

インバウンドツーリズムの復興にかかわる諸課題の考察

令和4年12月
和歌山大学大学院観光学研究科
森田 金清

Consideration of Various Issues Related to
Reconstruction of Inbound Tourism

December 2022
Graduate School of Tourism
Wakayama University
Kanekiyo Morita

概要

本研究は、パンデミックによって一時壊滅的なダメージを受けたインバウンドツーリズムにかかわる諸課題の考察を目的としている。

訪日外国人の最大シェアを占める中国人観光客の動向を中心に、コロナ感染症の発生まで及び発生以降の観光需要、意思決定・品質評価、価値観・制度・危機管理の変化について分析を行った。

第1章では、パンデミックによって提起されたインバウンドツーリズム課題について論じた。観光産業は、波及効果も大きいので、経済の活性化を刺激する効果への期待が日本におけるインバウンド推進の最大の意義であり、理由である。インバウンド観光は、少子高齢化による長期的な経済停滞に悩む日本において、インバウンド観光は唯一高度成長を遂げた分野であり、今後も引き続き期待できる分野である。

第2章では、パンデミックの収束及びインバウンド観光の回復における課題について論じた。回復の基本条件としては、コロナ感染状況の収束、各国の出入国管理の正常化、受入れに関する住民意識の回復、各国の観光客による日本訪問意欲の回復という4つの点が挙げられた。

第3章では、訪日中国人観光客の観光需要に関わる経済要因について検証を行った。中国人観光客は、1.1 万元台を基準に元ベースの予算額を設定しており、為替レートが元高なら、消費額が大きくなり、円高なら消費額が縮小する傾向が見られることがわかった。また重回帰分析の結果から可処分所得と訪日中国人観光客数の推移には因果関係があることが明らかになったが、所得弾力性平均値の結果からは、可処分所得が増大しても、訪日中国人消費支出は増える可能性が低いことがわかった。

第4章では、温泉リゾート地である熱海市の中規模和風旅館における、「期待不一致モデル」の手法に基づく質問紙調査の結果分析を通じて訪日外国人観光客の満足度に及ぼす要因を考察した。

第5章は、訪日中国人の年齢構成に対する中国の少子高齢化の影響を検証した。

「65 歳以上人口比率」という高齢化の進行を示す指標が 40～44 歳の年齢層が占める訪日者のシェアを下げる効果示された。

終章は全体のまとめと展望を行なった。

Abstract

The purpose of this research is to consider various issues related to inbound tourism, which has been temporarily devastated by the pandemic.

This research focuses on the trend of Chinese tourists, who account for the largest share of foreign visitors to Japan, and changes in tourism demand, decision-making, quality evaluation, values, systems, and crisis management before and after the outbreak of COVID-19. was analyzed.

Chapter 1 discussed the inbound tourism challenges posed by the pandemic.

Chapter 2 discussed the challenges in converging the pandemic and recovering inbound tourism. As basic conditions for recovery, four points were raised: convergence of the corona infection situation, normalization of immigration control in each country, recovery of public awareness about acceptance, and recovery of the desire of tourists to visit Japan from each country.

Chapter 3 considers the economic factors from the viewpoint of the characteristics of the tourism consumption behavior, how the Chinese visiting tourism demand will fluctuate in the future and especially considering the feature of the Chinese's sightseeing consumption behavior focusing on the angle of the income elasticity of tax revenue and make the economic factor which influences a fluctuation of visit to Japan sightseeing demand clear.

Chapter 4 analyzes the results of a questionnaire survey conducted on medium-sized Japanese-style inns in Atami City, a hot spring resort area, based on the method of the "expectation mismatch model", We considered the factors that affect.

Chapter 5 examines the impact of China's declining birthrate and aging population on the age composition of Chinese visitors to Japan. The ratio of the population aged 65 and over, which indicates the progress of aging, has the effect of lowering the share of visitors to Japan who are in the age group of 40 to 44 years old.

In the final chapter, the overall summary and outlook were made.

インバウンドツーリズムの復興にかかわる諸課題の考察

目次

序章 研究背景・枠組み.....	1
1. 研究目的.....	1
2. 本研究の構成.....	2
第1章 パンデミックによって提起されたインバウンドツーリズム課題.....	7
1.1 インバウンド観光の特徴.....	7
(1) 観光の一形態としてのインバウンド.....	7
(2) 世界経済におけるインバウンドの位置.....	9
(3) 日本経済におけるインバウンドの位置づけ.....	10
1.2 COVID-19によるインバウンド観光需要の変化.....	11
(1) インバウンドが受ける影響の実態.....	11
(2) 観光業にかかわるリスク.....	13
1.3 日本におけるインバウンド観光推進の経緯と意義.....	15
(1) インバウンド観光推進の経緯.....	15
(2) 日本におけるインバウンド観光推進の意義.....	17
1.4 まとめ.....	19
第2章 パンデミックからの回復における課題.....	21
2.1 回復の基本条件と予測.....	21
(1) 回復の基本条件.....	21
(2) 回復の予測.....	22
2.2 訪日観光客の復帰を左右する要因.....	24
(1) リスクと課題.....	24
(2) 近隣性の意義.....	25
(3) 中国人訪日観光客復帰の可能性.....	28

2.3	グローバル的な挑戦と変革の機会	29
	(1) サステイナブル・ツーリズムの概念	29
	(2) コロナ危機によるリセット	31
	(3) 日本におけるインバウンドのあり方	32
2.4	オーバーツーリズムについて (Over Tourism 略称 OT、以下 OT と記載) ...	33
	(1) 問題の提起	33
	(2) マス・ツーリズム	36
	(3) 「オーバーツーリズム」の本質	37
	(4) インバウンド観光のリセットに関するキーポイント	38
2.5	まとめ	40
第3章	訪日中国人観光客の観光需要に関わる経済要因について	43
	—所得弾力性の視点を中心に—	43
3.1	はじめに	43
3.2	先行研究と本研究の意義	43
	(1) 訪日観光客数の影響要因について	43
	(2) 中国における観光業の発展を促進させた要因	44
	(3) 観光消費の特徴について	45
	(4) 観光需要の経済要因について	46
3.3	研究の方法	46
	(1) 問題の所在	46
	(2) 仮説	47
	(3) 目的変数と説明変数	47
	(4) 観光需要の所得弾力性 (ϵ_i) の定義式	48
	(5) ϵ_i の推計結果に関する t 検定 ⁸⁾	48
	(6) 影響要因に関する単回帰分析	49
3.4	分析結果	49
	(1) 中国国内の観光客数、私的海外渡航者数及び訪日観光客数の所得弾力性	49
	(2) 日本旅行消費単価に関する単回帰分析	52
	(3) 訪日中国人観光客数及び私的海外渡航者数に関する単回帰分析	53
	(4) 中国国内観光消費支出に関する単回帰分析	54

3.5 考察.....	55
(1) 訪日中国人観光客の消費単価.....	55
(2) 所得弾力性.....	55
(3) 中国国内観光消費支出の停滞との関連.....	55
3.6 まとめ.....	56
第4章 中規模和風旅館における訪日外国人観光客の満足度に及ぼす要因について—「期待不一致モデル」の手法に基づく調査を通じて—.....	57
4.1 はじめに.....	57
4.2 先行研究のレビュー.....	58
(1) 顧客満足度に関する期待不一致の手法について.....	58
(2) 観光分野の研究における期待不一致手法の応用.....	60
4.3 問題意識・研究方法.....	62
(1) 問題意識.....	62
(2) 満足度の算出及び変数の設定.....	64
(3) 質問紙調査.....	66
(4) 「中規模和風温泉旅館」の定義.....	66
4.4 結果.....	67
(1) 回答者の基本状況.....	67
(2) 総合的満足度への影響に関する重回帰分析.....	67
(3) 再宿泊、再訪願望への満足度の影響に関する重回帰分析.....	69
4.5 考察.....	72
(1) 情報に基づく期待.....	72
(2) 体験に基づく期待.....	72
(3) 目的に基づく期待.....	73
(4) コストに基づく期待.....	73
(5) 再宿泊・再訪願望に対する満足度の影響.....	74
4.6 まとめ.....	74
第5章 訪日中国人の年齢構成に対する中国の少子高齢化の影響.....	76
5.1 はじめに.....	76
(1) 本研究の背景.....	76

(2) 研究課題と目的.....	78
5.2 先行研究レビュー.....	78
(1) 少子高齢化の進行に伴う諸問題.....	78
(2) 中国における観光需要の動向.....	79
(3) 長距離観光及び海外旅行における年齢構成の特徴.....	80
(4) 高齢者観光の特徴.....	81
5.3 問題意識及び研究方法.....	83
(1) 仮説.....	83
(2) 重回帰分析の推計式.....	84
(3) 分析手法.....	84
5.4 調査結果.....	85
(1) 中国における人口動向及び扶養率の推移.....	85
(2) 訪日中国人の年齢層別比率の変化要因に関する相関係数分析.....	86
(3) 訪日中国人の年齢層別比率の変化要因に関する重回帰分析.....	86
5.5 考察.....	88
(1) 人口動向及び訪日中国人の年齢構成.....	88
(2) 少子高齢化の影響.....	89
5.6 まとめ.....	90
終章 全体のまとめと展望.....	91
1. 全体のまとめ.....	91
(1) パンデミックによるインバウンド観光の意義の変化.....	91
(2) パンデミックによって提起されるインバウンドツーリズムの課題について.....	92
(3) 中国人観光客の観光需要に関わる経済要因の分析について.....	92
(4) 訪日外国人観光客の満足度に及ぼす要因について.....	92
(5) 中国の少子高齢化の影響について.....	93
2. 今後の展望.....	93
謝辞.....	95
【補注】.....	96
引用・参考文献一覧.....	97

序章 研究背景・枠組み

1. 研究目的

本研究は、パンデミックまたはコロナウイルス感染症の広がりによって一時壊滅的なダメージを受けたインバウンドツーリズムにかかわる諸課題の考察を目的としている。訪日外国人の中でも最大シェアを占める中国人観光客をめぐる動向を中心に、コロナ感染症の発生まで及び発生以降の観光需要、意思決定・品質評価、価値観・制度・危機管理の変化について分析を行うことにしたい。

観光行動の本質のひとつに「移動」があるが¹、観光 (tourism) は「2 地点間を移動する行為」である旅行 (travel) と違って、「出発地から目的地に出かけて戻ってくる現象や、それを支える産業等を総合的に捉えた、より幅広い意味を持つ考え方や概念」である²。

観光の必須要素とは「人」と「デスティネーション (旅行目的地)」の2つであるが³、観光を支える業界は、「旅行業 (旅行代理店など)」、「運輸業 (航空・鉄道・バスなど)」、「宿泊業 (ホテル・旅館など)」という観光の主要3業界とされる⁴。観光業にとってパンデミックからの回復は、上記の3業界の活動が再び活性化する否かにかかっているが、前提は観光需要の回復にある。観光需要は、観光客の人数と消費を源泉としているが、具体的には3つに分類することができる。国内旅行 (ドメスティック)、海外旅行 (アウトバウンド)、そして訪日旅行 (インバウンド) である。国内旅行は経済的には「内需」(国内の需要) になり、海外旅行は貿易の「輸入」にあたり (日本人が外貨を支払う)、訪日旅行は「輸出」(外国人が外貨を支払う) にあたる⁵。

我が国にとって観光需要の回復を図るには、インバウンドの復活が不可欠である。その理由は以下3つある。

まず第1に、国内旅行は、少子高齢化の進行やアウトバウンドの一般化により、長期的な停滞傾向が今後も続くと考えられるからである。GOTO トラベルのような大掛かりな助

¹ 尾家建生 (2021) 「新型コロナ期以降の観光の可能性：パンデミックを超えて」『国際観光学研究』1, 52-62.

² 田中伸彦 (2021) 「ポストコロナ時代の観光のカタチ」『森林環境』2021, 13-16.

³ 田中 (2021)、前掲注2

⁴ 田中 (2021)、前掲注2

⁵ 尾家 (2021)、前掲注1

成金対策でも国内旅行の需要喚起は限られており、観光業全体の復活にははるかに及ばなかった。これを踏まえて、国内需要にたよるだけでは、観光業の衰退を待つだけということの意味する。

第2にアウトバウンドも少子高齢化の進行などにより、今後拡大は見込まれないという点である。

第3にパンデミックが発生する直前まで、インバウンドは持続的な拡大傾向にあった。パンデミック収束後は再び活発化する可能性が十分考えられる。

インバウンドの復活は、日本を旅行目的地とする外国人観光客の増加にかかっているが、中でも中国人観光客の動向が最も決定的な要因と言えよう。①全体を占める割合、②増加率、③インバウンドの近隣依存傾向性格、④コロナ禍からの回復が速いことなどがその理由である。

パンデミックがいかに収束するかは、観光業の力が及ばない事項である。逆に受動的にその収束を待つしかないが、回復は国内旅行が先で、インバウンドが後になると思われる。中国人訪日客の人数がパンデミック前の水準に達する時点で、インバウンドの完全回復となるであろう。

このような回復過程において、幾つかの課題に直面すると思われる。

①パンデミックによってインバウンド観光の意義が変わったか否か。

②パンデミックによって提起された、オーバーツーリズムといった、インバウンドツーリズム課題

③訪日中国人観光客の観光需要に関わる経済要因

④訪日外国人観光客の満足度に及ぼす要因について

⑤訪日中国人の年齢構成に対する中国の少子高齢化の影響

2. 本研究の構成

本研究は、図1に示す図のように、論文構成において、インバウンドツーリズムの復興にかかわる諸課題の考察を行うこととする。

第1章では、パンデミックによって提起されたインバウンドツーリズム課題を取り上げる。まず、インバウンド観光の特徴について、観光の一形態としての性格や世界経済及び日本経済における位置づけを述べた上、COVID-19によるインバウンド観光需要の変化や

日本におけるインバウンド観光推進の経緯と意義を考察する。

第2章では、パンデミックからの回復における課題について考察する。まず、回復の基本条件及び回復時期と方式の予測を行い、それから訪日観光客の復帰を左右する要因について述べ、特に日本におけるインバウンドに大きな影響をもたらす中国人訪日観光客復帰の可能性を検討する。また、コロナ危機によってもたらされるグローバル的な挑戦と変革の機会について、サステナブル・ツーリズムの概念と日本におけるインバウンドのあり方という側面から検証する。さらに、オーバーツーリズムについても考察する。

上記の2章は、日本におけるインバウンドツーリズムがパンデミックの発生によって、受けたダメージ及び回復の道のりについて論じる内容であるが、第3章～第5章は、前節の③～⑤の課題について論じる。

コロナ危機は、発生から2年以上続いていまだ完全に収束していないが、すでに欧米などでインバウンドを含む観光業の全面的な解禁が始まっており、日本においても訪日外国人観光客の受け入れ再開が着実に進められている。しかし、前述したように、コロナ危機前からインバウンド観光の急拡大にブレーキがかかるという兆候の現れに見られるように、危機が過ぎ去っても、インバウンド観光の順調な発展に影響を及ぼす不確実な要因が存在していると思われる。訪日外国人観光客の7割以上が東アジアから来ており、中でも中国人観光客が圧倒的なシェアを占めるが、今後の中国人観光客の訪日動向がインバウンド観光の盛衰を決めると言って過言ではない。本研究では、その動向について次の3つの課題を通じて検討したい。

まず、中国人観光客が急増した背景には、高度経済成長に伴う所得増加が一因であると思われるが、このような所得の変化が訪日観光客数とどのような関係を有するかという課題である。

次に、訪日外国人観光客の6割ほどが「訪日リピーター」であるが、日本再訪の動機付けが何であるかという課題である。

さらに、中国では深刻な少子高齢化を抱えているが、その動向が訪日観光客の構成に対し、どのような影響を与えるのか、という課題である。

第3章では、訪日中国人観光客の観光需要に関わる経済要因について検証を行う。

インバウンド観光客数が出発国の経済状況に関係しているという報告が先行研究でなされている。中澤（2009）は32か国を対象にした分析によると、出発国からの距離は訪日客数に負の影響を及ぼすことと同時に、出発国の経済規模は訪日客数にプラスの影響を行

うことになる⁶。Vietze (2008) の分析によると、アメリカへの渡航において 出発国の経済規模はプラスの影響を及ぼし、その一方で出発国からの距離はマイナスの影響を与えることになる⁷。

中国において、過去 40 年以上にわたって進められてきた改革開放政策は、持続的な経済成長及び所得向上の恩恵をもたらした。2010 年には、アメリカに次ぐ世界二位の経済大国となり、さらに 2020 年現在では、ユーロ圏全体を上回る規模で、日本の 3 倍弱の規模に達している。2021 年の一人当たり GDP は、1 万 2,551 ドルとなり、世界銀行基準での上位中所得国の範疇に入るが⁸、世界銀行基準の高所得国基準である 1 万 2,695 ドル以上には僅かに及ばないというレベルに達している⁹。

このような経済事情が今後の訪日中国人観光客の増減及び消費金額の動向を左右する要因の 1 つに間違いないが、どのような形で影響をもたらすかについては検討が必要である。まず、可処分所得の増加が、訪日中国人観光客数にどの程度の増加効果をもたらすか、私的海外渡航の中国人全体に比べてその効果が弱いのか、それとも強いのか。次に訪日中の消費にあたり、可処分所得の増加は為替レートによって相殺されることが考えられるが、その相殺効果がどの程度のものであるか。さらに、可処分所得の増加は訪日中国人観光客の人民元ベースの消費単価と関係があるか否か等の課題を検討したい。

第 4 章では、温泉リゾート地である熱海市の中規模和風旅館における、「期待不一致モデル」の手法に基づく質問紙調査の結果分析を通じて訪日外国人観光客の満足度に及ぼす要因を考察する。

訪日外国人観光客の満足度に関する考察が重要な理由は、観光庁の調査によると、日本を訪れるインバウンド観光客には、「リピーター」が大きな割合を占めているからである。訪日外国人観光客のうち、訪日回数が 2 回以上の「リピーター」の割合は 2016 年以降、6 割前後で推移しているが、訪日リピーターの人数では増え続け、2019 年では 2016 年の約 1.6 倍に達している。中でも東アジア 4 ヶ国・地域が台湾 (24.6%)、韓国 (23.2%)、中

⁶ 中澤栄一 (2009) 「訪日観光客数の決定要因：グラビティ・モデルを用いた誘致政策の評価」『現代経営経済研究』2 (3), 27-58.

⁷ Vietze, Christoph (2008) “Cultural Effect on Inbound Tourism into the USA: A Gravity Approach,” JENA Economic Research Papers, 2008-037.

⁸ 井手啓二 (2021) 「中国経済の現段階の制度的・構造的特徴について」『経営と経済』100 (4), 103-130.

