

2. 東アジアからの訪日旅行の現状

近年の訪日旅行において、大きな割合を占めている東アジアの中で、特に韓国・台湾・中国・香港の4つの国・地域を取り上げ、それぞれの国（地域）の訪日旅行の現状や、観光ニーズを把握するために、各国の観光関係団体、JNTO観光宣伝事務所および、旅行代理店等へのヒアリング調査を行った。

2-1. 外国人訪日旅行と日本人の外国旅行について

2-1-1. 外国人訪日旅行

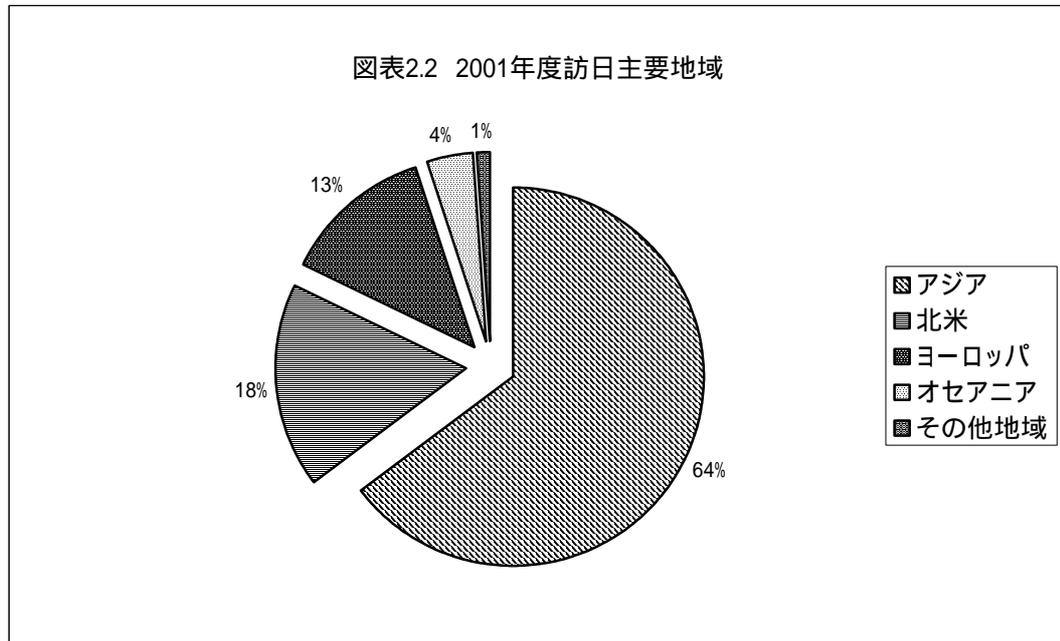
近年の外国人訪日旅行市場においては、アジアからの訪日旅行者の割合が大きくなってきている。1980年代までは北米からの訪日旅行者が最も多かったが、1989年に逆転してからは、アジアの占める割合がますます大きくなり、ここ数年は全体の6割以上を占めるようになった。2001年度の実績を見ても、アジアからの訪日旅行者数は全体のなかで64.7%を占めている。

図表 2.1 各地域からの訪日旅行者数の推移

	1999年	%	2000年	%	2001年	%
アジア	2,832	63.8	3,049	64.1	3,085	64.7
北米	821	18.5	863	18.1	835	17.5
南米	32	0.7	36	0.8	31	0.6
ヨーロッパ	567	12.8	608	12.8	615	12.9
アフリカ	16	0.4	17	0.4	17	0.4
オセアニア	167	3.8	182	3.8	186	3.9
その他	3	0.1	3	0.1	2	0
総計	4,438	100	4,757	100	4,772	100

出典：JNTO国際観光白書 2002年版

図表2.2 2001年度訪日主要地域



出典：JNTO国際観光白書 2002年版

国籍別の訪日旅行者数においても、上位5カ国（地域）のなかで、アメリカ以外はすべて東アジア地域に属しており、訪日旅行市場における東アジア地域の重要性がうかがえる。

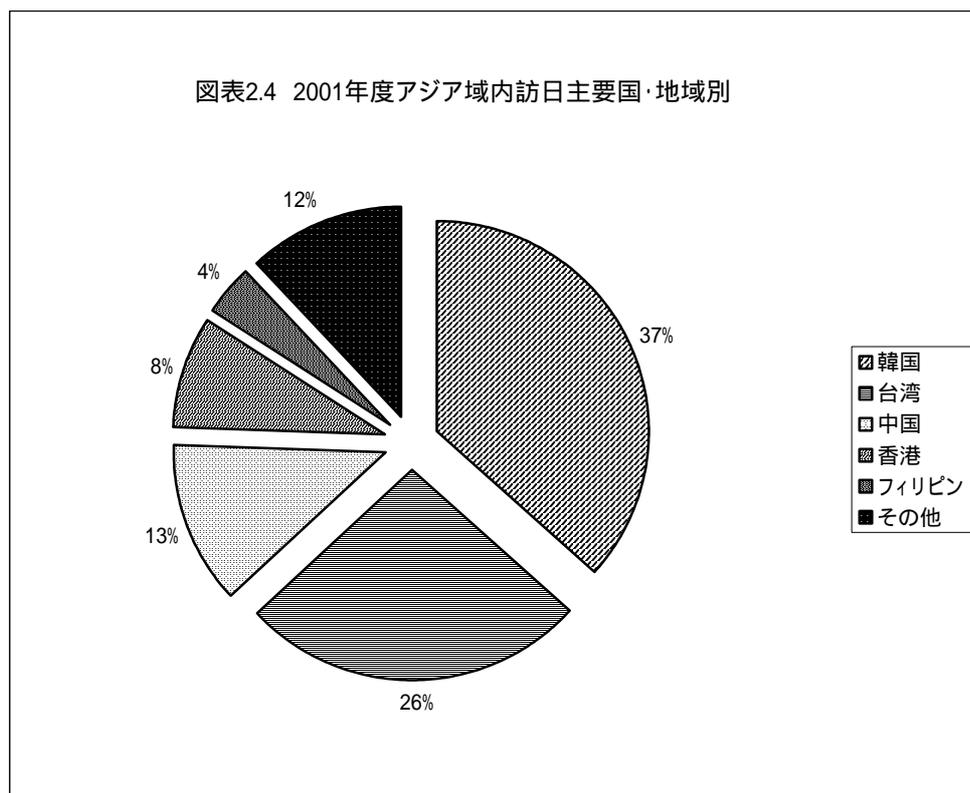
図表 2.3 国籍別訪日者数上位10カ国・地域

(千人)

順位	国・地域	1999年	伸率 (%)	2000年	伸率 (%)	2001年	伸率 (%)
1	韓国	943	30.1	1,064	12.9	1,134	6.5
2	台湾	931	10.5	913	-2	807	-11.6
3	アメリカ	698	4.6	726	4.1	692	-4.7
4	中国	295	10.4	352	19.3	391	11.3
5	香港	253	-29.1	243	-3.8	262	7.8
6	イギリス	183	0.7	193	5.5	198	2.6
7	オーストラリア	135	9.4	147	8.9	150	1.5
8	カナダ	107	-0.1	119	11.6	126	5.4
9	フィリピン	93	13.4	112	20.2	124	10.6
10	ドイツ	87	1.3	88	1.2	88	-0.7

出典：JNTO国際観光白書 2002年版

さらに 2001 年度アジア域内訪日主要国・地域別の割合を見ると、韓国からの訪日旅行者数が 37%、次いで、台湾（26%）、中国（13%）、香港（12%）の順番となっている。この 4 カ国・地域の合計でアジア訪日市場の 88%を占めている。



