

北東アジア研究叢書

関西・関東日中関係学会連携
桜美林大学北東アジア総合研究所

上海万博と 中国のゆくえ

関西日中関係学会
関東日中関係学会^{◎編}

中国のゆくえを明示した上海万博!
新生日中関係学会が指し示す
中国の経済社会の近未来

桜美林大学北東アジア総合研究所

桜美林大学ビジネスマネジメント学群教授

(大阪観光大学名誉教授) 鈴木 勝

1 はじめに

一般に、国際観光は「経済的」、「社会文化的」、「自然環境的」に分類される効果を有している。単に外貨獲得や雇用創出などの「経済的効果」だけでなく、「社会文化的」、すなわち「国際理解の増進」や「伝統文化の保護・向上」などの側面があり、また、「自然環境的」な側面、すなわち「自然資源の保護・保全」のような効果がある。近年、世界各国で国際観光が重要視され、観光開発や振興熱が高められてきているが、この理由は、国際観光の意義が単に経済的側面に留まらず、多岐の分野にわたることが認識され始めたからである。

世界各国の中でも、中国における「観光開発」や「観光振興」への熱意は近年、極めて強くなっている。中国はますます“一回り大きな”「観光大国」になりつつあると言って良い。中国は外国人訪問者の「受入国 NO.1 の国」、そして、世界に向けては中国人旅行者 1 億人を出す「送出国 NO.4 の国」の予測が発せられて何年か経過している。ここ数年、SARS（新型肺炎）、鳥や新型などのインフルエンザ、四川地震、各種テロ、食の問題など種々の危機に立たされたものの、その都度、復旧をほぼ成し遂げている。訪中外国人のインバウンド観光面では、2008 年現在、世界の上位目的地 5 位となっている。他方、アウトバウンド分野では、国際観光支出国として、2007 年ではベスト 5 に入りその位置を維持している（2010 年 3 月発行「2008 年国際観光概観」）。最近のビッグイベントである「2008 年北京オリンピック」や「2010 年上海博覧会」を絶好の機会に、中国の国際観光は急速に躍進しつつある。本稿では、半年に

わたる長期の「上海万博2010」はどのような展開をしているのか、また、中国および中国人の観光にいかに影響を及ぼしているかを、将来の方向性を加えて考究したい。

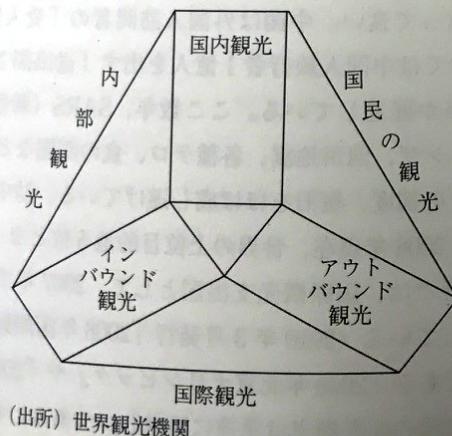
2 「観光大国」と中国

i) 「観光大国中国」の意味するものと発展理由

「観光大国」を計測する物差しとして、3つの側面が考えられる。第1は、外国人旅行者が多く訪問しているか（インバウンド観光面）、第2に、自国民が多く海外旅行をおこなっているか（アウトバウンド観光面）、そして、3番目は、国民が自国内を多く旅行をしているか（国内旅行）である（図表1）。

「真の観光大国」であるかどうかのバロメーターはこれらの三種を考察することであるが、それぞれが「大なる」ことであり、同時に三形態による「均衡」が要求される。この観点から中国はどうだろうか。歴史的には、まず、「訪中外国人」の増加に力を入れ、次に、中国人の「国内旅行」および「海外旅行」という順序で進めてきたが、現在の中国は三種の旅行が極めて活発な様相を呈し、ますますボリューム的にも大きくなり、均衡面からも望ましい姿となっている。近年、これらを後押ししているのは「活発な観光プロモーショ