⁹ 張敏 (2022) 「中国の 1 人当たり GDP、あとわずかで「高所得国」入り」『ビジネス短信』2022 年 3 月 16 日, <https://www.jetro.go.jp/biznews/2022/03/fffd923435a0edd9.html>

国（22.0%）、香港（12.8%）の順で82.6%のシェアを占めている。「10回以上」の訪日回数を誇る「訪日ヘビーリピーター」も多数である¹⁰。

本研究では、訪日外国人観光客の満足度についてその満足度の形成要因と日本再訪との関係という視点から考察を行う。

第5章は、訪日中国人の年齢構成に対する中国の少子高齢化の影響を検証する。訪日外国人全体と比較して、60歳以上の年齢層別訪日中国人の推移は、一貫して低い比率に止まっている、という傾向が見られるが、急速に進んでいる中国の少子高齢化が今後の訪日中国人の年齢構成にどのような影響を及ぼすかについて、統計データの解析を通じて検証したい。

中国の高齢化は、高齢者人口が非常に多いばかりでなく、高齢化の進行が速いことに特徴がある¹¹。2021年時点での中国の高齢化率（総人口に占める65歳以上の割合）は2021年には14.2%に達している。高齢化率が7%以上の社会を「高齢化社会」、14%以上の社会を「高齢社会」、21%以上の社会を「超高齢社会」と呼ばれるが、中国はすでに「高齢社会」に突入している¹²。

急速な高齢化と大量の高齢者人口が、中国の将来の社会的安定と経済成長にとって大きな課題となる¹³。中国が2022年以降に急速な高齢化期を迎え、1960年代中後期に生まれた人口が年間2,500万人のペースで高齢者となっていくために、高齢化圧力が一層高まると予想される¹⁴。

高齢化の進行と同時に中国の少子化も深刻な状況に陥っている。人口抑制する目的で実施されてきた「一人っ子政策」が2016年に廃止されても、出生率（人口1,000人当たりの出生数の割合、‰）は、12.64‰（2017年）、10.86‰（2018年）、10.41‰（2019年）、8.52‰（2020年）、7.52‰（2021年）と下降の一途をたどっている¹⁵。

このような少子高齢化の動向が訪日中国人観光客の動向にも幾つか影響を及ぼすと考えられる。まず、「一人っ子政策」が1980年代に始まったという背景を考えると、今後総人

¹⁰ 観光庁観光戦略課観光統計調査室（2020）「令和元年訪日外国人消費動向調査【トピックス分析】 訪日外国人旅行者（観光・レジャー目的）の訪日回数と消費動向の関係について」<https://www.mlit.go.jp/kankocho/siryou/toukei/content/001350782.pdf>

¹¹ 彭希哲（2022）「中国の人口推移傾向と今後の展望」『社会保障研究』6（4）、374-388。

¹² 嶋亜弥子（2022）「中国で少子高齢化が進む 低出生率に危機感、消費意欲の高い高齢者層の増加は商機にも」『地域・分析レポート』2022年6月29日。

¹³ 彭（2022）、前掲注11

¹⁴ 彭（2022）、前掲注11

¹⁵ 嶋（2022）、前掲注12

口に占める 40～49 歳以下の年齢層の比率が低下し、逆に総人口に占める 50～59 歳以上の年齢層の比率が上昇する可能性が考えられる。このような状況が進行すると、訪日中国人観光客の年齢構成に変化をもたらすことになるのか。一方、「高齢者扶養比率」の上昇により、高齢者に老後資金の問題が発生し、若年層にも負担が転嫁されることも予想されるため、中国人観光客の訪日意欲や訪日先での消費意欲に影響を及ぼすことになるのか。

本研究では、第 5 章の考察を通じて少子高齢化の動きと訪日中国人観光客の動向との相関関係を明らかにする。

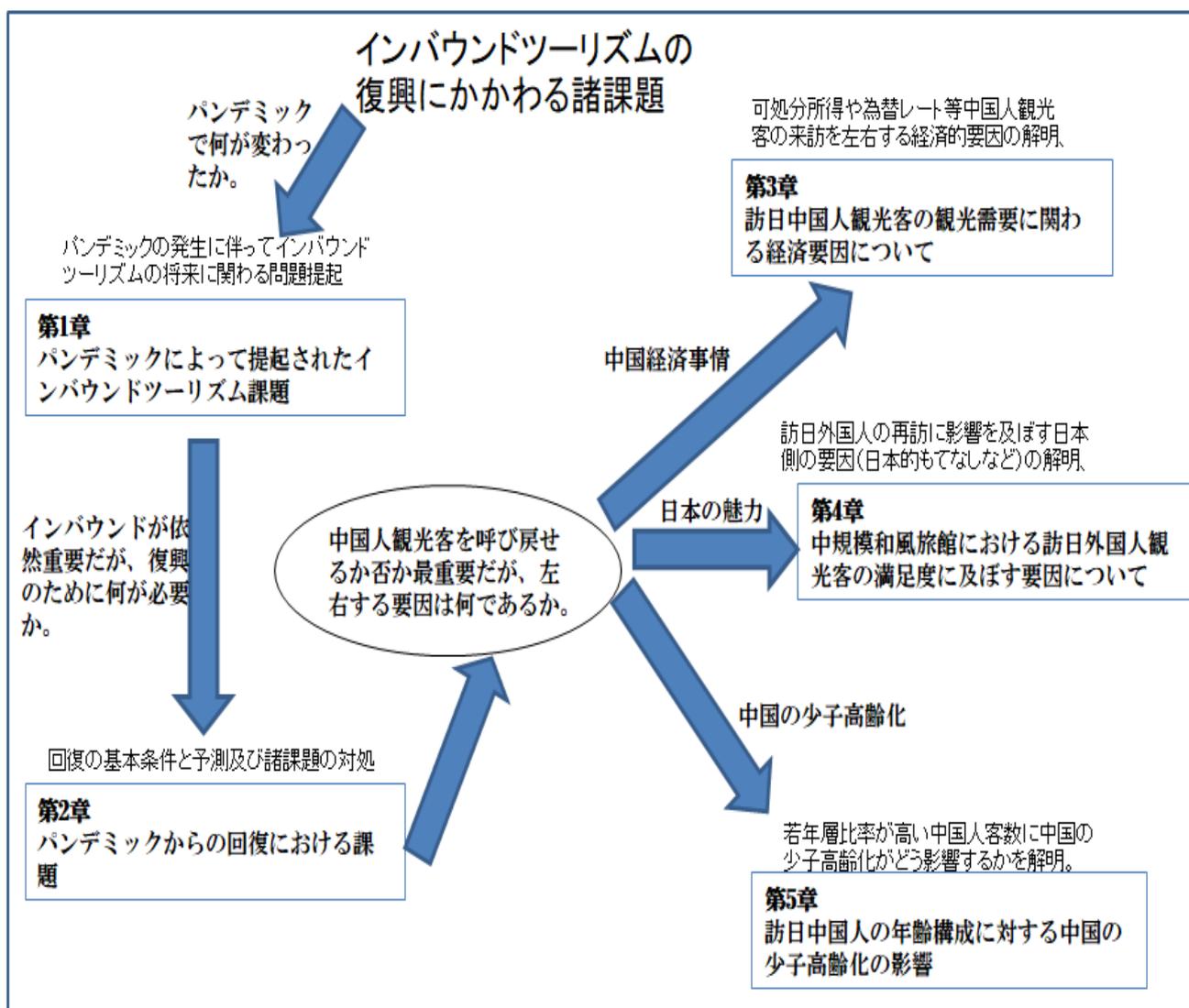


図 1 本研究の構成図

第1章 パンデミックによって提起されたインバウンドツーリズム課題

1.1 インバウンド観光の特徴

(1) 観光の一形態としてのインバウンド

「旅行」と「観光」の意味に関する違いは、厳密に区別されていないことが多いが、①観光・レクリエーション（レジャー）、②業務、③親族・友人訪問、という異なる旅行目的から3つの類型に分けることができる。日本では、3つの目的を含んだ訪日外国人旅行市場全体を「インバウンド観光」ということが多いが¹⁶、本研究における「インバウンド観光」または「インバウンド」という用語も同様の意味で使用される。

観光の特徴と密接な関係を持つ概念として、「ツーリズム・モビリティ」という用語があるが、観光がモビリティの一形態である一方、様々なモビリティが観光を形づくるという側面がある。観光がパフォーマンスされる場所を形成し、観光地を創造したり破壊したりしているのである。観光行為は、人やモノ及び飛行機の移動にとどまらず、スーツケース、植物や動物など人間の移動に付随する輸送、イメージやブランド、データシステムやサテライトなどの伝播など、すべてが移動と結びついている¹⁷。

インバウンド観光においては、外国人の移動が基本的な内容となるが、その移動に付随する土産物やスーツケースなどの移動も含んでいる。また観光へ出かける人びとは観光情報誌やインターネットを通じて、情報やデータを検索し、観光地に関する多くのイメージを形成しているため、情報、データ、イメージの移動も生じている。さらに観光地でのさまざまな見聞や経験によって形成される記憶の移動もある。これらの移動を支える基盤として、旅行代理店、航空産業等の交通業者、ホテル等の宿泊業者をはじめとする諸産業の成立を生み出す資本の移動もあろう。このように観光はモビリティの様々な流れを形成しながら、社会や文化のあり方まで深く揺るがせる社会現象となっている¹⁸。

訪日外国人旅行者数については、日本政府観光局（JNTO）が法務省の入国管理データに基づき算出し、毎月公表している。訪日外国人旅行者とは、外国人正規入国者から日本

¹⁶ 矢ヶ崎紀子（2020）「訪日外国人旅行の意義・動向・課題」『国際交通安全学会誌』45(1), 6-17.

¹⁷ Sheller, M., & Urry, J. (2004) . *Tourism mobilities: Places to play, places in play*, London:Routledge

¹⁸ Hannam, K., & Knox, D. (2010) . *Understanding tourism: A critical introduction*, London:Sage

に永住する外国人を除き、外国人一時上陸客等を加えた入国外国人旅行者のことである¹⁹。

表 1 旅行の 3 つのタイプ

旅行の種類	目的地選択の自律性	時間の自由度	スケジュール	費用の源泉
旅行	観光客によって選択	自由時間が支配的	個人の自主的決定	観光客の個人負担
出張	所属組織によって決定	制限された時間が支配的だが、少量の自由時間もあり得る	所属組織が手配	所属組織が負担
宗教的な巡礼	教義の規定に従う	スケジュール固定された、自由時間が少ない	宗教団体によって手配	巡礼者の個人負担

出典 保・席ほか (2021) に基づき、筆者が編集²⁰

表 1 に示すように、観光と出張の違い。(1) 目的地の自主的選択：観光地の選択は、観光客の個々の希望と所属する主流社会の規範に依存している。(たとえば、西洋人は肌を青銅色にするためビーチに行き、海水浴をし、夏休みに日光浴をすることを好むが、そして夏には、ほとんどの中国人は余暇のために田舎に行き、日焼け防止対策を講じるようにしている。(2) 裁量時間：食事や睡眠などの基本的な生理学的ニーズの制約に加えて、観光客は基本的に観光地で自由に時間を使うことができる。(3) 自己負担の費用：観光客は通常、旅行中および目的地ですべての費用を自己負担している。出張は、上記の 3 点で観光とは異なる。(1) 目的地はビジネスニーズに依存する。(2) 時間は基本的にビジネスの取り決めによって制限される。(3) 主な費用（輸送、宿泊、飲食物）は所属組織が負担する²¹。

Yiannakis & Gibson (1992) は、旅行者を 14 パターン²²に分類しているが²³、すべてインバウンド観光客の旅行目的にもなり得る。

また、旅行する動機について、林・藤原 (2008) は、海外旅行から帰国した日本人観光客を対象に関西空港で旅行者の観光動機について調査を実施し、7 つの要因（刺激性・文

¹⁹ 矢ヶ崎紀子 (2020)、前掲注 16.

²⁰ 保継剛、席建超、沈世伟、PhilippeViolier、罗丹 (2021) 「中国旅游地理学研究转型与国际化对比」『中国生态旅游』11(1), 11-26.

²¹ 保・席ほか (2021)、前掲注 20

²² 日光浴型 (sun lover) ・刺激行動型 (action seeker) ・人類学者型 (anthropologist) ・考古学者型 (archaeologist) ・パッケージ旅行型 (organized mass tourist) ・スリル希求型 (thrillseeker) ・探索型 (explorer) ・豪遊型 (jet-setter) ・個人探求型 (seeker) ・個人手配型 (independent mass tourist) ・高級志向型 (high class tourist) ・放浪型 (drifter) ・逃避型 (escapist) ・スポーツ愛好型 (sports lover)

²³ Yiannakis & Gibson (1992) Roles Tourists Play. Annals of Tourism Research 19.

化見聞・現地交流・健康回復・自然体感・意外性・自己拡大)を指摘している²⁴。

岡本と佐藤(2015)は、安曇野市に訪問してきた観光客を対象に、観光動機、参考にした情報、旅行満足度の調査の結果、計画的探求型・都市観光型・自然観光型・低欲求型・思いつき型に分類できると報告している。これらのことから観光行動の多様さがうかがえる²⁵。

一方、表2に示すように、「ショッピング」と「観光」については、観光地に対する欧米人と中国人の好みは共通しているが、「レクリエーション」に関しては、欧米人が海を好むのに対し、中国人は田園を好んでいると、保、席は指摘している。

表2 観光活動に基づく観光地空間種別の好みにおける欧米人と中国人の違い

観光活動のタイプ	欧米人の空間嗜好と中国人	中国人の空間嗜好
レクリエーション	温暖な地域の海辺がメイン、田園がその次	田園がメイン、山岳地帯や海辺がその次
探索/観光	都会がメイン、その他の空間がその次	都会がメイン、その他の空間がその次
ゲーム/スポーツ	山岳地帯がメイン、海辺がその次	圧倒的な嗜好の空間はまだ確立していない
ショッピング	都会	都会

出典 保・席ほか(2021)に基づき、筆者が編集²⁶

(2) 世界経済におけるインバウンドの位置

もともと観光に関わる消費活動は、複数の業種にまたがるため、主に生産面から経済活動を捉えようとする産業分類には「観光業」や「観光産業」という分類は存在しない。北村(2017)によると、観光産業とは、「交通・運輸、宿泊、飲食サービスなど極めて多く

²⁴ 林幸史・藤原武弘(2008)訪問地域、旅行形態、年齢別にみた日本人海外旅行者の観光動機 実験社会心理学研究 48.

²⁵ 岡本卓也・佐藤広英(2015)観光動機の違いによる情報の収集と発信 地域ブランド研究

10.

²⁶ 保継剛、席建超、沈世伟、PhilippeViolier、罗丹(2021)「中国旅游地理学研究转型与国际化对比」『中国生态旅游』11(1), 11-26.

の産業から成り立つ、すなわち観光に関連する業種の総称のこと」である²⁷。観光産業が活発化すると、上記の各業界が恩恵を受けることになる。

世界旅行ツーリズム協議会（World Travel & Tourism Council）2019年のデータをまとめた報告書によると、今日の観光業は、世界GDPの約10.3%、新規雇用の25%を創出し²⁸、世界経済及び日本経済において、重要な位置を占めている。インバウンドはその観光業において、不可欠な一部分である。日本においては、人口減少社会の進行により、我が国経済や財政を取り巻く困難がますます増えていく中、インバウンドは経済効果をもたらすことが期待され、その誘致はますます重要性を持つとされていた²⁹。そのため、後述するオーバーツーリズム（以下、OTと略す。）の問題があっても、引き続きインバウンドの誘致拡大に力を入れなければならないことに何ら変わりがないと思われる。

田中（2020）は、世界銀行の「World Development Indicator データベース」を活用して、2010年から2018年の期間で193の国・地域における世界各国の経済成長率と海外旅客の到着数の関連を分析したが、サンプル国・地域の経済成長率は平均3.25%で、海外旅客平均到着数は623万人であった³⁰。推定の結果、経済成長率と海外旅客到着数とは正の相関関係があることが確認された。具体的には、海外旅客到着数が100万人増加すると、受入国の経済成長率は0.12%上昇するという関係が見られた³¹。

（3） 日本経済におけるインバウンドの位置づけ

訪日外国人がもたらす経済効果は、日本におけるインバウンド政策推進の最大の意義であり、理由でもある。訪日外国人の消費額からもその一端がうかがえる。観光庁の「訪日外国人消費動向調査」によると、2018年における訪日外国人一人あたりの旅行消費額は153,029円であった。同年における定住人口一人あたり消費支出は年額1,269,000円となる（総務省「家計調査報告（家計収支編）」）。つまり、訪日外国人旅行者約8人分の旅行消費は、定住人口一人あたり消費支出に相当する。

²⁷ 北村哲彦（2017）「最近の岡山県における観光動向―重要度を増す観光統計の整備の利活用―」『季刊中国総研』21（2），9-18．

²⁸ World Travel & Tourism Council（2020）「Economic Impact Reports」
<https://wttc.org/Research/Economic-Impact>

²⁹ 渡邊徹（2020）「令和時代におけるインバウンド誘致のあり方」『跡見学園女子大学マネジメント学部紀要』29、105-119

³⁰ 田中清泰（2020）「新型コロナウイルスと新興国インバウンド観光」『IDE スクエア -- 世界を見る眼』1-8.

³¹ 田中（2020）、前掲注30

これに対し、2018年における日本人の国内旅行の宿泊旅行消費額は一人あたり54,300円、日帰り旅行消費額は17,285円であった（観光庁「旅行・観光消費動向調査」）。国内宿泊旅行者約23人分、または国内日帰り旅行者約73人分が、定住人口一人あたり消費支出に相当する。国内旅行よりも訪日外国人による旅行消費のほうが大きな経済効果をもたらしているのである。日本の総人口は2010年を境に減少局面に転じ、本格的な人口減少社会に入っている中、日本人国内旅行消費の大幅な増加はもはや期待できない。ここに、経済的側面からみたインバウンド誘致の重要性を見出すことができる。特に、韓国、台湾、香港、中国からの旅行者についていえば、リピーターほど旅行支出が多く、地方部を訪れる割合が高い傾向にあることから、外国人旅行者の継続的な訪日は、我が国地方部の振興に寄与すると考えられる。

北海道は、香港、台湾、シンガポールなど「雪のない国」にとって魅力ある観光地となっている。台湾には紅葉がないため、紅葉も人気である³²。

例えば、中国・台湾・香港からなる中華圏からのインバウンド観光客は、青森県には年間20万人以上訪れている。これは、青森県のような、少子・高齢化による過疎化が深刻な地域にとって、中華圏からのインバウンド観光が、地域活性化に繋がっていた³³。

1.2 COVID-19によるインバウンド観光需要の変化

(1) インバウンドが受ける影響の実態

WHOによってパンデミックとして宣言されたCOVID-19（2020年3月12日）は、世界の経済、政治、社会文化システムに大きな影響を与えている。ヘルスコミュニケーションの戦略と対策（例：社会的距離、旅行と移動の禁止、コミュニティの封鎖、外出禁止令、自己検疫または強制検疫、混雑の抑制）の実行は、世界的に渡航、観光、レジャーをストップさせた³⁴。

COVID-19の感染拡大は、人と人の接触を媒介としているが、「移動」を本質とする現代社会の観光行動は、そのような接触を頻繁にさせるものであるため、感染防止は、でき

³² 佐藤光磨（2021）「地域社会におけるインバウンドへの意識 —青森県の現状をとおして—」『弘前大学大学院地域社会研究科年報』17, 35-44.

³³ 佐藤（2021）、前掲注32

³⁴ Sigala, M. (2020) Tourism and COVID-19: Impacts and implications for advancing and resetting industry and research. J Bus Res. 117, 312-321

る限り「移動」を制限せざるを得ない。人の移動が極端に制限されたことによる、旅客サービス、宿泊業、飲食業という人を直接対象とするサービス業が大きな打撃を受けた³⁵。

すべての「移動」の制限は一律に同程度に制限されたわけではない。出発地と目的地の距離が遠い移動ほど、宿泊を含め目的地での滞在が長い移動ほど厳しい制限を受ける対象になる。最も厳しい制限は、ほとんどのインバウンドに適用される、国家間の移動に対する出入国制限である。

インバウンド観光の停止状態は、世界的に空前のダメージをもたらしている。

2020年からは新型コロナウイルスによる世界的な感染症の流行(パンデミック)に伴い、世界各国が、インバウンド誘致から一転して感染拡大防止のため観光目的の渡航制限に踏み切った。UNWTOによると2020年の国際観光客数は対前年比10億人(-74%)減少し、1990年の水準に後退した。世界の国際観光市場の損失額は1.3兆米ドルに達し、2009年の世界金融危機時の損失額の約11倍に当たるという³⁶。

新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響によって、2020年における世界全体の実質GDP成長率は-3.3%となり、国際観光客数は前年に比して73.1%減少の約4億人となった³⁷。

田中(2020)によると、国際線フライトの運休や減便が長期化したことにより、インバウンド観光が最も大きな影響を受け、海外からの観光客は、航空・鉄道・バスなどの国内移動、宿泊や飲食、物品の購買などに支出するが、このような海外観光客の支出に強く依存している観光地域ほど、コロナ感染の影響が強い³⁸。

コロナ感染拡大に伴う影響は、日本にとっても深刻である。日本国内では2020年3月頃より新型コロナウイルス感染拡大によって人々の生活様式や行動に大きな変化が生じ始めた。施設や店舗の開館・営業時間の制限が設けられた観光地では、制限や自粛要請が出される度に観光客数が激変し、多大な影響がおよんでいる³⁹。移動の自粛要請等に伴う日本人国内観光需要の意識とあいまって、観光関連産業や観光地などの地域経済に深刻な影

³⁵ 大友信秀(2021)「ポスト・パンデミックを生き抜く!シン日常の観光戦略(逆張りから深堀りへ)(2)観光マーケティングは地域に何を与えるか?(4)」『金沢法学』64(1), 7-13.

³⁶ 新井直樹(2021)「日本の国際観光政策の変遷と動向—コロナ収束後の持続可能なインバウンド観光振興にむけて—」『奈良県立大学研究季報』32(1),1-40.

