

[総説]

中国国際観光産業の発展経緯と今後の訪日旅行の可能性

三木日出男

〈要 約〉

1997年、中国人の海外旅行が解禁された。その後、中国人の海外旅行者数は2014年に1億人を突破して、直近の2019年には1億6,921万人に達した。今や1年間で日本人口以上の中国人が海外へ旅行する時代となった。日中両国の人口規模は異なるが、日本人の海外旅行者数は1964年の海外渡航自由化以降55年の時間を要して2019年に漸く2,000万人を超えることができた。近年における中国人海外旅行需要は活況を呈しているが、中国の国際観光は1978年の改革開放政策を契機に1980年代のインバウンド観光から本格的にはじまる。そして中国の旅行会社はこのインバウンド需要によって成長していった。その後、中国人の海外訪問可能国が徐々に拡大し、旅行者の流れはインバウンドからアウトバウンドへと潮目が変わっていくことになる。中国国際観光の発展の歴史は国の政策や規則の下、段階的に発展してきたが、21世紀に入ると中国でもインターネットが伝統的旅行会社の事業領域を侵食しはじめオンライン・トラベル・エージェントを利用する中国人観光客が急増した。20年前に比べると中国人の出国条件が緩和され海外旅行へ行きやすい環境が整ってきたと言える。しかしながら、今日においても中国人の訪日旅行は観光ビザが必要であり、その取得に際しては日中の旅行会社、中国の日本公館、観光庁などを介して審査発給・管理されている。また、日本の旅行会社（ランドオペレーター）は中国人旅行者が帰国するまで身元保証会社としての責任を負う。中国人の訪日旅行は日中両国の政策や規則により段階的に発展してきたが、今後は中国人の所得水準の上昇やテクノロジーのイノベーションといった社会変化に応じて増加していくことが考えられる。このような需要のうねりが現行の受け入れシステムに影響を与え、新たな受入方法を検討していくことになるであろう。

キーワード：中国人旅行者、観光政策、訪日観光ビザ、インターネット

1. はじめに

1.1 研究の背景

2020年10月26日、中国共産党第19期中央員会第5回全体会議が北京で開催された。習近平総書記は第14次5ヵ年（2021年～2025年）の全体会議で「2035年に一人あたり国民総生産（GDP）を中等先進国並みする」と発表した。2019年、中国における一人あたりのGDPは約1万ドルであり、中等先進国と位置付けられるイタリアやスペインのGDP約3万ドルを目指すことになる。単純に見積もって現時点の水準から約3倍の目標となる。今後の中長期的な中国人の訪日旅行も果たして総書記のコミニケに連動して成長が可能であるのだろうか。伸び代がどれくらいあるのか未知数である。

将来を予測する足元となる2019年の中国人訪日旅行人数は959万人であった。この数値は総訪日外客数3,188万人の中で首位となっており、31.1%の割合を占めている。また、中国人の旅行消費額に

においては1兆7,704億円であり外客旅行消費総額4兆8,135億円のうち36.8%の割合を占め、訪日人数と同じく首位となっている。

このように今日の中国人の訪日観光は重要なポジションに位置づけられるようになっているがその歴史は浅くわずか20年である。中国人の本格的な訪日観光は2000年の観光査証の解禁により始まった。当時2000年の訪日外客数の総数は476万人であり、その内中国人の割合は35万人で全体の8.2%に過ぎなかった。この20年間で訪日中国人は約27倍までに拡大し、中国は日本のインバウンドを支える重要なマーケットにまで急成長した。

中国の近代国際観光の成長の源流は1978年の改革開放政策の取り組み開始に遡る。この政策転換により中国は計画経済から市場経済へ移行し、中国に入境するインバウンド観光は外貨獲得手段としても重要視された。1980年代に入ると日系旅行会社は数多くの訪中パッケージ商品が造成され、北京、上海、西安、広州、桂林といった都市が主力訪問都市として設定された。しかしながら、当時の宿泊施設やガイドサービス、観光地といった観光のシステムは発展過渡期であり、外国人を接待する旅行会社は中国国際旅行社、中国旅行社、中国青年旅行社3社体制で対応する時代であった。一方、中国からのアウトバウンド観光は、先行する中国インバウンド観光の取り組み開始から約20年後の1997年から対象国毎に段階的に解禁されていった。2018年における中国インバウンド外国人は6,290万人であるのに対し、中国アウトバウンド中国人は1億6,199万人にまで拡大した。今日における中国国際観光は、中国インバウンドとアウトバウンドの取扱い規模が逆転してアウトバウンドが大きくリードする形に至っている。この40年間で中国の観光産業は政治・経済・国民の意識の変化と共に急激に変化し成長してきたといえる。

1.2 研究の目的

本研究の目的は中国の観光産業の発展はどのような社会的作用の影響を受けて発展してきたのか、近年急拡大している訪日旅行需要を喚起している諸要因は何に基づくものなのか、そして今後、巨大なマーケットを擁する中国の訪日旅行はこれまでの発展の歴史的経緯を継承して進んでいくのか、或いは新たな局面に展開していくのかを考察することにある。

