

# インバウンドとアウトバウンドからみる国際化

千 相 哲

はじめに

## 1. 国際観光の現状

- (1) インバウンド対アウトバウンド
- (2) 国際観光収入対国際観光支出

## 2. 国際交流度が低い理由

- (1) 戦略なき観光政策
- (2) 国策でない観光
- (3) 狭い入口の国際化
- (4) 予約難, 物価高, 言葉

## 3. なぜインバウンドなのか

- (1) 衰退する地方観光都市
- (2) 国内観光の停滞と宿泊施設の過剰供給状態

## 4. アウトバウンドから考える—旅行意識と休暇

## 5. 観光におけるアジアとの格差

おわりに—国際化と観光とアジア

はじめに

世界観光機関(WTO)の予測によれば、2020年には現在の交流人口が7.5億人から2倍の15億人になる。日本は、その大交流時代を目前に、現在の400万人台の外国人旅行者を2007年には800万人に増やすことを目標とする新ウェルカムプランを進行中であり、世界の年平均伸び率5%に対して約8%という高い数字をあげている。

現在の状況をみると、日本の外国人受け入れ数は先進国の中で最も低い水準である。世界で35, 6位を推移し、アジアのなかでも9位と低迷している。800万人という目標数字も日本の経済力からみれば大きな数字とはいえない。仮に他の国の受け入れ者数に変化がないとしても世界20位ほどである。

なぜ日本は、このように世界の大勢から大きく取り残されているのか。都市システムのなかで発生する商業活動の一つである都市観光の遅れ、国際コンベンション誘致のための宣伝不足など機能的な視点での指摘もあるが、それはそれでいいとしても日本の国際観光は別の角度からみる必要がある。つまり、約1700万人の日本人海外旅行者数対約440万人の外国人旅行者数という図式だけでは4 : 1の解釈しかなく、今の議論はアウトバウンドに対するインバウンドの少なさに焦点が当てられているが、インバウンドとアウトバウンドをトータルで考えることである。国際観光を活性化する目的を国際交流の拡大、国際親善に据え置いた場合はなおさらである。それはインバウンドもアウトバウンドも両方とも国際化、国際観光政策の実態を表すバロメーターであるからである。

現在の国際観光が目指しているのは、国際交流が目的なのか、国際観光の不均衡の是正に目的があるのかははっきりしない面もある。また、国際観光の位置付けの是非にかかわる問題でもあるが、国際化が日本、近隣諸国にどのような意味をもつのか、そのなかでの国際観光を考えなければならないと思われる。それは今後の国際観光が日本の目指す国際化に大きく関わっているからである。本稿では、インバウンドとアウトバウンド両方からのアプローチを通して日本の国際観光の実態と今後の課題を明らかにすることを目的とする。

## 1. 国際観光の現状

### (1) インバウンド対アウトバウンド

1964年に海外渡航の制限が解除されて以来、海外旅行者は毎年大幅な増加を続けてきた。円の評価が高まったことや外貨保有高の増大に密接な関係もあるが、政府によって世界の他の国との不均衡な貿易収支の調整や貿易黒字の削減の手段として奨励されてきたこともその一因である。1998年の海外旅行者数は約1581万人で前年より約5.9%減ったが、海外旅行者数が前年を下回るのは第二次石油危機の80年、湾岸戦争の91年に次いでである。これまで減少の要因となったのは世界的な景気沈滞と不安定である。特に企業の慰安旅行が多かった90年代の初めまでは景気沈滞は団体旅行や出張の差し控えにつながり、旅行者数が減少する結果となった。1998年の減少は、バブル後の日本国内の長引く不況による旅行の差し控えが主な要因である。しかし、海外旅行者数は外国人観光旅行者の4倍にもなっている。4倍という絶対数よりも長い間このような状況が続いていることに問題がある。このような4倍の関係が維持できるためには、指数において1964年を100とする場合、海外旅行者数が外国人旅行者数より10倍のスピードを維持しなければならない。図1にみられるように海外旅行者と外国人旅行者の増加傾向はこの10倍のギャップを除いてみると同じカーブを描いている。海外旅行の増加が目立つ一方、外国人旅行者の増加率はアジア・太平洋諸国への到着者数の増加傾向と比較しても低い水準にとどまっている。

日本の海外旅行者と外国人旅行者がどのくらいの水準なのか、海外旅行者数と外国人旅行者数との比較だけでは海外旅行者の多さが目立つが、実際のところ本当にそうなのかは疑問である。欧州や米州の場合、隣国との