³⁷ 国土交通省(2021)『観光白書 令和3年版』

³⁸ 田中(2020)、前掲注30

³⁹ 小野澤泰子・浦杏奈・小島聖理奈・畑口桃子・山田萌々(2021)「コロナ禍における長崎市観光地への影響について—グラバー通りの商業施設を事例として—」『活水日文』62, 28-38.

響をもたらしている⁴⁰。池田（2020）は、COVID19によって石川県金沢市に観光需要の大幅な減少と宿泊施設への影響を述べている⁴¹。

2020年における日本の実質成長率は、-4.7%であったが、このようなマイナス成長は2009年以来の11年ぶりであった⁴²。

グローバル的な渡航制限及び人的交流の抑制政策によって、訪日外国人旅行者数は412万人(対前年比-87.1%)、同消費額は対前年比で約4兆円(-84.5%)減少した⁴³。訪日外国人旅行者数は、「観光立国」が宣言される前の1998年の水準にまで激減した⁴⁴。

観光目的の渡航制限によって、2020年4月から2021年12月現在に至るまでインバウンドは、ほぼ消滅した状況が続いた。上述の出入国制限が継続する限り、インバウンドの回復は始まらないであろう。

(2) 観光業にかかわるリスク

先行研究では、新型コロナウイルス感染症によるダメージを背景に、観光業にかかわるリスクが論じられている。

吉田（2021）は、観光がきわめてリスクの高い産業であるとしている。その理由として、観光は「不要不急の人の移動行為を起点」にして、運輸、宿泊・飲食・みやげ物を含むサービス産業を連結させた複合的産業へ拡張し、「観光依存体質を深めた社会」を形成してきたため、人の移動がストップすれば、観光関連諸事業の崩壊が起これ、その社会に生きる人々の日々の生活基盤に相当期間においてダメージを与えることになる⁴⁵。

「今回の観光恐慌は、現代観光が複製技術革命後に広範に流通可能となった記号にもとづく差別化の困難さという構造的問題を抱えていることをあらためて前景化させた⁴⁶。このコロナ恐慌後では、観光地の間で淘汰が進む可能性が高い⁴⁷。その場合、日本の観光の

⁴⁰ 新井（2021）、前掲注36

⁴¹ 池田千恵子（2020）「COVID-19における観光需要の大幅な減少と宿泊施設への影響」『日本地理学会発表要旨集』0, 151.

⁴² 内閣府経済社会総合研究所「四半期別GDP速報」（実質暦年系列，2次速報値，2021年6月8日公表）より算出

⁴³ 新井（2021）、前掲注36

⁴⁴ 日本政府観光局（JNTO）「国籍/月別訪日外客数」を参照。

⁴⁵ 吉田竹也（2021）「観光恐慌2020年に関する覚書—観光リスク論の観点から—」『南山大学紀要『アカデミア』人文・自然科学編』21, 297—306.

⁴⁶ 吉田（2021）、前掲注45

⁴⁷ 吉田（2021）、前掲注45

今後については、少子化と高齢化が加速度的に進む状況に即した検討が不可欠である。観光振興や観光発展を前提とした従来の観光研究の枠組みは、抜本的なパラダイム転換に直面している⁴⁸。

新型コロナ危機は観光業の脆弱性を露見させた⁴⁹。近代社会の観光には、観光地における場所をめぐるゲストとホストの解釈における「非対称性」と観光市場の外部依存性という二つの特徴がある。前者は、新型コロナ危機の中、観光客の存在がリスクだという認識が広がり、観光におけるゲストとホストの関係の対等性要求につながった。後者においては、観光が観光地社会の自然や生活に依存しているため、地域住民への影響を無視しては成り立たないことが明確に示された⁵⁰。

リスク社会論⁵¹との関連から考えると、新型コロナ危機が近代産業社会の急速な発展ゆえに生じたこと、すなわちそれは、近代産業社会の自然への介入と急速な観光的移動の増加によるものであり、予見あるいはコントロールが極めて難しい現代特有の「リスク」であることが分かる⁵²。

新型コロナ危機が観光にもたらしたものは、グローバルな観光対象からローカルな観光対象への移行であり、このことは、近代観光における場所解釈の非対称性と外部不経済の問題点を解決するチャンスをもたらす可能性を持っている。この可能性と実践とを結びつけるメカニズムの解明が、新型コロナ危機後の観光研究に求められている⁵³。

須藤（2021）は、観光と新型コロナ危機との関係を指摘している。新型コロナウイルス感染症（COVID-19）がグローバルなかたちでパンデミックに流行したのは、観光をはじめとする人やモノのモビリティを介してなのである。いわば観光は世界に対して、ウイル

⁴⁸ 吉田（2021）、前掲注 45

⁴⁹ 須藤廣（2021）「新型コロナ危機から、世界リスク社会における観光について考える（小特集 人文科学における観光研究）」『立命館大学人文科学研究所紀要』125, 77-101.

⁵⁰ 須藤（2021）、前掲注 49

⁵¹ Beck・Giddens によると、人間による経済・技術活動は、世界的に多大な利益をもたらした一方、「副作用」または「負の効果」も生み出してきたが、1980年代以降、こうした「副作用」が格段に増大し、社会を脅かすほどの「リスク」状況を作り出している。この「リスク」状況を「工業社会」の観点ではなく、「リスク社会」という観点で把握すべきだとする理論が、「リスク社会論」である。（Beck Ulrich, Giddens Anthony 著、小幡正敏訳（1997）『再帰的近代化—近現代の社会秩序における政治、伝統、美的原理—』而立書房, 21-22. を参照）

⁵² 須藤（2021）、前掲注 49

⁵³ 須藤（2021）、前掲注 49

スによるリスクをギフト贈与したのである⁵⁴。

しかし、実態としてはコロナ感染症の拡大が観光を委縮させてしまったが、観光が完全にストップしても、コロナ感染の広がりを止めるには至らないものと考えられる。感染拡大は、人と人との接触に起因するので、人やモノのモビリティまたは移動がそのきっかけになる。しかし、出勤、通学、買い物、外食、様々なイベントなど、近代社会のあらゆる活動がモビリティまたは移動を伴うものであり、観光はその一部に過ぎない。この二年近く、インバウンドがほぼ止まったままの状態は続いたが、それとは無関係に感染は拡大と縮小を繰り返してきた。東京オリンピック開催中に、無観客でインバウンドも認められなかったにもかかわらず、感染が急拡大した。国際便の完全停止なら、海外からの感染源をシャットアウトする効果があるが、そのような措置は実行できないこともこの二年で明らかとなった。

1.3 日本におけるインバウンド観光推進の経緯と意義

(1) インバウンド観光推進の経緯

歴史的に見て、日本で官民ともにインバウンド観光に力を入れたのは、比較的最近のことである。日本では従来、江戸時代から続く純血主義とでもいうべき単一民族を維持する政策が一貫してきたため、訪日外国人観光客の受け入れ促進には歴代政権は手を付けてこなかった⁵⁵。しかし、少子高齢化の進捗と財政赤字の拡大により、国内消費・国内生産人口ともに難局を迎え、これまでにない政策を打ち出すことが不可欠となったのである。歴史的な背景として、経済的な側面の観光収入による国家財源の確保は多くの先進国が歩んできた道であると言える⁵⁶。

竹内（2018）によると、日本におけるインバウンドの誘致は、小泉内閣のもとで観光立国の方針が決まり、2003年には「ビジット・ジャパン事業」という訪日キャンペーンが始まった。2006年には観光立国推進基本法が成立し、インバウンドの誘致を中心とする

⁵⁴ 遠藤英樹（2021）「アフター=ウィズ COVID-19 の観光の可能性：「リスクの贈与(ギフト)」から「歓待(ホスピタリティ)の贈与(ギフト)」への弁証のために（小特集 人文科学における観光研究）」『立命館大学人文科学研究紀要』125, 3-22.

⁵⁵ 富吉光則（2020）「アフターコロナでインバウンドが力強く再生するための考察」『川口短大紀要』34, 63-71.

⁵⁶ 富吉（2020）、前掲注 55

観光の振興が日本の重要課題と位置づけられたのである⁵⁷。その政策展開によって、地域活性化、環境への配慮（2008年にエコツーリズム推進法制定）及び国際化といった効果が期待されていた。政策推進には著しい成果があった。2007年のインバウンドは約800万人であったが、2019年には約3,200万人に達しており、2007年当時の政策立案で立てたインバウンド2,000万人という2020年の目標は、実際には2016年にすでに達成し、2020年のインバウンド目標は4,000万人に修正されていた⁵⁸。

一方、2007年のアウトバウンドは約1,700万人であり、インバウンドの倍以上あったが、2015年にインバウンドに逆転され、2019年現在では、約2,000万人にとどまっている⁵⁹。COVID-19発生前に、アウトバウンドや国内旅行の長期的な停滞とインバウンドの急成長が、2007年以降における日本観光業の基本的な趨勢であった。

なぜ日本のインバウンド観光が急拡大してきたか。その要因については、アトキンソン（2015）は、日本の「気象」「自然」「文化」「食事」の4つの条件に代表される観光資源を指摘した⁶⁰。しかし、日本の観光資源には昔からほとんど変化がなく、インバウンド観光の基盤にはなるが、急拡大を説明する要素にはならないであろう。

新井（2017）では、この点について下記の7つを挙げている。それらは、①テロや紛争がない平和社会、②経済：アジア諸国の所得向上や円安傾向、③安全：疫病の流行がなく、自然災害の鎮静化、④体制：政府やDMOや地方自治体の組織、体制の強化、⑤法制度：規制緩和など、⑥インフラ整備、⑦ソフト：VJCなどの訪日旅行誘致や文化交流活動の拡充⁶¹、などである。

上記の7つの要因のうち、②、④と⑤は影響が特に大きいものと考えられる。中でも②が最も重要である。富吉（2020）が指摘したように、急速な経済成長を遂げたアジア諸国の所得増加に加えて、格安航空会社の広がりや日本の物価安が、かねてから日本に憧れを持っていた人々の渡航意欲を刺激したのである⁶²。②の基調に大きな変化がない限り、コロナ危機収束後に訪日旅行の回復は十分期待できよう。

⁵⁷ 竹内英二（2018a）「インバウンド受け入れの意義と動向」『インバウンドでチャンスをつかめ-中小企業における訪日外国人受け入れの現状と課題』、9-86.

⁵⁸ 大澤正治（2021）「コロナ・パンデミックがもたらした新しいツーリズム(観光)」『地域研究』26, 39-59.

⁵⁹ 大澤（2021）、前掲注58

⁶⁰ デービッド・アトキンソン（2015）「」『新・観光立国論』東洋経済新報社

⁶¹ 新井直樹（2019）「インバウンド観光の意義、効果と課題」『地域創造学研究：奈良県立大学研究季報』30(1), 1-34.

⁶² 富吉（2020）、前掲注58

(2) 日本におけるインバウンド観光推進の意義

2020年コロナ禍の発生前までは、インバウンドツーリズムが成長し続け、消費額が約5兆円に上り、地域振興のための大きな産業の柱として期待されていた⁶³。政府は、東京オリンピック・パラリンピック競技大会の開催予定だった2020年に、訪日外国人旅行者数が4千万人、訪日外国人旅行者による国内消費額が8兆円に達し、さらに、2030年には、訪日外国人旅行者数が6千万人、訪日外国人旅行消費額が15兆円となるよう目標を掲げていた⁶⁴。

日本においてインバウンド観光を推進する最大の意義またはメリットは、経済成長の維持と地域振興の促進である。内閣府(2019)は、「インバウンド需要は、人口減少による国内での需要減を補うための新たな需要として期待されている。特に地域経済にとっては、地域の特色を活かしながら「にぎわい」を取り戻し、観光・宿泊業や外食業、小売業といった関連産業の売上や雇用を増加させるなど、地域の活性化にも大きく資するものと考えられる。」と述べている⁶⁵。

実際にも我が国は、インバウンド観光を通じて着実に成果を挙げていた。2018年における日本国内における外国人旅行者の消費額は、直近で4兆2,657億円(となり、2003年の6,456億円より約6.6倍となっている⁶⁶。また高田(2018)による、過去5年間のインバウンドの拡大に伴う旅行消費額は、人口減少に伴う日本人の年間消費の減少額を上回っていることから、インバウンドの増加は、日本の人口減少を十分に補う経済効果を発揮していると指摘している⁶⁷。

インバウンドの誘致は有力な地域活性化策となりうるのは、少子高齢化の進展に伴う地域の定住人口減少を補うために、インバウンドによる交流人口の増加が有効だからである。観光に関わる消費活動が地域で行われると同時に、財・サービスの提供主体も地域の観光

⁶³ 中村哲(2021)「観光情報学 -スマートツーリズムに向けた研究動向」『情報処理』62(11), 598-602.

⁶⁴ 内閣府(2018)『地域の経済2018』「第2章 インバウンド需要の取り込みに向けて」
https://www5.cao.go.jp/j-j/cr/cr18/chr18_02.html

⁶⁵ 内閣府(2019)「コラム1:2019年のインバウンド需要(韓国からの訪日旅行控えとラグビーワールドカップの影響)」『地域の経済2019』、
https://www5.cao.go.jp/j-j/cr/cr19/chr19_01-01.html#column1

⁶⁶ 内閣府(2019)、前掲注65

⁶⁷ 高田創(2018)「過去5年のインバウンド市場増は日本の人口減少を補った面も」『リサーチ TODAY』みずほ情報総研

業の事業者となるからである⁶⁸。また、製造業と比べ、インバウンド観光による経済効果は、宿泊、運輸、飲食、製造、商業、農林水産業など裾野が広く、地域と密接な産業分野の多くをカバーし、地域経済にも波及しつつあった⁶⁹。

例えば、中国・台湾・香港からなる中華圏からのインバウンド観光客は、青森県には年間 20 万人以上訪れている。これは、青森県のような、少子・高齢化による過疎化が深刻な地域にとって、中華圏からのインバウンド観光が、地域活性化に繋がっていた⁷⁰。また、北海道は、香港、台湾、シンガポールなど雪や紅葉がない地域にとって魅力ある観光地となり、それを背景にしたインバウンド観光の拡大は、北海道経済の振興に寄与している⁷¹。

インバウンドは、経済効果だけではなく、人的交流の促進を通じて受入国の「ソフトパワー」強化にもつながる⁷²。インバウンド観光は人的交流であり、異文化コミュニケーションであるため、観光客の対日理解の増進や対日感情の改善にも役立てる。これは、間接的に日本製品のイメージ向上と輸出増加に寄与している。平良（2017）は、インバウンドの増加が地域の消費活動を活性化させるばかりでなく、消費財輸出も誘発すると指摘している⁷³。新井（2019）によると、観光客が直接日本の製品に触れ体験できるという「ショールーム効果」を通じて、製品及び農林水産物の輸出拡大につながり、内需型だったサービス産業の海外市場進出を促し、新たな経済成長のエンジンとして期待されている⁷⁴。福井（2017）によると、インバウンドに関しては、観光消費による市場活性化や地域製品のブランド力強化による輸出競争力の向上といった経済活性化効果、国民同士の交流促進というソフトパワーの強化、という 2 つの視点で評価することができる⁷⁵。

「見えざる輸出」と称される、インバウンド消費（2018 年・約 4.5 兆円）を他産業の「モノ」の輸出額（2018 年）と比べると、最大の輸出高目の自動車の輸出額（約 12.3 兆円）

⁶⁸ 高林喜久生（2019）「インバウンドと地域活性化(Reference Review 63-3 号の研究動向・全分野から、リファレンス・レビュー研究動向編(2017 年 7 月～2018 年 5 月))」『産研論集』46, 165-166.

⁶⁹ 新井（2019）、前掲注 61

⁷⁰ 佐藤（2021）、前掲注 32

⁷¹ 佐藤（2021）、前掲注 32

⁷² 福井善朗（2017）「山陰における新たなインバウンド振興の動き」『季刊 中国総研』公益社団法人 中国地方 総合研究センター 第 21 巻第 2 号 NO.79

⁷³ 平良友祐（2017）「インバウンド需要拡大による消費財輸出誘発は続くのか」『国際金融』299, 42-47.

⁷⁴ 新井（2019）、前掲注 61

⁷⁵ 福井善朗（2017）「山陰における新たなインバウンド振興の動き」『季刊中国総研』21 (2), 25-30 .

には及ばないものの、2番目の輸出品目の半導体等電子部品（約4.2兆円）を上回る産業規模となっており⁷⁶、インバウンド観光は、既にわが国の主要輸出産業の一つとなっている。

さらに、インバウンドの拡大は、中小企業の経営改善にもつながっている。竹内（2018b）は、アンケート調査の結果によりインバウンドへの取り組みが中小企業の経営にも好影響を及ぼす結果を明らかにしている。インバウンドと業績の関係をみると、1か月当たりのインバウンド数が多いほど、売上高が増加傾向、採算が黒字という企業の割合が多くなっているという⁷⁷。

『日本経済新聞』が開催する「札幌日経懇話会」の講演では、コロナ後の経済回復においてインバウンド（訪日外国人）やウィズコロナ及びエネルギーが重要なキーワードになるという見方が示された⁷⁸。インバウンドの回復は、日本経済全体の活性化にも大きな意義を持つと言えよう。

以上を踏まえて、日本におけるインバウンド観光は、成長が期待できる可能な分野であり、コロナ危機収束後に引き続き推進していくべきであろう。

1.4 まとめ

本章は、パンデミックによって提起されたインバウンドツーリズム課題について論じた。

まず、本研究におけるインバウンドの定義について、①観光・レクリエーション（レジャー）、②業務、③親族・友人訪問、という3つの目的を含んだ訪日外国人旅行市場全体とした。また、インバウンド観光の基本的な内容は、外国人の移動及びそれに付随する土産物やスーツケースなどの移動とした。

観光産業は、産業分類の対象にはなっておらず、多くの産業によってサポートされる人の移動を中心に展開されているために、波及効果も大きい。経済の活性化を刺激する効果への期待が日本におけるインバウンド推進の最大の意義であり理由である。

観光行動は、人の「移動」を本質とするので、インバウンドは、国家間の移動を伴うのでCOVID-19の感染拡大により最も厳しい制限を受けた。

⁷⁶ 観光庁（2019）『観光白書』、40頁

⁷⁷ 竹内英二（2018b）「どうすれば中小企業はインバウンドの増加を経営に生かせるか」『日本政策金融公庫論集』39, 23-38.

⁷⁸ 『日本経済新聞』電子版、2022年6月2日前掲注

一方、観光の発達がコロナ感染症の拡大を招いたわけではない。あらゆる活動がモビリティまたは移動を伴う現代社会において、感染をもたらすルートも多様であり、インバウンドがほぼ止まったままの状態でも、感染は拡大と縮小を繰り返した。

日本のインバウンド観光は、2007年以降の推進策が展開された結果、2019年には観光客数が4倍増、消費額が4兆円超になり、経済活性化に成果を取めた。インバウンド観光は、少子高齢化による長期的な経済停滞に悩む日本において、インバウンド観光は唯一高度成長を遂げた分野であり、今後も引き続き期待できる分野である。

第2章 パンデミックからの回復における課題

前章では、パンデミックによって提起されたインバウンドツーリズム課題およびインバウンド観光の意義について述べた。一方、壊滅的なダメージを受けたインバウンド観光は、いまだに本格的な復興に至っていない。本章は、インバウンドが今後回復していく過程でどのような問題を解決していくべきかについて取り上げる。

2.1 回復の基本条件と予測

(1) 回復の基本条件

橋本（2021）は、民俗学的視点から「一般観光者」と「一般生活者」の違いを分析し、「一般生活者」が「うち」を一時的に離れると「一般観光者」となるが、戻れば「一般生活者」となると述べている⁷⁹。

コロナ感染によって、同一人物による上述の立場の入れ替えが滞ってしまったが、コロナ感染が収まれば、再びそのような入れ替えが従来通りに戻るには、人の流れがコロナ感染以前に回復するための環境の整備（感染抑制）と、回復を促すための有効な促進策が不可欠であろう。

橋本（2021）によると、一般観光者にとって一般生活者は「そと」の存在であり、観光のまなざしの対象となるが、一般生活者にとって一般観光者もまた「そと」の存在であり、迎える（時に拒否する）対象となる⁸⁰。双方に安全で受け入れられる「そと」と認識されれば、パンデミックからの回復になる時と言えよう。

国連世界観光機関（UNWTO）は、「観光は回復する能力を持っている。国民経済や持続可能な経済・社会開発アジェンダの重要な一部分としての地位を再び確立させるだろう。今回の危機は、観光産業が単に成長するだけでなく、包括性、持続可能性、責任などが優先されるより良い方法で成長するための絶好の機会となるかもしれない。さらに、将来に向けて弾力性を構築させたりあらゆるレベルでの持続可能性を促進させたり、特別な注意

⁷⁹ 橋本和也（2021）「コロナ禍以後の観光：「一般生活者・一般観光者」の民俗的視点から（小特集 人文科学における観光研究）」『立命館大学人文科学研究所紀要』125, 125-150.

