

〈研究論文〉

訪日中国人観光客による爆買いに関する一考察

張 国峰*

I. はじめに

2015年12月1日に、中国人観光客[†]の旺盛な購買欲を示す「爆買い」が2015年新語・流行語大賞を受賞した。日本のみならず、中国でも大いに注目され、ホットな話題となった。当時、中国のメディアでも日本の免税店で便座、化粧品、腕時計のような人気商品を買いきる場面が流されていたのだ。日本政府観光局(JNTO)の統計によると、2015年中国人観光客インバウンドは、4,993,689人へのぼり、はじめて韓国を抜き、日本の最大客源国となった。2014年、2015年、2016年における中国人観光客数はそれぞれ83.3%、107.3%、27.6%の伸び率を記録した。また、日本国土交通省観光庁によると、爆買いのピークを迎えた2015年には、中国人観光客による日本旅行消費額は14,174億円で一人当たりの旅行支出が283,842円へのぼり、20ヶ国・地域中第1位となった。同年度訪日外国人一人当たり旅行支出の176,167円をはるかに超えていることが分かった¹。無論、それは観光立国の実現を目指す日本に莫大な経済利益をもたらしているに違いない。2014年から爆買いの終焉を迎えた2016年にかけて、中国人観光客による爆買いをめぐる討論が中国でも日本でも多く行われた。喜びの声もあれば批判の声もあるのは事実である。

しかし、今までの関連研究は経済利益と観光客誘致策などを中心に展開されているのである。なぜ観光がショッピングの旅となってしまったのか、中日両国民間の相互理解を一層深めることができたかどうか、といった問題はあまり重要視されていない。小論は、先行研究の成果を踏まえ、信ぴょう性のあるデータを用い、主に2014年から2016年における中国人観光客による爆買いの背後にある原因を明かし、分析を通して改善策を提出していただくことを目的とする。

II. 中国人による日本観光ブームの要因

観光における爆買いであるため、本章ではまず訪日ブームを分析しておく。近年、訪日中国人観光客の激増の要因として、経済成長による所得の増加、ビザの大幅緩和、アベノミクスによる円安、両国を往来する航空路線の拡大など様々なものが取り上げられる。これからデータに基づき詳しく分析を進めることにする。

2.1 中国人所得の増加

人々は生まれながら飽くことを知らない好奇心を持っているので「旅行したいという衝動は普遍的なものだ」とハロルドは言う。国際観光の研究によると、一般的に観光は贅沢財であ

* 長崎県立大学国際社会学部研修員、中国寧徳師範学院講師

† ここで言う中国人観光客は、香港・台湾・マカオを除く大陸の観光客のみを指す。

り、娯楽旅行に対する消費者の需要は所得の増加に敏感に反応する。1975年から2000年の間、世界の実質経済成長率は3.4%であったのに対して、海外旅行は平均4.9%で成長した。従って国際観光は世界の所得の1.4倍成長したことになる。これは、世界の経済が成長し続ける限り世界の観光が成長し続けることを意味する²。

そのため、海外旅行は経済成長の賜りものであり、付き物とも考えられる。中国でも例外ではなく、長年の経済成長が訪日ブームと密接に繋がっている。1978年に中国が経済建設に重きを置き、改革開放政策を実施して以来、高い成長率を保ち、凄まじい経済成果を成し遂げてきた。国民の可処分所得も大幅に増加した。

中国国家統計局によると、図1で示すように、2016年都市部における個人可処分所得は、33,616元（565,022円相当）に上り、1978年の343.4元と比べると90倍までになった。2016年農村部における可処分所得は12363.4元（207,806円相当）に達し、1978年の92倍に当たった³。先進諸国の欧米日と比べると、まだ何分の一に過ぎないかもしれないが、全体的な

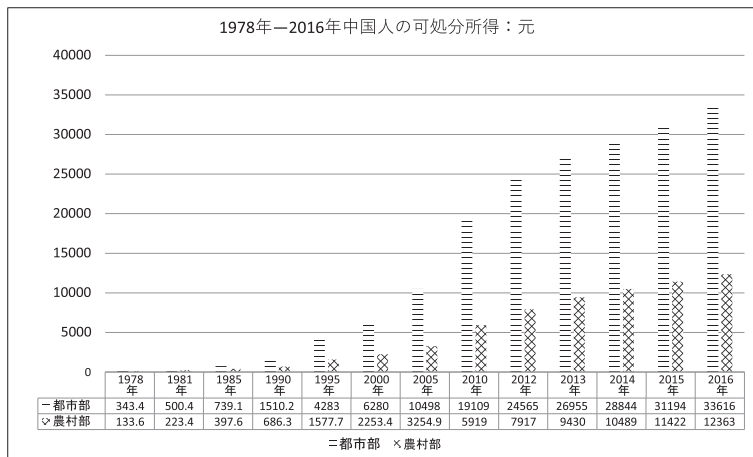
所得増加は事実である。

無論、中国が深刻な地域格差およびそれによる所得格差の問題を抱えているが、中国人可処分所得の全体像を得るため、地域格差と所得格差のことを対象から外す。

確かに、中国人の年収が大幅に増加したが、国民収入レベルはまだ発展途上国の段階にあり、日本といった先進国とは比べられないほどである。また、日本国土交通省のデータによれば、2014年から2016年にかけて中国人観光客における一人あたりの旅行支出はそれぞれ213,753円、283,842円、231,504円で、当年度の訪日外国人一人あたり旅行支出の151,174円、176,167円、155,896円をはるかに上回っているのが分かる。