出典：JNTO国際観光白書 2002年版

2-1-2. 日本人の外国旅行

1990年代以降の景気拡大により、日本人の外国旅行は順調に伸び、国民全体に占める外国旅行者の割合が14.0%に達し、7人に1人が外国旅行をする時代となった。渡航先としては、アジア地域が多く、日本人出国者総数に占める中国、韓国、香港及び台湾の近隣地域への出国の割合は、1997年の32.9%から2000年の39.1%を占めるに至った。安近短の傾向に加えて、近隣アジア地域に対する食文化や大衆文化への相互の関心の高まりが、旅行先選定に影響を与えているものと思われる。

図表 2.5 主用渡航先別出国日本人数の推移

(千人)

	1996年	伸率 (%)	1997年	伸率 (%)	1998年	伸率 (%)	1999年	伸率 (%)	2000年	伸率 (%)
中国	1,019	17.7	1,040	2.1	1,002	-3.7	1,227	22.5	1,468	19.7
台湾	834.66	1.4	823	-1.4	766	-6.9	763	-0.4	845	10.8
香港	1,509	30.1	913	-39.5	651	-28.7	685	5.2	811	18.3
韓国	1,438	-8.2	1,602	11.4	1,899	18.5	2,106	10.9	2,387	13.3
タイ	694	15.0	729	5.1	778	6.7	823	5.8	886	7.7
アジアその他	2,855	-16.1	2,124	-25.6	1,717	-19.1	1,863	8.5	2,085	11.9
アジア計	7,515	9.6	7,232	-3.8	6,813	-5.8	7,467	9.6	8,481	13.6
フランス	307	-7.4	356	16.1	371	4.3	355	-4.2	389	9.5
ドイツ	244	4.6	266	8.6	264	-0.6	284	7.7	336	18.0
イタリア	478	30.3	506	6.0	489	-3.4	446	-8.7	452	1.3
イギリス	401	2.0	409	1.9	399	-2.4	383	-3.9	402	4.8
ヨーロッパその他	601	14.8	654	8.8	705	7.9	717	1.7	796	11.0
ヨーロッパ計	2,031	9.9	2,190	7.8	2,228	1.7	2,186	-1.9	2,375	8.6
アメリカ	5,183	9.1	5,377	3.7	4,951	-7.9	4,841	-2.2	5,074	4.8
カナダ	348	10.0	370	6.1	350	-5.3	382	9.2	374	-2.3
メキシコ	31	19.9	37	18.0	39	5.8	46	18.1	53	14.4
北米その他	27	13.9	25	-7.3	20	-17.7	21	1.9	19	-6.4
北米計	5,589	9.2	5,808	3.9	5,361	-7.7	5,291	-1.3	5,520	4.3
その他地域	1,560	5.5	1,573	0.8	1,405	-10.7	1,414	0.7	1,443	2.0
総計	16,695	9.1	16,803	0.6	15,806	-5.9	16,358	3.5	17,819	8.9

出典：JNTO 国際観光白書 2002年版

2 - 2 . 韓国

韓国人の外国旅行は、1983年から徐々に規制緩和され、1989年に完全に自由化された。このことによって、韓国人の外国旅行者数が大きく増え、2001年度には608万人となった。

2 - 2 - 1 . 韓国人の訪日旅行及び日本人の韓国旅行

(1) 韓国人の訪日旅行

韓国人の訪日旅行者数は近年大幅に増加している。1998年には通貨危機の影響により、対前年では大幅な減（対前年比減幅 28.3%）となったが、1999年以降は順調に回復している。現在、韓国からの訪日者数は訪日外国人の中で、最も大きな割合を占めている。

図表 2.6 訪日韓国人数の推移

年	1997年	1998年	1999年	2000年	2001年
人数(千人)	1,011	724	943	1,064	1,134
構成比(%)	24.0	17.6	21.2	22.4	23.8
伸率(%)	1.6	-28.3	30.1	12.9	6.5

出典：JNTO 国際観光白書 2002年版

注：構成比とは、訪日外国人旅行者数に占める韓国人数の割合である。

しかし、韓国人の外国旅行先を国別で見ると、1998年までは、日本が最も大きな割合を占めていたが、1999年以降は、中国が日本を上回っている。これは、中国の観光資源が豊富で、魅力的であるだけでなく、中国の旅行費用が日本に比べて安いことも大きな要因であると思われる。

図表 2.7 渡航先国別韓国人外国旅行者数

(千人)

	1995年	1996年	1997年	1998年	1999年
米国	592	749	747	364	499
中国	529	694	781	633	992
日本	874	994	1011	724	943
タイ	456	489	411	203	338
香港	353	473	418	198	291
シンガポール	351	384	298	99	242
オーストラリア	168	227	234	67	109
台湾	146	127	99	63	69

出典：世界観光機関(WTO)資料

韓国人の訪日旅行における旅行形態を見ると、個人旅行が最も大きな割合を占め、J N T Oの2000年の調査では、団体旅行は1割強なのに対し、個人旅行の割合が8割以上も占める結果となっている。

目的別では、観光を目的とする旅行者が最も多く、全体のなかで6割弱を占めている。商用客は3割前後になっている。

平均滞在日数は、法務省の資料によると、5日から6日で、2000年は5日であった。

(2)日本人の韓国旅行

日本人の韓国旅行は1997年度の168万人に対し、2001年度には238万人にまで大きく増加し、訪日韓国人旅行者数の2倍以上となっている。

図表 2.8 訪韓日本人数の推移

年	1997年	1998年	1999年	2000年	2001年
人数(千人)	1676	1954	2184	2472	2377
伸率(%)	9.8	16.6	11.8	13.2	-3.8

出典：韓国観光公社(KNTO)資料

2 - 2 - 2 . 訪日韓国人のニーズ及び情報収集の方法

(1) 訪日韓国人のニーズについて

訪問地

韓国人の訪日旅行を訪問地域別で見ると、東京（40.1%）に次いで、大阪（24.6%）、京都（5.6%）、奈良（4.4%）、神戸（4.2%）等の関西地域や、福岡（15.3%）、別府（7.3%）等の九州地域が高い割合を示している。

図表 2.9 訪日韓国旅行者の訪問先地域

(%)

	全体	地域		性別		年齢				
		ソウル	釜山	男性	女性	18-29代	30代	40代	50代	60代以上
東京	40.1	47.1	31.4	41	39.3	46.6	39.7	37.5	37.5	30.3
大阪	24.6	23.9	25.5	27.3	21.9	27.5	21.2	26.4	15.6	30.3
福岡	15.3	10.5	21.4	16.5	14.2	13.7	14.1	18.8	18.8	9.1
別府	7.3	6.2	8.6	7.6	6.9	4.6	5.8	11.8	0	12.1
京都	5.6	7.2	3.6	5.6	5.7	6.1	5.8	5.6	3.1	6.1
奈良	4.4	4	5	4	4.9	5.3	3.8	3.5	0	12.1
神戸	4.2	3.3	5.5	4.8	3.6	3.8	5.8	3.5	0	6.1
名古屋	4	4	4.1	4.4	3.6	2.3	5.8	3.5	3.1	6.1
横浜	3.6	3.6	3.6	3.6	3.6	6.1	1.3	2.8	9.4	3
九州	3.4	2.9	4.1	4.8	2	0.8	1.9	6.3	6.3	6.1
鹿児島	1.4	1.1	1.8	0.4	2.4	0.8	1.3	1.4	6.3	0
長崎	1	1.4	0.5	0.8	1.2	1.5	0.6	0.7	3.1	0