1.3 研究の構成

本稿の構成であるが、第2章では急速な中国の観光産業の背景をつかむために中国観光産業の歴史について述べる。中国観光政策については、中国観光産業の発展経緯を『中国観光業詳説』（王文亮2001）を参考に整理を行った。第3章では中国人観光マーケット拡大を支える日本側の各機関の取り組み（対中国公民訪日査証政策・観光庁の取り組み、日系旅行会社の中国人訪日旅行の取り組み、中華人民共和国訪日観光客受入旅行会社連絡協議会の取り組み）について検証を行う。そして、最後に第2章と第3章の整理をもとに将来想定される中国人訪日旅行の動向について考察を行い結論に代える。

2. 中国観光産業の歴史

2.1 中国観光政策発展過程

中国における近代観光産業の発展過程は中国国家形成の変遷とともに段階的フェーズに分け諸説論じられているが、王文亮（2001 p.20）は、「①初歩的創業段階 ②開拓段階 ③停滞段階 ④全面的発展の段階を経て、中国の観光業全体が重要な歴史的転換期を迎え、全面的、加速的発展への道を

歩むようになり、こうした基本方針の下で中国の観光業は大きな成果を上げている」と述べている。

時代ごとに中国観光政策の発展過程を4つのフェーズに分けて整理する。

① 初期段階（1949年～1955年）

1949年中華人民共和国建国以降の約70年間の観光産業は中国経済の発展の過程と連動して、国の政策と共に段階的に拡大してきた。初歩的創業段階における中国の観光（地域間移動）は、国外の華僑の帰国幹旋や社会主義諸国との文化、教育、人材といった交流や通信・新聞などのメディア従事者の往来に限定されて政治的に意図された国際間の移動が主流であった。

一方、次第に国際交流が拡大すると諸外国との観光的要素を伴う交流も増えてきた。『中国観光業詳説』によると「1956年1月、当時の周恩来首相は中国国際旅行社の2年間業務計画は周恩来首相の承認を得て旧ソ連、東ヨーロッパ、フランスなどの観光機構と観光契約を結び、1956年から1957年の2年間に国際観光客4,000人余を受入れ、国のために外貨20万ドル余を獲得した」と記述されている。中国における観光（地域間移動）が政治的な意図に加え経済的な効果を意図する政策が導入されはじめた初期の時期にあたる。

② 開拓段階（1956年～1966年）

この時代の背景としては、旧ソ連との接近により社会主義化が進む時代であった。一方、観光による民間外交の推進は外貨獲得手段としても重要な経済政策であると位置づけられるようになった。その現れとして中国の観光政策を司る「中国旅行遊覧事業管理局」（現「中国文化和旅游部」2018年3月に国家旅游局と中国文化部が統合）が1964年に設立された。この機関は國務院に属する行政機関となり、中国における観光政策の方針を定める重要な組織となる。

王文亮（2001）は、中国旅行遊覧事業管理局のことを「國務院の直属機関として、海外自費観光客の中国観光に関する業務管理並びに各関連地域の中国国際旅行支社およびその直属サービス機関の業務を指導し、対外連絡と対外宣伝を担当するという責任を持つ」と説明している。中国旅行遊覧事業管理局の設立により、中国国内の観光インフラや観光業務の水準を向上させ、海外向けの宣伝を促進することにより入境観光客を増加させ外貨を獲得するという明確で具体的な取り組み方針が打ち出された。1965年の入境外国人は12,000名を超えた。

③ 停滞段階（1966年～1977年）

1966年からはじまる文化大革命により観光行為はブルジョアと見なされ中国内の一部の名所旧跡は閉鎖され、入境外国人も激減してしまった。一方、政府にも観光業の役割を重視する考え方も存在し中国旅行遊覧管理局は辛うじて維持され1970年代に繋いでいった。1972年日中国交正常化が成立し、1974年には日中航空協定が締結され、徐々に中国の国際観光の再構築に向けての下準備が構築された。

④ 発展段階（1978年～）

1978年に実施された改革開放政策は中国の観光産業の発展にとって重要な転換期となった。社会主義体制下で閉鎖的であった中国を開放して積極的に海外の資本を取り入れる社会主義市場経済への転換は中国観光産業にとっても国内の観光インフラ整備を促し、旅行サービスや旅行業務、旅行関連事業の発展につながり中国旅行会社の経営基盤を固めることになった。

1980年代に入ると日本人にとってもベールに包まれていた中国が誰でも気軽にパッケージ商品を

利用していける海外として認知され始めた。当時の外国人旅行者は団体査証で入境し、外国人専用の友誼賓館に宿泊して友誼商店で兌換券を利用しながら買い物を行っていた。宿泊先のホテルは中国に到着してから出迎えのガイドより知らされるという時代であった。また、2000年代に入ると中国は世界の工場と呼ばれるようになり、経済の成長と共に外資ホテルの進出が増えた。この結果、従来の歴史や名所旧跡、自然景勝を訪れる周遊型の商品に加え、2000年代に入るとショッピングなど女性が好む素材を組み込んだ上海滞在型商品が造成販売されるようになり、他の諸外国デスティネーションと同じように自由に都市の滞在を楽しむスケルトンタイプの商品が登場した。