図表1



(出所) 世界観光機関

図表2 中国国家旅游局による年度テーマ

2000年	「神州世紀の旅」
2001年	「中国スポーツ健康の旅」
2002年	「中国民間芸術の旅」
2003年	「中華料理王国（グルメ）の旅」
2004年	「中国庶民と生活（ふれあい）の旅」
2005年～2008年	「中国オリンピック観光年」
2009年	「中国エコツーリズム（生態）年」
2010年	「中国万博観光（世博旅游）年」

ン」と「観光資源の開発・整備」であろう。観光の重要性と効果を認識した中国政府／国家旅游局、地方政府、民間企業などによる観光推進活動が、活発に展開されている。その一例は、毎年、国家旅游局から打ち出される「年度テーマ」であろう。毎年、キャンペーン・テーマを設定（図表2）し、それに呼応して観光情報発信を活発化させている。特に、「参観世博、旅游中国」（万博を参観し中国を観光しよう）をキヤッチフレーズに、2010年を「中国世博観光年」とし、観光客誘致に本腰を入れている。

他方、「観光資源大国」への邁進である。近年の中国政府による観光資源の整備に対する熱意はことのほか強い。世界に類を見ない貴重な観光資源を多数持つだけに、今後は世界的な観光動向を左右する地域として注目されることは間違いない。特に、沿岸諸都市から内陸部にかけての観光資源の活発な開発整備があげられる。特に中央政府は広い国土に分散する豊富な観光資源を国際的規模で開発し、そして保護をする必要性からユネスコの世界遺産に注目し、ここ数年積極的に申請し多くが認定されている。これは世界遺産に関する最新のコメントである。「ブラジルの首都ブラジリアで行われた第34回世界遺産大会で、中国の少林寺を含む登封『天と地の中心』（登録番号No.1305）が世界文化遺産として認定されるに続き、『中国丹霞』（登録番号No.1335）も世界自然遺産として認定されるに続き、『中国丹霞』（登録番号No.1335）も世界自然遺産として認定された。これで中国の世界遺産が40件となり、総登録件数が世界三位になる。うち文化遺産28件、自然遺産8件、複合遺産4件である」と2010年7月に中国国家旅游局は述べている。

ii) 中国観光と日本

かつて中国人の旅行に関して、「有計画、有組織、有控制（計画的、組織的、制限的）」の方針が表明され、国際観光到着者数である「訪中外国人」の外貨収入状況いかんでは、アウトバウンド（中国人の海外旅行）観光量がコントロールされるであろうと危惧されたが、現在の活発な中国経済状況では、話題にもなっていない。

訪中外国人旅行者に関する、中国人の海外旅行者に関する、順調な伸びを示している（図表3、4）。また、日本の国際観光に関して、インバウンドに関する、アウトバウンドに関する双方が中国および中国人に大きく左右されている。（図表5）から考察すると、2009年度においては、インバウンドに関しては、中国人は15%のシェアがあり、他方、アウトバウンドに関しては、デスティネーション中国は22%となっている。なかでもインバウンドは観光庁の目標から推測すると、近い将来、30%近くになる予測が出ていることを考えると、さらに中国や中国人にシフトした「観光立国日本」が見えてくる。

図表3 中国への旅行者数／世界全体および日本人

年	事項	世界全体(外国人)(人)	前年比増(%)	日本人(人)	前年比増(%)
1995		5,886,700	13.6	1,305,190	14.4
1996		6,744,300	14.6	1,548,843	18.7
1997		7,428,000	10.1	1,581,747	2.1
1998		7,107,700	▲4.3	1,572,054	▲0.6
1999		8,432,300	18.6	1,855,197	18.0
2000		10,160,400	20.5	2,201,513	18.7
2001		11,226,400	10.5	2,384,500	8.3
2002		13,439,500	19.7	2,925,800	22.7
2003		11,402,900	▲15.2	2,254,800	▲22.9
2004		16,932,500	48.5	3,334,255	47.9
2005		20,255,100	19.6	3,389,976	1.7
2006		22,210,300	9.7	3,745,881	10.5
2007		26,109,700	17.6	3,977,479	6.2
2008		24,325,300	▲6.8	3,446,117	▲13.4
2009		21,937,500	▲9.8	3,317,500	▲3.7