出典：日本旅行性向調査（2001年：国際観光振興会[JNTO]）

訪日旅行滞在中の活動内容

訪日韓国人の日本での滞在中の活動については、「日本料理・郷土料理」(80.2%)、「買物」(69.8%)が大きな割合を占め、次いで、「大都市・都会の生活」(29.0%)、「寺社・庭園・歴史的な名所」(27.7%)、「温泉」(22.0%)、「小さな街、田舎の生活」(20.2%)という結果となっている。

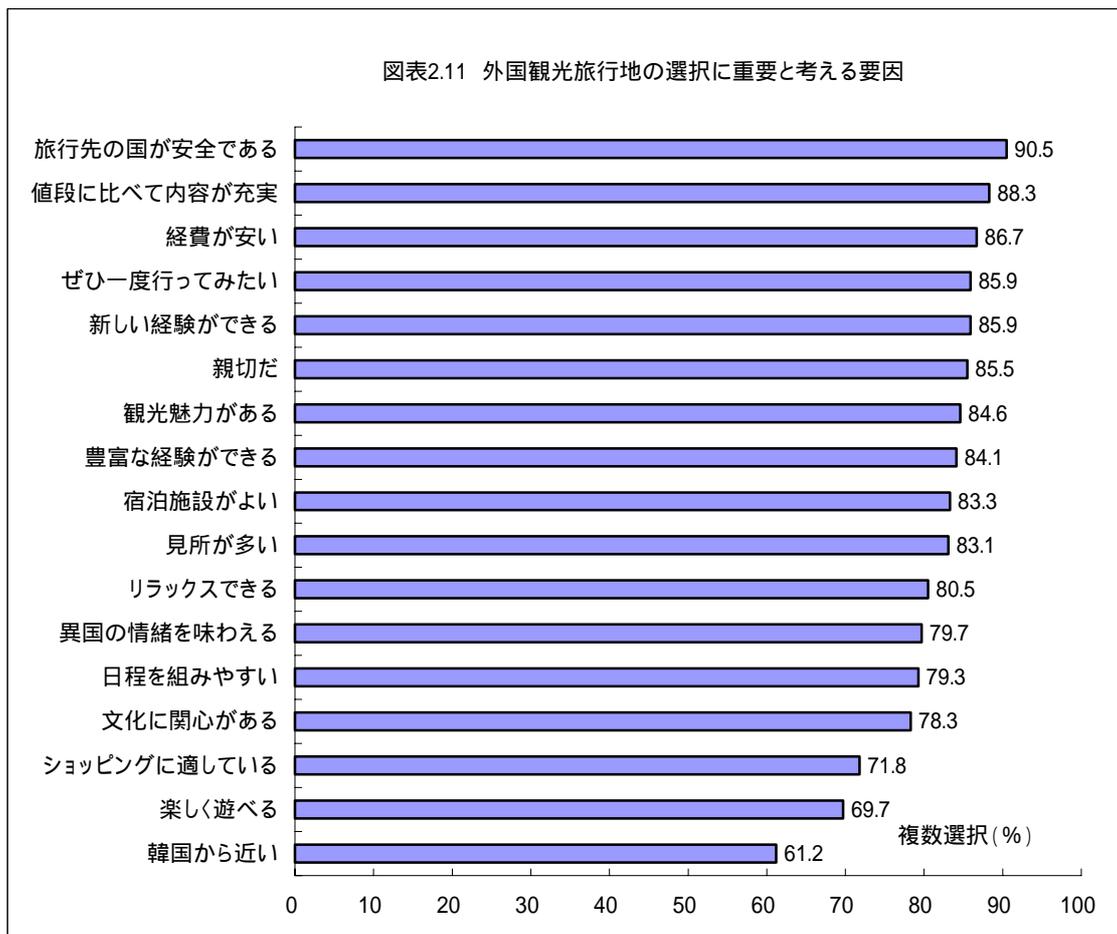
図表 2.10 訪日韓国人の日本での活動内容

順位	活動内容	回答率(%)
1	日本料理・郷土料理	80.2
2	買物	69.8
3	大都市・都会の生活	29.0
4	寺社・庭園・歴史的な名所	27.7
5	温泉	22.0
6	小さな街・田舎の生活	20.2
7	テーマパーク・動物園・水族館などの娯楽施設	20.1
8	ナイトライフ・カラオケ	14.1
9	異なる生活様式の体験	13.7
10	景勝・自然	9.0

出典：訪日外国人調査(2000年：国際観光振興会[JNTO])

外国観光旅行地の選択に重要と考える要因

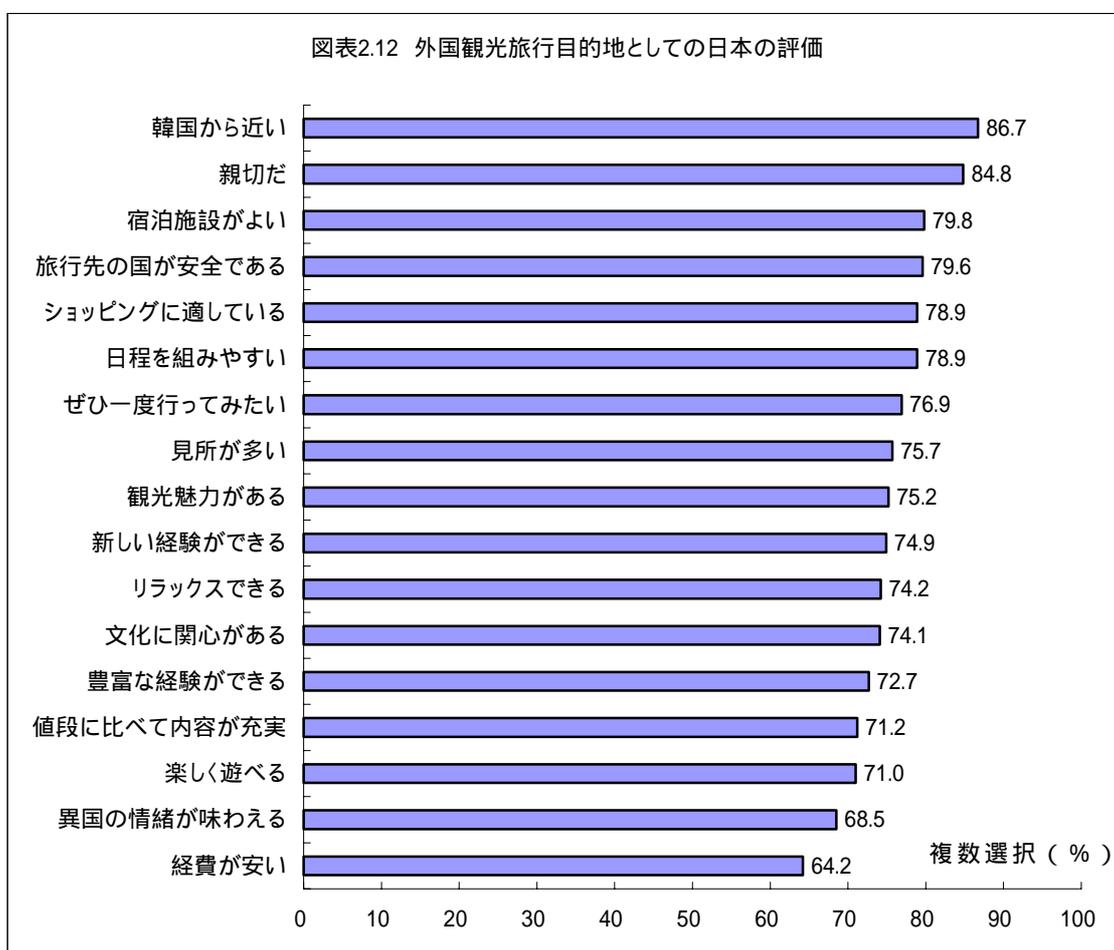
韓国人が外国観光旅行先を選択する際に重要と考える要因は、「旅行先の国が安全である」、「値段に比べて内容が充実」、「経費が安い」、「ぜひ一度行ってみたい」、「新しい経験ができる」などの順になっている。