入境旅行の増加と共に中国の旅行会社は経営基盤が強固なものとなり、21世紀に入ると中国の観光産業は徐々にアウトバウンドへの傾向が加速されてきた。1978年の改革開放政策後、40年以上の時間が経過した今、中国の業界は大きな発展を遂げアウトバウンドは1億6,921万人、訪日旅行は959万人に到達した。「文化和旅游部2019年度全土旅行会社統計調査報告」によると、中国の旅行会社の総数は38,943社までの規模になった。

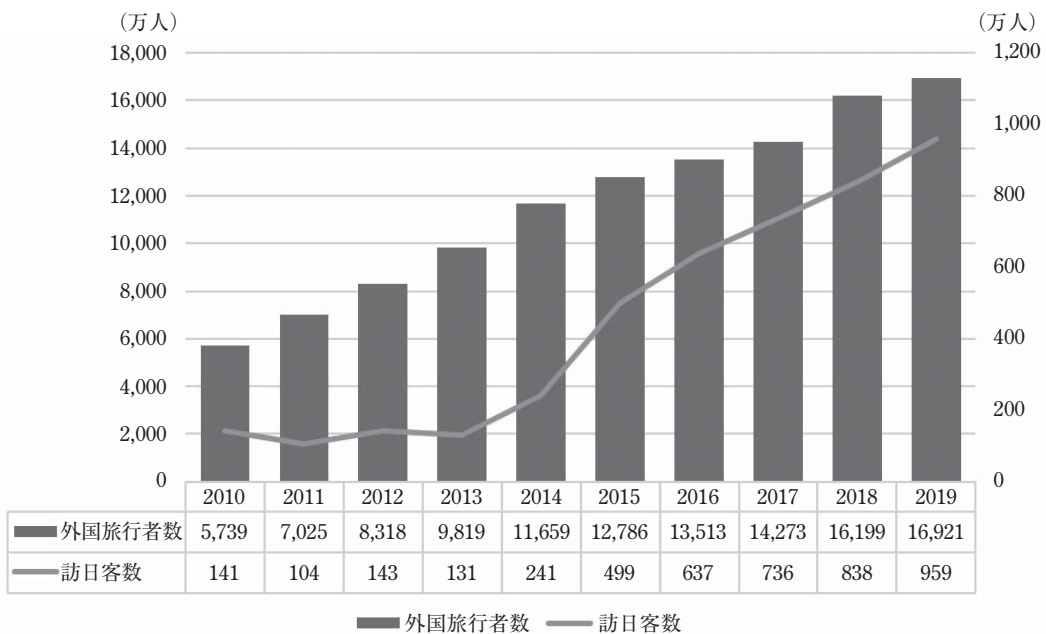


図2-1 中国人の海外旅行者数と訪日客数の推移 (2010年～2019年)

出典：日本政府観光局『訪日旅行データハンドブック 2020年』を基に筆者作成

2.2 中国人の訪日旅行推移

中国人の海外旅行のはじまりは1983年に試験的に広東省を限定して実施された香港への親族訪問からとされている。次第にその範囲はシンガポール、マレーシア、タイといった東南アジア諸国に拡大していったが、あくまでも親戚訪問という条件の下で実施される海外渡航であった。

1997年になると「中国公民自費出国旅游管理暫行弁法」(中国公民の自費国外旅行の暫定的管理法)の施行により、中国政府が許可した指定旅行会社を利用して渡航が許された国へ観光目的で渡航が可能となった。王文亮(2001 p.152)は、「これは、中国が国際観光客の受け入れとしてだけでなく、国として正式に国民の自費国外旅行を許可したことを意味し、中国人の国外市場が形成されたことを意味する」としている。

2000年9月、団体旅行形式による訪日観光旅行が解禁された。この旅行は中国からの添乗員同行と

日本国内でもガイドをアテンドさせることを条件に団体査証が発給され、ツアーの内容も自由行動が許されない条件が付いた旅程となっている。2000年の中国人訪日旅行人数は35万人（観光目的以外も含む）であったが、20年後の2019年においては959万人となり約27倍強となり、2015年以降の訪日外客数のうち中国人が5年連続首位となっている。