（資料）中国国家旅游局、JNTO

（注）「世界全体」には、華僑および香港・マカオ・台湾同胞は含まず。

図表4 中国人／外国旅行者数

年	日本 (人)	前年比増 (%)	世界全体 (人)	前年比増 (%)
1994	193,486	▲5.6	3,733,600*	▲0.2
1995	220,715	14.1	4,520,500*	21.1
1996	241,525	9.4	7,588,200	6.3
1997	260,627	7.9	8,175,400	7.7
1998	267,180	2.5	8,425,600	3.1
1999	294,937	10.4	9,232,400	9.6
2000	351,788	19.3	10,472,600	13.4
2001	391,384	11.3	12,130,000	15.8
2002	452,420	15.6	16,600,000	36.9
2003	448,782	▲0.8	20,220,000	21.8
2004	616,009	37.3	28,850,000	42.7
2005	652,820	6.0	31,026,300	7.5
2006	811,675	24.3	34,524,000	11.3
2007	943,400	16.5	40,954,000	18.6
2008	1,000,416	6.2	45,840,000	11.9
2009	1,006,085	0.6	—	—

資料：中国国家旅游局、JNTO、UNWTO *印：香港・マカオを含ます。

図表5 「日本の国際観光量と中国／中国人の割合」（単位：万人）

年 項目	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
日本人海外 旅行者数	1,781.9	1,621.6	1,652.0	1,329.6	1,683.1	1,740.4	1,753.5	1,733.0	1,598.7	1,544.6
中国方面	220.2	238.5	292.6	225.5	333.4	339.0	374.6	397.7	344.6	331.8
シェア(%)	12.4	14.7	17.7	17.0	19.8	19.0	21.4	22.9	21.6	21.5
訪日外国人 数	475.7	477.2	524.0	521.2	613.7	672.8	733.4	830.0	835.2	679.0
中国人	35.2	39.1	45.2	44.9	61.6	65.3	81.2	94.3	100.0	100.6
シェア(%)	7.4	8.2	8.6	8.6	10.0	9.7	11.1	11.4	12.0	14.7

（資料）UNWTO（世界観光機関）／JNTO（日本政府観光局）2009年は推計値

3 「上海万博」展開の現状

i) 「上海万博」の観光面における展開

これは、上海万博の期間が最終段階に差し掛かっている2010年10月上旬のニュースである。「上海万博入場者6000万人突破」「中国で開催中の上海万博の累計入場者数が5月1日の開幕から161日目の10月8日、6000万人を突

図表6 上海万博の概要 (<http://jp.expo2010.cn/>)



破した。開幕から161日目の快挙となった。歴代最多の入場者数を誇る大阪万博（1970年）が6000万人を超えたのは開幕から176日目。上海万博は5月1日の開幕以降、36日目の6月5日に延べ1000万人、同28日に延べ2000万人、7月12日には延べ3000万人を突破。8月14日に延べ4000万人、9月10日に延べ5000万人を超えており、このペースで増え続ければ大阪万博の延べ6422万人を上回ることは確実。上海万博事務局は目標の7000万人超えも夢ではないとしている（フジサンケイビジネスアイ 2010年10月9日）。人数的には、確かに、大きな目標「見学者7000万人」を掌中に収めたことになるが、今回の万博は、人数以外に大きな目標を掲げていることである。「より良い都市、より良い生活 Better City, Better Life」文化的・社会的目标のテーマである（図表6）。冒頭に掲げた「観光効果」とまさしく一致するものであり、この目標が達せられるかどうかである。