⁸⁰ 橋本（2021）、前掲注 79

が払われるべきである」と述べている⁸¹。

数多くの環境的、政治的、社会経済的リスクに対して非常に脆弱な産業でありながら、観光業はテロ、地震、エボラ、SARS などさまざまな危機や動乱を多数経験しており、回復力もある⁸²。

一方、インバウンドは自由に往来できる国内旅行と異なり、日本側の入国承認と、観光客を送り出す側の出入国管理政策に左右される側面もある。訪日観光客の7割弱を占める中国（台湾や香港を含む）や韓国の動向が最重要と言えよう。

以上を踏まえて、パンデミックから日本におけるインバウンドの回復には、以下の基本条件が必要と思われる。

① コロナ感染状況の収束

一部収束でもインバウンドが再開される見込みであるが、中国などの厳しいゼロコロナ政策を考えると、インバウンドの完全回復は中国などのゼロコロナ達成か、その政策を転換する時期を待つ必要があるだろう。

② 各国の出入国管理の正常化

③ 受入れに関する住民意識の回復

④ 各国の観光客による日本訪問意欲の回復

(2) 回復の予測

インバウンドの回復は、コロナの収束が第一の前提になることは言うまでもない。

コロナの収束時期については、的確な予想はないが、過去のパンデミックに比べ、相当長く続いた危機であった。2022年か2023年に収束する見方が広がっている。

株式会社「医師のとも」は、全国の医師842名を対象に『新型コロナウイルス感染症の拡大および収束状況』に関するアンケートを実施し、その結果医師が考える新型コロナウイルス感染症の収束時期は「2022年7月以降」が最も多く、その次が「今後も収束の見通しは立たない」となっている。「2022年7月以降」が最も多かった理由としては、昨年12月より開始した新型コロナワクチンの3回目接種がある程度終わったタイミングで収

⁸¹ UNWTO (2020f) Supporting Jobs and Economies through Travel & Tourism. https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-04/COVID19_Recommendations_English_1.pdf (2020年8月20日参照)

⁸² Novelli, M., Gussing Burgess, L., Jones, A., & Ritchie, B. W. (2018). 'No Ebola...still doomed' – The Ebola-induced tourism crisis. *Annals of Tourism Research*, 70, 76–87. <https://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S0160738318300306>.

束するのではという予想が多かったためだという⁸³。

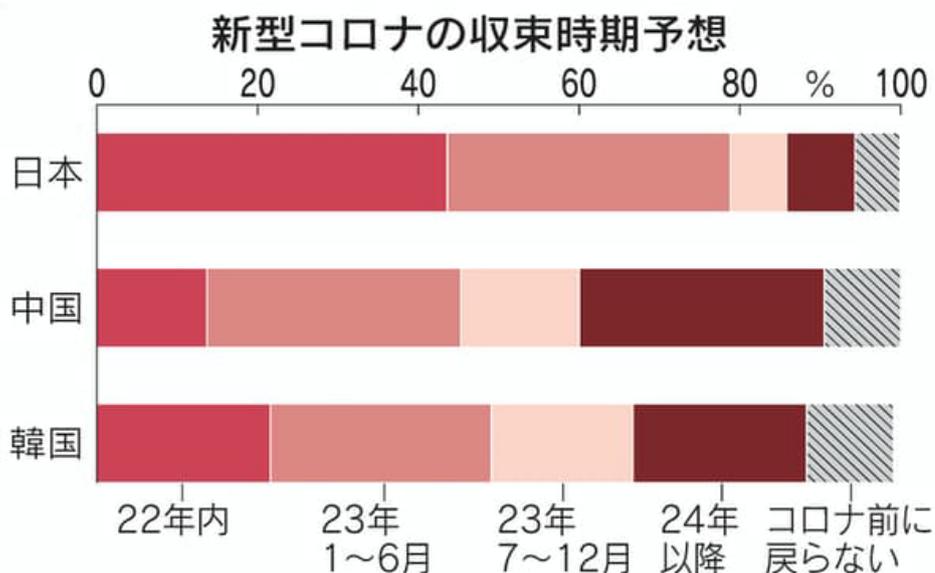


図 2 コロナの収束時期に関する予想

出典 葉文江、下野裕太（2022）により

図 2 に示すように、日中韓の経営者を対象とするアンケート調査で、「22 年以内に収束する」との回答は日本で 43.6%だったのに対し中国は 13.7%、韓国は 22.6%だった。前回は中国で約 7 割、韓国で約 4 割が 21 年内の収束を予想していた。コロナ前の「19 年当時の状態に戻るの難しい」との回答も中国と韓国でそれぞれ約 1 割を占めた。変異型の発生で先行きへの不透明感が強まっている⁸⁴。

以上の予測は、どれも精度の高いものとは言えない。新型コロナウイルス感染症は、広がる期間も範囲も世界史上空前の経験であり、どの分野の専門家にも収束の正確な時期について信頼性の高い予測を期待することは無理である。

新型コロナウイルス感染症の収束はできても、観光客が日本訪問をする意欲は相変わらず旺盛であるか否かという疑問もある。

⁸³ 株式会社医師のとも（2022）「医師 842 名が予測する『第 6 波の到来』や『新型コロナウイルス感染症の収束時期』に関するアンケート調査結果発表！ ～オミクロン株の脅威はどこまで拡大するのか～」
<https://prt-times.jp/main/html/rd/p/000000047.000023562.html>

⁸⁴ 葉文江、下野裕太（2022）「世界経済悪化、中国で 12%に上昇 22 年見通し 日中韓経営者アンケート」『日本経済新聞』2022 年 1 月 14 日

日本インバウンド・メディア・コンソーシアム（略称：JIMC）は2020年4月に、SNS WeChat ユーザーを対象に、「中国人最新訪日意識調査」を実施したところ、中国人がアフターコロナで旅行したい国はタイと日本であるとの結果が出ている⁸⁵。

日本政策投資銀行と日本交通公社が実施した「アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査」では、コロナ流行終息後における海外旅行の意向はアジアで86%、欧米豪で74%と意欲的な反響であった。また、アジアを中心に「リラックスや癒やし」、「体験」などを求める回答が多いほか、予算を増加し、滞在日数を長期化するという回答も相対的に多かった上、日本は旅行先としてコロナ以前と変わらず人気が高いことも分かった⁸⁶。

世界経済フォーラム（WEF）が発表した2021年の旅行・観光競争力ランキングでは、日本がトップとなっている⁸⁷。このような魅力を背景に、今後受け入れる環境を整えていけば、インバウンドの回復効果は期待されよう。

2.2 訪日観光客の復帰を左右する要因

(1) リスクと課題

①移動のリスク

新型コロナウイルス感染症は封じ込めることができなかった要因のひとつに、世界的なモビリティの拡大があるとの指摘がある⁸⁸。

また今回のパンデミックは突然なことではなく、ある程度予測されていたと言われる⁸⁹。ハンス・ロスリングら（2019）では、「心配すべき5つのグローバルなリスク」の第一に、「感染症の世界的な流行」が指摘されている⁹⁰。感染症の専門家の間ではその脅威は共通

⁸⁵ 張善会（2021）「価値共創マーケティングによる顧客の文脈価値生成プロセスの一考察：SEKAI HOTELの事例をもとに」『大阪産業大学経営論集』22(1・2), 43-64.

⁸⁶ 日本政策投資銀行・日本交通公社（2020）「DBJ・JTBF アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査（2020年度新型コロナ影響度特別調査）」
<https://www.dbj.jp/upload/investigate/docs/0f94041ee3e610e155c479b6da1cda15.pdf>

⁸⁷ 『原油高と世界の新秩序』テーマに講演 札幌日経懇話会『日本経済新聞』電子版 2022年6月2日、<https://www.nikkei.com/article/DGXZQ0FC024BR0S2A600C2000000/>

⁸⁸ 米田公則（2021）「新しい観光」の諸概念をめぐって『椋山女学園大学研究論集 社会科学篇』52, 71-81.

⁸⁹ 米田（2021）、前掲注88

⁹⁰ ハンス・ロスリング、オーラ・ロスリング、アンナ・ロスリング・ロンランド著・上杉周作、関美和訳（2019）『Factfulness：10の思い込みを乗り越え、データを基に世界を

の認識としてあったが、各国の首脳をはじめ、多くの国ではその脅威すら認識されていなかったといわなければならない⁹¹。

新型コロナウイルスの感染リスクは、移動や接触に対する懸念をもたらしている。観光客も自らが訪れた観光地に感染拡大を起こすのではないかと懸念して旅行するのでは安心して楽しめるはずがない。徹底したリスク管理を伴う新たな観光様式の創造や社会システムの構築が重要である⁹²。訪日観光客の復帰を保障するには、まずコロナ感染再発のリスクに対する対策を整える必要がある。

②インバウンド促進における課題

コロナ感染が発生する前に、インバウンドにはすでに幾つかの問題が生じていた。訪日外国人旅行者数の対前年比増加率をみると、平成 27 (2015) 年の約 47.1%をピークとして、近年は低下傾向にある。費目別訪日外国人旅行者一人あたり消費額の推移をみても、「爆買い」が新語・流行語大賞の年間大賞を受賞した平成 27 (2015) 年をピークに買物代は減少傾向にあり、訪日外国人旅行消費全体として頭打ちとなっている⁹³。

(2) 近隣性の意義

インバウンド成否の決定要因となるのは、東アジアからの訪日観光客数である。

表 3 は、2009 年から 2019 年までの国別・地域別訪日外国人数の推移を示している。伸び率で目立つのは、いわゆる中国語圏に属する中国大陸、香港、台湾であった。また、日本政府観光局 (2020) によると、訪日インバウンド観光客数全体に占める中国大陸、香港、台湾のインバウンド観光客数の割合は、2000 年の 31.7%から 2019 年に 52.6%にまで上昇してきた⁹⁴。訪日インバウンド観光客数の半分は中国語圏から来ており、中国語を母語とする観光客が日本のインバウンド市場において決定的に重要であることが分かる⁹⁵。この実態は、コロナ収束後にいかに中国をはじめ東アジア (香港、台湾、韓国) からいかに観光客を呼び戻すかによってインバウンドの成否が決められることを示唆していると言え

正しく見る習慣』日経 BP 社

⁹¹ 米田 (2021)、前掲注 88

⁹² 戸田常一 (2021)「新型コロナウイルスによる災禍とリスクマネジメント：観光分野を中心として」『安田女子大学紀要』49, 259-269.

⁹³ 渡邊 (2020)、前掲注 29

⁹⁴ 日本政府観光局 2003-2020

⁹⁵ 劉超 (2021)「長崎県の観光地における中国語の言語景観の研究の意義」『観光学論集』16, 75-83.

よう。

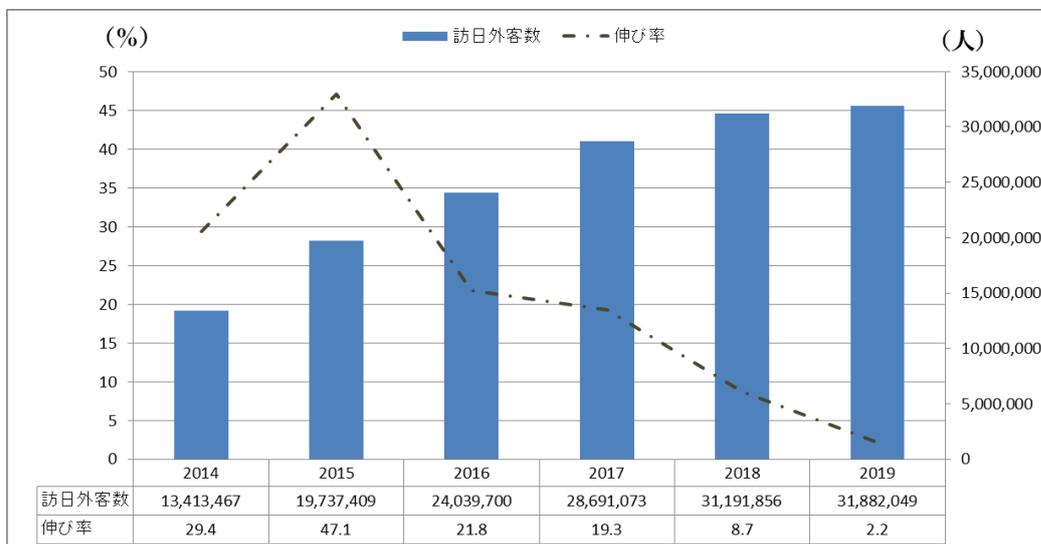


図 3 外国人観光客数及び伸び率の推移

出典 観光庁「月別・年別統計データ（訪日外国人・出国日本人）」⁹⁶に基づき、筆者が作成。

表 3 国別・地域別訪日外国人数の推移

	2009年	2019年	伸率
総数	6,789,658	31,882,049	469.6%
アジア計	4,814,001	26,819,278	557.1%
韓国	1,586,772	5,584,597	351.9%
中国	1,006,085	9,594,394	953.6%
台湾	1,024,292	4,890,602	477.5%
香港	449,568	2,290,792	509.6%
タイ	177,541	1,318,977	742.9%
インド	58,918	175,896	298.5%
ヨーロッパ計	800,085	1,986,529	248.3%
英国	181,460	424,279	233.8%
フランス	141,251	336,333	238.1%
ドイツ	110,692	236,544	213.7%
イタリア	59,607	162,769	273.1%
北アメリカ計	874,617	2,187,557	250.1%
米国	699,919	1,723,861	246.3%

出典 観光庁「月別・年別統計データ（訪日外国人・出国日本人）」⁹⁷に基づき、筆者が

⁹⁶ 観光庁. 月別・年別統計データ（訪日外国人・出国日本人）

https://www.jnto.go.jp/jpn/statistics/visitor_trends/index.html

⁹⁷ 観光庁. 月別・年別統計データ（訪日外国人・出国日本人）

作成。

表 4 は、国籍・地域別に訪日旅行者の渡航目的を示している。観光目的を意味する「観光・レジャー」は全体の平均で 76.8%であるが、台湾や中国及び韓国がこれを上回った。この数値からも、訪日インバウンド観光客数を増やすには、特に中韓など東アジアの国や地域を施策の重点に置くべきであろう。

表 4 国籍・地域別旅行者の渡航目的

	全国籍・地域	韓国	台湾	中国	シンガポール	ベトナム	インド	英国	ドイツ	フランス	米国
観光・レジャー	76.8	77.8	88.5	84.2	71.3	44.3	21.3	44.5	47.8	60.1	52.3
親族・知人訪問	4.8	5.3	2.8	2.8	2.3	9.7	5.9	6.3	8.5	10.3	11.3
ハネムーン	0.4	0.1	0.2	0.3	0.2	0.3	0.1	1.6	0.0	0.8	0.7
学校関連の旅行	0.5	0.6	0.1	0.5	0.2	1.0	0.4	0.2	0.6	0.8	0.6
スポーツ・スポーツ観戦	0.9	0.2	0.2	0.1	1.8	0.0	0.5	14.6	0.9	2.7	1.1
イベント	0.5	0.7	0.5	0.3	0.1	0.4	0.5	0.6	1.0	0.5	0.4
留学	0.8	0.5	0.5	0.7	0.1	4.7	1.2	0.8	1.7	2.5	1.1
治療・検診	0.2	0.1	0.5	0.1	0.0	0.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
インセンティブツアー	0.3	0.2	0.1	0.3	0.2	1.8	0.6	0.0	0.1	0.7	0.1
展示会・見本市	0.9	1.1	0.8	1.1	2.0	2.0	1.5	0.7	1.2	1.8	0.6
国際会議	1.2	0.7	0.6	0.4	2.4	2.1	6.0	3.2	4.5	2.5	2.5
企業ミーティング	4.1	4.5	1.5	2.5	8.8	7.6	29.1	9.4	13.8	6.4	8.7
研修	1.4	0.7	0.4	1.2	1.8	9.3	3.1	0.8	2.2	1.4	2.1
その他ビジネス	6.3	6.3	2.8	5.1	8.1	13.3	26.3	16.3	16.5	8.8	14.9
トランジット	0.4	0.1	0.1	0.0	0.3	1.4	3.2	0.5	0.5	0.4	2.8
その他	0.6	1.0	0.4	0.4	0.4	1.7	0.4	0.4	0.8	0.3	0.9

出典 観光庁（2020）のデータに基づき、筆者が編集

国際的に見ても近隣性が国別のインバウンド観光客数を左右する重要な要素の1つである。

フランスは年間 8400 万人のインバウンド観光客が訪れ、30 年間観光客数世界一の記録を保持し続けているが、国別観光客数ランキングで見ると、1 位のドイツが 1280 万、2 位のイギリスが 1180 万など 1 位～7 位までヨーロッパの近隣国で計 5920 万人であり、7 개국だけで 7 割を占めていた⁹⁸。

Mckercher・Lew（2003）では、41 の主要なソース市場から 146 の目的地への出発訪問者比率の分析を通じて、世界の観光客の流れに対する距離の影響を考察した。この調査では、全海外旅行の 80%が、ソース市場から 1,000 km 以内の国に発生し、いくつかの例

https://www.jnto.go.jp/jpn/statistics/visitor_trends/index.html

⁹⁸ 「【前編】観光立国 1 位。なぜフランスは世界中から人が訪れるのか」
http://www.arange.co.jp/inbound_news_arange_france_inbound_01/

外を除いて、遠方に位置する目的地は 1%または 2%を超える出発訪問者のシェアを獲得することが非常に困難であると結論付けている。ただし、各距離コホート内のシェアの高いボラティリティも注目されました。距離によるシェアの変動は、市場へのアクセスと目的地内の観光開発のレベルが、距離に関係なく移動パターンを歪めることを示唆している⁹⁹。

(3) 中国人訪日観光客復帰の可能性

前節で述べたように、近隣性がインバウンドを左右する最重要要因の1つである。中でも隣国中国は世界の人口を擁しながら、経済の高度成長が 40 年間続いてきたことを背景に世界最大な観光大国に成長している。

中国の観光産業は、本質的に人口の多い国の「スーパーツーリズム」であり、現在、すでに世界最大の国内観光市場と海外観光市場となっている。2019 年、中国の国内観光客数は 60 億 6000 万人に達し、海外旅行者数は 1 億 5,463 万人、年間の総観光収入は 6.63 兆元でした¹⁰⁰。

中国人の本格的な訪日観光は 2000 年の観光査証の解禁により始まった。2000 年当時の訪日外客数の総数は 476 万人であり、その内中国人の割合は 35 万人で全体の 8.2%に過ぎなかった。この 20 年間で訪日中国人は約 27 倍までに拡大し、中国は日本のインバウンドを支える重要なマーケットにまで急成長した¹⁰¹。

2000 年以降、中国人訪日旅行拡大の背景には中国の開放政策後の経済力（所得水準）の向上や為替といった経済的な理由もあるが、その拡大の推進力となった具体的な要因としては、「訪日観光ビザの緩和政策」「インターネットによる旅行の普及」「新たな価値観を持った世代の台頭」「映画コンテンツの効果」が要因として考えられる¹⁰²。

1997 年に、中国人の海外旅行が解禁された。その後、中国人の海外旅行者数は 2014 年

⁹⁹ Mckercher B, Lew AA. Distance decay and the impact of effective tourism exclusion zones on international travel flows[J]. *Journal of Travel Research*, 2003, 42(2): 159-165.

¹⁰⁰ 文化和旅游部. 文化和旅游发展统计公报[R]. 北京: 文化和旅游部, 2019. [Ministry of Culture and Tourism. Cultural and Tourism Development Statistical Bulletin[R]. Beijing: Ministry of Culture and Tourism, 2019.]

¹⁰¹ 三木日出男 (2021) 「中国国際観光産業の発展経緯と今後の訪日旅行の可能性」『玉川大学観光学部紀要』 8, 57-70.