表2-1 中国の観光産業発展経緯

中国観光発展段階区分	中国主要トピックス (観光関連を主に)	中国観光産業トピックス
初期段階 1949年～1955年	1949年 中華人民共和国建国 1950年 中ソ友好同盟相互援助条約締結	1949年 「福建廈門華僑服務社」設立 (華僑の親族訪問手配対応) 1954年 「中国国際旅行社総社」設立 (旧ソ・東欧の訪中旅行対応)
開拓段階 1956年～1966年	1964年 フランスとの国交正常化	1964年 「中国旅行遊覧事業管理局」 1965年 訪中国際観光客12,887名達成
停滞段階 1966年～1977年	1966年～文化大革命 1972年 日中国交正常化 1974年 日中航空協定締結	文化大革命により観光見所の閉鎖となり訪中国際観光客が激減 1974年 「中国旅行社」設立
発展段階 1) 入境観光の発展 1978年～ 2) 出境観光の発展 1997年～	1978年 改革開放政策 1989年 天安門事件 1997年 香港返還 1999年 マカオ返還 2001年 世界貿易機関(WTO)加盟 2003年 SARS流行 2008年 四川大地震 2008年 北京オリンピック 2008年 リーマンショック 2009年 新型インフルエンザ流行 2010年 上海国際博覧会 2010年 尖閣諸島沖事件 2010年 中国GDP世界第2位 2012年 尖閣問題による反日激化 2012年 習近平共産党総書記就任 2013年 「一帯一路」構想提起 2020年 Covid-19世界規模大流行	1979年 国外資本導入観光ホテルの建設 1979年 全国観光活動会議にて中国の観光産業を「政治接待型」から「経済運営型」へ転換決定 1980年 「中国青年旅行社」設立 1982年 「中国旅行遊覧事業管理局」が「中華人民共和国国家旅游局(国家旅游局)」に改名 1983年 世界観光機関(UNWTO)加盟 1985年 「旅行社管理暫行条例」(中国初の観光関連法規) 1988年 入境外国人3,000万人突破 1997年 「中国公民自費出国観光管理暫行弁法」(団体出境旅行の承認) 2000年 訪日旅行の解禁 2002年 「中国公民出国旅游管理弁法」(出境観光の規制緩和) 2013年 「中国人民共和国旅游法」 (中国初の観光基本法) 2014年 出境中国人1億人突破 2018年 中国国家旅游局と中国文化部が統合され「中国文化和旅游部」へ組織変更

出典：王文亮『中国観光業詳説』を基に筆者作成

2.3 訪日旅行拡大の要因

2000年以降、中国人訪日旅行拡大の背景には中国の開放政策後の経済力(所得水準)の向上や為替といった経済的な理由もあるが、その拡大の推進力となった具体的な要因としては、「訪日観光ビザの緩和政策」「インターネットによる旅行の普及」「新たな価値観を持った世代の台頭」「映画コンテンツの効果」が要因として考えられる。

表2-2 訪日旅行（人数/為替/GDP）推移

年	訪日人数	1中国元	GDP/人	日本の対中国査証政策
	(万人)	(日本円)	(中国元)	
2000年	35.2	13.01	13,709.66	団体観光ビザ発給開始（北京・上海・広州公館限定）
2001年	39.1	14.68	14,752.22	
2002年	45.2	15.15	15,998.08	
2003年	44.9	14.01	17,495.37	
2004年	61.6	13.07	19,158.68	団体観光ビザ発給緩和（天津市・江蘇省・浙江省・山東省・遼寧省追加）
2005年	65.3	13.46	21,210.72	団体観光ビザ発給中国全土解禁
2006年	81.2	14.59	23,783.08	
2007年	94.2	15.48	27,032.89	
2008年	100.0	14.88	29,491.47	
2009年	100.6	13.70	32,107.38	個人観光一次ビザ試験運用開始（北京・上海・広州公館限定）
2010年	141.3	12.96	35,329.18	個人観光一次ビザ発給中国全土解禁
2011年	104.3	12.35	38,500.54	沖縄マルチビザ発給開始・個人観光ビザ要件緩和
2012年	143.0	12.64	41,336.83	東北3県マルチビザ発給開始
2013年	131.4	15.76	44,342.35	
2014年	240.9	17.25	47,332.37	
2015年	499.4	19.44	50,348.00	個人観光マルチビザ（5年間）発給開始
2016年	637.4	16.38	53,481.47	
2017年	735.6	16.60	56,893.68	東北6県マルチビザ発給開始
2018年	838.0	16.70	60,503.19	
2019年	959.4	15.79	63,985.86	

出典：日本政府観光局（JNTO）、外務省HP、「世界経済のネタ帳」を基に筆者作成

まず、「訪日観光ビザの緩和政策」については日本の中国に対する観光ビザの種別が団体観光ビザから一次個人観光ビザへ、一次個人観光ビザからマルチ観光ビザへと追加され、これら旅行条件の緩和政策は、毎回渡航毎に申請が必要であった手続きから、ビザ有効期間内で複数回の渡航が可能となり訪日旅行のリピート率が高まった。

「インターネットによる旅行の普及」に関しては2つの事例が挙げられる。ひとつは携程（Ctrip1999年設立）に代表されるオンライン・トラベル・エージェント（以下「OTA」という）の台頭による旅行需要の拡大である。オンライン化による旅行申込みの簡便化と宿泊素材の単品売りや旅行商品のバリエーションが中国の広大な市場に展開された。また、もうひとつの事例としてはオンライン媒体である情報サイトとSNSによる情報収集が活用されていることである。日本政府観光局（JNTO）「オンラインメディアに関するWEB調査（2017）」によると海外旅行の情報収集をする際に使用するオンライン媒体として、百度56.8%（情報サイト）、微信50.5%（メッセージアプリ及びSNS）、微博43.3%（SNS）、新浪36.5%（情報サイト）といったものが活用されているとしている。旅行中の出来事は画像・映像に変換して拡散され、海外旅行のイメージが誰でも簡単に入手できるようになった。マルチビザを取得した旅行者はオンライン媒体で動機づけられ、OTAの予約サイトにアクセスして自由に訪日旅行に行く旅行スタイルが定着した（表2-3）。