出典：国際観光振興会(JNTO)資料

外国観光旅行目的地としての日本の評価

全体的に、韓国から近いことや、親切であること、また、宿泊施設の質が良いなどの評価が大きな割合を占めている。年齢別で見ると、18～29歳からは、新鮮さ・豊かさ・好奇心・近い・ショッピングなどを中心に、ほぼ全項目にわたって高い評価を受けている。また30代、40代からは、値段に比べた旅行内容の高さや、経費が安いことなど、訪日観光旅行のコストパフォーマンスに対して高い評価がなされている。(JNTO調査より)



出典：国際観光振興会（JNTO）資料

調査から分かる訪日観光旅行の今後の傾向

- 1) 40代を中心に家族旅行に対する願望が強く、今後有望な市場になると思われる。
- 2) 従来より韓国では温泉に対する関心が高い。なお、性別では女性、年代別では40代に温泉に対する嗜好が強いという傾向が見られる。

(2) 情報収集の方法

外国旅行に関する情報収集の方法

旅行先の情報収集については、知合いの経験からという回答の割合が最も大きく、韓国における口コミ情報の重要性が伺える。

図表 2.13 日本観光旅行の選択経路(複数選択)

	知合いの経験	旅行会社	旅行ガイドブック	新聞	雑誌	テレビ	JNTO 経由	その他
%	56.0	34.6	7.6	4.4	4.0	3.2	4.4	12.6

出典：日本旅行性向調査(2001年：国際観光振興会[JNTO])

インターネットの利用状況

インターネット情報白書（2002年版）によると、韓国のインターネット普及率は50.4%で、世界では13位、アジアでは香港に次いで2位となっている。

JNTOの調査でも利用経験者は6割となっている。さらに「ほぼ毎日利用している」と答えた人は利用者のなかでは5割以上を占めている。

図表 2.14 インターネットの利用状況

(%)

区分	全体	性別		年齢				
		男性	女性	18-29	30代	40代	50代	60代以上
利用経験がある	60.7	67.5	54.0	89.1	70.5	52.0	24.0	6.6
利用経験がない	39.2	32.4	46.0	10.9	29.3	48.0	76.0	93.4

出典：日本旅行性向調査(2001年：国際観光振興会[JNTO])

図表 2.15 インターネットの利用回数

(%)

区分	全体	性別		年齢				
		男性	女性	18-29	30代	40代	50代	60代以上
ほぼ毎日	57.9	62.5	52.3	64.4	61.5	44.8	37.7	40.0
1週間に数回	25.7	25.7	25.9	24.4	23.6	31.0	27.9	40.0
1-2週間に1回	11.0	8.6	13.9	7.8	11.1	15.9	18.0	0.0
1ヶ月に1-2回	5.3	3.2	8.0	3.4	3.8	8.3	16.4	20.0

出典：日本旅行性向調査(2001年：国際観光振興会[JNTO])

2 - 3 . 台湾

台湾では、1979年11月の観光自由化実施以降、外国旅行者数は徐々に増加してきた。さらに1999年9月、日本の数次査証の有効期限が従来の3年から5年へ延長され、これにより台湾人の訪日旅行者数は以前より大きく増加し、1999年には93万人になった。

2000年からは深刻な不況に陥り、この影響を受けて、訪日旅行者数も減少を見せたが、それでも2001年度の訪日台湾人数は80万人と韓国に次いで第2位となっている。

2 - 3 - 1 . 台湾人の訪日旅行及び日本人の台湾旅行

(1) 台湾人の訪日旅行

2000年第4半期からの景気悪化の影響を受け、2000年度以降は訪日旅行者が減少。2001年も景気回復が見られず、訪日旅行者数は対前年11.6%の減となった。

図表 2.16 訪日台湾人の推移

年	1997年	1998年	1999年	2000年	2001年
人数(千人)	820	843	931	913	807
構成比(%)	19.4	20.5	21.0	19.2	16.9
伸び率(%)	13.9	208.0	10.5	-2.0	-11.6

出典: JNTO 国際観光白書 2002年版

旅行形態については、個人旅行と団体旅行がともに5割前後を占めている。要因としては、台湾人は家族旅行を好む傾向があることによると思われる。

目的別で見ると、JNTOの調査によれば「観光客」の割合が9割近く(2001年)占めており、訪日台湾人のほとんどが観光目的であることが伺える。

平均滞在日数は5日前後で、韓国とほぼ同じである。

(2) 日本人の台湾旅行

2001年に台湾旅行をした日本人は97万人で、対前年6.0%の増となっている。

図表 2.17 訪台湾日本人数の推移

年	1996年	1997年	1998年	1999年	2000年	2001年
人数(千人)	918	906	827	826	916	971
伸率(%)	0.4	-1.3	-9.5	-0.1	10.9	6.0

出典:台湾交通部観光局資料

注:本表は、国籍ではなく居住地に基づき集計した数値を掲載している。

2-3-2. 訪日台湾人のニーズ及び情報収集の方法

(1) 訪日台湾人のニーズ

訪問地

台湾人の訪日旅行を訪問地域別で見ると、関西地域では、大阪府(2位 29.2%)、京都府(4位 17.3%)、兵庫県(9位 7.3%)、また九州地域では、福岡県(6位 11.0%)と長崎県(10位 6.9%)が大きな割合を占めている。

図表 2.18 訪日台湾人の訪問都道府県

順位	都道府県	訪問率(%)
1	東京都	47.4
2	大阪府	29.2
3	千葉県	17.3
4	京都府	17.3
5	神奈川県	17.1
6	福岡県	11
7	沖縄県	9.3
8	愛知県	8.4
9	兵庫県	7.3
10	長崎県	6.9

出典:訪日外国人調査(2000年:国際観光振興会[JNTO])

訪日旅行滞在中の活動内容

訪日台湾人の日本での滞在中の活動については、「買物」(86.5%)、「日本料理・郷土料理」(82.1%)が最も大きな割合を占めている。次いでは「寺社・庭園・歴史的名所」(67.3%)、「大都市・都会の生活」(64.4%)や「テーマパーク」(52.0%)「景勝・自然」(46.7%)や「温泉」(46.4%)等に人気が集まっている。

図表 2.19 訪日台湾人の日本での活動内容

順位	活動内容	回答率(%)
1	買物	86.5
2	日本料理・郷土料理	82.1
3	寺社・庭園・歴史的名所	67.3
4	大都市・都会の生活	64.4
5	テーマパーク・動物園・水族館などの娯楽施設	52.0
6	景勝・自然	46.7
7	温泉	46.4
8	小さな街・田舎の生活	40.7
9	異なる生活様式の体験	33.8
10	工芸品	10.4

