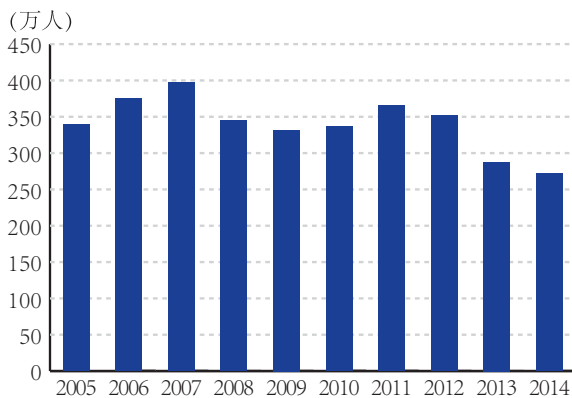


2. ホテル

日本人の訪中者数動向

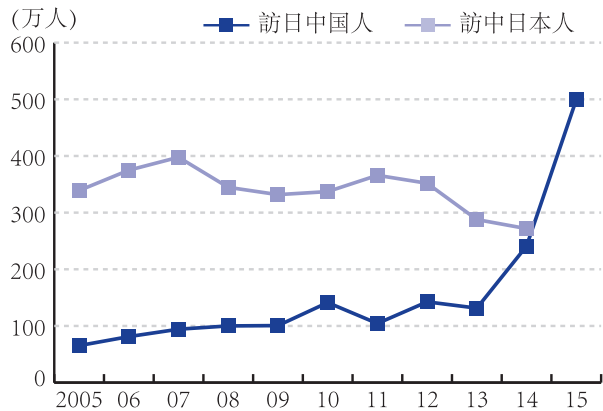
日本からの訪中インバウンド数が右肩下がりで減少している。過去10年の数値(図1)を見ても、2007年には約400万人が訪中していたにもかかわらず、2014年には約270万人と、10年間でほぼ33%減少している。また、日本人の訪中人数と中国人の訪日人数を比較(図2)した場合、2005年以降2013年までは、明らかに日本人の訪中人数が中国人の訪日人数を上回っていたが、それが2014年にはほぼ同数となり、そして2015年には中国人の訪日人数が驚異的な伸長を示し、日本人の訪中人数を遥かに抜き去った。具体的数値では、2014年において約250万人であった中国人の訪日人数が、翌年の2015年には300万人台、400万人台を飛び越えて一気に500万人台(499万人)へと到達している。もちろん、これには円安や日本へ入国する際のビザ発給要件の緩和、またLCC(格安航空便)の増便等、さまざまな複合的要素が重なり、中国人の訪日人数が急増していることは事実である。図3の日本人が年間で出国している人数の前年度比率を単年度で見ると、2012年では日本人全体の出国人数が対前年比率108.8%となっているにもかかわらず、訪中人数の前年比率では、96.2%と12.6ポイントの差が開いている。同じく、2013年では日本人全体の出国人数の対前年比率が94.5%、訪中人数は81.8%で、12.7ポイントの差が出ている。過去に訪中していた日本人の数、年間約400万人が現行約270万人まで減少し、一方で訪日する中国人の数が400万人を飛び越えてほぼ500万人に増加しているという大幅な逆転現象が起こっている。

図1：日本人年間訪中人数



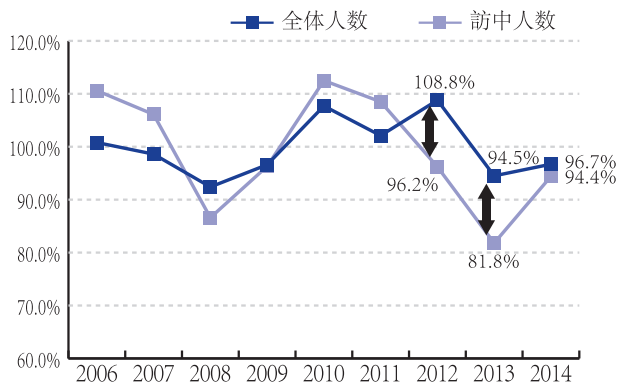
出所：中国国家観光局大阪駐在員事務所ホームページ月別訪中者数統計より筆者が編集 <http://www.cnta-osaka.jp/>

図2：訪日中国人および訪中日本人年間人数比較(単位：人)



出所：日本政府観光局(JNTO)統計データホームページより筆者が編集 http://www.jnto.go.jp/jpn/reference/tourism_data/visitor_trends/

図3：日本人出国人数(年間)対前年比率(1=100%)



出所：JTB総合研究所 経年データホームページより筆者が編集 <http://www.tourism.jp/statistics/#outbound>

ホテルの現状

ホテルも観光産業の一つであり、日本人の訪中人数が減少していることは、単純に考えてもその減少率と同じだけ、日本人の宿泊人数が中国全体の稼働率に負の影響を与えている。特に、日本からの「観光客」の減少は顕著で、ランドオペレーターが宿泊施設へ観光案内のためにお客様を迎えに来るといふ風景は、個人旅行が増えたとはいっても大幅に減少しているようである。加えて、観光客が減少することは、週末の宿泊稼働率が低調となる要因にもなっている。また、特に北京市内5星ホテルは中央政府が打ち出した贅沢禁止令の影響で、宴会場やレストランの利用者が減少したままで、復活の兆しが見えない状況である。ホテルはこの料飲収入の減少を補うためにも、宿泊収入を増加させる必要に迫られているのが現状である。つまり、国を上げて海外からの観光客を増やして観光収入をさらに増やす体制へとシフトする必要がある。そのような状況下、訪中人数で韓国と1、2位を争うボリュームをもつ日本人の訪中人数が右肩下がりで減少している点は、ホテル等宿泊施設に重大な影響を与えていることは明らかである。この日本人のマーケットの回復と維持は日系ホテルだけではなく、全ての宿泊施設