「新たな価値観を持った世代の台頭」とは1978年の改革開放政策以降に生まれた「80年後」（80后

BāLíng Hòu) 世代のことを指す。80年代に育ったこの世代の子供たちは中国市場に流入する日本の家電製品やテレビドラマ、アニメなどに触れながら育った。訪日旅行が100万人を超えた2000年代半ばになると彼らは20代から30代となり訪日旅行の牽引役となった(表2-4)。

北海道の道東が舞台となった中国の恋愛映画「狙った恋の落とし方(2009)」(原題:非誠勿擾)では美しい道東の自然景観がスクリーンで紹介された。この映画のヒットに呼応して旅行会社は北海道周遊商品をマーケットに投入して集客を図った。この結果、上映の翌年から北海道旅行ブームの口火が切られ、今日においても北海道人気は継続している(表2-5)。従来、訪問先として人気を博していた東京・箱根・京都・大阪といったデスティネーションに北海道の自然観光資源が加わり日本の魅力の層を広げる効果をもたらした。

表2-3 訪日中国人の旅行形態

	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年
個別手配	23.7%	28.5%	39.7%	26.5%	25.6%	34.6%	48.1%	54.6%	62.3%
個人旅行向けパッケージ商品を利用	—	—	—	12.4%	18.2%	20.3%	13.7%	92.0%	73.0%
団体ツアーに参加	76.3%	71.5%	60.3%	61.1%	56.2%	45.1%	38.2%	36.2%	30.3%

出典：日本政府観光局(JNTO)資料を基に筆者作成

表2-4 観光庁 平成25年度 中国市場プロモーション方針事業計画概要

旅行形態	ターゲット	年収	訴求キーワード
団体旅行	30歳～40歳代の女性	6万元以上のホワイトカラー層	ショッピング 食事 温泉
個人旅行	20歳～30歳代の女性	10万元以上のハイミドル層	リラックス ファッション 旅館

出典：観光庁「平成25年度 中国市場プロモーション方針事業計画」を基に筆者作成

表2-5 釧路管内外国人入込客推移

	中国	韓国	香港	シンガポール
2008年	4,104	10,393	10,805	6,415
2009年	13,796	4,269	8,506	5,698
2010年	15,424	4,384	8,995	5,852
2011年	6,315	1,509	5,499	2,799
2012年	8,614	2,182	8,311	4,163
2013年	10,615	2,909	11,331	7,629
2014年	17,418	3,459	12,619	6,462
2015年	37,217	3,128	16,026	8,821
2016年	36,226	4,243	16,386	11,621
2017年	40,413	6,199	20,077	11,454
2018年	47,566	8,757	16,517	11,420
2019年	39,237	6,887	16,203	10,909

出典：北海道釧路総合振興局資料に基に筆者作成

2.4 小括

中国の観光産業における「初期段階」「開拓段階」「停滞段階」「発展段階」の4つの局面の特徴と経過の関連をまとめる。まず、「初期段階」においては旧ソ・東欧との交流促進という「政治的な意図」と外貨獲得手段という「経済的な意図」を意識して取り組んでいた。次の「発展段階」に入ると「中国旅行遊覧事業管理局」が設立され、観光関連事業のサービス向上、国外への中国プロモーションの推進といった具体的な国際観光の政策を打ち出すことになった。「停滞段階」は文化大革命の影響を受けるが、1972年の日中国交正常化、1974年の日中航空協定など日中間の国際観光の開始に向けての下地が整う時期でもあった。1978年の改革開放政策は中国の国際観光産業においても歴史的なターニングポイントとなった。1980年代に入ると諸外国の外国人観光客が訪中し、中国の旅行会社及び旅行関連事業者が強化されることになった。

旅行ビジネス手法をインバウンドで培った旅行会社は2000年代に入るとアウトバウンドビジネスを展開していくことになったのである。そして訪日旅行は訪日観光ビザの緩和政策とインターネットの浸透により、新たな中国の国際観光の局面に入ろうとしているところである。

3. 日本における中国人訪日旅行への対応

3.1 中国人訪日観光ビザの発給手続きの現状

中国人訪日旅行の拡大要因の一要因として「訪日ビザ緩和政策」であることを前章で述べたが現状としては複数の訪日観光ビザの種別が存在する。また、訪日観光ビザ申請手続きは旅行者本人申請ではなく北京・上海・広州・重慶・青島・瀋陽・大連の各在外公館が管轄する指定された中国の旅行会社全602社（2020年12月現在）が行わなければならない（表3-1）。

表3-1 在外公館管轄別指定旅行会社数

北京	上海	広州	重慶
159	198	66	61
瀋陽	大連	青島	総計
66	30	22	602

出典：在中国各公館HPを基に筆者作成

次に訪日観光ビザの種別であるが2000年以降発給されている各種ビザを時系列で見るとビザの発給地、旅行の参加人数、旅程、滞在期間などの条件が徐々に緩和されていることが分かる（表3-2）。