¹⁰² 三木日出男 (2021)、前掲注 100

に1億人を突破して、直近の2019年には1億6,921万人に達した¹⁰³。

これまでの中国人訪日観光客の増加動向及びパンデミック収束後の訪日再興の可能性を考える場合、中国の経済状況を背景とした中国人のアウトバウンド＝海外旅行の傾向を理解する必要がある。復帰 UNWTO の統計によると、中国のアウトバウンド観光における一人当たりの支出金額は一人当たり国民所得の22.54%にあたるが、欧米の先進国は基本的に約2.56%である。つまり中国人は欧米諸国のほぼ10倍にあたり、より多くの収入を海外旅行に投じている。これは、中国人のアウトバウンドが持続的に増加していく要因になると思われる。国際機関の予測によると、中国の経済総計は2030年に米国を超える可能性があり、一人当たりGDPは2万米ドルに達し、都市化率は65%以上に達し、中所得層の数は9億5000万人、中所得者の割合は70%に達するという¹⁰⁴。今後も中国人の海外旅行は増え、日本へのインバウンドも拡大する可能性が示唆されていると言えよう。

一方、韓国、台湾、香港の主要4市場からの訪日外国人旅行者数は、新型コロナウイルス感染症が拡大する以前の2018年下期あたりから伸び悩みを見せていた¹⁰⁵。コロナ危機の到来により、主要市場の停滞問題がそれほど注目されなかったが、コロナ収束後は再浮上する可能性は十分考えられる。

2.3 グローバル的な挑戦と変革の機会

(1) サステイナブル・ツーリズムの概念

コロナ感染前から、持続可能な観光の開発について世界的に議論されてきた。

世界観光機関である UNWTO は 1988 年に観光開発の規定として、サステイナブル・ツーリズム (Sustainable Tourism)、即ち「持続可能な観光」の概念を打ち出した。この規定によると、「持続可能な観光開発とは、現在の旅行者と受け入れ地域の需要に適合しつつ、次世代のための機会を守り、強化するものである。あらゆる資源を活用するにあたっては、文化の尊重、大切な生態系環境、生態系の多様性、生命を支える仕組みを維持しながら、経済的、社会的、美的な必要性を満たさなければならない」。また、UNWTO は持

¹⁰³ 三木日出男 (2021)、前掲注 100

¹⁰⁴ World Tourism Organization. International tourism highlights, 2019 edition[M]. Madrid: UNWTO, 2019.

¹⁰⁵ 石黒侑介 (2020)「With コロナ時代の北海道観光再考：インバウンド観光は必ず戻る」『ほくよう調査レポート』292, 19-25.

持続可能な観光開発を進める上で、「生態系の維持，生物多様性の保存をしつつ，環境資源の最適な利用」、「ホストコミュニティの社会的文化的伝統の尊重」及び「社会・経済的利益の公正な配分」という3つの要件を提示している¹⁰⁶。

国連は、2015年に持続可能な開発目標（SDGs=Sustainable Development Goals）を公表した以降，その目標達成に向けた取組みが，各国で行われてきたが，この動向は「持続可能な観光」の進め方にも影響を及ぼした。UNWTOは、2017年を「開発のための持続可能な観光の国際年（International Year of Sustainable Tourism for Development）」と定め、サステイナブル・ツーリズムについて、「訪問客，産業，環境，受入地域の需要に適合しつつ，現在と未来の経済，社会，環境への影響に十分配慮した観光」と定義し，経済，地域社会，環境の3つの側面において適切なバランスが保たれることが，持続可能な観光の実現にとって重要であるとしている¹⁰⁷。

さらに、UNWTO、国連環境計画等の呼びかけにより、2007年に国際非営利団体として「グローバル・サステイナブル・ツーリズム協議会（Global Sustainable Tourism Council）」が発足した。同協議会は、持続可能な観光の共同理解を深めることを目的に、UNWTOガイドブックの内容等を踏まえつつ、2008年に宿泊施設及びツアー・オペレーター向けの「産業界向け世界持続可能な観光基準」（Global Sustainable Tourism Criteria for Industry¹⁰⁸）を発表した。さらに2013年に観光地版として、「デスティネーション向けの世界持続可能な観光基準」（Global Sustainable Tourism Criteria for Destination¹⁰⁹）を開発し、現在，世界の複数の観光地において適用される基準となっている。

この基準における指標は，経済，社会文化，環境のトリプルボトムラインとマネジメントという4つの側面から体系化されている。

- ①持続可能な観光地マネジメント
- ②地域社会における経済利益の最大化，悪影響の最小化
- ③コミュニティ、旅行者、文化資源に対する利益の最大化，悪影響の最小化

¹⁰⁶ 米田公則（2021）「「新しい観光」の諸概念をめぐって」『椋山女学園大学研究論集 社会科学篇』52, 71-81.

¹⁰⁷ 岩田賢（2021）「サステナブル・ツーリズムの確立と観光指標の意義:持続可能性を担保する経済，地域社会・文化，環境の3領域間での適切な均衡の確保」『サービソロジー』7(2), 57-62

¹⁰⁸ Global Sustainable Tourism Council(2008), Global Sustainable Tourism Criteria for Industry, <https://www.gstcouncil.org/gstc-criteria/gstc-industry-criteria/>

¹⁰⁹ Global Sustainable Tourism Council(2013), Global Sustainable Tourism Criteria for Destination, <https://www.gstcouncil.org/gstc-criteria/gstc-destination-criteria/>

④環境に対する利益の最大化、影響の最小化

日本のインバウンド観光において、上記の目標を目指すには、廉価のコースを選ぶ観光客より消費額の比較的高い観光客、日帰り客より観光地での宿泊をする観光客をできるだけ多く誘致する施策の展開が必要であろう。

(2) コロナ危機によるリセット

持続可能な観光についての議論は早くから活発化してきたが、一般大衆の観光需要拡大と大量移動手段の発達を背景としたマス・ツーリズムの勢いを止めるすべもなく、むしろより積極的な誘致策が各国及び各観光地において展開されてきた。そうした中、オーバーツーリズムに関する議論は盛んになっても、実際取られた対応策は限定的なものであった。観光客の価値観や意欲及び行動に決定的な影響を及ぼすには力不足であった。

しかし二年以上に及ぶコロナ危機によって、観光業、特にインバウンド観光のリセットをもたらし、再スタートの機会となったのである。コロナ危機の性質および影響は、社会経済活動および産業としての観光にとってこれまでの危機と異なるだけでなく、深刻で長期的な構造的および変革的变化をもたらす可能性があることを示唆している¹¹⁰。世界的かつ巨大な規模、多次的で相互に関連した影響が、既存の価値観やシステムに挑戦し、世界的な景気後退と不況を招いたことは、今回のパンデミックの最も典型的な特徴であるが、これによって、観光客の価値観や行動様式に変化が生じる可能性が現れている。

コロナ危機に伴うリセットを経て、今後観光が再開されても、オーバーツーリズムに悩まされてきた有名観光地では、様々な規制を設ける可能性がある¹¹¹。この規制は感染拡大防止のための密閉・密集・密接を避ける対応が相まって、持続可能な観光への議論に新たな課題を呈する可能性がある¹¹²。

観光産業が危機的な状態にある中、コロナ危機は現代のグローバルな観光システムの弊害（オーバーツーリズム問題、環境の悪化、観光資源の枯渇・汚染、劣悪な労働環境など）

¹¹⁰ Sigala, M. (2020) Tourism and COVID-19: Impacts and implications for advancing and resetting industry and research. *J Bus Res.* 117, 312-321.

¹¹¹ 葉師寺浩之 (2021) 「新型コロナウイルス感染症がもたらした危機からの観光の回復と危機を契機とした変化・変革をめぐる論点の整理」『立命館大学人文科学研究所紀要』125, 151-184.

¹¹² 岡本岳大 (2020) 「「コロナ後の旅行」は“3つの点”で大きく変わる：インバウンドブームの終わり始まり」<https://toyokeizai.net/articles/-/354108> (2022年2月10日参照)

を修正・再組織化し、より良い方向に革新する転機であるという議論が批判的観光研究者を中心に繰り広げられている¹¹³。

観光の変革をめぐる議論は、コロナ危機を契機として観光の変革に希望を見出そうとする議論と、観光の変革を否定的にみる議論の二つに分類される。

前者の希望を見出そうとする議論では次の根拠が挙げられている。それらは、①コロナ危機を契機として現代観光を支える社会構造の変革が期待できるから；②コロナ危機の切迫した状態から観光の変革への希望が見出せたから；③コロナ危機を契機として観光・ホスピタリティ教育における価値変革への希望が見出せたからである、などである。一方、変革否定論には、①変革より回復を優先すべきであること、②過去の危機から見て観光の変革は起こらないと考えられること、③変革が目指す「責任ある観光」の実践は、観光における不正義や搾取などの問題を解決することができないこと、④現代の新自由主義社会においては観光の変革は不可能であること、等が根拠として挙げられている¹¹⁴。

(3) 日本におけるインバウンドのあり方

筆者はインバウンドに関しては、基本的に拡大路線に沿って進めるべきであるが、局部的に発生している、いわゆる「オーバーツーリズム」現象に関連して、観光地の経済活性化に寄与する方向へ国や自治体などが政策の微調整を行う必要もあると考えている。インバウンドの誘致を積極的に進める理由を、以下の4点挙げたい。

① コロナ感染は予想よりも長引いているが、過去のパンデミックの歴史を見るに、いずれは収束するであろう。収束後は観光業界の再興が最優先課題になるものと考えられる。

②観光の拡大がコロナ感染を広げたわけではなく、コロナ感染が発生したため観光ができなくなったのであり、コロナ危機の収束を待つて再興を図る必要があるが、危機そのものが観光の変革の契機になるとは考えられない。

③コロナ危機を経ても、経済活性化に寄与するインバウンドの意義は変わっていないと思われる。

④前述したように、観光産業は、仲介の役割を担う旅行会社をはじめ交通・運輸、宿泊、飲食サービスなど多くの異業種を含む業界であり、その全体にわたる変革は困難であろう。

¹¹³ 薬師寺 (2021)、前掲注 110

¹¹⁴ 薬師寺 (2021)、前掲注 110

一方、一部の観光地への観光客過多の訪問によって引き起こされる「オーバーツーリズム」現象に関連して、過多性を緩和させる政策の微調整を行うことが望ましい。以下、「2.4」にて詳述する。

2.4 オーバーツーリズムについて（Over Tourism 略称 OT、以下 OT と記載）

（1）問題の提起

近年、観光業界や観光学界において OT 問題に関する議論は活発化している。この問題は、欧州の都市型観光地における過度な観光客の増加や観光地化によって、地域住民の生活質を低下させる実態に対する指摘をきっかけに浮上してきたが、日本においても、京都など歴史的街並みを有する都市などに観光客の急増に伴う OT 現象が現れ問題視されている¹¹⁵。

橋本（2021）によると、一般観光者にとって一般生活者は「そと」の存在であり、観光のまなごしの対象となる。一般生活者にとって一般観光者もまた「そと」の存在であり、迎える（時に拒否する）対象となる¹¹⁶。OT 現象は、対象観光地を訪れる一般観光者の人数と観光活動が、一般生活者（一部）にとって心理的な許容の限界を超えているために発生した状態である。

新型コロナの感染拡大は、観光業界全体の活動凍結を招いているが、OT 問題に関する議論にも影響を及ぼしている。1 つは、OT 問題が感染拡大をもたらす要因の 1 つであるという考え方である。もう 1 つは、新型コロナの感染に伴う観光業界の大不況を OT 問題解決の機会としてとらえる見方である。コロナ禍の時間は、今一度観光を見直し、対策を考える機会とすべきだという¹¹⁷。

ウィズコロナ時代の試行錯誤（バーチャル観光やオンラインツアーなど）は続くのか、はたまた単に以前に戻るだけなのか、それだけは勘弁してほしい、というのがオーバーツーリズムに苦しんだ観光地の思いであろう。

アフターコロナの観光についての検討は、観光研究者や関係者のほうですでに進められ

¹¹⁵ 高坂晶子（2019）：求められる観光公害（オーバーツーリズム）への対応，JRI レビュー，6（67），97-123.

¹¹⁶ 橋本（2021）、前掲注 79

¹¹⁷ 西村弘（2021）「観光の形而上学：コロナ禍で考える観光の本質（青木真美教授定年退職記念号）」『同志社商学』73(2)，295-313.

ている。より安心して安全な観光客の受け入れ方や、リピーターを増やす体験型観光、興味を深めるガイドツアーなどが提案されている。さらに具体策に関する議論にとどまらず、そもそも観光とは何かという本質論もあらためて問われるようになり、それに関する考察の不十分さが、思いがけぬ観光客急増に戸惑い、「観光公害」を引き起こしたとも言われている¹¹⁸。

新型コロナにより観光産業がリセットされる状態に陥った背景のもと、観光振興が不要とする考え方を持つ住民と、観光振興を望む住民との意識の対立が拡大した¹¹⁹。

西川（2021）によると、観光による良い影響・悪い影響を尋ねる質問では、観光関係者の方がいずれも「とてもそう思う」を選択した比率が非関係者よりも多く、非関係者は「あまりそう思わない」の比率が高い。良い影響の具体的な内容として最も多いのは「観光客の来訪によって街の賑わいが生まれていた」である。観光関係者は仕事での良い影響や国際交流、非関係者は地域に対する愛着を選択する比率が高い。一方、悪い影響については、「観光客の車やバス等で交通渋滞が激しかった」と「まちなかが観光客で混雑して歩きにくかった」がともに6割強と高い。また、観光関係者はゴミ投棄や生活利便性の低下、治安、疎外感、文化財・自然破壊の損失に対する選択率が高い¹²⁰。

少子高齢化と人口減少社会で我が国の産業が衰退する中、地域経済を支える上で観光は重要な意味を持っている。そのため、観光に対する地域住民間の意識に違いはあってもそれを乗り越えて、新型コロナ克服後の観光振興を目指さなければならないであろう¹²¹。

全体的な傾向として、OT期における観光振興への意識と新型コロナ収束後の観光振興への意識は比例関係にあった。新型コロナ収束後に観光振興に肯定的な比率は、OT期に比べると高まっており、OT期には観光振興に否定的であったものの、緊急事態期の観光や生活意識の変容から、新型コロナ収束後の観光振興への意識が肯定へと変化した層も確認された¹²²。

こうした層は新型コロナ収束後の観光復興を推し進める上での重要な力となることが期待される。ただし、観光振興に肯定的と言え、その内実は多様であり必ずしも観光客数の

¹¹⁸ 西村（2021）、前掲注 116

¹¹⁹ 西川亮（2021）「オーバーツーリズム観光地における新型コロナウイルス流行後の住民の観光に対する意識に関する研究：—観光との接点を有する住民を対象として—」『観光研究』 32(2), 53-66.

¹²⁰ 西川亮（2021）、前掲注

¹²¹ 西川亮（2021）前掲注

¹²² 西川亮（2021）前掲注

拡大や消費拡大ではなく、地域の魅力を探求できる観光客を求めていることを念頭に入れなければならない¹²³。一方で観光振興を否定する立場の住民が一定数存在することに留意する必要もある。特に、OT 期に生活環境が悪化するという悪影響を受けてきた住民は新型コロナを通じて生活環境が改善したと認識し、収束後の観光振興には否定的であることが相関分析から見られる。また、こうした悪影響を受けてきた住民は、観光客が不在となった結果、住民自らが地域の魅力を満喫する傾向が確認された。だが、地域の魅力を満喫したことと新型コロナ収束後の観光振興の肯定意識との相関は確認できない。つまり、観光客の不在により、自身の居住する地域の魅力を認識することには繋がっていても、その魅力を活用した観光振興へと意識は向いていないのである¹²⁴。

現在、新型コロナからの観光復興のための考え方として、「マイクロ・ツーリズム」や地域内での観光流動を高めていこうとする動きや、それを通じて地元住民の地域への愛着を高めていこうとする取り組みが見られるが、本研究で明らかになったのは、OT 観光地においては、OT 期に生活環境が悪化していた人ほど地域の魅力を満喫する傾向にあるものの、今後の観光振興を不要と認識する傾向があることである。ここから、OT 観光地の新型コロナの影響からの観光復興のあり方は、他の観光地とは異なる可能性があるという¹²⁵。

しかし、OT 観光地であるほど、地元住民の生計も観光に多く依存しているはずで、安易に外部からの人の流入を制限すると、地域経済への打撃が大きくなり、町の荒廃を招くリスクさえある。例えば、栃木県日光市の鬼怒川温泉の場合 1993 年のピーク時には年間 341 万人の宿泊客が訪れていたが、2019 年には 180 万人程度に落ち込み、休業・廃業する旅館ホテルの廃墟化が目立つようになった¹²⁶。このような観光業の衰退は、OT 以上に生活環境の悪化をもたらす可能性がある。

コロナ感染症の拡大による深刻な打撃を受けた観光界から「マイクロ・ツーリズム」という観光モデルも提起されている。マイクロ・ツーリズムとは旅行者の現住地とデステイネーションが比較的近接している観光の形態を指しているが¹²⁷、コロナ収束までの一時的な観光業救済を趣旨にしているものであり、長期的に発展性を有するモデルとは言えない。

¹²³ 西川亮（2021）前掲注

¹²⁴ 西川亮（2021）前掲注

¹²⁵ 西川亮（2021）前掲注

¹²⁶ 国土交通省「I. 鬼怒川温泉の課題」

https://www.mlit.go.jp/kokudokeikaku/souhatu/h16seika/06jyuurai/06_fuji_you2.pdf

¹²⁷ 石黒（2020）、前掲注 104

(2) マス・ツーリズム

近年、ツーリズムに関する新しい概念が提示されている。ニュー・ツーリズム、オルタナティブ・ツーリズムそしてサステイナブル・ツーリズムなどがその代表的なものであろう。これら様々な表現がなされているが、その背景には、近代的観光のスタイルであるマス・ツーリズムへの批判の意味が含まれている¹²⁸。

マス・ツーリズムはその先駆者トマス・クックによって 19 世紀半ばに始められた禁酒運動参加のためのパッケージ・ツアーであるとよく言われる。そこでは今日のツーリズムの典型的なスタイルがすでに登場している。すなわち、ツアー内容がパッケージとなり、規格化され、多くの人をツアーに参加させるというものである。このスタイルが定着することによって、ツーリズムは制度化されることとなった。この「マス化」が近代観光の一つの特徴である。この特徴が顕著になるのは、1960 年代以降労働者を中心とした一般大衆の所得向上と自由時間の増加に伴うものと捉えられている¹²⁹。「マス化」を可能にした背景には大量移動手段の発達、モビリティの向上があることは言うまでもない。

マス・ツーリズムのもう一つの特徴は、「ツアー内容の規格化」である。ツアーの対象とする観光資源、移動方法から宿泊施設、食事内容まで規格化され、ツアーの参加者に満足を与える。ツアーの規格化において注目をしておかなければならないのは、観光対象が旧跡、名所など社会的に承認され、制度化される過程でもあったという点である。そしてこの制度化にはマスメディアが深いかかわりを持っている。マスメディアの流す情報、そしてその地域、場所のイメージ形成は、旧跡、名所等の意味付けと深く関わって行われる。アーリのいう「観光のまなざし」はこの制度化された観光の中でのまなざしである¹³⁰。

宮本佳範はマス・ツーリズムの弊害について 5 つの問題を指摘している。①観光開発に伴う自然へのダメージや生活環境の悪化など観光地の環境破壊の問題、②観光対象となる文化の商品化による文化の「真正性」喪失問題、③西洋的価値観や行動様式の流入によって観光地側の文化変容をもたらす問題、④観光の利益が観光者を送り出す先進国側に還流される問題、⑤メディアで形成された観光イメージを確認するだけという観光行為の疑似

¹²⁸ 米田 (2021) 前掲注

¹²⁹ 大橋昭一・橋本和也・遠藤英樹・神田孝治 (2014) 『観光学ガイドブック』ナカニシヤ出版 第 3 章

¹³⁰ 米田公則 (2020・1) 「「観光のまなざし」論を巡って」梶山女学園大学『文化情報学部紀要』19.