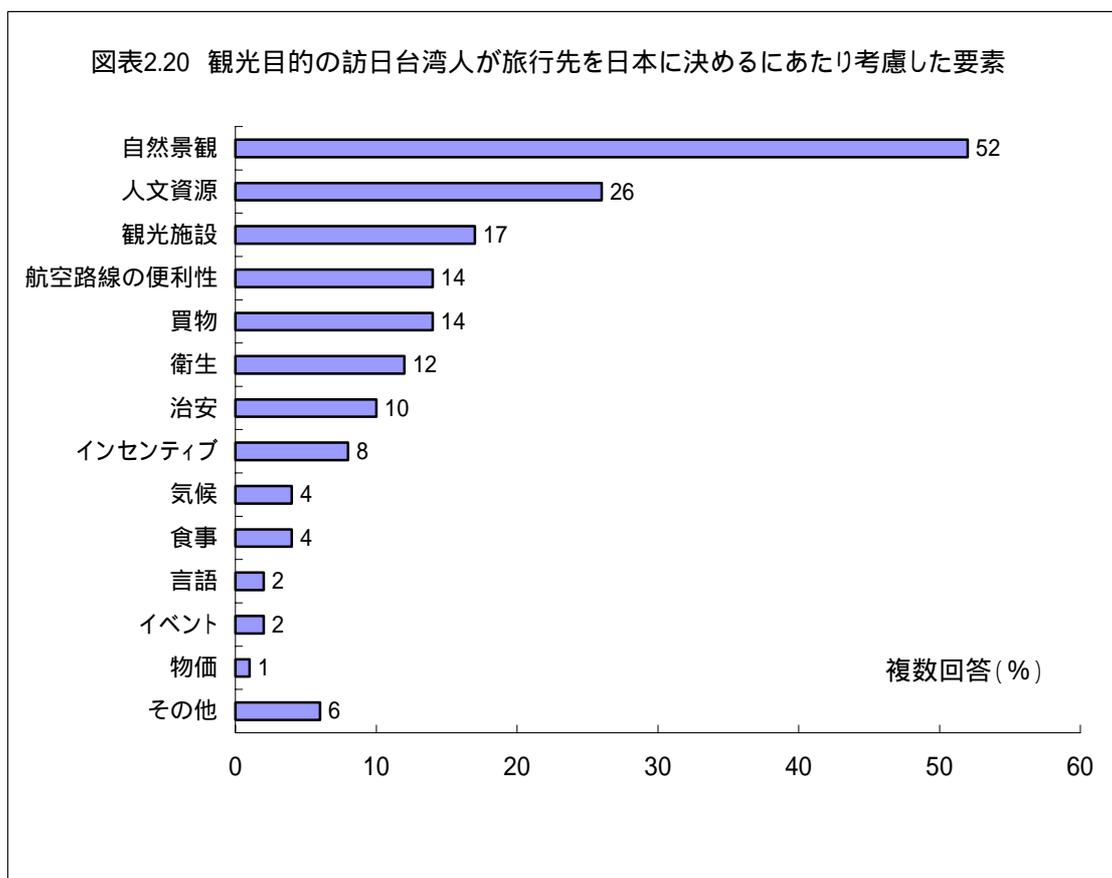
出典：訪日外国人調査(2000年：国際観光振興会[JNTO])

訪日市場における特徴

台湾は、2001年度に初めてマイナス成長となり、この影響で個人消費の低迷が続き、外国旅行にも影響を及ぼしている。2001年1～10月の台湾人外国旅行について見てみると、低価格訪問先は微減、高価格訪問先は大幅減という特徴が見られる。台湾人の中国、韓国への訪問者数が増加した一方、日本やアメリカなどへの訪問者数は減少が著しい。

訪日旅行に期待するもの

台湾人が日本を訪問するにあたり、期待するものとしては、「自然景観の美しさ」が最も大きな割合を占めている。この要因としては、熱帯・亜熱帯気候の台湾にはない四季の変化が台湾人をひきつけたと考えられる。次いで「人文資源」、「観光施設」、「航空路線の便利性」、「買物」などの順になっている。



出典：日本観光協会台湾事務所資料

(2) 情報収集の方法

外国旅行に関する情報収集の方法

情報収集については、「口コミ」(24%)が最も多い。「口コミ」に続き、「旅行雑誌・ガイドブック」(19%)、「旅行会社」(19%)や「新聞・一般雑誌」(11%)の順となっているが、「情報収集しない」(31%)も高い割合となっている。

図表 2.21 台湾における情報収集の方法

	口コミ	旅行雑誌・ガイドブック	新聞・一般の雑誌	テレビ	ホームページ	旅行会社	情報収集せず	その他
(%)	24	19	11	3	13	19	31	12

出典：日本観光協会台湾事務所資料

インターネットの普及状況

インターネット白書(2002年版)によると台湾のインターネット普及率は44.8%にものぼり、世界で17位であり、アジアでは香港と台湾に次いで普及率の高い地域である。

2 - 4 . 中国

中国では、近年の改革・開放政策によって、東部沿海地域が急速に発展し、住民の所得も大きく増加している。経済の発展につれて、中国人の旅行者数も増えている。さらに、1995年1月に施行された新労働法のなかで、有給休暇の設定が要求されていることや、近年の大型連休の増加などもあり、中国人の旅行市場は活発化している。

1983年に香港、84年にマカオ、90年にはシンガポール、タイ、マレーシア、92年にはフィリピンへの親族訪問旅行が許可された。次いで97年7月にこれらの地域への団体観光が正式に解禁された。さらに1999年末からは日本への団体旅行も地域限定という条件付で許可されるようになった。

このような中国の経済発展および規制緩和につれて、中国人の外国旅行はますます増えていくものと思われる。

2 - 4 - 1 . 中国人の訪日旅行及び日本人の中国旅行

(1) 中国人の訪日旅行

訪日中国人数は1999年以降、毎年10%以上の割合で増えている。

中国では、1999年末に北京市、上海市及び広東省の3地域の住民に限定された団体訪日観光が許可されるようになった。その後2000年9月に初めての中国人団体による訪日旅行が実現され、2002年3月末現在では、1229団体、23,516名の観光旅行者数になっている。

図表 2.22 訪日中国人の推移

年	1997年	1998年	1999年	2000年	2001年
人数(千人)	261	267	295	352	391
構成比(%)	6.2	6.5	6.6	7.4	8.2
伸率(%)	7.9	2.5	10.4	19.3	11.3

出典：JNTO 国際観光白書 2002年版

注：構成比とは、訪日旅行者数全体に占める中国人の割合である。

観光形態については、個人旅行と団体旅行がほぼ5割ずつ占めており、中国人の訪日旅行は旅行社経由の団体ツアー方式が多いことを語っている。

目的別で見ると、JNTOの資料によれば、2001年度の訪日中国人の中で、「観光客」は18.4%、「商用客」は19.0%であるが、一方「その他客」は49.6%にもなっている。他に「一時上陸客」も多く、全体の13.0%を占

めている。

「その他客」の内訳としては、留学、研修、視察、技術交流、親族訪問などが考えられる。

訪日中国人の平均滞在日数は20日前後と他の3カ国・地域に比べて長い。原因として、留学や研修・視察が多いことと関連があるのではないかとされる¹。

(2)日本人の中国旅行

中国と日本は地理的、歴史的に極めて密接な関係にある。中国を訪問した日本人数は1998年には減少したものの、1999年から再び増加傾向となった。中国国家旅遊局の統計によると、2001年には238万人の日本人が中国を訪問し、対前年比では8.3%増となった。これは訪日中国人数の約6倍である。

図表 2.23 訪中国日本人数の推移

年	1997年	1998年	1999年	2000年	2001年
人数(千人)	1,582	1,572	1,855	2,202	2,385
伸率(%)	2.1	-0.6	18.0	18.7	8.3

出典:中国国家旅遊局資料

¹ 訪問目的によって、日本滞在期限が異なる。例えば親族訪問の場合、3ヶ月の在留期限である。研修の場合、1年のケースが多い。訪日中国人の平均滞在日数が長いのはこれら「その他客」の影響を受けていると考えられる。

2 - 4 - 2 . 訪日中国人のニーズおよび情報収集の方法

(1) 訪日中国人のニーズ

訪問地

中国人訪日旅行者の訪問地については関西の中では大阪府(20.1%)、京都府(16.7%)および兵庫県(6.2%)、九州地域のなかでは、福岡県(17.0%)の割合が大きい。