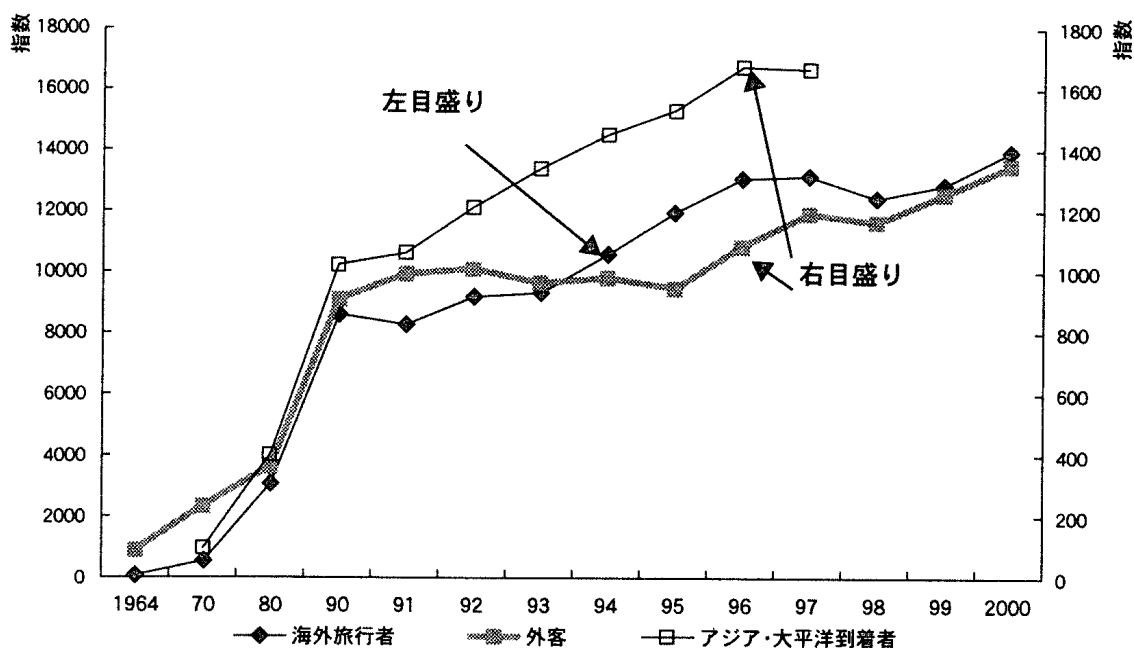


図1 海外旅行者数と外国人旅行者数の伸び率

資料：JNTO (1999)：『マーケティング・マニュアル』

JNTO (1998)：『JNTO 国際観光白書』

国際観光サービスセンター (2001)：『国際観光情報ファイル』

往来が多く、陸地の国境を接していない日本の状況は国際観光に不利だという見方もあるが、それは現実を直視しない言い訳に過ぎない。

日本の国際観光の現状を人口、1人当たりのGDPとともにみると、GDPの水準からみても、人口比からみてもインバウンド、アウトバウンド両方もかなり低い水準である(表1)。人口に対するアウトバウンドの海外旅行者の比率は、日本が12.4%であるのに対し、米国が19.7%、英国が72.4%である。アジアの中でも台湾の28.2%、香港の56.2%よりも低いレベルである。アウトバウンドに外国人旅行者のインバウンドを足した国際交流度の観点からみても日本は15.7%と低い。この数字が意味しているのは、外国人との付き合い、交流が少ないということである。これに対して四方が海に囲まれているといった地理的条件を理由にあげる人もいるが、立地条

件としては日本よりかなり劣勢であるオーストラリアにおいても交流度は38.3%を占めている。

表1 主要国の人口に対する海外旅行者と外国人旅行者の比率

	日 本	米 国	英 国	韓 国	台 湾	香 港
人口 (千人)	126,486	265,450	58,784	46,430	21,871	6,687
1人当たり GDP (100万ドル)	32,350	30,173	22,135	9,623	12,666	24,425
海外旅行者数 (千人)	15,806	52,311	42,569	4,542	6,162	3,758
人口比 (%)	12.4	19.7	72.4	9.7	28.2	56.2
外国人旅行者数 (千人)	4,106	46,325	25,293	3,908	2,372	10,406
海外旅行者比 (%)	26.0	88.6	59.4	86.0	38.5	276.9
国際交流度	15.7	37.2	115.4	18.2	39.0	211.8

資料：JNTO (1999)：『マーケティング・マニュアル』  
JNTO (1998)：『JNTO 国際観光白書』

## (2) 国際観光収入対国際観光支出

国際観光収支の不均衡を論じる際に、国際観光支出を取り上げるケースがある。それはつまり国際観光収支を是正する必要があり、そのためにも外国人観光客の受け入れを増やすことが望ましいということである。実際に日本は、世界でドイツに次いで国際旅行収支において赤字が多い国である。しかし、海外旅行者数が全国民の12%に過ぎない割には支出が突出している。ドイツの場合、それに対して海外旅行者数は全国民の90%にもなる。国際旅行収支の赤字幅はドイツの約330億ドルに近い320億ドル（1996年）である。それには国際旅行収入がドイツの175億ドルに比べ日本が40億ドルと少ないこともあるが、大きな理由は旅行者一人当たりの海外旅行支出が大きいからである。

図2は、主な国の旅行者一人当たりの消費額を示したものである。航空運賃を除いたものであるが、日本人旅行者一人当たりの消費額はイギリス、ドイツ、アメリカの2倍以上である。日本は、特に近隣のアジアに海外旅行をするというよりも全国出国者数の約三分の一を占めるアメリカや約13%を占めるヨーロッパを含めて比較的に物価が高い欧米の観光都市を旅行する割合が全体の45%となっていることもあるが、個人消費額が大きいことが国際観光収支を悪化させる要因である。後述するが、国際旅行支出からみる日本の国際観光は海外旅行者数の肥大によるものではなく、国際観光の実態を的確に反映したものとは言えない。

