞が団体旅行や出張の差し控えにつながり、旅行者数の減少という結果となった。今度の減少は、バブル後の日本国内の長引く不況による旅行の差し控えが主な要因であ

る。

しかし、国内観光者数が伸び悩む中で外国旅行者数は、多少減少する時期もあったが増加し続けてきた。特に、外国旅行先としてハワイ、グアムを含むアメリカへの比率が年々高くなっている。これは、アジアからの訪日外客数の構成比が年々増加し、今は70%に近づいているのと同じような現象が日本とアメリカ間に起きているということである。アジアから日本へ、日本からアメリカへの外国旅行の流れがアジアにおける域内観光比率をさげる要因となっている。日本の観光産業においてアジア市場は、アジア諸国が日本市場に依存しているのと同じように最も重要なマーケットである。東アジアにおける域内観光の活性化のために必要な国域を越えた政策的連携は不可能なのだろうか。

青木 (1999)¹³⁾は、現代日本のアジア・イメージを論じながら、東北アジアは戦前の日本の拡大主義・植民地主義と密接に結びつく地域であり、戦後は疎遠な地域としてイメージも弱くなっている。中国の社会主義化、消え去った満州国の記憶、朝鮮半島の反日感情といった要素は日本にとってアジアを近くて遠い地域にしてしまった。こうしたイメージと並行して「快樂アジア」は依然として強いと論じている。ひと頃の「買春ツアー」の対象たるアジアは健在であるし、グルメ、観光、リゾート、従属的なサービスなどの「過剰アジア」のイメージは根強くはびこっている。その底には日本人の「アジア蔑視」がちらつき、逆に「快樂」「自然資源」を収奪する「エビとバナナ」の日本人イメージが出てくるとしたが、日本の観光産業を振興させるためにはアジア、特に東アジアのなかでの観光交流を今以上に重視する政策が求められる。

5. 東アジアにおける域内観光の展望

アジア通貨危機以降、アジア諸国の観光は多少の停滞はあっても経済は確実に成長しており、日本をはじめ外国へ出かける観光客が増加することは間違いない。特に、出国率において人口の1%にも満たない中国の動向が大きな焦点となる。WTOによると、2020年には中国への国際観光到着者数は1億3,710人に達し、世界一の旅行目的国になると予測している。1992年から中国経済の各方面での改革によって外国、特に香港、マカオ、台湾系企業による直接投資が急激に増加したが、アジア諸国における観光と貿易額には密接な関係⁽⁵⁾があることから今後、中国(香港)、台湾といった隣国間の観光流動が大きくなることが予想される。特に、中国は国家経済の発展を推し進めるための資金調達手段として観光振興による外貨獲得に全力をあげてきた。国際水準のホテル及びショッピング・センターの建設、交通網の拡大・整備の取り組み、1997年を「中国観光年」とするなど、国際観光地としてのアピールに懸命である。さらに近年の急速な経済発展は、富裕化した中国国民の国内旅行の成長をもたらした。中国政府は、「中国へのインバウンドを最優先し、次に国内旅行、外国旅行はインバウンドの実績次第」⁽¹⁴⁾という原則を定めているが、都市部における所得の拡大や外国旅行の渡航先の増加と外国旅行が国内旅行の成熟段階に活発になるという事実から将来中国の外国旅行の増加も予想される。

韓国は、大統領によるテレビコマーシャルもあるように外国旅行客の誘致に国を上げて取り組んでいる。特に通貨危機以降、政府は外貨消費の引き締め政策を打ち出し、外国旅行に対しても抑制策を出し、外国旅行客の誘致による外貨獲得を狙っている。一方、1998年にはウォンの下落もあっ

て貿易収支は398億ドルの黒字を出し、総合株価指数は98年6月の280ポイント台から99年5月には700ポイント前後にまで回復した。文化観光部(省)によると、1999年の外国旅行者は前年比約11%増といった予測も出ているが、経済危機の前後の大きな変化は、物価の安い中国やタイなどへの旅行者が増加している。

東アジアにおける大きなもう一つの動きは、中国沿海地域と香港、台湾、日本、韓国などの近隣諸国・地域との間ですでに経済的に有機的な関係をつくりはじめていることである。具体的には、広東、福建、海南と香港、台湾が一体となった「華南経済圏」は実態として大きな影響力を持っているほか、最近では、山東半島と韓国とを結ぶ「環黄海経済圏」も動きだし、朝鮮半島を含めた「東北アジア圏構想」までが取り沙汰されている¹⁵⁾。アジアの経済が好転すればするほど観光流動は大きくなる。同時に隣国間の流動が増え、次いで物価やアクセスの容易な域内でのデスティネーション間の競合が強まる。アクセスにおいては、表4で見られるように2000年以降

表4 アジアの主な空港建設(拡張)計画

	チェック・ラップ・ コック空港(香港)	浦東国際 空港(中国)	仁川国際空 港(韓国)	チャンギ空港 (シンガポール)	クアラルンプール 新空港(マレーシア)
開港(拡張)年	1998	1999 (拡張予定あり)	2000	2003 (第3ターミ ナル完成年)	1998
〔最終段階〕	〔2040〕		〔2020〕		〔未定〕
面積	1,248ha	500ha～ 600ha	1,098ha	1,663ha	3,100ha
〔最終段階〕	1,248ha		〔4,743ha〕		〔10,000ha〕
旅客数(人/年)	2,850万	2,000万	2,700万	2,160万	2,500万
〔最終段階〕	〔8,700万〕		〔1億〕		〔1億〕
発着回数	154,000	102,000	170,000	140,000 (現行)	—
〔最終段階〕	〔376,000〕		〔530,000〕		