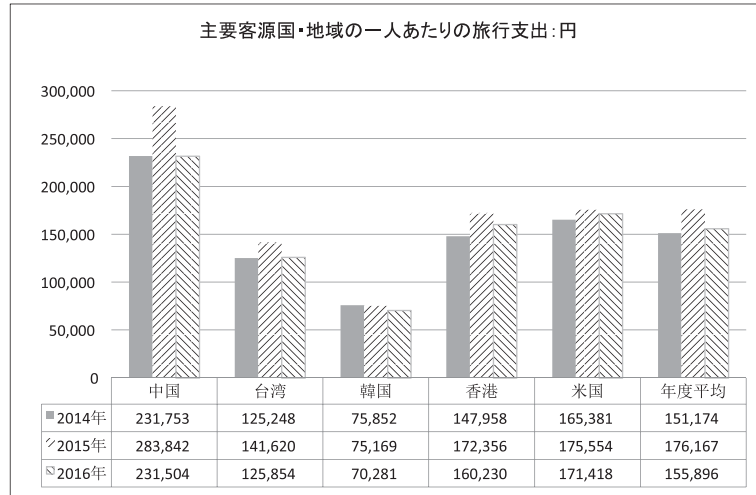
なお、図2で示すように、旅行消費額の多い国・地域トップ5の中で、中国人観光客の支出額が米国、香港、台湾、韓国のをはるかに超えている。2015年のことを例に取り上げると、一人あたりの旅行支出額が都市部における一人当たり可処分所得の54.1%に当たるほどである。これは、五つの国・地域において国民一人あたりの可処分所得の最も少ない中国人観光客が一

図1 1978-2016年中国人の可処分所得



出所：中国国家統計局の統計に基づき作成

図2 トップ5客源国・地域の一人あたりの旅行支出



出典：日本国土交通省観光庁「訪日外国人消費動向」に基づき作成

番多く旅行費用を支出していることに疑問を抱くだろう。

しかし、現在、中国で海外旅行に行ける人はほとんど都市部の裕福層のみであり、農村部の人にはまだ高嶺の花のようなものである。総じて言えば、中国全体の社会経済が成長し続ける限り、国民の海外旅行意欲と個人的購買力も同時に上がるであろう。

2.2 ビザ申請緩和と柔軟性に富んだ申請条件

近年、訪日中国人観光客が急増しているが、その背景には中国政府の旅行に関する規制緩和と日本政府のビザ緩和政策が取り上げられると思われる。中国人が日本旅行をするには、中国政府の出国許可と日本国のビザが必要である。中国人の海外旅行は中国政府によって規制されていて、渡航先も観光客が自由に選択できず、海外旅行目的地として中国政府の審査を受けて認められた国・地域に限定される。実は、中国人の海外旅行は1983年の香港・澳門への親族訪問の解禁から始まったのである。その後、1988

年にタイ、1990年にシンガポール、1992年にフィリピンの各国に対しても親族訪問が許可された。1997年、中国政府によって「中国人私費海外旅行管理に関する暫定条例」という私費海外旅行に関する法規が実施された⁴。この条例によって、私費による団体観光が正式に解禁されるようになった。1999年1月に日本が中国政府の海外旅行目的地のリストに入り、中国人は日本観光に行くことが可能となった。翌年、日本政府は中国人向けの団体観光ビザの発給を開始し、徐々に緩和措置を取ってきた。表1は2000年以来中国人への主な観光ビザ緩和措置を示したものである。

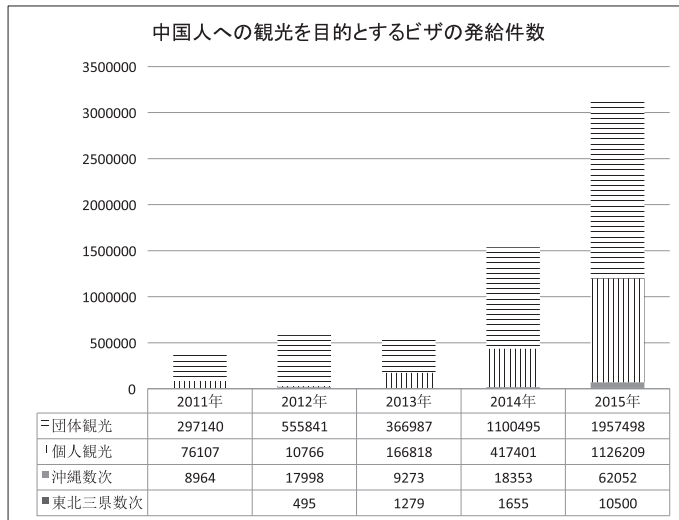
対中国人観光ビザの発給は団体から始まり個人へ至ったという経緯である。中日政府間協議によって、2000年9月から北京・上海・広東省の住民向けの団体観光ビザを発給しはじめたが、当時受付の公館が在中国大使館しかなかった。高まる需要に応じ、2003年に在上海総領事館と在広州総領事館でもビザ申請の受付が可能となった。2004年9月に、青少年の交流を促進するため、中国の小・中学の修学旅行生に対し