初期に発給された「団体観光ビザ」の特徴は、中国からの添乗員同行、日本国内においてもガイドのアテンド手配、そして旅程は自由行動設定不可という管理された条件の中での団体旅行であった。団体旅行から少人数の「家族観光ビザ」を経て「個人観光ビザ」が発給されるようになった。やがて「家族観光ビザ」と「個人観光ビザ」の申請時に「十分な経済力を有する者が対象」という要件が加わり、具体的な経済基準は公開されていないが目安としては年収25万元（1元13円計算として約325万円）と言われている。経済的に十分な生活の基盤があれば「失踪」のリスクは抑えられるという考え方に基づくものである。2015年になると「相当の高所得を有する者」要件が加わり、個人観光ビザの有効期間が3年間から5年間に緩和された。

「十分な経済力を有する者」「相当な高所得を有する者」といった要件が示されているように「個人観光ビザ」の発給可否の客観的な判断材料として旅行者の経済力を判断の一つとしている。また、中

国内の経済格差という観点で整理すると中国の沿岸部が比較的豊かで個人観光ビザ取得の旅行者は沿岸部に集中している（表3-3、図3-1）。

表3-2 中国人向け訪日観光ビザ政策の変遷

実施年月	ビザの種別	実施内容
2000年9月	団体観光ビザ	北京市・上海市・広州省限定
2004年9月	団体観光ビザ	天津市・江蘇省・浙江省・山東省・遼寧省を追加
2005年7月	団体観光ビザ	中国全土解禁
2008年3月	家族観光ビザ	2名以上の家族、十分な経済力を有する者が対象、添乗員同行
2009年7月	個人観光ビザ	1回の渡航のみ、十分な経済力を有する者が対象、自由行動可、添乗員同行条件なし、北京市・上海市・広東省限定
2010年7月	個人観光ビザ	中国全土解禁
2011年7月	沖縄マルチビザ	初回のみ沖縄滞在が条件、有効期間3年のマルチビザ
2012年12月	東北3県マルチビザ	初回のみ岩手県・宮城県・福島県のいずれかに滞在することが条件、有効期間3年間のマルチビザ
2015年1月	個人観光マルチビザ (相当な高所得者向け数次査証)	相当な高所得を有する者が対象、有効期間5年間のマルチビザ

出典：外務省在外公館HPを基に筆者作成

表3-3 中国人一人当たりGDP1万ドル超行政区（2017年）

行政区	中国元	日本円	USドル
北京市	128,994	2,192,900	19,935
上海市	126,634	2,152,781	19,571
天津市	118,944	2,022,041	18,382
江蘇省	107,150	1,821,550	16,560
浙江省	92,057	1,564,969	14,227
福建省	82,677	1,405,509	12,777
広東省	80,932	1,375,844	12,508
山東省	72,807	1,237,721	11,252

出典：三菱UFJリサーチ&コンサルティング（2019）に基に筆者作成



図3-1 一人当たりGDP（2017年）1万ドル超 地域図
 出典：三菱UFJリサーチ&コンサルティング（2019）に基に筆者作成

3.2 身元保証を行う日本の旅行会社の役割

通常、ランドオペレーターとしての日本の旅行会社は送客元である中国の旅行会社と地上手配契約を締結して日本国内の旅行手配を請け負う。また、中国人の観光を取扱う日本の旅行会社は、「中華人民共和国訪日観光客受入旅行会社連絡協議会」（以下「中連協」という）の審査を経て指定業者としての承認が得られなければ、中国人の訪日旅行を取り扱えないルールとなっている。

この独特な運用ルールの背景には、中国人旅行者の失踪防止という特殊な事情が絡んでいる。訪日観光ビザは日中両国の旅行会社がしっかりと関与して管理する責任が課せられている。万が一、中国人観光客が旅行中に失踪してしまえば、ペナルティとして外務省より中国の訪日旅行指定旅行会社は当面期間の営業停止または指定旅行会社の取消しなど厳正に対処される。また、ランドオペレーターとしての日本側の旅行会社も「身元保証会社」としての責任があり、同様の事例が発生した場合は、国土交通省（観光庁）から当面期間の営業停止か指定業者の取消しという措置が取られる。中連協ホームページに掲載されている2020年12月15付の「日本側旅行会社ペナルティ状況」を確認すると個人観光旅行の取扱取消しの会社は11社（失踪158名発生）、また取扱停止1年の会社は2社（失踪5名）と公表されている。

3.3 小括

中国人の訪日観光は2000年の「団体観光ビザ」から始まった。この20年間で段階的に発給要件の緩和が進行し、現時点では5年間有効のマルチ・滞在期間90日「個人観光ビザ」が発給され、2019年には訪日観光数は959万人となった。しかしながら、日本の旅行会社は中国人旅行者の身元保証人となりビザ申請書類の準備、旅程の管理、帰国報告書の提出といったマニュアル作業に依存する付帯業務がある。今後、中国の所得水準の上昇や潜在的な内陸部マーケットの増加、オンライン・トラベル・エージェントの販路拡大の勢いを考えると、現状のままでは日本の応需能力が逼迫することが考えられる。