イベント化問題である¹³¹。

様々な弊害を伴うマス・ツーリズムに代わるものとして、ニュー・ツーリズムやオルタナティブ・ツーリズムの議論が登場している。観光庁はニュー・ツーリズムの概念を厳密な定義づけはできないとしながらも、「従来の物見遊山的な旅行に対して、テーマ性が強く、体験型・交流型の要素を取り入れた新しい形態の旅行」と捉え、テーマとして「産業観光、エコツーリズム、グリーン・ツーリズム、ヘルスツーリズム、ロングスティ」をあげ、「旅行商品化の際に地域の特性を活かしやすい」ものと捉えている¹³²。

(3)「オーバーツーリズム」の本質

今回のコロナ感染拡大に限らず、国際観光の動向は、様々な外部要因に大きく左右され、短期間で需要が急に増派するなどのリスク、脆弱性や特性を有する¹³³。今回のパンデミックは、突然に浮上した外部要因として過去最大の負の影響をもたらしているが、パンデミック前後のオーバーツーリズムとインバウンド需要の消滅という現象は、国際観光が潜在的に有する表裏一体のリスクであり、観光需要の過剰と過少という正反対の状況ながら共通して、持続可能な観光のおり方が問われることとなった¹³⁴。

これまでのわが国の国際観光の動向においては、今回の安全に関わるパンデミックや震災などの災害のみならず、平和に関わる戦争、テロや諸外国との関係、経済に関わる為替、金融を含めた各国、国際経済情勢の動向などの影響を受けて大きく変動しそれらの状況などに対応して、わが国の国際観光政策の動向も大きく変化しながら展開されてきた。

かつて、第2次世界大戦中には今回のパンデミックと同様に、日本のみならず、世界の国際観光は、概ね中断を余儀なくされ空白期となったが、①緊急事態宣言の影響で観光施設そのものが長期の閉鎖・休業してしまうと、コロナ禍でただでさえ動きにくい観光客の客足は完全に途絶えてしまうため、観光客を相手にしている観光地の商業施設は休業せざるを得なくなる。②緊急事態宣言が解除されれば、世界文化遺産や国宝級の観光資源を有している観光地であるグラバー通りの商業施設は、緩やかにではあるが復活することも可

¹³¹ 宮本佳範 (2009) 「“持続可能な観光”の要件に関する考察」『東邦学誌』38 (2)、16～17.

¹³² 観光庁資料 <https://www.mlit.go.jp/common/000116863.pdf>

¹³³ 新井直樹 (2019) 「インバウンド観光の効果と課題 (特集 訪日外国人 3 千万人時代)」『統計』70(5)、44-50.

¹³⁴ 新井直樹 (2021)、前掲注 36

能である。しかし一見普通に戻ったように見えても、そのまま静かに衰退・撤退している店舗もあった。③上手くいっているように見える店舗でも、観光客の最新の動向を捉え様々な取り組みに柔軟にチャレンジしている実態が分かってきた¹³⁵。

(4) インバウンド観光のリセットに関するキーポイント

観光庁は従来の観光組織体に対し再編成を行っている。都道府県単位の観光連盟（一部の県によっては別称を用いることもある）があり、その下に市町村単位の観光協会がある組織体が従来型でいずれも地方自治体の一組織・部署のため各都道府県の予算事業の範囲であり、悪く言えば公務員の行う振興策である。極端に言うとその多くは毎年代り映えないパンフレットを継続して印刷し、地元の農作物・加工品・工芸品を駅構内やイベント会場等で販売する程度のもので、そこに戦略もなければ事業性も乏しく、前年の繰り返しや隣県との横並び政策を基本とするものだ。観光庁は地方活性化のため、さらにこの従来型の組織体から大きく変革させるため「DMO」への衣替えを後押ししてきた。DMOは「稼ぐ観光組織」ともいわれ主体的に稼ぐ観光を実現する世界的スタンダードの組織づくりである¹³⁶。

インバウンドについて、「リモート手配」の問題が指摘されている。隣国である中国・韓国の訪日観光客は、海外からの直手配を通じて訪日したケースが多く、滞在中も旅行業法に則っていない受入れが横行し、旅行会社やインバウンド事業者が潤うビジネススキームには沿っていないという。最大手と言われるJTBグローバルアンドマーケティング(GMT)では、顧客の中心は欧米豪および中南米で、東南アジアを含むアジア特に中国・韓国はビジネスにならないと聞く。コロナ禍で業界秩序が再構築されるなら、これらの安い・儲からないマーケットの原因であるリモート手配を排除し、正当な価格で提供するサービスへの転換を望む¹³⁷。

コロナ禍によってもたらす観光業の危機が最大の機会に転換する契機になるというなら、極端の需要減退に伴う業界の新陳交代が必要であろう。オーバーツーリズムの解消も新陳交代によって実現されると思われる。オーバーツーリズムは低価格ツアーの企画や実施を事業の中心に据える格安航空会社、旅行会社及び宿泊施設などのビジネス展開を背景にし

¹³⁵ 小野澤・浦ら（2021）、前掲注 39

¹³⁶ 石黒（2020）、前掲注 104

¹³⁷ 石黒（2020）、前掲注 104

ていた。

観光客数の過剰はオーバーツーリズム発生の最大要因であるため、観光ツアー及び関連サービスの個性化、高価格化、高品質化に観光客数の過剰を減らす効果が期待されよう。

①インバウンド観光客の過剰は、誇張しすぎた面もある。オーバーツーリズムを論じる先行研究を見ても、受容能力を超える観光客の到来に直面していた地域は、極めて限られている。

②観光客の過剰というよりインバウンド推進に供えるためのインフラ整備の遅れに帰すべき側面が無視されている。例えば、よく指摘される外国人観光客のマナー問題は、トイレやゴミ捨て場の整備や交通渋滞の緩和など受け入れ環境の整備が十分行われていないことに起因している側面が大きい。

③「インバウンド観光客の集中で日本人観光客が減少する現象」という指摘は本末転倒とは言える。インバウンド推進策以前から日本人の国内観光が減少または停滞していた。観光地にとって日帰りが多い国内の観光客より、宿泊客の比率が高い外国人観光客は、より多くの経済的利益をもたらしている。

一方、局部的に発生している問題とは言え、観光客の過多による負の影響をへらすために、国や自治体は政策を一部修正する必要があると思われる。前述の「デスティネーション向けの持続可能な観光基準」に従えば、日本における持続可能な観光マネジメントを展開するには、以下の取組みが求められよう。

①人気スポットの人数制限

観光客の過多事例として、ユネスコの世界遺産（文化遺産）に登録された「白川郷・五箇山の合掌造り集落」というスポットが挙げられる。白川郷には、年間居住者の3,000倍に相当する観光客が殺到している¹³⁸。人数制限の有効な対策は、入村料の引き上げや駐車制限など容易に思いつくが、課題は住民同士の協議における合意の達成である。ツアーバスとマイカーの乗り入れ規制が過去に提案されていたが、不特定多数の観光客を対象とする一部の土産物店から不満があり、住民合意に至らなかった¹³⁹。

②宿泊旅行への誘導

デスティネーション向けの持続可能な観光基準」に提示される基準により、地域社会に

¹³⁸ 張海燕，森田優己（2020）「歴史的資源保存地域における観光マネジメントの課題ー白川郷・石見銀山・有松を例としてー」『桜花学園大学学芸学部研究紀要』12, 17-37.

¹³⁹ 森田優己（2009）『石見銀山方式パーク&ライド』と『歩く観光』『トランスポート21』、36.

おける経済利益の最大化を図る必要があるが、そのため人気スポットに対する人数制限についても、観光客数を一律に抑えるのではなく、日帰り客を制限し、宿泊客数を逆に増やす政策が求められよう。白川郷の例を見れば、近年、日帰りの「通過型」観光客が急速に増え、OT現象の深刻化を招いている。2017には観光客数が176万人に達していたが、宿泊客逆に10万人を割り、比率も5.4%に落ち込んでいた（表5）。観光客一人当たり観光消費額は2,800円しかなく、宿泊客に比べて、6分の1～10分の1程度という¹⁴⁰。このような背景の下、白川郷では一定の観光収入を確保するために、観光客数を増大さという「薄利多売」の構造を維持せざるを得ない。このようなOT現象を改善するためには、例えば、入村料を大幅に引き上げた上、宿泊客限定で割引を行ったり、宿泊客の個人と団体にだけ無料駐車場を提供したりするなどの対策により、宿泊客数の増加を図る必要があると思われる。

表5 観光入込客数の推移（単位：千人）

年	合計	日帰り客	宿泊客	宿泊客／合計 (%)
1989	660	545	115	17.4
2017	1,761	1,666(613)	95(37.9)	5.4

出典：張・森田（2020）のデータに基づき、筆者が作成。

③価格の適正化

上述の①と②の目標を達成するには、観光客数の過剰によって人気観光地の自然や生活環境にかけたコストを観光客に転嫁する対策は不可欠であろう。その転嫁は、単に各種サービスや商品の値上げを行うのではなく、良質な観光商品またはサービスに見合う価格の維持を図るべきであり、低価格化による廉価版観光サービスの回避に努めるべきである。これには、観光業界の各業種が一致して取り組むことが必要であろう。

④過度な廉価版交通と宿泊への規制

上述の③を実現するには、人気スポットへの格安なアクセスに対しても制限をかける必要がある。

2.5 まとめ

¹⁴⁰ 張・森田（2020）前掲注

本章は、パンデミックの収束及びインバウンド観光の回復における課題について論じた。回復の基本条件としては、コロナ感染状況の収束、各国の出入国管理の正常化、受入れに関する住民意識の回復、各国の観光客による日本訪問意欲の回復という4つの点が挙げられよう。

訪日観光客の復帰を左右する要因としては、まず、コロナ感染再発のリスクに対する対策を整える必要がある。

また、高成長が続いたインバウンド観光は、2015年以降停滞気味に陥っていた。より効果的な促進策が求められている。

コロナ感染収束後にインバウンド観光を復興させる各種施策を施すのに、中国をはじめ東アジアが重要であることを踏まえて重点的に政策立案を考える必要がある。

中国人の訪日は、同国での都市化率上昇や中所得層の拡大を背景に、今後も回復し、拡大する可能性がある。一方、韓国、台湾、香港のからの訪日は、新型コロナウイルス感染症が拡大する以前に伸び悩みを見せていた。

コロナ危機をきっかけにして、コロナ感染前から、持続可能な観光の開発をめぐって世界的に議論されてきたオーバーツーリズム等の課題に関して、変革の機会が現れたとの見方がある。

日本のインバウンド観光はまだ本格展開の時期が浅く、それほど深刻な問題は発生しているとは言えないが、グローバル・サステイナブル・ツーリズム協議会が発表した持続可能な観光基準に従えば、廉価のコースを選ぶ観光客より消費額の比較的高い観光客、日帰り客より観光地での宿泊をする観光客をできるだけ多く誘致する施策の展開により、地域社会における経済利益の最大化を図る必要がある。

変革をめぐって、コロナ危機を契機として観光の変革に希望を見出そうとする議論と、観光の変革を否定的にみる議論の対立があるが、筆者はインバウンドに関しては、基本的に拡大路線に沿って進めるべきであるが、局部的に発生している、いわゆる「オーバーツーリズム」現象に関連して、観光地の経済活性化に寄与する方向へ国や自治体などが政策の微調整を行う必要もあると考えている。

OT問題に関しては、日本はまだほんの一部の地域に限られる問題に過ぎない。大半の観光地において、安易に流入制限だと、町の荒廃を招く結果になりかねない。一方、人気スポットの人数制限、宿泊旅行への誘導、価格の適正化といった取り組みを通じて、インバウンド観光の健全化を図る必要があると思われる。

中国人訪日観光客は、当国の人口規模及び経済成長、パンデミック発生前までの 10 年間における訪日客数増加率、外国人訪日観光客に占める圧倒的なシェアといった状況からすれば、今後我が国のインバウンド観光の回復と拡大に最も影響を及ぼす要素になると思われる。このような考えを踏まえて、第 3 章～第 5 章を通じて、中国人観光客の訪日を左右する要因の考察を行う。

第3章 訪日中国人観光客の観光需要に関わる経済要因について

—所得弾力性の視点を中心に—

3.1 はじめに

わが国は、2003年を「訪日ツーリズム元年」と位置づけ、「観光立国」の実現を国家戦略として、推進して以来、訪日外国人観光客者数が増え続け、2017年は、前年比19.3%増の2,869万人に達し、日本経済の低迷が長引く中、「観光効果」に景気回復への期待も託されている¹⁴¹。

特に牽引力が大きいのは、中国人観光客数の増加と消費支出の拡大である。2017年の訪日中国観光客は736万人に達し、訪日外国人観光客者数の国籍・地域別で1位であり、25.6%のシェアを占めているばかりでなく、その旅行消費額が16,947億円と全体の38.4%を占め、訪日外国人観光客による経済効果を左右する存在であると言っても過言ではない¹⁴²。

本研究は、こうした背景を踏まえ、インバウンド観光において最も影響力の大きい中国人の訪日観光需要が今後どのように変動するか、観光消費行動の特徴という視点からその経済的要因について考察を行うこととする。

3.2 先行研究と本研究の意義

本章では、観光客数の影響要因、中国における観光業の発展を促進させた要因、観光消費の特徴、観光需要の経済要因の4点について先行研究のレビューを行う。

(1) 訪日観光客数の影響要因について

張(2017)は、訪日観光客数は日中の政治関係、世界経済の状況や伝染病の流行、為替レートの動向や訪日ビザ政策など様々な要素に影響されるとしている¹⁴³。

¹⁴¹ 本章は、【森田金清(2020)「訪日中国人観光客の観光需要に関わる経済要因について」『観光研究』31(2), 37-46.】を編集したものであり、データもそのまま使用している。

¹⁴² 国土交通省(2018)『平成30年版観光白書』, 9.

¹⁴³ 張彬彬(2017)「沖縄における観光動向と観光振興に関する研究：中国人観光客を中心に」『龍谷大学大学院経済研究』17, 14.

黄 (2017) は、2000 年以降の訪日中国人観光客の増加の背後にある主な要因としては、中国人に対する 2000 年の団体観光ビザ解禁及び 2009 年の個人観光ビザの発給開始が、特に重要と見ている¹⁴⁴。

2000 年には、対象地域が北京、上海、広州に制限され、日中双方から 1 名ずつの添乗員の義務付けや日本滞在中の自由行動制限及び高い年間所得基準の設定などの厳しい条件があったが、2010 年には、年収 60 万円程度) にまで条件が緩和され、ビザ発給地も中国の内陸部や東北地域にまで拡大した。さらに、2011 年には、3 年間の間に何度も日本を訪問できる「数次査証」の発給も始まった¹⁴⁵。

馬 (2017) は、中国人観光客が増加する三つの理由として、海外旅行ができる資金力を持つ中国人の増加、2015 年 1 月からビザ発給要件の緩和といった促進政策の展開、円安の進行による日本旅行の割安感を挙げ、2016 年からの円高で「爆買い」が急速に縮小していたことを指摘している¹⁴⁶。

姚・李ほか (2016) は訪日中国人観光客の旅行先の地域選択要因について、日本各地域の在日中国人居住者数が大きな要因となっているという研究結果を発表している¹⁴⁷。

上記先行研究から、中国人観光客の増減は、所得の増加や為替レートの変動といった経済要因のほかに、査証政策や日中関係などの政策及び政治要因にも大きく左右されるので、所得弾力性や価格弾力性などの計量的な考察のみでは、要因を解明するには限界があると考えられる。

(2) 中国における観光業の発展を促進させた要因

于・下山 (2010) によると、中国国民の余暇生活の発展を大きく促したきっかけは、1995 年からの週 5 日勤務制度及び元旦・旧正月・5 月 1 日労働祭・10 月 1 日建国記念日の四大余暇連休制度の発足であり、また中国初の海外観光管理法規「中国公民出国観光管理暫定案」が 1997 年に施行された。これによって、中国公民の自費海外観光は正式にスタート

¹⁴⁴ 黄愛珍 (2017) 「訪日中国人観光客の旅行とインバウンド消費の動向」『アジア研究』12, 25-40.

¹⁴⁵ 魏蜀楠 (2017) 「中国人国際観光の需要変化に関する一考察：訪日中国人個人観光需要の地方誘致とローカル観光交通のあり方を視野に入れて」『福岡大学商學論叢』62(2), 161-189.

¹⁴⁶ 馬駿 (2017) 「訪日中国人観光客がもたらす経済効果：京都市の観光産業を対象に」『龍谷大学大学院経済研究』18, 33.

¹⁴⁷ 姚峰・李瑶・李珊 (2016) 「日本地域別中国人観光客旅行先選択の影響要因分析」『香川大学経済論叢』89(2), 283-309.

したと言える¹⁴⁸。

戴・孫（2014）は、中国人の海外旅行が増加する背景について、一人当たり収入水準の向上を主要要因としつつ、国慶節連休など大型連休時に国内観光スポットの異常な混雑、2003年に海外観光自由化を実現したことによる抑圧された観光意欲の爆発、猟奇的な心理等を含め、奢侈品の消費ブームなど中国独特な国内要因を挙げている¹⁴⁹。

上記先行研究から、中国では、1995年から国内観光が軌道に乗り始め、また海外観光は、1997年からスタートしており、その拡大の背景には、所得向上のほかに、国内観光の延長線（混雑回避）としての側面もあると思われる。

（3）観光消費の特徴について

中国では、家族旅行のための一人当たり消費需要額について、1万元以上が5.1%、5千元～1万元が14%であると報告されている¹⁵⁰。

劉（2017）は、中国人による海外観光中の消費が贅沢品から日用品などの生活必需品にレベルダウンしており、中国の内需拡大に対する影響が大きいと中国側の警戒論を唱えている¹⁵¹。

綾部・呂・高橋（2012）は、2010年の例をとってみると、中国国内を訪問した外国人が消費した金額は平均で約342ドルであったのに対し、中国人が海外で消費した金額は約2.5倍の約871ドルであり、海外旅行における中国人の消費金額がより多いことを指摘している¹⁵²。

上記の先行研究から、中国人による海外観光での消費が他の国の観光客に比べて金額が多い傾向があり、その一因として、国内製品の品質への懸念による国外製の生活必需品の購入があること、また日本での観光可能な金額水準と思われる1万元以上（円換算で16万円以上）の家族旅行のための消費額受容が5%以上に達している。

¹⁴⁸ 于航・下山邦男（2010）「訪日中国人観光客の動向に関する研究」『別府大学短期大学部紀要』29, 89-99.

¹⁴⁹ 戴学锋・孫盼盼（2014）「收入与出境旅游率的非線性關係—關於門檻面板模型の実証証拠—」『旅游學刊』29(9), 13-23.

¹⁵⁰ 中国旅游研究院（2018）『中国家庭旅游市場需求報告2018』5, 5.

¹⁵¹ 劉振中（2017）「境外消費商品層次下移的問題与对策」『国家信息中心博士後 研究通訊』, 003 (029), 1-21.

¹⁵² 綾部誠・呂慧・高橋幸司（2012）「中国人観光客の地方都市誘致に関する基礎研究」『国際人間学フォーラム』8, 25-38

(4) 観光需要の経済要因について

中平・藪田 (2017) によれば、観光サービス需要に影響する要因を説明する概念として、需要の所得弾力性が用いられるとしている¹⁵³。本研究においても、中国人の訪日観光需要における所得弾力性の視点から訪日中国人観光客数の変化と可処分所得の推移の関係を考察し、経済的要因の影響を明らかにすることが可能であると考えられる。

James (2005) によると、1995 年当時のアジア途上国における海外旅行需要の所得弾力性は出発地で 4.45 であった¹⁵⁴。

Peng・Song・Crouch (2015) は、1961 年から 2011 年まで発表された海外旅行需要の弾力性に関する 195 本の論文を検証した結果、アジア地域の所得弾力性が 1.716、価格弾力性が-1.420 であり、全分野全地域のトータル平均は所得弾力性が 2.526 で、価格弾力性 -1.281 であったとしている¹⁵⁵。

麻生(2000)は、1992 年～1998 年の時系列データを用い、旅行需要推定式による国籍別の訪日外国人観光客数の所得弾力性、価格弾力性を計測している¹⁵⁶。月次データを使用する場合、季節の変動を考慮に入れているが、各国の実質 GDP を可処分所得の代理変数として使用している手法は、中国人観光客数の推計には適合しないと思われる。中国の場合、都市と農村の経済格差が大きく、海外渡航者のほとんどが都市住民だからである。

こうした先行研究から中国人観光客による観光需要の所得弾力性についてまだ研究の余地があることがわかる。本研究においては、観光需要の所得弾力性を多方面から分析することで中国人の訪日需要が今後のどのように変動するか、観光消費行動の特徴とその経済的要因について考察を行う。

3.3 研究の方法

(1) 問題の所在

中国の経済成長に伴う所得の増加が中国人の観光消費行動を拡大させる源泉であるが、

¹⁵³ 中平千彦・藪田雅弘 (2017) 『観光経済学の基礎講義』九州大学出版会, 110-111.