表1 対中国人ビザ緩和措置

開始日	緩和措置（最長滞在・有効期間）
2000年	北京・上海・広東省の住民へ団体観光ビザの発給を開始 添乗員要 受付公館は在中国日本大使館のみ
2003年	2月6日 受付公館の拡大：在上海総領事館も受付可能
	12月1日 在広州総領事館も受付可能
2004年	4月5日 ①（小・中学生）修学旅行生向けのビザ手数料免除 ②引率者も含む
	9月1日 （小・中学生）修学旅行生のビザ免除
	9月15日 天津・江蘇省・浙江省・山東省・遼寧省を団体観光地域に追加
2005年	7月1日 中国全土へ団体観光ビザが拡大
2008年	3月3日 ①家族観光ビザの発給を開始 ②年収25万元以上の家族、2 - 4名
2009年	7月1日 ①北京・上海・広東省の十分な経済力を有する者に個人ビザの発給を開始 ②添乗員不要
2010年	7月1日 ①個人ビザを中国全土へ拡大 ②一定の地位及び経済力を有する者
2011年	7月1日 沖縄数次ビザ発給： 初回訪日時沖縄から入国 十分な経済力を有する者及び家族；一回に最長滞在期間15日；有効期限：3年
	9月1日 一回の滞在期間を30日まで延長
2012年	7月1日 ①東北三県の数次ビザ発給を開始 ②十分な経済力を有する者及び家族 ③一回の最長滞在期間を90日まで延長 有効期間：3年間
2015年	1月19日 ①商用目的訪日歴の要件撤廃 文化人・知識人数次ビザ身元保証書等の省略；有効期間：5年；最長滞在90日 ②沖縄・東北三県数次ビザ：過去3年以内に訪日歴のある経済要件緩和、家族のみの渡航可；有効期間3年；最長滞在30日 ③相当の高所得者向け数次ビザの導入：訪問地要件のない新しい数次ビザ；有効期間5年；最長滞在90日；家族のみの渡航可
	3月17日 指定船舶のクルーズ乗客向けのビザ免除
2016年	9月27日 ①商用目的、文化人・知識人数字ビザの緩和；最長有効期間10年への延長；発給対象者の拡大 ②中国教育部直属大学の大学生・大学院生及び卒業後3年以内の卒業生向けの観光一次ビザ申請手続き簡素化；滞在期間30日
2017年	5月8日 ①十分な経済力を有する者向け訪問地要件のない数次ビザを導入 ②相当の高所得者向け数次ビザの緩和；初回の渡航目的を旅行に限定しない；航空券などの自己手配を可とする ③青森県、山形県、秋田県を追加し東北六県数次ビザ発給；過去三年以内訪日歴の要件を廃止 ④クレジットカードゴールド所持者の一時ビザ申請手続き簡素化

出典：外務省と日本在中国大使館のホームページのビザ緩和措置に基づき作成（注：各大使館が指定する代理店によって手続きが少々異なる場合がある）

図3 中国人への観光ビザ発給件数統計



出所：日本外務省ホームページの外国人ビザ発行統計に基づき作成

てビザ免除という緩和措置が実施された。また、同年に経済力のある天津、江蘇省、浙江省、山東省と遼寧省を団体観光ビザの対象省に追加された。2005年7月から団体観光ビザの発給対象が中国全土へと広がった。このように、中国人の観光ビザ申請には徐々に緩和措置を取り、訪日中国人観光客数がどんどん増加している。2008年のビザ発給数は35万人を記録し2002年の9倍近くとなった。2011年に沖縄振興をねらった沖縄数次ビザが発給され、2012年から大震災に遭った東北三県の復興を図る東北三県数次ビザも発給され始めた。2011年の東北震災と2012年の中日政治摩擦を経て、2014年からビザの発給数が爆発的な増加傾向を見せた。爆買いピークの2015年前後のビザ発給数を例とし図3にまとめた。

図3から、様々なビザ緩和が実施されたことにより、2015年の観光ビザ発給件数が3,156,259件に達し、2014年と比較すれば200%越えの伸び率を記録したことが分かった。なお、2015年