図表 2.24 訪日中国人の訪問都道府県

順位	都道府県	訪問率 (%)
1	東京都	64.5
2	千葉県	21.6
3	神奈川県	20.7
4	大阪府	20.1
5	福岡県	17.0
6	京都府	16.7
7	愛知県	15.7
8	山梨県	8.6
9	兵庫県	6.2
10	静岡県	5.6

出典：訪日外国人旅行者調査(2000年：国際観光振興会[JNTO])

訪日の意欲について

JNTO(2000)の調査によると、多くの中国人は訪日の意欲を持っており、特に、地域では広東省、年代別では若年層(20代)の訪日意欲が高い。なお、広東省の深圳市は中国では最も富裕な都市と言われ、そのため、訪日旅行への意欲が高いようである。

訪日旅行に期待する魅力の要素

中国人訪日希望者の9割はパッケージツアーへの参加を希望しており、その大半は家族での旅行を希望している。希望訪日日数については、約8割が一週間以上を希望している。

JNTOの調査によると、中国人が訪日旅行について期待する魅力要素については、主に以下の3つを挙げることができる。

1)食文化

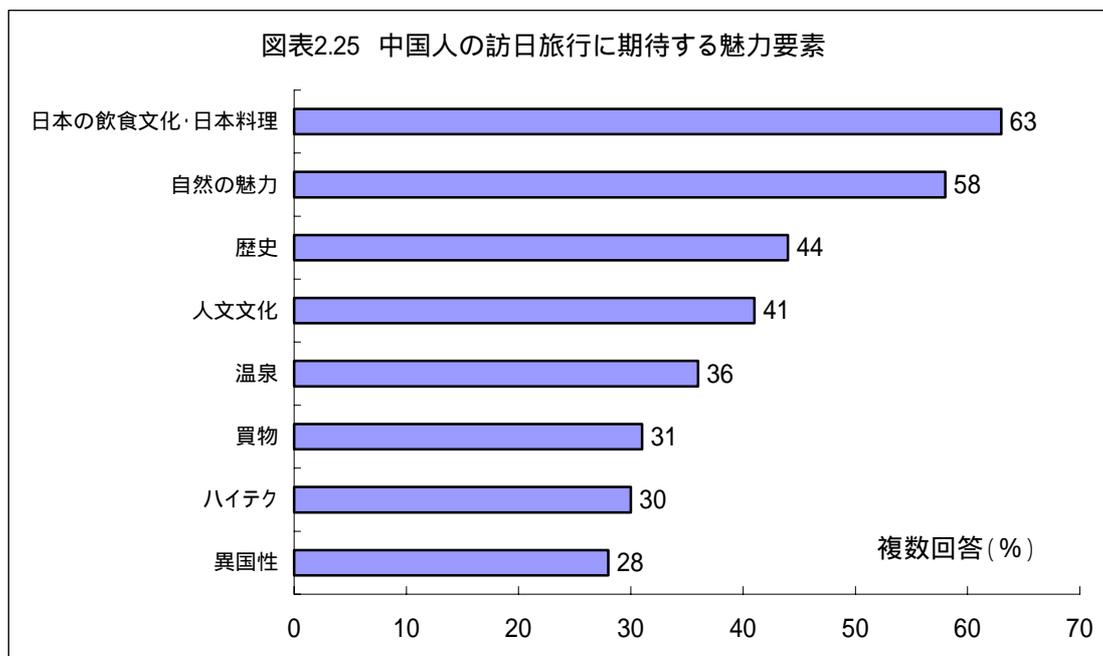
日本食自体に対する興味その他、日本レストランの雰囲気、サービスの仕方などに興味を示しているようである。

2)技術・経済

戦後驚異的な経済発展を果たした日本への興味が大きい。ハイテク産業を中心に先進的な事例を見たいという人が多いようである。

3)景観

中国にはない日本独特の自然景観に興味がある。逆に、神社・仏閣など中国でも見られるものには興味を示さないようである。



出典：国際観光振興会 (JNTO) 資料

一方、日本旅行の弱点としては、「価格の高さ」、「日中政治における問題」、「中国人に対する差別・非友好的な態度」が挙げられている他、日本と中国の文化が似通っており、特に見るものがないと感じる人もいる。

経験者の訪日旅行への評価

訪日旅行経験者の日本に対する評価を見てみると、交通事情や安全性および独自の文化へは高い評価を与える一方、異国情緒、ビーチ、博物館に対する評価は低い。これに対して、東南アジアについては自然の魅力や異国情緒、ショー、娯楽への評価が高い。

(2) 情報収集の方法

外国旅行に関する情報収集

外国旅行に関する情報収集の方法については、「テレビ・ラジオ」(65%)から最も大きな割合を占め、次いで「口コミ」(46%)、「旅行会社」(45%)、「新聞・雑誌」(44%)の順となっているが、「インターネット」と答えた人も、15%に上っている。

図表 2.26 中国人の外国旅行に関する情報収集の方法

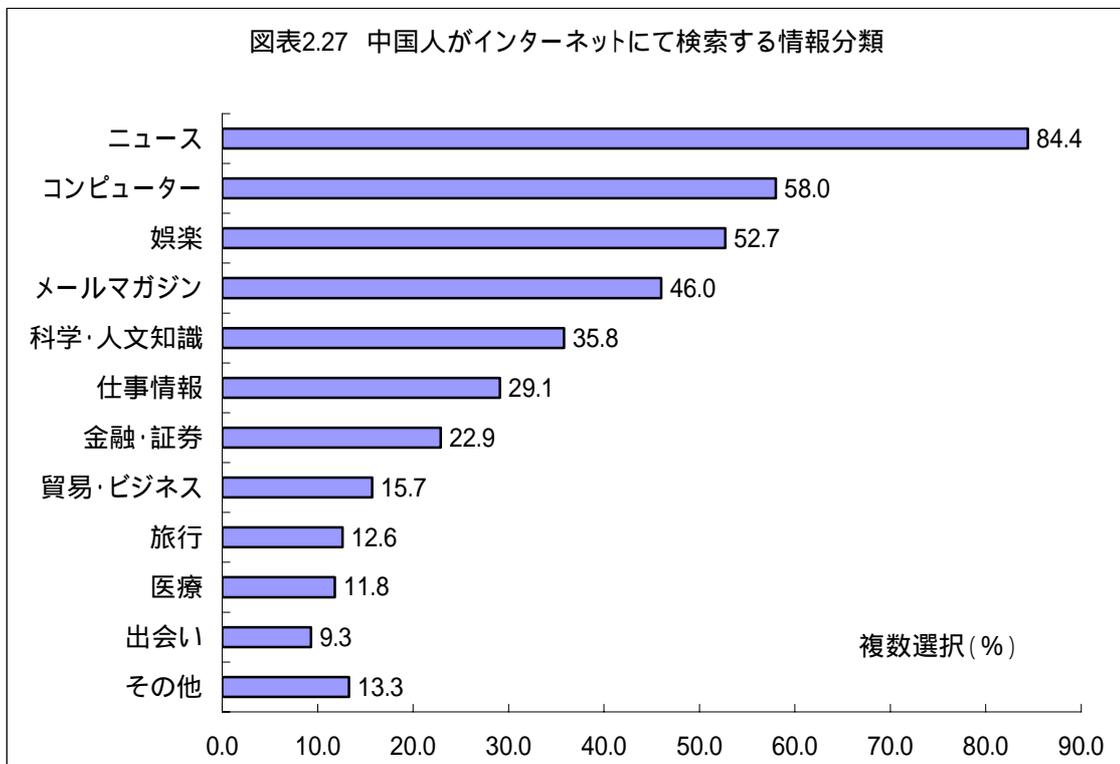
	テレビ・ラジオ	口コミ	旅行会社	新聞・雑誌	ガイドブック	インターネット
(%)	65	46	45	44	25	15