注：(特)国際観光振興会(1997)：『JNTO 国際観光白書 1998年版』p.19を引用。

のアジアにおける国際ハブ空港の建設と拠点づくりが本格化する。今後、アジアの観光地は、ますます国域を越えた競争関係が強まることは間違いない。日本は、これまでアジアの国際観光をリードしてきた経緯から国際観光政策においてアジアをマーケットとする域内観光の活性化に目を向けるべきである。それは日本の国内観光の振興にもつながるものであると考えられる。

おわりに

グローバル化のうねりは、観光においても競争地域間の時間的・空間的距離感を無くす役割をし、国際化に対応できる観光政策の実施や観光商品のポジショニングとともに国域を越えた地域間の連携を促している。華人ネットワークが強い中国(香港)、台湾においては、政策によって流動人口に増減を与えることはあっても経済によって結ばれている大きな結束力が観光交流人口の増加に反映されている。

しかし、アジアのなかで言語を異にし、陸地続きではない日本と、北朝鮮(朝鮮民主主義人民共和国)によって中国と断絶されている韓国は、東アジアにおける域内観光による発展に大きなハンディを持つ国である。東アジアのなかで日本と韓国を含む諸国間の運輸・観光ルートなどの政策的連携が今以上に求められる。

本稿では、東アジアを対象に国際観光の流動について考察したが、以下のことがまとめられる。第一に、東アジアにおいては、中国(香港)、台湾⁽⁶⁾の二(三)者間の観光流動が大きく、アジアの国際観光におけるウエイトを増しつつある。第二に、東アジアにおける域内観光の比率は欧米に比べてかなり低い水準である。第三に、域内観光交流の比率が低い日本の役割

が今後のアジア観光の発展に大きな影響を与えることになる。この問題については、アジア各国が日本人旅行者誘致のための米州に対抗できる新たな魅力ある観光資源を提示するように努力しなければならない。また、日本市場のマーケット・セグメントを徹底して新たな顧客層を掘り起こす必要があることは言うまでもない。

しかし、以下の点において研究を積み重ねる必要がある。第1に、研究範囲を東アジアだけではなくアジア全体に広げ、国際観光特化係数によってアジアの国際観光構造を明らかにするとともに、国際観光特化係数がもつ意義を明確にする必要がある。第2は、アジアにおける域内観光の現状を明らかにし、その課題と国際観光流動における効果を検証することである。

註

- (1) Wharton Econometrics Forecasting Associates の略称で、1963年にノーベル賞経済学者ローレンス・クラインが創始した計量経済では定評のある経済研究所。
- (2) 「東アジア・太平洋地域」は、WTOによる地域区分で、本稿で対象にしている5つの国以外にシンガポール、タイ、インドネシア、オーストラリア、マレーシア、マカオ、フィリピン、ニュー・ジーランド、フィジーが含まれる。
- (3) 国際観光特化係数は、東アジア諸国の貿易構造のパターンを把握するために用いた輸出額と輸入額による貿易特化係数を観光者数に対応させたものである。大川一司・小浜裕久（1993）『経済発展論—日本の経験と発展途上国』，東洋経済新報社
- (4) 中国への観光者数には同胞の数が含まれていない。同胞の数をカウントすると、入込み客数は2千万人を超え、特化係数においてもインバウンドが特化する結果となる。
- (5) 台湾人外国旅行の目的国の上位3カ国である香港、日本、アメリカは、台湾の主要貿易相手国であることである。この3カ国への旅行者が全体の58%を占めているが、輸出が57.3%、輸入が47.4%を占めている。佐藤幸人・川上桃子（1999）「台湾—国際加工基地の構造変換—」，原洋之介編『アジア経済論』，NTT出版，pp. 116-138。

- (6) 中国本土へは香港やマカオを經由して入国しており、1996年に台湾人に対して発給した渡航証は、1,733,897件、1997年には、2,117,576件である。

注

- 1) (特)国際観光振興会編(1997)：『JNTO 国際観光白書—世界と日本の国際観光交流の動向 1998年版』, p.2, (財)国際観光サービスセンター
- 2) (特)国際観光振興会編(1998)：『JNTO 国際観光白書—世界と日本の国際観光交流の動向 1999年版』, p.9, (財)国際観光サービスセンター
- 3) 総理府編(1997)：『観光白書 平成9年版』, 大蔵省印刷局
- 4) Pearce, D. (1995), *Tourism Today*, pp.31-48, Singapore, Longman.
- 5) Khan, M., Olsen, M., and Var. T, eds. (1993), *VNR'S Encyclopedia of Hospitality and Tourism*. Mill, R.C. : International, Tourism, pp.836-850, Van Nostrand Reinhold.
- 6) 前掲書 5) p.842
- 7) 前掲書 4)
- 8) 前掲書 5)
- 9) 前掲書 1), pp25-26
- 10) 前掲書 1)
- 11) 伊藤正一(1999)：「香港—高コスト経済構造の改善—」, 原洋之介編『アジア経済論』, p.208, NTT 出版
- 12) 前掲書 2), p.333
- 13) 青木 保(1999)：現代日本の「アジア・イメージ」, 青木 保・梶尾景昭編『情報化とアジア・イメージ』, pp.45~50, 東京大学出版会
- 14) (特)国際観光振興会編(1999)：『マーケティング・マニュアル—訪日旅行者誘致のためのハンドブック 1999/2000』, pp.58~69, (財)国際観光サービスセンター
- 15) 丸屋豊二郎(1996)：「東アジアにおける地域経済圏構想の現段階—中国沿海地域を中心に—」, 坂口光一・丸屋豊二郎編『国際交流圏の時代』, pp.147~172, 大明堂