に実施された指定クルーズビザ免除策で、訪日人数の増加にも貢献している。

したがって、観光ビザの緩和が訪日中国人観光客の激増と密接に繋がっていると言える。

また、欧米の観光ビザ申請条件と比べれば、緩和された日本の観光ビザの手続きが比較的簡単になったという点も挙げられる。ここで、在中国米国大使館、フランス大使館、日本大使館と中国最大トラベル会社携程会社のデータをもとに、それぞれ中国人への個人観光ビザ申請要件を表2にまとめて対照してみる。

表2には有効期間が六ヶ月以上のポスポート、勤め先の営業免許書類などの三カ国に共通する書類要件を除いた。通じる要求が入らず、主な相違点のみを挙げられた。面会が必要な米国、不動産などの証明が必要なフランスと比べると、大学生に対する便利さを図るだけではなく、柔軟性に富んだ経済的要件を求める日本のほうが魅力的ではないかと思われる。また、日本の観光ビザの費用が僅か200円で、経済的負

表2 主要観光目的国のビザ申請条件

	経済的要件	面会	ビザ費用
米国 ⁵	①近い三ヶ月の収入証明書 ②一年間における納税証明書 ③不動産の所有証明書 ④蓄積額の証明書類 ⑤個人履歴書	要	1072元
欧州(フランス ⁶ を例)	①3-6ヶ月における収入証明書 ②毎月口座に収入の振込があり、残高一万元以上 ③不動産の所有証明書類	不要	465元
日本 ⁷	①指定大学の学生である場合、資産の証明は不要 ①以外の場合、②、③、④のいずれかを提出する ②六ヶ月以内の支出証明書類；口座残高が10万元以上 ③クレジットカードゴールドの所有者なら、六ヶ月以内の取引記録を提出する ④年収10万元以上の証明書類	不要	200元

出典：在中国の米国大使館、日本大使館及びトラベル携程会社 HP より作成

表3

	コースの主な内容	費用
米国	ニューヨーク、ワシントン、ボストン、ハーバード大学など、6泊	10404元
欧州(イタリア)	パリ、ミラン、ローマなど、7泊	19800元
日本	東京、京都、大阪など、5泊	4388元

出典：携程会社のホームページに基づき作成

担も少ない。

つまり、ビザ緩和と比較的柔軟性に富んだ申請要件が、近年の日本観光ブームに繋がっているのではないかと見える。

2.3 手頃な価格

欧米日などの先進国と比べて可処分所得がまだ少ない中国人が海外観光目的地を選ぶ際に、手頃な旅行支出を考えざるを得ない。

ここで、中国で最大のトラベル会社携程における米国、日本、欧州(イタリア)の団体観光のコースを例として表3にまとめてみた。

表3は携程会社における2017年10月の団体観光コースによって作成されたものであるが、2、3年前の価格とはあまり変わらず、旅行会

社の競争と航路の増加によるダウンさえもある。表3から米国、欧州(イタリア)と比べて日本の旅費が一番安いのが分かった。その値段が普通の中国人には受け入れやすいといえる。その上、日本観光には地理的に近いこと、時差がないこと、漢字圏にあり日本語が分からなくても多少親近感があること、など様々な優位性があり、2.2で叙述したビザ緩和と相まって、日本観光ブームが続くだろう。

2.4 観光立国政策の推進

2007年から日本政府は観光立国推進基本法を実施し、「国内の特色ある自然環境、都市光景、美術館、博物館等を整備して国内外の観光客を誘い込み、人々の落とす金を国の経済を支える

基盤の一つにする」ことを狙い、世界中の人々が日本の魅力を発見し伝播することによる諸外国との相互理解の増進も期待する⁸。観光立国政策は政府による積極的なプロモーションである。これも観光客にとって観光地の重要な情報源となった。日本観光庁及び自治体政府が北京、上海、香港で事務所を設置してウィーチャット、ウェイボーといったSNSアプリで日本の景色、歴史、料理などを発信したりして日本への観光誘致を着実に進めている。また、中日両国の間には敏感な問題を抱いているが、日本観光に対する賞賛を惜しまず、理性を持って日本のことをみる中国人が増えていると考えられる。その他、国際観光客による評判がいい。世界最大級の旅行クチコミサイト『トリップアドバイザー』が行った「2014年旅行者による世界の都市調査」の結果によると、ニューヨークやバルセロナ、パリなどをおさえ、「総合的な満足度」で東京が首位に輝いた。この調査で対象となったのは、世界の主要37都市に旅行した者5万4千人で、16項目のうち、「街中の清潔さ」「タクシーサービスの総合的な評価」「公共交通機関の評価」「現地の人の親切さ」「総合的な満足度」の5項目で、東京は1位であった⁹。また、訪日した60名の中国人観光客を対象に行った「今回の訪日に満足していますか」というアンケートによると、「とても満足している」と答えた人が89%を占めている。このように良好な口コミも日本観光の魅力を増やしているにちがいない。