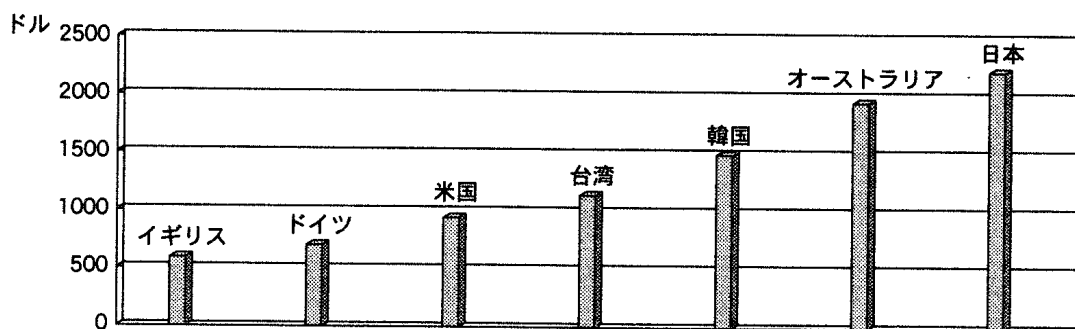


図2 一人当たりの海外旅行消費額

資料：JNTO(1999)：『マーケティング・マニュアル』  
JNTO(1998)：『JNTO 国際観光白書』

## 2. 国際交流度が低い理由

### (1) 戦略なき観光政策

日本の観光政策は、周知のとおり国際観光政策から始まり、戦後間もない頃まで国際観光政策をもって観光政策の全てであるかのような傾向がみられた。日本で外国人旅行者の誘致および来訪外客の便宜を図ることを目

的に「ジャパン・ツーリスト・ビューロー」が設立されたのが明治45年2月である。国際観光の振興は他国がそうであったように経済政策、特に国際収支に主眼が置かれて論議され、大正5年8月に大隈内閣の諮問機関であった「経済調査会」は、「将来、外国人旅行客との親交を一層促進し、積極的な誘致策を講ずる必要がある。また、外国人旅行客の消費する外貨は我が国の経済の発展に大きく寄与し、さらに、貿易の振興も期待される」と決意し、政府は早急に国立公園の設定、ホテル及び道路等観光施設の整備を行うことが必要であると提言した(宮澤1988)。しかし、観光に関する行政は鉄道を主とする交通機関が中心的役割を果たしており、外客誘致施設の整備充実、海外宣伝、観光資源の保護、交通機関の整備などの施策が講じられるようになったのは昭和4年に国際貸借改善審議会が設けられてからである。昭和5年に鉄道省の外局として国際観光局が設置され、ホテル事業の改善・整備、関係法規の整備、財政投融资などにおける改善がみられた。昭和6年には海外観光事業の国家的規模で実施する必要性から(財)国際観光協会が設立され、ジャパン・ツーリスト・ビューローは旅行斡旋に重点をおくことになった。

国際観光行政が大きく転換したのは、当時訪日外国人の一番多かった中華民国との観光事業が日中事変を境に衰退したことである。そのため、昭和14年12月、鉄道大臣は、国際観光委員会へ観光の健全な発達に必要な方策についての諮問を行い、観光資源の開発、観光諸施設の整備、各種の助成措置、関係民間団体の充実・指導をはかることとした。しかし、昭和16年には太平洋戦争の勃発とともに国際交通の途絶、物資の統制などがおこなわれ、さらに翌年の10月には国際観光局が廃止され、観光事業は消滅した。

戦後間もない頃、国際観光は外貨獲得の手段であったため、再びホテル・

旅館の整備、奈良、京都を始めとする国際観光文化都市の建設など観光事業の振興と国際観光の発展がセットとなって進められていた。国際観光を政策にうたった基本的理念は、ヨーロッパ諸国がそうであったように外貨獲得といった国家的要求に基づいたものである。戦後、復興のために外国からの原材料を輸入するため外貨が必要だった国情からみれば、観光が国策として外貨獲得のための手段であったことは理解できる。その結果1968年には1億ドルを超える外貨収入を得た。その中で当時、国際観光の中心的存在であったホテル業、特に国際観光ホテルが外貨獲得に果たした役割は大きい。ホテル業は外国人客を迎え入れ、彼らの生活環境にマッチしたサービスを提供するため、飲食料品をはじめ機械器具の設備や室内の備品、室内売店の商品などを輸入に頼らざるをえない物品を確保する必要があった。政府が行った輸入用の外貨割当をホテル業界も受け入れることになる。その割当が1957年に年間140万ドルであったのに対してホテル業界の外貨獲得高は、15,6万ドルであったことからホテル業の貿易外輸出としての効率性ははなはだ大であったことが伺える（河西1990）。