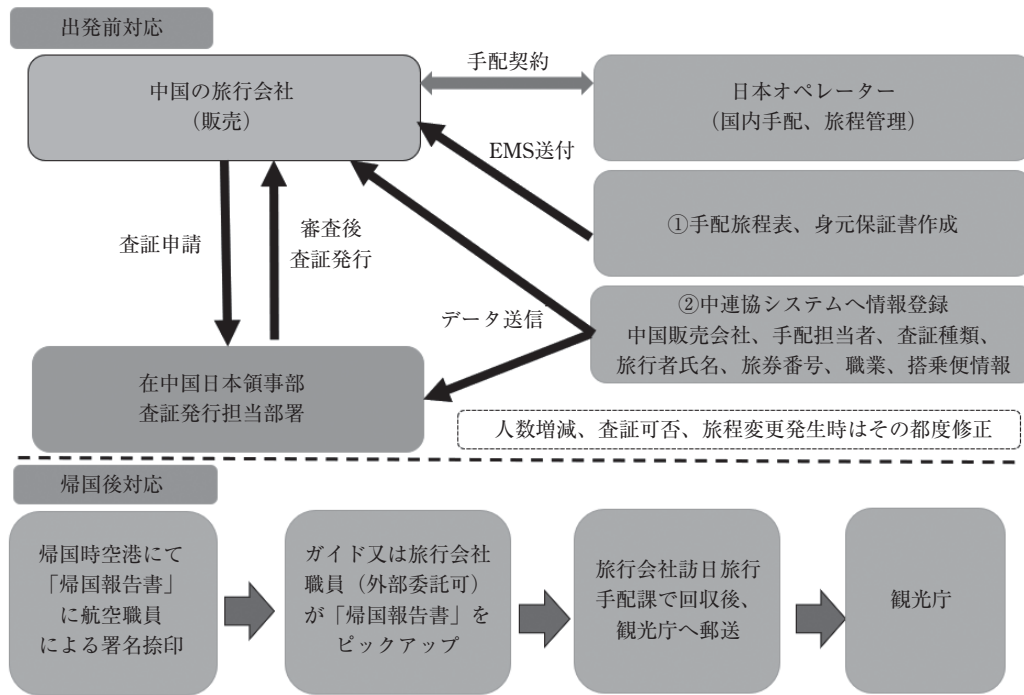


図3-2 日中旅行会社ビザ申請業務フロー

出典：中連協資料を基に筆者作成

4. おわりに

本稿では中国の観光政策に基づく近代観光産業の発展経過について整理を行った上で急成長する訪日旅行の拡大要因の検証を行った。

中国の国際観光産業は初期の段階では華僑の親族訪問や社会主義国との人材交流が主な目的であったが次第に国際観光による民間外交は外貨獲得手段として有用な経済政策として位置付けられるようになってきた。また、国営企業である中国国際旅行、中国旅行社、中国青年旅行社といった中国3大旅行会社は1980年代から中国の国際観光の発展に寄与しながら成長してきた。中国の観光産業の発展は国の政策に合わせて段階的に発展を遂げた。また、訪日旅行も観光ビザという日本の段階的な緩和政策により右肩上がり増加している。2000年を境に中国のアウトバウンドも徐々に渡航可能対象国が増え、インターネットの発展とオンライン・トラベル・エージェントの浸透により中国人の海外旅行が拡大してきた。

このように拡大基調である訪日旅行であるが、観光ビザ政策の方針がボトルネックとも言える。2018年の中国人海外渡航先（除く香港・マカオ）順位は1位タイ（1,054万人）そして2位日本（838万人）となる。タイは空港到着時に取得できるアライバルビザ方式を採用している。訪日ビザの更なる緩和や廃止は来訪者を増やし、日本国内で旅行消費が拡大するという側面と失踪問題が増加する可能性もあるという裏腹の関係にある。

第4次産業革命は旅行においても大きな影響を与えている。旅行者はSNSで情報を収集して行先を決め、インターネットで旅行の手配を行う。旅行中もスマートフォンを羅針盤として行先を決めながら旅を楽しむようになった。従来の伝統的旅行会社の領域は急速に狭まっており、中国の旅行業界においても、日本の旅行業界のスピード以上の速さで旅行のデコンストラクションが進行しており旅行

者は自由に旅行の手配を行うようになってきた。

中国のアウトバウンドは本格的にスタートしてからわずか20年間で1億6,921万人の中国人旅行者が世界に出るようになった。また、内陸部の大きなマーケットを擁する中国の潜在的な観光需要も存在する。このような潮流の中で日本の旅行会社に対応している「中国人旅行者の身元保証」という仕組みは日本の旅行会社が介在してビザの発給手続きと旅程管理責任を負っており、その管理手法は極めてマニュアル的な対応である。

中国の国際観光の発展はインバウンド、アウトバウンドとも日中両国政府の政策や規則により段階的にコントロールされながら発展してきたが、今後の中国人旅行者の増加次第では現行の運用では応需能力が難しくなると想定される。