ここまで、ビザ緩和、経済面及び政策などの分野から中国人による日本観光ブームを分析してみた。

Ⅲ. 中国人観光客が爆買いをする原因について

Ⅱでは訪日中国人観光客が激増した現象をビザや経済面などから分析してみた。これから、観光の付き物であるはずのショッピングが爆買いとなった原因を円安・免税、中国式人情などの面から分析していく。

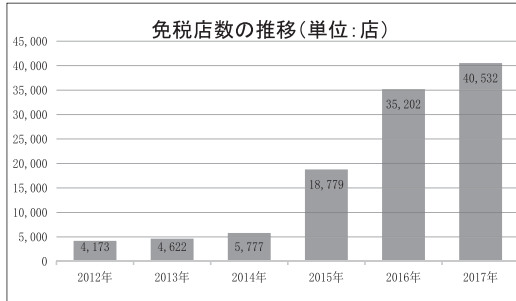
3.1 円安と免税政策の充実

旅費のことになると、アベノミクスによる円安に触れておく必要がある。2014年10月に日本銀行は政策委員会・金融政策決定会合において量的・質的金融緩和の拡大を実施する政策によって、マネタリー・ベースが年間約80兆円に相当するペースで増加するような金融市場調節を行い、長期国債について保有残高が年間約80兆円（約30兆円追加）に相当するペースで増加する買い入れを行った¹⁰。量的緩和政策の実施により、円の人民元に対するレートは「100円＝7.5元」から、「100円＝5元」になり30%ほど値下がりした。特に、2015年6月2日に、一時「100円＝4.9196元」となって前年同期の2014年6月3日の「100円＝6.045元」と比べて19%値下がりした。円安が直接中国人観光客の購買欲を刺激した。例えば、一万円の商品を購入する場合、2013年には750元であるが、2015年6月には500元で買えるようになったわけである。買い物だけではなく、旅行全体の費用が下がっているのである。円安により、2015年に日本観光ブームを迎えた。

また、免税制度の充実もさらに観光客の購買欲を高めている。日本は2014年4月より外国人旅行者向けの消費免税制度を実施しはじめた。免税店が雨後の筍のように増えていた。図4は日本国土交通省の統計に基づいた近年における

る免税店の増加を示したグラフである。

図4 2012年以来の免税店数の推移



出典：日本国土交通相観光庁の『都道府県別消費免税店数2017年4月』に基づいて作成。

図4から爆買いピークを迎えた2015年には免税店数が前年度と比べて225.1%増の18,779店に達した。2016年、2017年の免税店数がそれぞれ87.5%、15.1%の伸び率を見せた。観光庁では、「明日の日本を支える観光ビジョン」及びそれを踏まえた「観光立国推進基本計画」（2017年3月28日閣僚決定）において地方の免税店数をさらに拡大する方針を明らかにした。免税店の充実が観光客にお買得感をもたらし、購買欲をそそることができる。

中国の「税関法」の「輸出入関税条例」によると、化粧品、腕時計などの輸入商品には「関税」、「増値税」、「贅沢品消費税」の三つの税が課せられる。中国で輸入日系化粧品を買う場合、10%ほどの関税と17%の増値税（日本の消費税相当）、30%の贅沢品消費税を課せられる。合わせて57%の税を課せられるわけである。元々一万円の化粧品を15,700円で買わなければならない。このように考えると、同じ商品を日本で購入して持ち帰ったほうが各種の税金を免除でき、お買得感を獲得できるわけである。