しかし、1960年代の終わりに日本の外貨保有高は驚異的に伸び、もはや外貨獲得としての観光の役割は必要ではなくなった。むしろ外貨を減らす必要性がでてきたのである。経済成長だけが唯一の国家目標だった日本にとって、ドルを稼ぐことだけが主目的だった外客誘致は不要不急とされ、誰もインバウンドに注目しなくなってしまった。さらに国際化が「外に向けて出掛けていくこと」と思い込み、国を開いて外国と交わることを忘れてきたのである。

## (2) 国策でない観光

外貨獲得といった一つの目標を失った国際観光に新たな活路として考え



出されたのが時代の流れでもあった「国際親善」であった。観光効果は、外貨獲得だけではなく経済外効果として国際親善の増進、国際文化の交流促進といった計算不可、予測不可の性質をもつあいまいなものが主流となり、観光の社会的・文化的効果を重視するような傾向となった。

しかし、国際観光の文化的・社会的効果というのは観光による親善交流というよりも親善交流に伴う観光の性格が強く、観光が付随的存在となったのである。そのため国内観光が発達する間は、行政も地域も企業もインバウンドを重要視することはなかった。1987年から実施された海外観光の拡大を強調する「海外旅行倍増計画」(Ten Million 計画)がそれを物語っている。ここではインバウンドによる交流は無視され、観光が貿易黒字の消費のための手段に転じた。

インバウンドがアウトバウンドと同様に強調されるようになったのは、1991年でこれまで国際観光のあり方を大きく左右してきた貿易収支の黒字幅の減少に加え、バブル崩壊後、家計最終消費支出の伸び率の低下、一人当たりのGDPの伸び率の低下、地方都市の停滞、国内景気の悪化などが生じてからである。そこで出されたのが「観光交流拡大計画」(Two-Way Tourism 21)である。しかし、アウトバウンドの伸びに対し、製造業の海外移転による国内産業の空洞化が懸念されるなかで、訪日観光客の長期的な停滞が続いたことから「訪日観光交流倍増計画」(Welcome Plan 21)を推し進めるに至ったのである。訪日観光交流倍増計画は2005年までに外客を700万人に増やそうということであるが、さらにこれは強化され2007年を目途に800万人に増やそうとする新訪日観光交流倍増計画が打ち出された。これまでのインバウンドに対する認識が内外の環境変化によって大きく変わってきたことを意味している。

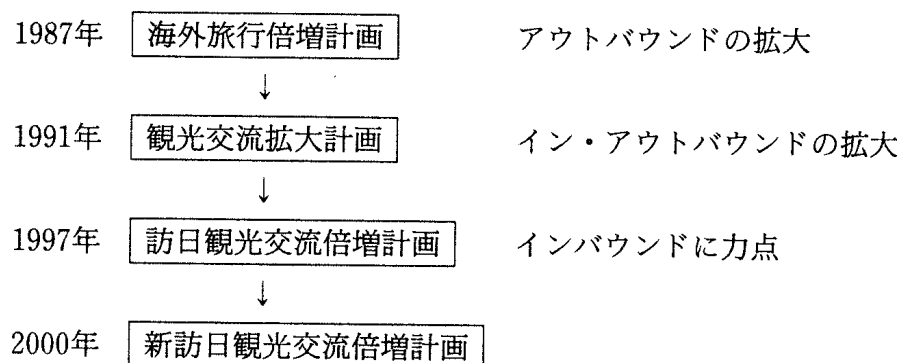


図3 国際観光政策の変化

このような政策の変化は、日本の経済的・社会的位置付けから低迷しているインバウンド状況を改善するために訪日外客数を確保し、国際相互理解の増進を図ることが必要である（観光行政研究会 1998）という大義名分である。訪日客の大幅増を目指すために経済成長が目覚しい、地理的にも近接したアジア地域、特に韓国、中国、台湾など近隣諸国へのPRを強化し、来訪促進地区の整備、費用の低廉化、接遇の向上を図っている。これまでの西欧中心の発想からアジアに重点をおいて考えるようになったことは大きな意義がある。しかしながら来訪促進地区の整備などの具体的な取り組み不足で外客が少なかったのかといえれば必ずしもそうではない。それには、国際交流に対する認識の根本的な問題が絡んでいると思われる。

### (3) 狭い入口の国際化

国際化という言葉は、観光分野において観光の役割の一つであり、観光が当然のように国際交流、国際相互理解に寄与するだろうという甘い認識がある。そのためなぜインバウンドが少ないのかについて国際化との関連で論じているものは皆無に近い。

日本が国際化というスローガンを生み出したのは1980年代末期である。

成熟社会に向かって日本人の勤労と輸出は減少し、それに対して外国製品の消費量が増え、国際社会において大きな役割を果たすことになるだろうという時代を看破してのことであった(Smith 2000)。それは時代の流れを感じ取った一つの戦略であったが、国際化の定義が十分伝わってこない面と日本の国際化が何を意味しているのか、他の国、特にアジア諸国にとってどういう意味を持つのかが見えてこなかった面もあった。ただ、円高、バブルによって日本の資本が世界のステータスを表す資産を買い取り、日本が世界の舞台に台頭しはじめたころと相まった。言い換えると、国際化は国内、民間レベルというよりも日本の世界への経済力、存在感の表れの一つであり、国の政策として考えられたのである。そのため、国内の国際化に向かった大きな取り組みはみられなかった。国際化プログラムの中で労働市場における「人的国際化」が大きな問題となっているのも、日本のエミク概念<sup>(註)</sup>を繰り返し、その概念を世界が認識できるエティック化することに抵抗するのも内なる国際化が欠けている証拠である。