¹⁵⁴ Mak James 著・瀧口治, 藤井大司郎監訳 (2005) 『観光経済学入門』日本評論社, 31.

¹⁵⁵ Bo Peng, Haiyan Song, Geoffrey I. Crouch (2015) : A Meta-Analysis of International Tourism Demand Elasticities, *Journal of Travel Research*, , 54(5), pp.611-633

¹⁵⁶ 麻生憲一 (2001) 「日本のインバウンドに関する実証分析--訪日外国人渡航者の動向と経済的要因」『経済系』207, 8-22.

それが訪日中国人観光客の増減に与える影響を考えた場合、第一に訪日観光客増減は、日本の査証政策の変更や日中関係の変化といった政治要因に大きく左右されてきたので、1997年以降解禁されてきた私的海外渡航の中国人全体（訪日観光客はそのうちの5%）に比べて、可処分所得の増加による影響が弱いと考えられる。第二に表3のデータに示すように、中国国内観光においては、観光客数及び観光総収入が継続的に増加している反面、1人1回当たり観光支出は、2007年以降停滞している傾向があるが、訪日観光にもこの傾向が見られる。即ち1回当たりの予算を増やすよりも訪日の「回数の増加」に回すという消費行動の特徴があるのではないか。第三に上述の第二に示す消費行動の特徴が訪日中国人観光客にもあるとすれば、元ベースの予算額が一定水準に設定されることになり、円ベースの1人1回当たり消費単価の金額は、可処分所得の増加よりも人民元円レートに大きな影響を受けることになる。

本研究は上記の問題意識に基づき中国人観光客による観光需要の所得弾力性を多面的に分析し、以下の仮説を検証する。

(2) 仮説

仮説1：訪日中国人観光客の円ベースの消費単価の金額は、可処分所得よりも為替レートに左右され、所得弾力性は低い。

仮説2：可処分所得の増加による訪日中国人観光客数の増加効果は、私的海外渡航の中国人全体に比べて弱く、所得弾力性が低い。

仮説3：訪日中国人観光客の元ベースの消費単価は、所得弾力性が低く、長期的に停滞している傾向が見られる。

(3) 目的変数と説明変数

本分析では、重回帰分析の手法を用いて分析を行うが、その際に用いられる説明変数と目的変数は以下のとおりである。

1) ～7) は、目的変数であり、8) ～13) 説明変数である⁽¹⁾。

1) 訪日観光客数（人）（1998年～2016年各年度分）（VJ）

2) 訪日観光客数（人）（2010年～2016年各年度分）（VJS）。次の3)に対応するデータとして上記の1)の一部を抽出したものである。

3) 中国人観光客1人1回当たり日本旅行消費単価（元ベース）（2010年～2016年各年度）

- (YC) (以降、日本旅行消費単価と略す)
- 4) 中国人観光客 1 人 1 回当たり日本旅行消費単価 (円ベース) (2010 年～2016 年各年度)
(SC) (以降、日本旅行消費単価と略す)
- 5) 中国国内の観光客数 (人) (1998 年～2016 年各年度) (CN)
- 6) 1978 年を基準に換算した国内観光消費支出 (元) (1998 年～2016 年各年度) (OP) ⁽²⁾。
- 7) 都市住民 1 人 1 回当たり中国国内観光消費支出 (元) (1998 年～2016 年各年度) (CP)
(以降、国内観光消費支出と略す)
- 8) 中国国内観光総収入 (億元) (1998 年～2016 年各年度) (TM)
- 9) 都市住民一人当たり可処分所得 (元) (1998 年～2016 年各年度) (IM) (以降、可処分所得と略す)
- 10) 1978 年を基準価格として換算した可処分所得 (元) (1998 年～2016 年各年度) (OM)。
「1978 年を基準価格として換算」とは『中国統計年鑑』で、1978 年以降の価格変動を控
除した実質価格の意。
- 11) 中国人の私的海外渡航者数 ⁽³⁾ (人) (1998 年～2016 年各年度) (CF) (以降、私的海外渡航者数と略す)
- 12) 人民元円レート (1998 年～2016 年各年度の平均値) (元/100 円) (YJY)
- 13) 人民元ドルレート (元/ドル) (1998 年～2016 年各年度の平均値) (YUD)

(4) 観光需要の所得弾力性 (ε_i) の定義式

続いて、観光需要の弾力性についてみてみよう。その数式的な定義は以下に示される。

X = 観光需要 (VJ , CF , CN , CP , TM , SC , YC)

$$\varepsilon_i = \frac{\frac{\Delta X}{X}}{\frac{\Delta IM}{IM}} = \frac{\Delta X}{\Delta IM} \times \frac{IM}{X}$$

(5) ε_i の推計結果に関する t 検定 ¹⁵⁷⁽⁸⁾

¹⁵⁷ 中平・薮田 (2017)、前掲注 151

$$\frac{\mu - K}{\sqrt{\sigma^2 \div Y}} = \frac{\mu - K}{\sqrt{\sigma^2/Y}}$$

K =検定値、 Y =年間数

(6) 影響要因に関する単回帰分析

訪日中国人観光客の観光需要に対する影響要因及び影響の効果について、各目的変数について、各説明変数との単回帰分析を行う。

3.4 分析結果

(1) 中国国内の観光客数、私的海外渡航者数及び訪日観光客数の所得弾力性

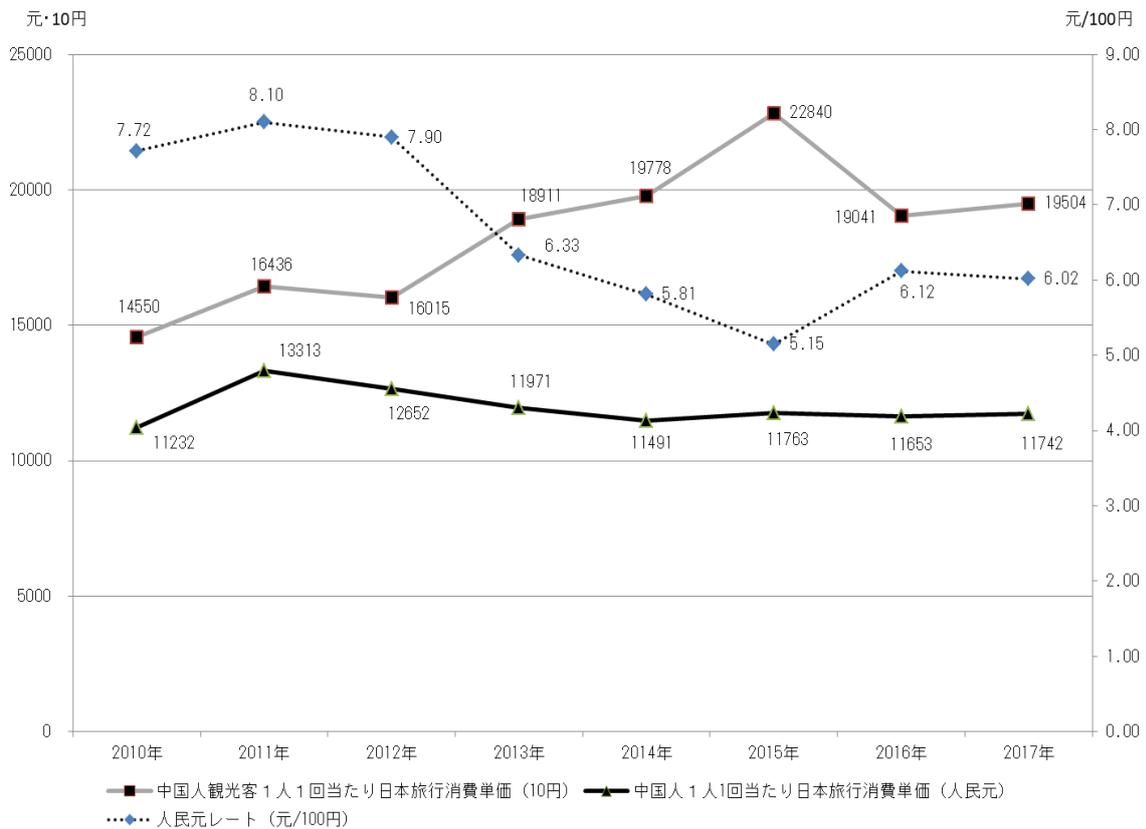


図 4 日本旅行消費単価及び人民元レートの推移

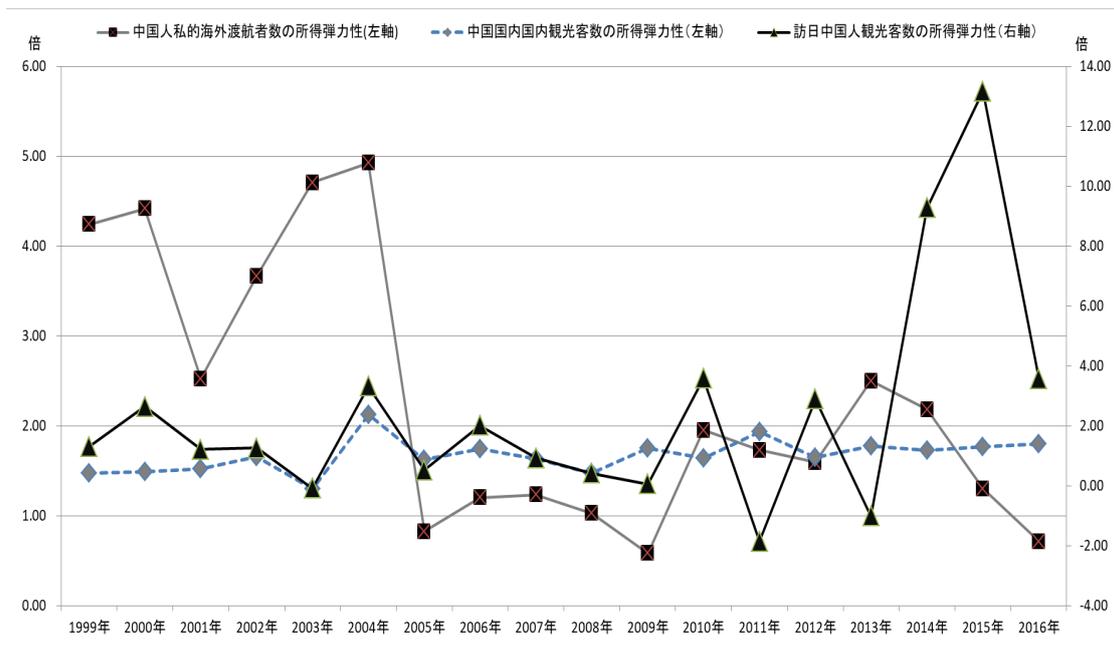


図5 中国国内観光客数等の年別所得弾力性

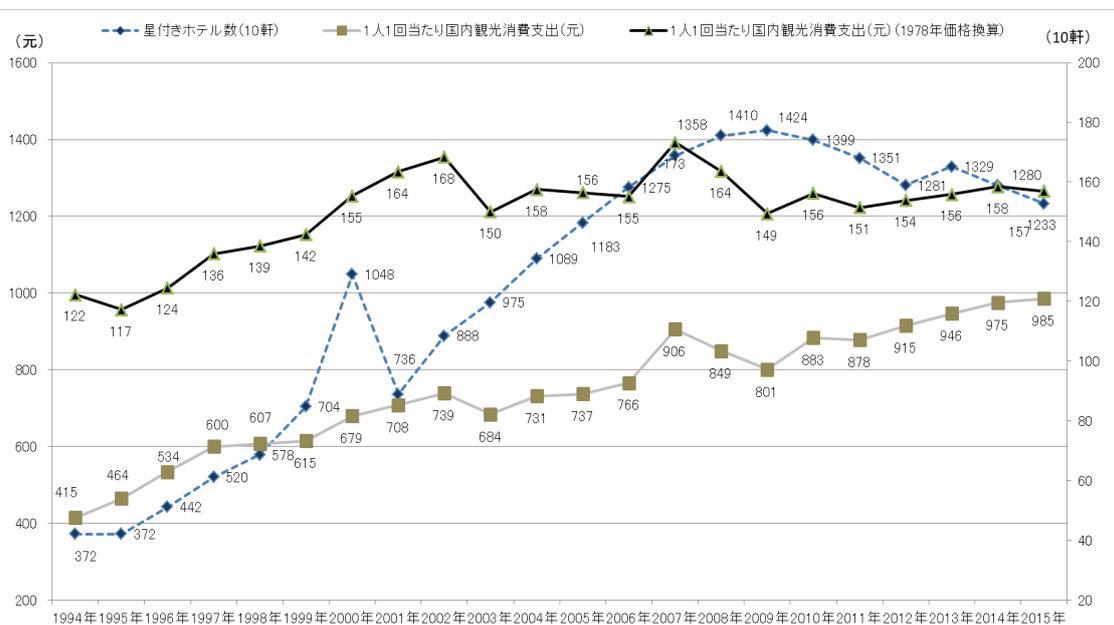


図6 中国国内観光支出の推移

図4は、2010年～2016年までの中国人観光客1人1回当たり日本旅行消費単価（円ベースと元ベース）及び人民元レートの推移を示している。2010年のレートは7.72元/100円で、消費単価は14.5万円であったが、2015年にはレートが5.15元/100円になり、8年間で最も円安元高の年であったのに対し、消費単価も22.8万円と最も高い水準に達した。

その後の二年間はレートが円高に転じたために、消費単価も 19 万円台に落ちている。一方、元ベースの消費単価は、2011 年の 1.33 万元を最高に、2012 年に 1.26 万元に下がり、その後は 2010 年の水準に近い 1.1 万元台の狭いレンジで推移した。

図 5 は、年別に計算した中国国内の観光客数、私的海外渡航者数及び訪日観光客数の所得弾力性の推移を示している。国内の観光客数については、1999 年から 2008 年までは、0.44 から 2.38 まで変動の幅が大きかったが、2009 年以降は 0.95～1.81 のレンジで推移し、変動の幅が大きく縮小した。私的海外渡航者数については、1999 年から 2004 年までは、2.52 から 4.92 まで高い数値であったが、2005 年以降は 0.59～2.5 のレンジで推移し、1.0 台の年が多かった。訪日中国人観光客数の場合、-1.85（2011 年）から 13.16（2015 年）までの広い範囲で推移し、不規則的な変動を見せていた。

表 6 所得弾力性平均値

観光需要項目	検定値	N	平均値	標準偏差	t 値	自由度	有意確率 (両側)
私的海外渡航者数 (CF)	2.56	18	2.298	1.463	-.759	17	.458
訪日中国人観光客数 (KJ)		18	2.407	3.612	-.180	17	.859
中国国内観光客数 (CN)	1.00	18	1.025	.563	.188	17	.853
中国国内観光消費支出 (CP)		18	0.283	.547	-5.561	17	.000
中国国内観光収入 (TM)		18	1.637	1.032	2.617	17	.018
訪日中国人消費支出(円ベース) (SC)	2.56	7	0.517	1.473	-2.153	6	.075
訪日中国人消費支出(元ベース) (YC)		7	0.004	.667	6.793	6	.000

表 6 は、所得弾力性に対して行った t 検定の結果を示している。

まず、先行研究で得られた世界平均値 2.526 を検定値として、1998 年～2016 年における私的海外渡航客数の各年度の所得弾力性に対して行った t 検定結果であるが、両方とも奢侈品の性格を有する数値であったが、世界平均値との比較を意味する t 検定では、どちらも有意差は確認できなかった。

次に「1」を検定値（中国国内観光の需要が可処分所得と同率で増加すると仮定する）として、1998 年～2016 年における中国国内観光客数及び国内観光総収入の各年度の所得弾力性に対して行った t 検定の結果においては、中国国内観光客数の所得弾力性平均値は 1.025 であったが、有意水準に達していなかった。国内観光消費支出は、0.283 という平均値で必需品の性格を有しているが、国内観光総収入は、1.636 で、奢侈品の性格を有すると言える。

さらに先行研究で得られた世界平均値 2.526 を検定値として、2010 年～2016 年におけ

る訪日中国人消費支出の各年度の所得弾力性に対して行った t 検定の結果においては、円ベースでは、0.517 という低い平均値であるが、世界平均値との有意差は確認できなかった。元ベースは、0 に近い平均値で、可処分所得増加にはほとんど反応しない数値である。

一方、1978 年を基準に換算した国内観光消費支出に対しては、有意水準に達する説明変数はなかった。

(2) 日本旅行消費単価に関する単回帰分析

表 7 単回帰分析による推計結果

目的変数	説明変数	係数	標準誤差	t	P-値	修正済決定係数
日本旅行消費単価 (円ベース)	切片	13100.89	1631.352	8.030697	0.000484	0.844
	IM	-0.04112	0.060559	-0.67894	0.527323	
	切片	12379.92	472.6022	26.19521	1.52E-06	
VJ	-0.00014	0.000141	-0.96344	0.379576		
(SC)	切片	9577.363	1575.243	6.079929	0.00174	0.194
	YJY	361.6446	231.2215	1.564061	0.178571	
	切片	159284.103	15067.366	10.571	0.000	
VJ	0.008	0.005	1.879	0.119		
日本旅行消費単価 (元ベース)	切片	333413.232	26838.267	12.423	0.000	0.840
	YJY	-22466.786	3939.448	-5.703	0.002	
	切片	63626.908	36705.265	1.733	0.144	
IM	4.474	1.363	3.283	0.022		
訪日観光客数 (VJ)	切片	9655410.000	2909932.000	3.318088	0.004	0.710
	YJY	-1196688.000	418305.200	-2.8608	0.010824	
	切片	-923984.000	443489.100	-2.08344	0.053	
IM	143.672	24.104	5.960615	1.55E-05		
私的海外渡航者数 (CF)	切片	-2402.970	256.886	-9.3542	0.000	0.982
	IM	0.440	1.40E-02	31.52287	0.000	
	切片	34889.220	3808.907	9.159904	0.000	
YUD	-40.966	5.125	-7.99318	0.000		
国内観光消費支出 (CP)	切片	624.001	21.480	29.05046	0.000	0.851
	CN	0.001	0.000	10.2128	0.000	
	切片	604.452	20.080	30.10249	0.000	
IM	0.013	0.001	11.81731	0.000		
国内観光消費支出 (OP)	切片	154.583	3.635	42.52749	0.000	0.851
	CN	0.000	0.000	0.422741	0.678	
	切片	153.221	4.736	32.35576	0.000	
OM	0.001	0.001	0.615418	0.546		

表 7 は、各目的変数に対して行った単回帰分析の結果が示されている。

まず、日本旅行消費単価 (元ベース 変数 SC) を目的変数とし、説明変数は YJY、IM、YJS を使用した単回帰分析であった。

本モデルにおける説明変数間の相関関係についてみると、YJY と IM では逆相関 (-0.407) の関係であった。また、YJY と VJ の相関係数は -0.570 であった。また、IM と VJ 間には 0.857 と高い相関がみられた。なお、3 変数それぞれの VIF 値について R 言語

を使って分析したところ、VJ、IM、YJY はそれぞれ、3.895、6.882、3.357 との結果が得られた（IM 値が特に高い）。

変数間の明確な相関関係がある以上、マルチコリニアリティ発生が懸念されるために、SC（日本での旅行消費単価（円ベース））を目的変数とし、単回帰分析を実施した（説明変数は、YJY、IM、YJY）。それぞれ、説明変数である IM（都市部の所得）、訪日観光客数（VJ）、YJY（人民元為替、円）の p 値は有意水準を上回り（IM の p 値 0.527、VJ の p 値は 0.379、YJY の p 値は 0.178）統計的には有意ではなかった（表 7）。