つまり、円安と相まって免税制度によるお買得感が中国人観光客の購買欲を大いに高め、爆

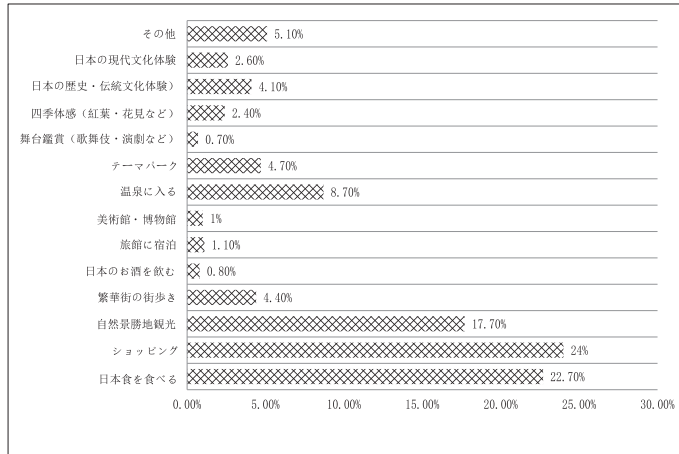
買いへ繋がっているのではないかな。

3.2 日本製品への信頼

所得が未だ少ない中国人観光客が爆買いする主な原因として日本製品への信頼感、つまり日本のモノづくりの強みにある。日本観光庁が2014年から2016年における中国人観光客の買い物ランキングを「化粧品、医薬品・健康グッズ、菓子類、その他の食品・タバコ・お酒、服・カバン、電気製品、カメラ・時計、マンガ・アニメ類」とまとめていた¹¹。中国人消費者にはこれらの製品が安全・安心・丈夫というイメージが強いといえる。例えば、ピークを迎えた2015年に、中国人観光客が一斉に免税店に殺到して最も人気のある便座を買いあさる映像が日本にも中国にもホットなトピックスとなったほどである。中国では、日本便座の爆買いにショックを受けて中国の製造業に関する様々な大討論さえも引き起こされた。日本国内の家庭では温水洗浄便座が非常に普及している状態に対し中国では未だ普及の途上にある。便座と並び爆買いの対象となったのは炊飯器といえる。値段が中国産の数倍ほど高いにもかかわらず、真空技術を誇る日本の炊飯器が飛ぶように売れ、一時在庫不足となったこともある。その他、化粧品や医薬品などの商品にも同じ現象がうかがえる。このようなことから、爆買いする中国人観光客が日本のモノづくりの強みを評価しているといえよう。

また、もうひとつの事実に触れておく必要がある。日本観光庁の「訪日外国人消費動向」によると、中国人が日本旅行において最も期待するものがショッピングであるということが分かる。図5が示しているように、2014年に中国人観光客が訪日前に最も期待していたことの中で、ショッピングが24%を占めており、2014年

図5 2014年中国人観光客が訪日前に最も期待していたことランキング



出典：日本観光庁 HP「2014年外国人観光客消費動向」より作成

全国籍・地域の14.1%、韓国の11.1%、台湾の15.7%、ドイツの5.2%、イギリスの2.8%をはるかに超えている。2015年、2016年になると、歴史文化体験などのオプションが少々上がったが、ショッピングが相変わらずトップを占めた。

ショッピングを一番期待している中国人観光客が苦勞してビザを取得し訪日できるため、どんどん買いあさるのは理解できないこともない。あくまでも、日本製品への信頼によるものである。

3.3 中国式の人間関係維持

人間関係を重要視する中国人は旅行に行けば必ず親友にお土産を持ち帰る。特に口コミのいい日本製品は親友に自分の思いをよりよく表せる。したがって、中国人観光客は自分の分だけではなく、何人もの親友へのお土産も含めて購入するわけである。例えば象印、タイガー、白い恋人、和菓子が有名なお土産とされ、中国人観光客が大量購入する光景は珍しくない。

また、親友から頼まれた買い物も爆買いにつながるのである。中国人向けの訪日ビザが大幅

に緩和されたとはいえ、旅券をもって自由に行けるわけではない。例えば、2016年の訪日中国人は、6,372,948人で、総人口の僅か0.36%である。そのため、ビザや経済的な要因で日本旅行に行ったことがない、あるいは行けない親友から欲しい日本製品の購入を頼まれることが普通にあるわけである。このようにして、中国人観光客が何人もの親友の分でも購入することで爆買いをしてしまうようになったのではないか。

IV. 観光に伴う爆買いが示唆するもの

この部分では、中国人観光客による爆買いが示唆するものについて分析を進めることにする。特に国際観光には所得が不可欠な経済的要因だと思われる。まだ発展途上国である中国では、改革開放以来の経済成長時期に所得増加を実現しており、国内観光に満足せず、国際観光を楽しもうとする中国人が確かに増えてきているのである。これは、個人所得が増加するにつれて自ずと現れてくる経済現象であろう。ある意味で先に経済成長を成し遂げた日本人が

爆買の開祖と言っても過言ではない。1970年代後半から高度成長の波に乗って日本人が組織的・継続的・全国的に海外観光を楽しめると同時にキャッシュで宝石、洋酒などの高級品を豪快に購入する光景は、当時の欧米人を驚かせた。無論、現在の中国人観光客による爆買と似ているとはいえ、決定的な違いもある。それは日本人が爆買した際に、経済成長で農家から都市部における一億総中流意識が普通となったのに対し、現在中国では深刻な所得格差、都市部と農村部の格差が横たわっているという事実を考えなくてはならない。

これからマスメディア、中国人観光客の実態、ビザといった面から示唆と提案を分析してみる。

4.1 マスメディアの役割

まず、なぜ中国人観光客による爆買が日本社会で波紋を呼んだかということ、マスメディアの役割が挙げられる。中国人観光客によるマナー違反がマスメディアによって報道されクローズアップされたため、中国人観光客全体のイメージに負のレッテルを貼られたわけである。

60人の日本人を対象に「中国人観光客の爆買をどういうルートで知ったか」を調査した結果、「目撃した」と答えた人は5人で8.3%であることに対し、「マスメディアを通して」と答えた人は55人で、圧倒的に91.7%を占めているのである。このようにして日本人が主に報道機関を通して中国人観光客の爆買を知ったということが分かる。また、「中国人観光客によるマナー違反に関する報道を聞いたことがあるか」について、「あまりない」、「よくある」と答えた人はそれぞれ4人(7%)、56人(93%)である。したがって、マスメディアがある程度中国人観光客及び爆買に対する日本人の見方