端的な例として留学生の数もそうである。留学生10万人計画が文部省によって示されたのは1984年である。1万2千人の留学生の数を21世紀初頭までに10万人に増やすという計画であったが、現在は5万人ほどで伸び率においても減少、横ばいの状態である。日本の国際化は、実は外国人とは関わりたくないのだけれど関わらざるをえないという気持ちがどこかにあるように思われる。つまり、国際化しなければいけないというのではなく、日本も国際関係のなかにあるから、もうそんなレベルの問題ではないのだということである。このような構図は国際観光においても「受け入れ」るより、海外に「出掛け」たほうがより安全な国を維持することが可能であり、海外旅行から国際化へつながる期待を寄せた結果となったのではないか。またそれは内部的に内向き意識が高まって海外に行く旅行者も少なる

現象を引き起こした。

#### (4) 予約難，物価高，言葉

上記の言葉は、外国から見る日本旅行の障害要因である。このなかで特に予約難は、日本の国内宿泊観光・レクリエーション旅行の参加率がピークであった91年ころまでは、大きな問題であった。国内観光客だけを相手にしていても客室稼働率には問題がなかったし、あえて外国人を受け入れることによる言葉の問題、文化の違いから来るトラブルに対処するエネルギーを使う必要がなかった。国内宿泊観光・レクリエーション旅行者が低迷している現在においてその状況は改善されつつあるが、国内観光客が集中する大型連休中にはなかなか交通便や宿泊の予約が取れないのが実情である。このような問題は日本の休暇制度及び旅行パターンに大きく関係している。

国民総生産が世界1位であるのに対して購買力評価が世界8位であるように日本の流通コスト高、物価高、流通活動の非効率性が指摘されてひさしい。内閣府国民生活局による「主要な消費財及びサービスに係る内外価格差」の調査結果によると、東京の物価は欧米5都市（ニューヨーク、ロンドン、パリ、ベルリン、ジュネーブ）及び香港、シンガポールに比べて割高になっている品目が多く、特にサービス、食料品の分野で割高が目立っている。航空運賃においても、国際線、国内線で割引が広がっているものの、事前購入の割引運賃は日本が米英仏の航空運賃と比べて最も高く、英仏の2倍以上である。日本の普通運賃は米英より安い、米英仏では割引運賃を使う例が大半で、普通運賃の利用は少ないことを考えると、実質的には日本が割高ということになる。出発地から海外の目的地までの国際航空運賃より目的地での滞在期間中の移動に伴う交通料金の合計のほうが高

いというのは外国人観光客に日本の物価高に対する強い印象を与えるに違いない。日本国内での外国人旅行者の旅行範囲が大都市に集中し、地方への周遊旅行者が少ないのもこのようなことを反映している。さらに、都市と地方間の連携が弱いのも大きな理由である。国際空港を抱えている大都市とその周辺の観光地間の旅行というパターンが多く、遠距離旅行が殆ど行われていない。

さらに地方では言葉が大きな障害となっている。国際交流度が低いこともあるが、外国人旅行者を全国に分散する取り組みより都市や有名観光地への誘客が大きいため、外国人との交流が少ない地方での外国人旅行者への対応が遅れている。

### 3. なぜインバウンドなのか

日本では、観光が単なる物見遊山とみなされ、他の生産活動に比べて軽視されてきた。その結果、観光を振興する基盤整備がなされてこなかった。国内観光が回復することを期待しながら耐えてきた多くの観光地の観光企業は、時間がたつにつれて淘汰されるところが増えてきている。しかし、そのような企業には気の毒ではあるが、今こそこれからの日本の観光のあり方を定めるいい時期であるといえよう。すなわち、観光を通して自分たちの地域を国際社会との関わりから見つめ直すいい機会なのである。

#### (1) 衰退する地方観光都市

情報産業の発達により旅行先の選択幅が広がったことに加え、不景気による構造不況に直撃されている有名温泉地では団体客が激減した。また、旅行者の減少は観光地また観光施設間の競争を生み、値下げ合戦を繰り広

げる状況となった。値下げに対して経営システムの健全化を図りながらサービスの質を落とさないいくつかの観光施設を除いては値下げ→質の低下→客の敬遠→経営の悪化といった悪循環に陥るケースが多い。九州で観光都市として有名な長崎、別府の例をみると、宿泊客数はバブル崩壊後年々減っている(図4)。別府市の場合、新たな温泉づくり、外国人受け入れ態勢の整備に積極的に取り組んでいるが、宿泊客の減少に加え、一人あたりの単価も下がっているのが実情である。