にとっても、そして将来的な中国の観光産業の安定化のためにも不可欠な要因である。

観光産業はイメージ産業

ご周知の通り、観光産業は平和産業とも言われる。それは、楽しい、安全、心地よい、リラックスできる、コミュニケーションできる、というような良いイメージを保有するデスティネーションへ、より多くの人々は余暇を利用して観光旅行に出かける。そして、観光客は旅先で心身をリフレッシュしながら、そのデスティネーションを満喫する。それ故、観光産業はイメージ産業とも表現できるのではないかと思われる。そのイメージは伝えることから始まるため、是非とも、今以上に中国の中央政府また地方政府による日本国内での中国観光プロモーションを集中的に実施することにより、日本人の中国への観光誘致を強化していただくことを要望する。例えば、確かに大気汚染（PM2.5）はまだまだ改善する必要はあるが、工場の排出規制や自動車の運転台数制限などさまざまな対策が実施されていることにより、前年よりも改善されている。しかしながら、正しく日本国内には伝わっていないとは言えない。これら実行されている対策や効果、また今後打ち出す予定の計画等を伝えることを踏まえながら、これまで以上に、日本国内での観光客誘致プロモーションを実施されることを重ねて要望する。

日本での中国への観光客誘致プロモーションの対象マーケットはさまざまある。参考として一例を挙げると、シニアマーケットがある。日本旅行業協会公表による、「2008年～2013年5年間の日本人の海外旅行者の性別・年齢階層別構成比率」データによると、男女共に20歳代、30歳代、50歳代に海外旅行へ行く人が減少傾向であるにもかかわらず、40歳代および60歳代以降では男女共に海外旅行に出かける人数が増加傾向にあるという結果が出ている。これは、第一次ベビーブーム世代（1947年～1949年生れ）および第二次ベビーブーム世代（1970年代生れ）の人口が多い世代ということも理由の一つではあるが、特に第一次ベビーブーム世代を含む60代以上の人々はまだまだ健康で元気な人が多く、豊富な時間と資金、さまざまな「コト」に対する強い興味と関心を持ち、旅行意欲も非常に高く、消費に積極的で、自己実現のための自分の趣味や関心ごとには前向きにお金を使う人が多いと言われている。日本社会は高齢化が進んでいることも事実ではあるが、元気に健康に年齢を重ねる人が多くなっているのも事実である。年齢を重ねながらさまざまな欲求を獲得してきたシニア層は、一般的にマズローの欲求5段階説に言われる最終段階の自己実現欲求を観光行動に求める人も多く、異空間における異文化のコミュニケーションを期待しているシニア層も多い。例えば、この層の日本人に対して、アジアで世界遺産登録数が抜kindで1位の中国の魅力を、これまで以上に積極的に観光プロモーションを試みることも大きな可能性を秘めているのではないと思われる。これはあくまで、多様に存在する対象マーケットの中の一例にすぎないが、隣国である日本で中国の魅力を伝える観光客誘致プロモーション活動をこれまで以上に強力に実施していただくことを要望する。

<建議>

- ①大気汚染（PM2.5）につき数値の改善がみられ、工場の排出規制や自動車の運転台数制限など対策が実施されていることで効果が表れているが、まだまだ抜本的な改善には至っていない。インバウンド（観光客）が二の足を踏む要因の一つにもなっており、何かPR効果を伴った目に見える対策を打ち出すことを要望する。
- ②中国当局が放映を認定しているCNNやNHK国際放送が、中国にかかわる内容を放映した場合、突然画面が真っ黒になることがある。事情を知らないホテルに宿泊のお客様からは、客室のテレビが壊れたとの苦情を受けることもある。画面が消えることはしかたがないとしても、消えている間は「都合により暫く放映を見合わせる」等のテロップを画面に流す等の対応を実施していただけることを要望する。
- ③ホテル内に侵入し、不法なチラシを客室に配布する行為が減少しない。ホテルとしても独自に監視や規制を実施し、お客様への安心安全を確保するよう努めている。しかしながら、中国全体の観光イメージの向上から考えた際には、何かさらにプラスした効果的な取り締まり対策を要望する。
- ④毎年交通渋滞が酷くなっているように感じられるが、渋滞は大気汚染の原因だけではなく、観光客など慣れない歩行者の横断の妨げとなり危険とも背中合わせで良いイメージは無い。渋滞の原因となる要因を検証し、すみやかに渋滞緩和に向けた対策を推進することを要望する。例えば、さらなる交差点の立体化や歩道橋設置等を検討いただきたい。
- ⑤日本就労ビザの取得条件が厳しく、有能な人材を適正に中国へ派遣できない環境にある。大学卒業者以外での就労緩和および必要書類の簡素化と取得期間の短縮も合わせて要望する。
- ⑥都市部の高級ホテルやレストラン、空港等を中心に、トイレは近年大幅に改善されているが、さらにその改善範囲を広げていただきたい。トイレは文化の一つでその使用方法が国によって異なるのは当然であるが、是非とも都市部や観光地を中心として、トイレのグローバルスタンダード化をさらに進めることによる、品質の均一化を要望する。
- ⑦ここ数年、大気汚染等の問題により中国観光のイメージが低下し日本からの観光客が大幅に減少している。2015年度もさらに日本から中国への訪中者数が減少している状況においては抜本的改善を積極的に実施することが急務である。是非、これまで以上に、中央・地方政府から日本国内における中国の観光誘致プロモーションを積極的に展開していただくことによるイメージの改善を要望する。