を左右するといっている。実は、中国人観光客が国際観光を行う際、旅行先のマナーと法律などを遵守させるために、中国国家旅行局が「中国公民国外旅行の文明行為指針」を発行して中国人観光客に対するイメージアップを図っている。

2017年1月に発表された調査データによると、半数以上の取材者が「ここ5年間、中国人観光客に対するイメージがアップされ、負の報道が少なくなった」と答えた¹²。しかし、完全にマナー違反を根絶するには結構な時間がかかることだと思われる。そのため、マスメディアがマナー違反という暗い面を客観的に報道する際に、観光客の消費が日本経済にもたらした景気や国民同士の相互理解促進というポジティブな面も組み入れていけばよいであろう。

4.2 未熟な国際観光

訪日ブームとはいえ、国際旅行ができる中国人は総人口の僅か一部しか占めていない。訪日中国人観光客数が107.3%増を記録した2015年を例とする。中国国家旅行局の統計によると、台湾・香港・澳門を除けば2015年に国際旅行に出かけた中国人観光客数は3231.48万人で¹³、およそ総人口の2.4%を占めている。その中で、訪日した中国人観光客数は4,993,689人にのぼり日本の最大の客源国となったが、僅か中国総人口の0.36%しか占めていない。

それに対して2015年に日本人の国際旅行者数は16,213,789人¹⁴で、総人口の13%を占めており、その中で訪中した日本人観光客は249.77万人で総人口の1.97%を占めている。日本と比べれば中国人の国際観光が芽生えたばかりの段階にあるのが分かる。つまり、全体的に言えば、経済的要因やビザ取得のため、中国人にとって真の国際観光は扉が開いたばかりのハードルの

ある体験である。なお、地域格差と所得格差のことも考えれば、国際旅行ができる人は都市部の富裕層のみであろう。

4.3 ビザ緩和をもう一步進める必要性

近年、対中国人観光客ビザ申請に対して様々な緩和策が取られたが、ビザがやはり中国人観光客が訪日できるかどうかを決める要素である。日本観光庁の統計によると、2016年に中国人観光客が2,409,158人に達しており同年度訪日外国人の18%を占めている。そして、中国人観光客による旅行消費額は5,583億円を記録し、日本の18ヶ国国際観光客源国・地域の総消費額の27.5%を占めており、第一位であり続けた。そのため、観光立国を打ち出す日本にとって中国人観光客は決して見逃してはならない存在となっている。しかし、日本の主要客源国・地域を見れば、観光、商用、知人訪問等90日以内滞在でビザが必要な国・地域は中国しかないことが分かった¹⁵。

また、60名の訪日中国人を対象に「日本旅行に行く際に、まず考えなければならないことは何ですか」についてアンケートした結果、「ビザ」、「財布」、「言語」を選んだ人は、それぞれ65%、27%、8%を占めていることが分かった。中国人にとってはビザが訪日の決定的要因となっているといえよう。そこで、複雑な手続きを経てビザを取得できた観光客が訪日するため、歴史文化体験、博物館などよりもショッピングを優先してしまうことも爆買いにつながるのではないと思われる。できる限り中国人観光客に対するビザ政策を簡素化して、観光客の「セツカク」の心理的要因をなくし、ゆっくり日本観光を楽しませるような対策があれば、日本観光の満足度アップは言うまでもなく、爆買いをする必要もなくなるかもしれない。

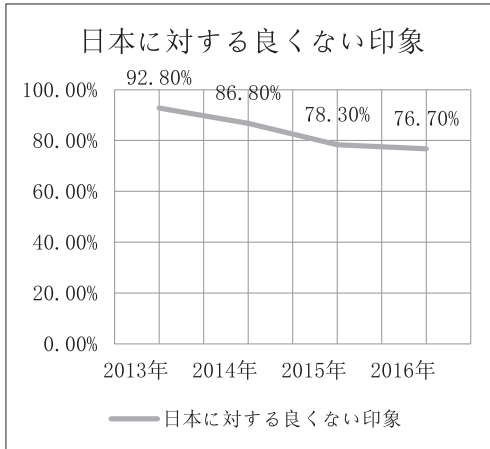
無論、ビザ免除待遇は経済や政治など複雑な要因と関わり、単なる観光客誘致目的で決まるわけではないが、観光を通して国民同士の相互理解を増進できるというメリットを考える際に、現在の対中国人観光ビザ政策を見直すべき時に来ているのではないか。