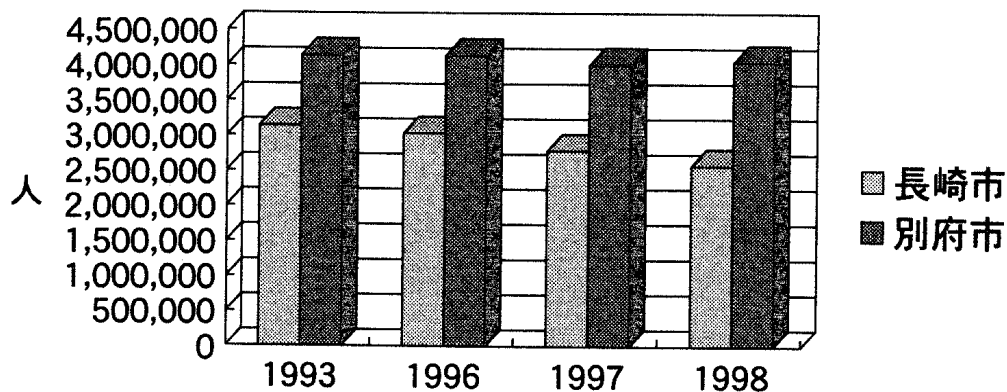


図4 長崎市・別府市の延べ宿泊客数の推移

資料：食品流通情報センター（2000）：『観光地観光客データブック』

国レベルでの外貨収入や国際交流がそのまま地域の観光産業レベルに通用することはない。国内観光が低迷している中で地域にとっての観光収入は日本人であろうと外国人であろうと同じように重要な収入源であり、観光の効果をマクロとミクロ的な面に分けてその対応を講じる必要がある。

## (2) 国内観光の停滞と宿泊施設の過剰供給状態

国内観光がここ数年停滞していることはここでいうまでもないが、宿泊を伴う観光・レクリエーション旅行の延べ宿泊数は1991年をピークにこの

10年間でかなり落ち込んでいる。

宿泊者数が減少するということは、宿泊施設も減少傾向にあるはずだが、大都市を中心に大型ホテルの建設は相次いでおり、宿泊施設間のしのぎをけずる競争が激しさを増している。

図5は、宿泊観光レクリエーション旅行の延べ宿泊数とホテル、旅館の客室数の推移を示したものである。旅館の客室が100万室を割るなかで、ホテルは1980年代後半のバブル期に不動産投資の対象としてもはやされ、異業種のホテル事業への参入が見られ、また都市再開発が進む中でホテルが目玉施設として建設されることが多かったためホテル客室数は、右肩上がりの状態である。しかし、ホテルの需要を多く占めていた法人需要が落ち込み、婚礼需要も現在の20代のいわゆる団塊ジュニアが一巡してしまえば、人口構成から見てもその先はどんどんマーケットサイズはしぼんでいくことが予想される。そしてライフスタイルに対する価値観の多様な団塊ジュニアたちは、派手な結婚式より海外旅行、住居のランクアップを考える現実派が少なくないと言われている。ホテル収益の客室部門の売上構成比が客室単価の低下によりバブルの2割程度に過ぎない状況で、バブル期にはホテル収益の7割以上を占めていたF&Bは法人需要の落ち込みによって、ホテル業に構造転換を迫る要素となっている。そのなかで国内の宿泊観光レクリエーションはここ10年間低迷を続けており、ホテル業界は新たな経営システムの確立とともに新しい需要層の掘り起こしが大きな課題となっている。