出典：国際観光振興会(JNTO)資料

インターネットの普及について

中国では、IT産業の成長が著しく、インターネットの利用者が毎年大きな増加を示している。インターネット白書（2002年版）によると、2001年度の中国におけるインターネット利用者数は4,893万人にもなり、アジア諸国の中ではトップになっている。

また中国情報産業部の資料によると、中国人がインターネットを利用して検索する情報の中で、ニュースが最も大きな割合を占めているが、旅行情報も12.0%占めている。



出典：中国情報産業部資料

2 - 5 . 香港

香港は 1,075km² の面積に 670 万人 (2001 年 3 月データ) も居住しており、人口密度の高い地域である。また熱帯に位置し、年中暑い気候であることなどから、外国旅行意欲は高い。2001 年度の香港人の外国旅行者数は対前年 4.1% 増の 480 万人になり、3 人に 2 人が外国旅行をするという高い割合となっている。

2001 年 9 月のアメリカ同時多発テロ事件の影響を受け、香港人の外国旅行も一時著しく減少したが、2001 年 12 月になって再び増加傾向に回復した。JNTO の資料によると、2001 年度香港人の外国旅行先は、タイ (1 位、11.7%)、台湾 (2 位、10.9%)、日本 (3 位、10.1%)、シンガポール (4 位、6.9%)、韓国 (5 位、5.8%) の順となっている。

2 - 5 - 1 . 香港人の訪日旅行及び日本人の香港旅行

(1) 香港人の訪日旅行

香港人の訪日旅行者数は、1998 年にピーク時には、36 万人近くにまで達したが、アジア金融危機のため、1999 年に大幅な減少 (対前年比 29.1% 減) となった。その後、2000 年も減少傾向が続いたが、2001 年になって、再び増加している。

図表 2.28 訪日香港人数の推移

(千人)

年	1997 年	1998 年	1999 年	2000 年	2001 年
人数 (千人)	266	357	253	243	262
伸率 (%)	56.2	34.3	-29.1	-3.8	7.8
構成比 (%)	6.3	8.7	5.7	7.4	5.5

出典 : JNTO 国際観光白書 2002 年版

注 1 : 訪日香港人数には英国籍の香港人が含まれている。

注 2 : 構成比とは、訪日旅行者数全体に占める香港人の割合である。

訪日香港人の旅行形態としては、個人旅行が 6 割強を占め、一方団体旅行は 3 割強となっている。(J N T O 2000 年「訪日外国人旅行者調査」)

目的別では、観光を目的とする訪日旅行者の割合が大きく、2001 年度の実績では、観光者は 87%で、商用者は 11%となっている。

また法務省の資料によると訪日香港人の平均滞在日数は近年微減を続け、1997 年の平均 6.1 日に対して、2001 年は 5.3 日であった。

(2)日本人の香港旅行

日本人の香港旅行の推移を見てみると、返還後の 1997 年、1998 年に旅行者数は大幅に減少したが、1999 年になって、また回復の兆しを見せてきた。

図表 2.29 訪香港日本人数推移

年	1997 年	1998 年	1999 年	2000 年	2001 年
人数(千人)	1,636	1,101	1,174	1,382	1,337
伸率(%)	-40.7	-32.7	6.7	17.7	-3.3

出典:香港政府観光局資料

2 - 5 - 2 . 訪日香港人のニーズ及び情報収集の方法

(1)訪日香港人のニーズ

香港人が外国旅行を決める際、価格が大きな要因となっている。日本以外の人気がある旅行先としては、韓国、台湾、タイの 3 カ国(地域)が挙げられる。

訪日旅行人気路線

香港人の訪日旅行のなかで、以下の観光路線の人気が高い。

- ・ 東京及び近郊を訪問地とする訪日旅行
- ・ 本州縦断(東京～大阪・神戸)型の訪日旅行
- ・ 九州地域を訪問地とする訪日旅行
- ・ 九州/本州を訪問地とする訪日旅行
- ・ 北海道を訪問地とする訪日旅行

訪問地

日本での地域別訪問率で見ると、関西地域では大阪府(16.9%)、九州地域では福岡県(15.2%)、長崎県(10.0%)、宮崎県(7.8%)、大分県(6.9%)への訪問が多い。

図表 2.30 訪日香港人の訪問都道府県

順位	都道府県	訪問率 (%)
1	東京都	72.7
2	千葉県	29.0
3	大阪府	16.9
4	福岡県	15.2
5	神奈川県	12.1
6	山梨県	11.3
7	長崎県	10.0
8	宮崎県	7.8
9	愛知県	6.9
10	大分県	6.9

出典：訪日外国人旅行者調査(2000年 国際観光振興会[JNTO])

香港人が訪日旅行に求めるもの

香港の人々にとって日本は、先進性(ファッション、都市)、香港にはない自然(温泉、雪、四季の植物)、食べ物(生で食べられる新鮮な海産物、繊細な味の果物)そして安全性を主な魅力とする。その中でも、トレンドドラマのロケ地、ファッション・化粧品、食べ物(ラーメン、回転すし、さしみなど)への関心が高い。香港の新聞の娯楽ページなども常に日本の人気タレントの最新情報で賑わっており、またファッション誌には日本のファッションや化粧品、食べ物の最新情報が多く載っている。

(2) 香港におけるインターネットの普及率について

インターネット白書（2001年版）によると、香港人のインターネット普及率は2001年末現在53.3%で、アジアの中では1位、世界の中でも11位となっている。

香港特別行政区政府統計局が2000年、2001年の家庭IT普及状況について調査を実施した結果、2001年現在、香港の60.6%の家庭がパソコンを持っており、48.7%の家庭がインターネットを利用していることが分かった。

一方、企業では、パソコンの利用率は49.7%、インターネットの接続率は37.2%で、ホームページ開設率は10.7%となっている。

2 - 6 . 東アジアにおける訪日旅行のニーズ

2 - 6 - 1 . 東アジアにおける訪日旅行のニーズのまとめ

アジア各地は急激な経済発展を遂げた反動から、近年、環境への関心が高まり、旅行面においても「自然回帰」の現象が起こっている。そこで、四季の移り変わりが鮮やかな日本の自然についての関心が高まっている。台湾、香港及び中国の広東省における北海道ブームはこの流れである。また、健康志向から、各国の旅行者は、日本の食文化にも高い関心を示している。さらには、日本と西洋の文化とをミックスした「大正ロマン」(おしゃれなレトロ)も、各国共通して人気があり、特に、個人旅行の若い観光客が、小樽、函館、横浜、神戸、長崎の異人館等を訪れている。

各国別に見ていくと、韓国においては、若年層の日本嗜好が高まっており、日本の若者文化や、おしゃれな大都会性への関心が強い。また自然や温泉にも人気が集まっている。特に、韓国に最も近い九州との間では「ビートル」等の高速艇が運行され、海路から入国する韓国人旅行者が増えていることから、九州に関する詳細情報の提供が求められてきている。

熱帯・亜熱帯に属する台湾では、日本の四季に興味を寄せる旅行者が多く、例えば春の「観桜」、秋の「紅葉狩り」、冬の「雪・氷」との接触などに人気が集まっている。また観光地においては、大自然嗜好や、温泉、日本食の体験を求めている傾向がある。旅行形態としては、家族旅行や団体旅行が多いが、若者を中心に個人旅行も増えつつある。