2020年10月に5中全会で発表された2035年に国民一人当たりGDPを3倍にするという目標が実現すると、現行の観光ビザの経済要件を容易にクリアすることになる。今後の中国の所得水準の上昇と旅行手配をより便利に容易にするテクノロジーの発達は、訪日旅行をより促進させ、マーケットの力により日本の観光政策やランドオペレーター業のあり方に変化をもたらすことになるであろう。

参考文献

王文亮（2001）『中国観光業詳説』日本僑報社

王文亮（2009）『社会政策で読み解く現代中国』ミネルヴァ書房

岡本隆司（2013）『近代中国史』ちくま新書

外務省（2017）中国人に対するビザ発給要件の緩和

https://www.mofa.go.jp/mofaj/press/release/press4_004524.html, 2020年12月24日閲覧

観光庁（2012）平成25年度中国市場プロモーション方針計画概要

<https://www.mlit.go.jp/common/000994394.pdf>, 2020年11月27日閲覧

在広州日本国総領事館HP

https://www.guangzhou.cn.emb-japan.go.jp/itprtop_ja/index.html, 2020年12月27日閲覧

在上海日本国総領事館HP

https://www.shanghai.cn.emb-japan.go.jp/itprtop_ja/index.html, 2020年12月27日閲覧

在重慶日本国総領事館HP

https://www.chongqing.cn.emb-japan.go.jp/itprtop_ja/index.html, 2020年12月27日閲覧

在瀋陽日本国総領事館HP

https://www.shenyang.cn.emb-japan.go.jp/itprtop_ja/index.html, 2020年12月27日閲覧

在瀋陽日本国総領事館在大連領事事務所HP

https://www.dalian.cn.emb-japan.go.jp/itprtop_ja/index.html, 2020年12月27日閲覧

在青島日本国総領事館HP

https://www.qingdao.cn.emb-japan.go.jp/itprtop_ja/index.html, 2020年12月27日閲覧

在中国日本国大使館HP

https://www.cn.emb-japan.go.jp/itpr_ja/visa_kanko.html, 2020年12月27日閲覧

世界経済のネタ帳 人民元/円の為替レートの推移

https://ecodb.net/exchange/cny_jpy.html, 2020年12月17日閲覧

世界経済のネタ帳 中国GDP一人あたりのGDPの推移

https://ecodb.net/country/CN/imf_gdp2.html, 2020年12月17日閲覧

中華人民共和国訪日観光客受入旅行会社連絡協議会HP

<http://www.churenkyo.com/index.html>, 2020年12月20日閲覧

張兵（2016）『訪日中国人から見た中国と日本—インバウンドのあり方—』日本僑報社

張西龍・王文亮（2002）『中国のWTO加盟と国際観光業—日中観光交流の新時代へ—』日本僑報社

中国国際観光産業の発展経緯と今後の訪日旅行の可能性

日本政府観光局（2020）『訪日旅行データハンドブック 2020年』

文化和旅游部2019年度全国旅行社統計調査報告

http://zwgk.mct.gov.cn/zfxxgkml/tjxx/202012/t20201204_906493.html, 2020年12月16日閲覧

三菱UFJリサーチ&コンサルティング（2019）中国経済レポート（No. 61）中国地域経済の市場としての特徴 https://www.murc.jp/wp-content/uploads/2019/05/china_190514.pdf, 2020年12月17日閲覧

（みき ひでお）

The Development of China's International Tourism Industry and the Potential for Future Travel to Japan

Hideo MIKI

Abstract

In 1997, the ban on overseas travel for Chinese was lifted. Since then, the number of Chinese traveling abroad surpassed 100 million in 2014 and reached 169.21 million in 2019, the most recent year. Nowadays, more Chinese people travel abroad than the Japanese population in a year. Although the populations of China and Japan differ in size, the number of Japanese traveling abroad finally exceeded 20 million in 2019, 55 years after the liberalization of overseas travel in 1964. In recent years, Chinese demand for overseas travel has been booming, but China's international tourism began in earnest with inbound tourism in the 1980s, triggered by the reform and opening-up policies of 1978. China's travel agencies grew thanks to this inbound demand. Later, the number of countries that Chinese people could visit overseas gradually expanded, and the tide of travelers shifted from inbound to outbound. The history of China's international tourism has been one of gradual development under national policies and regulations, but in the 21st century, the Internet began to encroach on the business domain of traditional travel agencies in China, and the number of Chinese tourists using online travel agents increased rapidly. Compared to 20 years ago, the requirements for Chinese nationals to leave Japan have been relaxed, making it easier for them to travel abroad. However, even today, Chinese visitors to Japan still require a tourist visa, which is issued and managed through Japanese and Chinese travel agencies, Japanese diplomatic missions in China, and the Japan Tourism Agency. In addition, Japanese travel agencies (land operators) are responsible for acting as guarantors until the Chinese traveler returns to China. Chinese travel to Japan has developed in stages due to the policies and regulations of both Japan and China. But it is expected to increase in response to social changes such as rising income levels and technological innovations among the Chinese. Such a swell of demand will affect the current acceptance system, and new ways of receiving visitors will be considered.

Keywords: Chinese tourists, tourism policy, tourist visa to Japan, internet