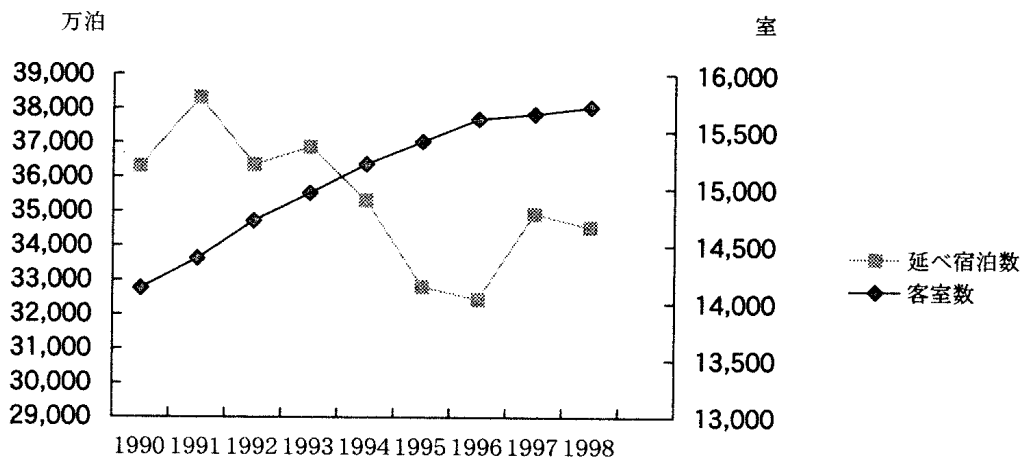


図5 ホテル・旅館客室数と延べ宿泊数の推移

資料：総理府編『観光白書』各年版

(社)日本観光協会『数字で見る観光』各年版

#### 4. アウトバウンドから考える一旅行意識と休暇

日常生活における効率性に慣れてきた人々は限られた休暇期間に旅行費用に見合った最大限の休暇を望み、それに対するパック旅行、クルーズ旅行が人気を呼び、より物質的なツーリズムが作られてきた。外国での観光行動は、時間とゆとりがないために、外国の風景や町並みをじっくり楽しむことができない。まるでタイム・トライアルに挑戦しているかのようなものである。団体ツアーで一日二日街を歩き回ったくらいでは外国の街がわかるはずがない。せっかく遠くまで旅行に出掛けても、滞在時間が短いのでまともな観光は無理な話である。有名観光地を急いで見物し、それを補うようにショッピングに走るのが海外旅行のパターンである。長距離旅行と周遊観光とは高い関連性がある。ヨーロッパに旅行する日本人旅行客は、特定のルートをたどる傾向が強く、都市・文化地域に集中が激しいという調査結果がある (Pearce 2001)。その理由の一つは休暇期間が短い



上、特定の時期に集中するからである。最初から海外の文化に触れることが目的ではなく、海外旅行をした事実で満足する傾向が強い。旅行意識や行動そのものは個人の問題というよりも制度が生んだ結果といえる。結果としてショッピングに費やすお金が他の国の旅行者と比べ多くなり、海外旅行者数の割に国際観光収支が大幅な赤字となるのである。

一度海外旅行を経験した人は、ほとんどの場合、また海外へ出掛けたいものだが、逆に海外旅行の経験が一度もない日本の若者は、大抵外国に対する恐怖、不安感を抱いていることが多い。それは日本に来る外国人旅行者が少ないから国際交流の機会も少なく、結果としてそのような感情を払拭する機会も少ないということである。国際教育交流促進協会が平成12年度に九州、四国、中国地区の高等学校を対象に実施したアンケートの結果によると、海外修学旅行を実施している学校は全体1303校に対して228校で17.5%を占めている。全国で最も海外修学旅行を行っている地方は九州で156校が実施している。反面、最も少ないところは学校数が最も多い関東で17校に過ぎない。埼玉県は海外修学旅行が実施されておらず、神奈川県は検討中となっている（平成11年度現在）。「海外修学旅行実施基準」には政情の安定した近隣諸国（千葉県）、治安、衛生、交通機関などの状況が良好で、修学旅行のねらいが達成できる地域（東京都）が条件となっている。その条件の基準は日本ということだろうが、アジアはまだ不安、日本が目を向ける必要があるところではないということだろう。

## 5. 観光におけるアジアとの格差

日本の国内観光の穴埋めとして有望視されているのが、台湾、香港などこれから伸びが十分見込まれるアジアからの団体客である。図6は過去5

年間の北東アジア諸国の海外旅行において日本を旅行先として選択する割合の推移を示したものである。韓国人の海外旅行先として日本を選択する割合は全体の20%台とかなり高い水準である。台湾と香港の訪日旅行率は最近かなり増加している。香港は同期間に海外旅行者が38%増加したことに対して日本選択率は85%増加した。台湾は海外旅行者が27%増加に対して、日本選択率は60%増加と日本の人気が高まっている。海外旅行ができる人口が1億人とも言われている中国は日本への団体旅行が2000年9月に解禁されたので、今後の伸びが予想される。一方、日本はアジアについて、主要先進国的な世界観からおおざっぱに語りすぎるきらいがある。アジアは単に市場か観光地とばかりみなしてきた。観光目的地としてのアジア選択率においても他のアジア諸国に比べて低い(千1999)。遠くて近いアメリカ、近くて遠いアジアの関係が観光においても日本とアジアとの格差を表している。