中国は訪日団体観光旅行が許可された北京・上海・広東省3地域の富裕層が当面の顧客となる。訪日旅行未経験者が多いことから、東京から関西間の有名な観光名所を巡るツアーの人気度が高い。一方、中国からの団体観光ツアーは7割近くが新幹線を利用しており、新幹線が大きな日本の観光魅力となっていることが覗える。

香港は、カップル等の個人旅行が近年急増している。香港からの旅行者は都会志向で、ファッションやテーマパークへの関心が高い。一方では、近年自然回帰を起こし、自然とのふれあいを求める旅行者も増えている。

図表 2.31 韓国、台湾、中国、香港における訪日市場の志向・特性

市場	2000年外国旅行者数 2000年訪日旅行者数	観光旅行の主要セグメント	日本旅行への関心・期待	訪日旅行の特徴(団体旅行形態・日数)
韓国	550万人 (人口約4600万人)	・20代(友人旅行) ・30代～40代(家族旅行)	・都市文化 ・日本食 ・温泉体験 ・韓国とのゆかり	・似通った文化の中で安心して旅行 ・大自然を求める北海道ツアー急増中(家族) ・個人旅行は81.1%と多いが、典型的な訪日ツアーは3泊4日
	106.4万人 60.3万人			
台湾	730万人 (人口約2200万人)	・家族・親族旅行 ・25～35歳の独身(友人旅行) ・シルバー層(団体・個人)	・自然の魅力 ・大都会の魅力 ・四季・和風 ・買物・食文化 ・異国情緒 ・レトロ	・日本人にとけこんで今流行の体験を願う ・しゃれた大正ロマンを彷彿させる所へも ・「これぞ日本だ」と実感 ・穏やかな自然の風と接触も ・団体旅行率が62.5%と高く、典型的な訪日ツアーは4泊5日
	91.2万人 80.7万人(観光客)			
中国	451万人(1999年) 香港マカオを除く中国人 外国人旅行者数	・自営業(オーナー・弁 護士など) ・外資系企業勤務者 ・富裕層(家族)	・近代性 ・食文化 ・自然の魅力 ・買物	・昔から有名と言われる日本を代表する 魅力を自分の目で見て確認 ・典型的な訪日ツアーは6泊7日 ・観光団体旅行は2000年9月から開始され 2001年8月までに約1.2万人
	35.1万人 4.5万人			
香港	461万人 (人口約690万人)	・20代後半から30代 (カップル) ・20代(友人旅行) ・家族旅行	・テーマパーク ・大都会の魅力 ・買物	・流行・最新情報発信地の大都会志向が 強い ・最新の魅力に大きな関心 ・松島など自然の魅力を求める若者が増 加 ・個人旅行も51.8%に達しているが、訪日 ツアーは5泊6日(夏休みは1週間)
	24.3万人 20.5万人(観光客)			

出典：国際観光テーマ地区等推進協議会事務局「てーまるーと倶楽部」

2 - 6 - 2 . 東アジア各国・地域における訪日旅行の情報発信

(1) 訪日旅行に関する情報発信の重要性

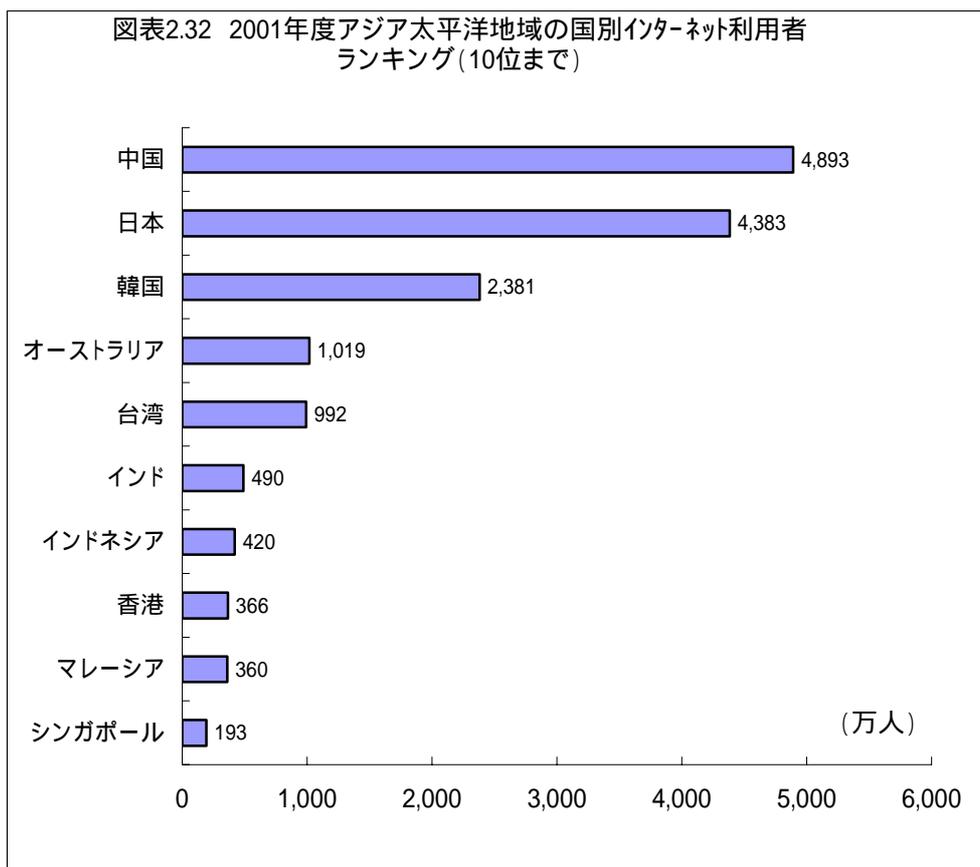
これまでの調査から、東アジア各国・地域に向けての日本の観光に関する情報発信が、今後ますます重要となっていくことが考えられる。東アジア各国・地域においては、東京・大阪・京都などの大都市や、主要観光地に関する認知度は高いが、他の観光地についての認知度は低い。今後、この市場での更なる発展を目指すために、訪日旅行に関する情報発信の強化が望まれるところである。

情報発信の手段としては、マスメディアやキャンペーンが中心となっているが、各国・地域における情報化の進展や費用対効果を考慮すると、インターネットを活用していく情報発信が、今後大きなウエイトを占めるようになってくると思われる。多くの情報を、効率良く、リアルタイムに観光者に提供できる仕組みとして、インターネットは非常に有力な手段である。現在、国際観光関係機関や各地方自治体等においては、英語・韓国語・中国語等、多言語によるホームページを開設し、情報を提供しているところが増えてきているが、今後、更なる情報の充実が必要となってくると考えられる。

(2) 東アジア諸国・地域のインターネットの普及状況

インターネット利用者数について

東アジア諸国では、近年 IT 化の進展が速く、インターネットの利用者が急増している。



出典：インターネット白書 2002 年版

インターネット普及率について

世界のインターネットの普及率で見ると、アジアでは、香港(11位)、韓国(13位)、台湾(17位)、日本(25位)という順位となっている。中国は人口母数が大きいため、インターネットの普及率が低く、インターネット白書(2002年版)には反映されていないが、インターネットの利用者数は4,890万人にもなる。さらに中国情報産業部の資料によると、中国では現在IT産業の発展が著しく、インターネット利用者が毎年大きく増加しており、2005年には利用数が2億人に達する見込みである。

図表 2.33 インターネット普及率
(2001年末現在)

順位	国(地域)	普及率(対人口比%)
1	スウェーデン	64.9
2	アイスランド	61.8
...
11	香港	53.3
...
13	韓国	50.4
...
17	台湾	44.8
...
25	日本	34.7
...
不明	中国	3.8

出典:インターネット白書 2002年版
中国の普及率は利用者数及び中国の人口数により作成したものである