4.4 観光と国民同士における相互理解の関連

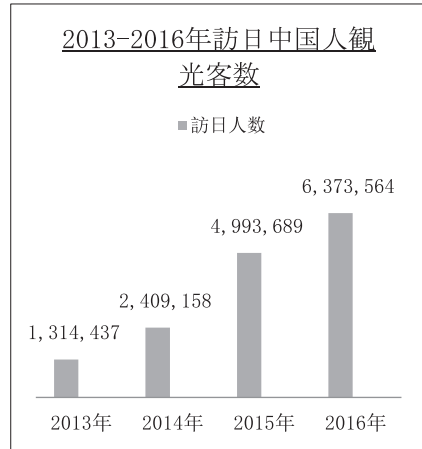
一方、訪日経験のある中国人60名を対象に「来日前と比べて、日本に対する印象は何か変わりましたか」というアンケートを行った結果、「想像より良かった」、「想像通り良かった」、「想像に及ばなかった」と選んだ人はそれぞれ81.7%、18.3%、0%を占めているのが分かった。小範囲の調査ではあったが、訪日経験のある中国人は日本に対する好印象を持つ傾向がうかがえる。「百聞は一見にしかず」というように、訪日が確かに中国人の日本に対する印象を変えつつある。

図6で示すように、2016年中日共同による相手国に対する印象の調査結果によると、中国人の日本に対する印象は「良くない印象」が76.7%で2013（92.8%）、2014（86.8%）、2015年（78.3%）四年連続で改善している。図7では、2013年から2016年にかけて訪日中国人観光客数が1,314,437人から6,373,564人まで4.8倍の伸び率を示している。近年、中日両国の政治関係が冷え込んでいるとはいえ、訪日中国人の増加に伴い、中国人の日本に対する印象が段々良くなるということがいえる。この意味では、爆買いによる経済的潤いよりも両国国民同士の心の接近が一層有意義ではないか。

図6・図7



出所：2016日本NPOと中国零点会社による「日中両国民の相手国に対する印象」



出所：日本国観光庁 HP より作成

V. 結びに

小論は、近年の中国人観光客の訪日ブーム及び観光における爆買い現象を所得増加、ビザ緩和、円安、免税待遇などの面から分析してみた。また、観光が爆買いの旅になってしまう原因についても経済的要因、査証などの面から解明してみた。

近年、中国人観光客による爆買いが大きな話題となり、世界中から注目を浴びるようになった。2000年に個人国際観光が可能となって以来、国際旅行に行く中国人が爆発的な伸び率を見せている。しかし、台湾・香港・澳門を除けば、外国へ旅行に行く中国人は2015年には僅か3231万人で、総人口の0.36%しか占めていない。つまり、所得やビザのため、中国人にとって真の国際観光は始まったばかりの体験である。だから、中国人観光客にはきちんと理性をもって消費する覚悟ができるまでは結構な時間がかかるわけであろう。農協をはじめとする日本人観光客が70年代に欧米で爆買いした歴史から分かるように、これは避けられない段階であ

ろう。また、2016年後半から、アマゾン、楽天など越境電子商売の勃興と中国税関検査強化のためか、観光客による爆買いが終焉を迎える動きが出てきた。地方の免税店が閉店せざるをえなかったという報道もあった。それも観光客が日本でショッピングする態度の変化と捉えてよからう。

これから、経済の発展に伴って訪日中国人観光客が年々増加する見通しである。爆買いによる観光景気を強調するのは一般論であるが、最も意義深いのは、中日両国の政治関係が冷え込んでいる中、中国人観光客が訪日することを通して、「草の根」交流と相互理解を深めることができるというものである。

注

- 1 国土交通省観光庁 HP：http://www.mlit.go.jp/kankocho/siryou/toukei/index.html
- 2 ジェームズ・マック著；瀧口治・藤井大司郎訳、『観光経済学入門』、日本評論社、2005年
- 3 中国国家统计局ホームページより：http://data.stats.gov.cn/index.htm
- 4 黄愛珍、訪日中国人観光客の旅行とインバウンド消費の動向、2017年3月「静岡大学リポリスト」、『ア

- ジア研究』、p25
- 5 在中国米国大使館
<https://china.usembassy-china.org.cn/zh/>;
携程会社 HP
http://www.ctrip.com/?sid=153507&allianceid=5376&ouid=titlehttp://www.ctrip.com/?allianceid=1328&sid=1643&ouid=000401app-&utm_medium=&utm_campaign=&utm_source=&isctrip=
 - 6 トラベル会社携程会社の HP :
<http://vacations.ctrip.com/grouptravel/>
 - 7 在中国日本大使館 <http://www.cn.emb-japan.go.jp/> ; 携程会社の HP:<http://vacations.ctrip.com/>
 - 8 日本国土交通省観光庁ホームページより
 - 9 「世界の旅行者満足度、東京が^s1位」
<https://newsphere.jp/>
 - 10 李颖, 关于中国人在日本爆买现象的研究, D, 2016年
 - 11 日本国土交通省観光庁の「外国人消費動向報告」:
www.mlit.go.jp/kannkoucho/
 - 12 中国国家旅行局 HP:<http://www.cnta.gov.cn/>
 - 13 中国国家旅行局 HP:<http://www.cnta.gov.cn/>
 - 14 日本法務省 HP:<http://www.moj.go.jp/>
 - 15 日本外務省「ビザ・日本滞在」より、<http://www.mofa.go.jp/mofaj/toko/visa/index.html>