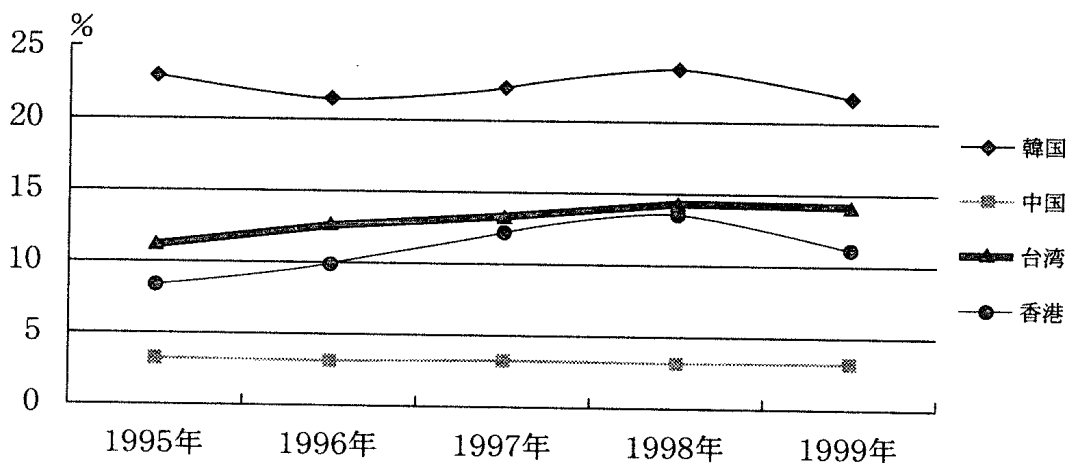


図6 旅行先として日本を選択する割合の推移

## おわりに—国際化と観光とアジア

日本経済の持続的発展と地域社会の活性化、国内観光産業の活性化、国際相互理解の促進のためには国際観光振興が不可欠な状況となりつつある。特に国内経済条件、観光地域の置かれている状況からみて、外国人来訪の促進を謳っている新ウェルカムプランの目標をできるだけ早期に達成することがのぞまれる。そこで、これまで見たように日本の国際観光はインバウンドもアウトバウンドも国際交流の観点からも他の国の状況からみても良好な水準とはいえない。外国人旅行者の来日を促進するための国際交流の意義について、またアジアとの交流の促進に関する国民的合意を形成していかなければならない。そのための政府、地域、教育機関などの取り組みが求められる。

日本では単一民族の意識が根強い。島国であることの影響も多分にあるだろうが、アジアの大きな特徴は多様性である。グローバルなボーダレス社会で生きていくということは、多様な価値観を持つ人々と触れ合いながら暮らしていくことである。日本は外国人の流入を制限したいために東京の国際空港、成田を十分に広くしなかったという見方 (Smith 2000) もあるが、国際社会に発展するためにいつまでも非国際的な労働や社会に依存しなければならないという矛盾を抱えていては国際化はもちろん国際観光、国内観光の振興はありえない。日本人は、もともと江戸時代から、旅行するときには持っていたのは前には弁当、後ろには下着を入れられる振り分け荷物だけである。旅館に着けば、下駄があって、ゆかたがあって、お風呂が沸いていて、そこで着替えるだけだから何にも要らない。今までこのような文化は続いており、ホテルにもはきものがあるという形になっ

ている(岸田 1996)。独自の日本の旅行文化が存在する。日本はアジアで息づく多様な文化を日本文化の発信を通して生き生き育て、人のつながりを膨らませていく。そのためには日本が進んでアジアの中に飛び込んでいく必要がある。「日本を開くことこそ国益」との考えは、小渕元首相がつくった「21世紀日本の構想」懇談会のなかでも論議の柱となった(朝日新聞社取材班 2000)。「アジアとのつながりを深める」という方針を国是としているオーストラリア社会には、東ティモール問題をきっかけとして「どのアジア」と「どのような原則」によって連帯するのかという問題が浮上してきている。アジアとは、アジア地域にある政府のことだけではないからだ。アジア重視政策はさることながら外国人を含めた人権を重んじている文化があるからである(杉本 2000)。

日本人は、国内では多様性を受け入れなければならない。海外では、日本が他の国々の人たちと同じだということを受け入れなければならない。このパラドクスこそ、国際化の中で日本の役割を果たすための原則であり、国際観光が成長する要因でもある。そのためには、国際化しようというよりもどうすれば国際社会と共同の関係が持てるのかという視点が必要である。外国人旅行者のリピーター化には、長期の着地点を見定めた息の長い観光政策が不可欠である。また観光業界もグローバルな状況下、国際化の真義に目を向ける自己認識の改革が必要であろう。

(注) エミック概念というのは、土着的概念としてその文化に所属するメンバーだけが想起し理解できるものとして「甘え」、「子分」などがある。エティック概念というのは、個別文化に属しているかに関係なく認識できる概念として「貧困」、「都市化」などをいう。杉本(2000)は、異文化理解というのは、エミック概念同士の共通性を抽出する道程であると述べている。

## 参 考 文 献

- 朝日新聞社取材班 (2000) : 『日本が動く—21世紀私たちは』, 風濤社
- 河西静夫(1990) : 『激動の昭和観光史—ホテルマンより見たるその裏面』, (株)オータ  
パブリケーションズ
- 観光行政研究会 (1998) : 『観光立国への挑戦』, (社)日本観光協会
- 国際観光サービスセンター (2001) : 『国際観光情報ファイル』
- 国際観光振興会 (1999) : 『マーケティング・マニュアル』
- 国際観光振興会 (1998) : 『JNTO 国際観光白書』
- 岸田秀 (1996) : 『ものぐさ日本論』, 青土社
- 食品流通情報センター (2000) : 『観光地観光客データブック』
- 杉本良夫(2000) : 『オーストラリア—多文化社会の選択』, 岩波新書
- 千 相哲(1999) : 「東アジアにおける国際観光と隣国間の観光流動」, 商経論叢第40巻  
第3号
- 宮澤文二 (1988) : 観光政策, 小池洋一・足羽洋保編著『観光学概論』, ミネルヴァ書  
房
- Smith P. 著, 森山尚美訳(2000) : 『日本人だけが知らない 日本のカラクリ』, 新潮社
- Pearce D. 著, 内藤嘉昭訳 (2001) : 『現代観光地理学』, 明石書店