ii) 中国の“ツーウェイ・ツーリズム”－中国 vs. 日本－

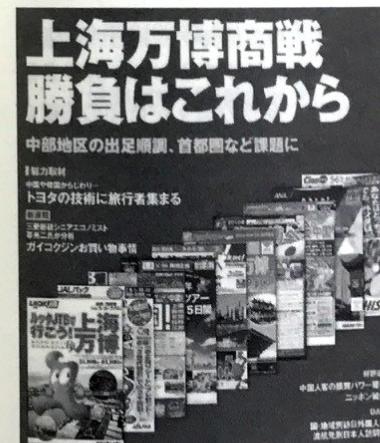
日本人の中国旅行ビジネスの展開

今回の万博における日中双方の交流状況を見てみたい。特に、中国におけるインバウンド観光に期待をかけるのは、日本の観光産業である。ここ数年、日

本人の海外旅行の伸びが見られず、膠着した状況にあり、どうにかして打開したい雰囲気が旅行会社の中国行きパンフレットに見られる。同時に、中国政府も大きな期待を寄せている。万博を眼前にしたある日本の旅行会社の責任者の発言である。「旅行業界としてできることとして、『ツアーの造成・販売促進・広報』、『上海・江蘇省・浙江省3都市との連携』、『VWC・VJCとの連携』などを挙げ、我々、日本の旅行会社も最大限にバックアップして集客に役立ちたい」（トラベルジャーナル誌 2010年02月02日 JTB佐々木会長）。この万博を機に、日中双方の動きを活発にと、すなわち、“TWO WAY TOURISM”を目指して、ビジット・ワールド・キャンペーン（VWC）とビジット・ジャパン・キャンペーン（VJC）の連携を声高に唱えている。

しかしながら、スタート以降、前半戦は決して状況は良くはない。「上海万博商戦、会期後半が勝負」「上海万博が開幕して2週間が経ち、公式販売代理店の旅行各社は、苦戦が懸念されているなかで『顧客からの問い合わせが増えてきた』と期待感を示す。ただ、開幕前から動きが目立った中部地区や関心が高まりつつある関西地区に比べ、最大市場の首都圏とその他の地方の動きが鈍い」という。各社は、夏休み以降の会期後半が勝負どころとみて、新商品投入に

図表7 上海万博を報ずる旅行業界誌
(トラベルジャーナル誌)



図表8 「1泊2日 上海万博ツアー」
(ルック JTB)



よるてこ入れのタイミングを計っている。(略) 主戦場はメディアへの露出が高まる夏休み以降とにらむ。日本旅行や株式会社全旅など複数の社は、5~6月の販売状況を見たうえで、8月以降に新商品を投入してこ入れを図ることも検討している。」(トラベルジャーナル誌 2010年 05月 14日)。後半戦への意気込みが、この文章に見られるし、また、旅行会社のパンフレット(図表7、8)にも奇抜なアイデア(入場チケット付「1泊2日ツアー」など)が登場している。

中国人の日本旅行ビジネスの展開

近年、急上昇の中国人の日本旅行の促進を図ろうとする宣伝が活発化している。中国人が7000万人近く集まる万博が宣伝の絶好の機会である。これらは、日本のインバウンド観光推進の観光庁や組織のコメントである。まずは、観光庁溝畠宏長官である。「『上海万博の成功はアジア全体の経済の牽引となる。我々は中国へのアウトバウンドを推進し、観光のPRとしてこのチャンスを最大限に活かす』と述べ、万博を双方向の送客拡大へ活用する考えを示した。観光庁は7月、上海万博の日本館のステージを1週間主催する予定。日本の観光情報を提供し、訪日客増加を狙う」。また、「TIJ、上海万博で日本観光をPR」とのタイトルで、「日本ツーリズム産業団体連合会(TIJ)は6月25日~27日、9月24日~27日に、上海万博の日本館で『上海友好都市旅物語~写真から拓がる、上海と日本の絆。そして未来。~』と題したプレゼンテーションステージとパネル写真展示を実施する」(トラベルジャーナル誌 2010年 06月 09日)。このように日本が意気込んでいるが、何も日本だけではない。世界各国が競争をしており熱意は同じである。この半年間、世界の国々が自国のPRを展開している。このような中国人の海外旅行誘致の宣伝のさなか(2010年7月)、日本における中国人富裕層を対象にした個人旅行向けの観光ビザが、前年の2009年に続き発給条件がさらに緩和された。万博開催中の上海から、多くの中国人が日本旅行を行っている。

iii) 上海万博と中国人の国内旅行

中国のある調査によれば、上海万博へのツアーがかなりある。例えば、
北京発 2330元(約31,455円)

広州発	3,250元(約43,875円)
大連発	2,530元(約34,155円)
成都発	2,980元(約40,230円)
昆明発	3,580元(約48,330円)
深圳発	3,299元(約44,536円)

「国内からは、ほとんどのツアーが6日~11日間の長期ツアーでした。上海万博以外にも、蘇州・広州・無錫・南京・周庄・烏鎮・紹興等の上海周辺ツアーと併せて販売されています。それにより、上海万博期間中は、上海だけではなく周辺の都市にも多くの観光客の流入が期待されています。さらに、飛行機を使ったツアー以外にも各都市から夜行列車で行くツアーがあり、空と陸の両方から多くの旅客が押し寄せる見られています」。(来来中国人 <http://www.lailaichinese.cn/report/2010/04/expo.html>)。これらのパッケージ・ツアー以外、個人旅行で上海に列車でやってくる中国人が連日、上海駅で賑わいを見せている。また、万博会場の周囲の駐車場には多くの長距離バスが、朝から夜遅くまで並んでいる。上海万博を契機として、中国国内旅行がますます活発になっている。

4 「上海万博」が中国観光に及ぼす効果

短期的および中長期的観点から特徴的な効果を見てみたい。

i) 万博開催時(短期的効果)

「上海万博の経済効果、北京五輪の3倍以上」「万博は世界経済を不景気から抜け出させる重要な役割を演じ、世界経済全体の力強い推進力となることから、『経済オリンピック』ともいわれる。184日間にわたる上海万博が開幕し、246の国と国際機関が最終的に出展した。参観客だけでも7000万人に達すると見込まれる」(人民網日本語版 2010年 5月 4日)。また、上海万博は、単に上海地域だけでなく、近隣地域の長江デルタ観光圏の確立にも一役買うことになることは確かである。「長江デルタ地域の経済一体化」「万博の来場者が観光などを目的として杭州(浙江省)や蘇州(江蘇省)ほか上海の近隣都市まで足

を運ぶ可能性は高く、長江デルタ地域（上海市、江蘇省、浙江省）は最も上海万博の恩恵を受けることとなる。さらに、来場者の移動を円滑にすべく、これまでに上海－南京、上海－杭州間の高速鉄道や高速道路など都市間の交通インフラが速いペースで整備されている。上海の市街地で10年前には2本しかなかった地下鉄も、万博開催を見据えて工事が急ピッチで進み、今までに12本が開通した。こうした結果、「長江デルタ3時間経済圏」が形成され、かつては訪問が不可能であったようなエリアにも観光などで足を運べるようになった」（「国内外から期待される『上海万博』の経済効果」(<http://business.nikkeibp.co.jp/article/money/20100714/215409/>)）。

ii) 上海万博以降（中長期的効果）

ホスピタリティ精神の高揚

「2008年北京オリンピック」では世界からかなり評価されたが、引き続き、「上海万博」では中国政府をはじめとして力点が注がれた点もある。多くの世界遺産、航空・空港インフラ整備、ホテル宿泊設備増加など以上に、「ホスピタリティ精神」の養成は現在の中国および中国人にとって、極めて重要なことであり、中国観光の発展の源である。「ホスピタリティ」の気持ちが「上海万博2010」で醸成されていることが報道などで見られるが、課題は定着することができるかどうかであろう。

中国人の海外旅行への意識高揚効果

「万博がもたらす観光効果」として、このようなコメントがある。「双方向観光を促進する上海万博」「万博は、『万博外交』の場であり、また、ニュースの中心でもあるわけです。上海万博開幕後1カ月を過ぎたある日、日本館を2組のミッションが訪問しました。某国の観光大臣と日本の某県の知事一行でした。いずれも上海万博視察を第一義としながら、中国からの観光客の誘致を図るために訪中でした。知事一行は、中国の航空会社との間で定期便の運航が決まったと大いに喜んでいました。万博は、開催国のおもてなしを促進する効果があります。大阪万博の開催を契機に、海外旅行をする日本人が増えたのもその一例と指摘できるでしょう。（略）万博会場は、世界を居ながらにして百聞一見できる絶好の機会です。上海万博会場で世界に対する関心が高まれば、中国

人の海外観光はさらに増えると期待できます」

（人民中国インターネット版 2010年8月4日）http://www.peopleschina.com/zhuanti/2010-08/04/content_288784.htm

この万博を契機として、アウトバウンドへの流れがさらに加速されるのではないかと思われる。

5まとめ——上海万博を経た「中国観光」——

以上、見てきたように、「受入国」としても「送出国」にしても、中国は「一回り大きな」「観光大国中国」に向かって進行中である。まず、訪中外国人を受け入れるインバウンドの観点から、豊富な自然や文化資源を背景にさらに大きな観光国になり、受入のホスピタリティの醸成で、訪中外国人もさらに増加するものと思われる。また、中国人による国内旅行が上海万博を契機としてますます活発になることは当然である。さらに、世界の万博パビリオンや人々の祭典を目の前にし、世界中の人々との接触の結果、中国人はどのような変化をきたすであろうか。もちろん、外国を経験したい意欲がさらに高まり、海外旅行を加速させる引き金になることは疑いない。今回の「上海万博2010」は、2020年における「世界NO.1・観光大国中国」や「送出国NO.4の国」への“跳躍台”としての重要な役割を演じていることは確かなことである。しかしながら、まだ、多くの懸念がある。「安全・治安面や衛生面での劣性」、「渡航者に対するビザの必要性」、「外国企業への開放性」、「環境面での持続性」、「国民による観光上の意識（ホスピタリティ）」など世界から指摘されている改善点は現在も、なお多い。また、先のビッグイベント「北京オリンピック2008年」には食の問題やテロなどの予期しない事故や事件が発生し、国際観光を著しく減少させた。加えて、上海万博終了を眼前にして、日中間交流では尖閣諸島問題が生じ急ブレーキがかけられて、「世界NO.1・観光大国中国」や「観光客送出国NO.4」の国にとって暗雲が漂っている。今後、これらが克服されない限り、世界観光機関による「輝かしい2020年予測」には、とうてい達しないであろう。

●参考文献

- 財) アジア太平洋観光交流センター「世界観光統計資料集 2001-2005 年版」
APTEC2007 年。
- 財) アジア太平洋観光交流センター APTEC (1999) 「ツーリズム・ビジョン
2020」 APTEC
- 財) アジア太平洋観光交流センター APTEC (2010) 「2008 年国際観光概観」
APTEC
- (株)ツーリズム・マーケティング研究所「JTB レポート 2010」(株) JTB 監修
- 鈴木勝「国際ツーリズム振興論（アジア太平洋の未来）」税務経理協会、2000 年。
- 鈴木勝・国松博「観光大国 中国の未来」(株)同友館、2006 年。
- 鈴木勝「観光立国ニッポン、事始め」NC コミュニケーションズ、2008 年。
- 鈴木勝「観光後進国ニッポン、海外に学べ！」NC コミュニケーションズ、2009
年。