次に日本旅行消費単価（円ベース 変数 YC）を目的変数とし、説明変数は YJY、IM、YJS を使用した単回帰分析であった。

本モデルにおける説明変数間の相関関係についてみてみたい。説明変数については先ほどのケースと同じ説明変数を用いている。変数間の明確な相関関係がある以上、マルチコリニアリティ発生が懸念されるために、YC（日本での旅行消費単価（円ベース））を目的変数とし、YJY、IM、YJY それぞれに単回帰にて分析を行うこととした。それぞれ、説明変数である IM（都市部の所得）、訪日観光客数（VJ）の p 値は有意水準以上（0.119）となったが YJY（人民元為替、円）と IM の p 値は有意水準の 0.05 を下回った（YJY の p 値は 0.002、IM の p 値は 0.021）で統計的には有意（5%の有意水準）であった（表 7）。よって、日本での旅行消費単価（円ベース）に対して、人民元為替レート（円ベース）と中国の都市住民一人当たりの可処分所得などの両変数は統計的に推認できる。

(3) 訪日中国人観光客数及び私的海外渡航者数に関する単回帰分析

まず、訪日中国人観光客数への影響に関する単回帰分析の結果においては、これまで同様、2 変数間の相関を調べたが、YJY と IM の変数間の相関は -0.407 であった。よって、相関性があるものとして単回帰分析を実施した。VJ を目的変数、YJY、IM をそれぞれ説明変数としてそれぞれ単回帰分析を実施した。両変数の t 値だが、円の為替レート（YJY）、IM とともに統計的に有意であった（p 値がそれぞれ 0.010、0.000）。このように、為替レート（円ベース）や都市部の所得水準の p 値はともに統計的に有意であることが確認された。訪日観光客数（中国から日本）は、為替レート（円ベース）や都市部の所得水準に統計的に有意に関係していることが推認される。

次に、私的海外渡航者数（1998 年～2017 年）の影響要因に関する単回帰分析の結果であった。IM と YUD の両変数は -0.91 と強い相関が存在することから単回帰分析を実施す

ることとした。CF を目的変数、IM、YUD をそれぞれ説明変数のモデルとして分析したところ、両変数とも t 値は良好であり（IM の t 値は 0.000，YUD の p 値は 0.000）、統計的に有意であった。修正済決定係数もそれぞれ 0.982、0.778 と高い値であった。私的な海外渡航者数（中国）は、都市部の所得水準や元での為替レートの値に統計的に有意に関係していることが分かった。

(4) 中国国内観光消費支出に関する単回帰分析

まず、国内観光消費支出（CP）を目的変数とし、IM と CN をそれぞれ説明変数として分析を行った。本分析においては、IM と CN との間に強い相関関係が観測（0.995）されたために、単回帰分析を行うこととした（CP を目的変数）。両結果とも t 値は良好であり、統計的に有意であった（p 値はそれぞれ 0.00、0.00 であった）。それぞれの修正済決定係数も 0.851，0.885 と高い値であった。国内観光消費支出（CP）は、中国の都市部の所得水準や中国国内の観光客数に対し、統計的に有意に関係していると推認される。

表 8 本研究に使用する基本データ

年度	VJ・(VJ _s)	YC	SC	CN	CP	TI	OP	IM	OM	CF	YJY	YUD
1998	267,180			69,500	607	2,391.00	139	5,425	1,239	319	6.3	827.9
1999	294,937			71,900	615	2,831.00	142	5,854	1,355	426	7.3	827.8
2000	351,788			74,400	679	3,175.00	155	6,280	1,437	563	7.7	827.8
2001	391,384			78,400	708	3,522.00	164	6,859	1,584	694	6.8	827.7
2002	452,420			87,800	739	3,878.00	168	7,702	1,756	1,007	6.6	827.7
2003	448,782			87,000	684	3,442.00	150	8,472	1,859	1,481	7.1	827.7
2004	616,009			110,200	731	4,710.00	158	9,421	2,030	2,298	7.7	827.7
2005	652,820			121,200	737	5,285.00	156	10,493	2,228	2,514	7.4	819.2
2006	811,675			139,400	766	6,229.00	155	11,759	2,382	2,879	6.9	797.2
2007	942,439			161,000	906	7,770.00	173	13,785	2,637	3,492	6.5	760.4
2008	1,000,416			171,200	849	8,749.00	164	15,780	3,041	4,013	6.7	694.5
2009	1,006,085			190,200	801	10,183.00	149	17,175	3,204	4,221	7.3	683.1
2010	1,412,875	11,232	145,498	210,300	883	12,579.77	156	19,109	3,382	5,151	7.7	677.0
2011	1,043,246	13,313	164,358	264,100	878	19,305.39	151	21,810	3,762	6,412	8.1	645.9
2012	1,425,100	12,652	160,154	295,700	915	22,706.00	154	24,565	4,130	7,705	7.9	631.3
2013	1,314,437	11,971	189,111	326,200	946	26,726.12	156	26,467	4,363	9,197	6.3	619.3
2014	2,409,158	11,491	197,777	361,100	975	30,311.86	158	28,843	4,688	11,002	5.8	614.3
2015	4,993,689	11,763	228,403	400,000	985	34,195.00	157	31,194	4,971	12,172	5.2	622.8
2016	6,373,564	11,653	190,406	444,000	1,009	39,390.00	157	33,616	5,121	12,850	6.1	664.2

次に国内観光消費支出(OP) を目的変数にして、CN（中国国内観光客数）と OM を説明変数とする単回帰分析を行った。説明変数の 2 変数間で相関が観測（0.985）されたために、OP を目的変数、CN,ON をそれぞれ説明変数とする単回帰分析モデルをここでは利用した。いずれも t 値の結果(それぞれ、0.422, 0.615) はあまり良好ではなかった。国内観

光消費支出は、中国の観光客数や中国の所得水準との関連性は存在しないとの結果を得た。

3.5 考察

(1) 訪日中国人観光客の消費単価

中国人観光客の訪日消費額は、円ベースでは大きく変動しているが、元ベースでは、2010年の水準に近い額でほぼ定着している。即ち、中国人観光客は、1.1 万元台を基準に元ベースの予算設定をしており、為替レートが元高なら、円ベースの消費額が大きくなる傾向が見られる。しかし、円高なら、消費額が縮小する可能性が大きい。近年銀聯カードやWeChat などによるキャッシュレス化が進んでいるが、支払いの都度、当日の両替レートが知らされ、為替レートの影響がよりリアルタイムに表れるようになってきている。単回帰分析の結果では、元ベースの訪日消費額を左右する要因として人民元円レートと可処分所得が確認され、訪日中国人観光客数の推移は、影響要因としての特定にはならなかった。円ベースの訪日消費額に対する影響要因については、単回帰分析における結果は有意ではなかった。

(2) 所得弾力性

訪日中国人観光客数に関しては、所得弾力性の変動が激しく規則性を見出すことはできなかった。観光客数の増減は、査証政策や日中関係及び自然災害など定性的な要因の影響が大きいためではないかと思われる。

所得弾力性平均値の結果に基づけば、可処分所得が増大しても、訪日中国人消費支出は、増える可能性が低いことを示唆している。これは、中国国内観光消費支出と同様な傾向と言える。一方、訪日中国人観光客数は、私的海外渡航者数や国内観光総収入と同様に所得弾力性が高く、可処分所得の増大に伴い、増えていく可能性が高い。

一方、単回帰分析の結果では、可処分所得の増加及び人民元円レートが訪日中国人観光客数の拡大に影響し、可処分所得及び人民元ドルレートは私的海外渡航者数の増減に関係していることが分かった。

(3) 中国国内観光消費支出の停滞との関連

1978 年を基準に換算した中国国内観光消費支出に関する単回帰分析における結果は有

意ではなかった。これに対し、都市住民1人1回当たり中国国内観光消費支出に関する単回帰分析では、中国国内の観光客数と可処分所得による影響が裏付けられた。しかし、図6に示すようにその影響は限定的であった。

図6は、1994年～2015年における都市住民1人1回当たり中国国内観光消費支出及び星付きホテル数の推移を示すグラフである。消費支出は、2007年まで増加幅が大きかったが、それ以降減少する年を交えて緩やかな増加幅に変わっている。22年間で、137.5%増えているが、同じ時期、中国国内の観光客数は、5.24億人/回から40億人/回になり、663%も増えている。1978年を基準価格として換算した消費支出は、2002年まで急な伸びであったが、それ以降緩やかな伸びになり、さらに2007年に最高額に達した後、緩やかな減少傾向を見せている。22年間で、28.3%しか増えていない。こうした消費支出の減少に伴い、星付きホテル数も、2009年以降減少してきた。

上記の事実は、中国国内の観光消費では、増えた予算を回数の増加に投入し、1人1回当たりの予算を一定の金額以下に抑えるという特徴を有することを示している。2009年以降減少傾向が続く星付きホテル数の推移（図6）もこの特徴を裏付けている。

3.6 まとめ

以上のように中国人観光客は、1.1万元台を基準に元ベースの予算額を設定しており、為替レートが元高なら、消費額が大きくなり、円高なら消費額が縮小する傾向が見られることがわかった。また重回帰分析の結果から可処分所得と訪日中国人観光客数の推移には因果関係があることが明らかになったが、所得弾力性平均値の結果からは、可処分所得が増大しても、訪日中国人消費支出は増える可能性が低いことがわかった。一方、訪日中国人観光客数は、私的海外渡航者数や国内観光総収入と同様に所得弾力性が高く、可処分所得の増大に伴い、増えていく可能性が高いことが示された。

本研究において中国人の訪日需要における観光消費行動の要因となるものが明らかになった。しかし、経済成長率の鈍化、日中間における相対価格の変動、少子高齢化による税負担の増加、交通費や宿泊費の変動など、為替レート以外の経済的要因がまだはっきりとしない。今後も引き続きその要因を研究していきたい。

第4章 中規模和風旅館における訪日外国人観光客の満足度に及ぼす要因について—「期待不一致モデル」の手法に基づく調査を通じて—

4.1 はじめに

第3章では、訪日中国人観光客の観光需要に関わる経済要因について分析し、今後も訪日中国人観光客数は、可処分所得の増大に伴い、増えていく可能性を指摘した。一方、中国をはじめとするインバウンド観光客増加の恩恵をどの程度受けることができるか、地域の特性及び観光施設のサービスが観光客のニーズをどこまで満たすことができるかによって大きく異なると思われる。本章では、第3章の分析に引き続き、外国人観光客の満足度という視点で地域の魅力及び観光施設のサービスによる再訪促進効果について論ずることとする。その分析手法として「期待不一致モデル」を援用する。このモデルによって購買前の顧客の期待と購買後の満足との関係を考察する点で優れている。また、データは「中規模和風旅館」のデータを用いる。中規模和風旅館のデータを用いるのは、和風旅館の衰退を食いとめることが観光業における課題であり、そのために外国人観光客の誘致に注力する必要があるからである。

本研究は、期待不一致の理論を背景にした JCSI (Japanese Customer Satisfaction Index) モデルの手法を利用して、中規模和風旅館における外国人観光客の満足度に関する調査及び分析を行い、その満足度が当該温泉リゾート地及び日本への再訪に与える影響を考察することを目的としている。

本研究の対象となるホテルは、温泉リゾート地として知られる熱海に立地する中規模温泉和風旅館（以降、「中規模和風旅館」と略す。）である。対象を熱海の温泉旅館に限定するのは、次の2つの理由がある。まず、和風旅館の衰退が止まらず、危機的な状況が続いている。2019年にリゾートホテル、ビジネスホテル、シティホテルのいずれも延べ宿泊者数が大幅に増加したが、旅館タイプだけ-4.4%で、定員稼働率が2割台にとどまっている¹⁵⁸（国土交通省観光庁、2020）。もう一つは、和風旅館の再建が地域活性化においても大きな課題である。熱海温泉は、1970代には500万人近くあった年間宿泊施設利用人数が、現在330万人程度に止まっている。観光業依存の熱海市の人口も最盛期の5.4万人から3.6

¹⁵⁸ 国土交通省観光庁(2020)「宿泊旅行統計調査報告(平成31年1月～令和元年12月)」, 5～9

万人に減少している¹⁵⁹（熱海市観光建設部観光経済課、2020）。観光地競争も激しくなる中、宿泊施設利用者のニーズを把握し、和風旅館をより魅力ある施設に改善していくことは、地域振興にも寄与すると考えられる。

上記の2つの課題に対処するためには、今までほぼ未開拓であった外国人観光客の誘客策を積極的に進める必要がある。わが国の年間宿泊旅行者のうち訪日外国人が2割を占めているが¹⁶⁰（国土交通省観光庁、2020）、熱海温泉では3%に過ぎないためである。

旅館タイプのホテルでは、従来日本人宿泊客がほとんどであったが、近年訪日外国人観光客の宿泊が急増してきた。文化背景や生活習慣が日本人と異なる訪日外国人観光客を相手に、いかに顧客満足度を高めるか課題として浮上している。

中規模にしたのは、規模の違いやそれに伴う価格及びサービス上の違いによって比較性が薄められる可能性があるためである。表9に示すように、大旅館・中旅館・小旅館という3つの区分において、総売上高や利益率に違いがあるばかりでなく、日本旅館協会（2017）によると、顧客の予約方法にも違いが目立っている。訪日外国人観光客の満足度に影響する要因を把握するには、サービスや価格において一定の均質性を有する施設を対象とする必要があるため、本研究は中規模旅館¹⁶¹に絞ることにしている。大旅館や小旅館についてもそれぞれの区分別に取り上げて考察することを、今後の課題としたい。

表9 区分別旅館の総売上高・経常や利益率

	大旅館	中旅館	小旅館
総売上高（万円）	225,303	62,789	19,154
経常利益（万円）	8,508	1,132	343

出所：一般社団法人日本旅館協会（2017）「営業状況等統計調査」より

4.2 先行研究のレビュー

（1）顧客満足度に関する期待不一致の手法について

顧客満足とは、購買前の期待と実際に得た結果の比較によって発生する購買後の態度であり、マーケティング研究の重要な概念である。先験条件となる期待と実際に得た結果の

¹⁵⁹ 熱海市観光建設部観光経済課（2020）「令和元年版 熱海市の観光」

¹⁶⁰ 国土交通省観光庁（2020）前掲注

¹⁶¹ 一般社団法人日本旅館協会（2017）では、客室数100室以上が「大旅館」、客室数311室以上99室以下が「中旅館」、客室数30室以下が「小旅館」と分類されている。

一致・不一致により顧客満足を説明する期待不一致モデルは、Oliver (1980) によって提唱されたものである¹⁶²が、太田 (2011) によると、期待と満足に関する研究領域では、今日でも支配的な理論となっている¹⁶³。

サービス産業生産性協議会 (JCSI) は、期待不一致理論を「世界の主流 CS 解析理論」と位置づけ、それを理論的支柱として、購買行動の因果関係をモデル化し、顧客満足の指数化を行っている¹⁶⁴。本研究は、期待不一致理論そのものの研究ではなく、この JCSI モデルを手法として活用するものである。

期待不一致モデルとは、顧客満足の主要な形成要因として期待不一致効果に着目し、当該製品に対する消費者の期待水準と当該製品の実際のパフォーマンスの一致、不一致によって満足が規定されるというものである¹⁶⁵ (太田,2011)。太田 (2011) によると、顧客の期待水準は「料理の味」、「接客態度」、「店内の内装」、「店内の清掃」といった品質要素に対して抱かれるが、品質要素のすべてに対して期待水準を抱いているわけではない¹⁶⁶。レストランの品質要素において、「床の素材」や「トイレの位置」といった品質要素にまで期待水準を抱いているとは考えにくい。

奥瀬 (2008) によると、期待不一致モデルの考え方は、消費者が何らかの比較基準に基づき、財・サービスから得られる成果の確認・不確認を行っているという、確認—不確認パラダイム (confirmation disconfirmation paradigm) に依拠している¹⁶⁷。

比較基準には、期待、平衡性、ノルムが用いられている。期待不一致モデルでは、「期待 (expectation)」、即ち事前に顧客がその財・サービスが備えているであろうと予測する成果に依拠している¹⁶⁸。

上記の先行研究から、期待不一致モデルはサービス業などにおける顧客満足を考察するためにも応用されている手法であり、この手法は確認—不確認パラダイムに依拠し、また

¹⁶² Richard,L,Oliver. (1980). A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions.Journal of Marketing Research,17 (4) ,460-469.

¹⁶³ 太田壮哉 (2011)「顧客満足を説明する期待不一致効果」『経営学研究論集』35, 95-107.

¹⁶⁴ サービス産業生産性協議会 (2010)「顧客満足度調査 (JCSI)」, https://www.jpc-net.jp/research/jcsi/causal_model/

¹⁶⁵ 太田壮哉 (2011)、前掲注 163

¹⁶⁶ 太田壮哉 (2011)、前掲注 163

¹⁶⁷ 奥瀬喜之 (2008)「顧客満足概念とその測定に関わる研究の系譜」『専修商学論集』88, 55-59.

¹⁶⁸ 藤村和宏 (1999)「日本人のサービス消費における満足形成の特質」『香川大学経済論叢』72(1), 215-240.

提供されるサービスの品質要素に対する顧客の期待を比較基準としていることがわかった。

(2) 観光分野の研究における期待不一致手法の応用

期待不一致手法を応用した国内の事例に以下の先行研究がある。

顧客満足度にかかわる「期待」にどんな類のものがあるかについて、古屋・櫻井・羽渕・杉山（2014）は、観光施設に一般的に備わるものに対する「不変的な期待」、典型的な観光施設がもつ要件との違いによって生まれる「変動的な期待」、他の施設との違いによって生まれる「相対的な期待」、施設の役割に対する「普遍的な期待」を挙げている¹⁶⁹。

また、事前の情報に基づく期待と実体験後の満足度との比較を行った田静・加藤（2016）は、中国の吉林省長春市青年商務旅行社において日本観光経験の有無という2つのグループに分けて103人の中国人に質問紙調査を行った¹⁷⁰。日本への旅行に関して、インターネットや友人・知人からの情報で「温泉」と「おもてなし」が良いと知っていても、実際に体験した後、その良さを感じたという声があり、温泉やおもてなしなどの項目に関して期待レベルよりも実際の満足レベルが高いと報告している。

さらに、満足度向上のために取り組むべきことについて、盧剛・山口（2012）は、東京のホテルに宿泊する中国人観光客64名を対象に質問紙調査を行った結果、訪日中国人観光客の満足度を高め、再度来日を促すためには、①訪問中における自由時間が充分にとれること、②おもてなしをさらに向上させること、③料理の味と価格を満足させること、④観光施設及び宿泊施設サービス向上があげられた¹⁷¹。

一方、五十嵐（2014）は、JTBの「お客様アンケート評価」で満足度90点以上と評価され、『JTBセレクト』商品として販売されているホテル・旅館303施設の顧客サービス担当者に質問紙調査を実施し、顧客満足度の高い宿泊施設として高品質化、差別化、経営理念の共有、情熱と挑戦といった企業行動が求められるとの回答が多かったという¹⁷²。

海外の事例に関しては、以下の研究がある。

¹⁶⁹ 古屋繁・櫻井貴章・羽渕琢哉・杉山和雄（2014）「顧客満足度における「期待」マネジメントのための構造化:サービスデザインの枠組みに関する基礎研究」日本デザイン学会『日本デザイン学会研究発表大会概要集』61(0), 145.

¹⁷⁰ 田静・加藤里美（2016）「外国人の日本旅行に関する意識—期待レベルと実際の満足レベル—」日本経営診断学会『日本経営診断学会論集』, 102-107.

¹⁷¹ 盧剛・山口一美（2012）「訪日中国人観光者の再来訪を促す要因の研究」『生活科学研究』34, 187-197.

¹⁷² 五十嵐元一（2014）「顧客満足度の高い宿泊業の企業行動」桜美林論考『ビジネスマネジメントレビュー』, 1-12.

まず、Yun・Pyo(2016)は、期待不一致と欲求合同 (desire-congruency) という 2 つの理論に基づいて拡張・統合された観光客満足モデルを提案し、3 つの連続した調査 (旅行の意図と旅行の前後) で分析を行った¹⁷³。その結果、観光客は消費した旅行商品に関する重要な総括として満足度を記号化していることを示唆し、このようなモデルは、全体的な満足度に対する期待、動機/欲望、認識されたパフォーマンスの質 (目的地の属性評価)、および認識された経験の質 (旅行の欲求と動機の達成) の役割、さらに全体的な満足度がクレームを言う行動と将来の行動意図との関係を明確にするのに役立つという。

次に、Cathy ら (2009) は、期待不一致理論に基づき、中国人海外旅行者の訪問前の段階における期待、動機、態度を組み込んだ行動プロセスをモデル化し、独自の期待、動機、態度 (EMA) モデルを提案した¹⁷⁴。北京、上海、広州の 1,514 人から収集されたデータに基づいて調査した結果、目的地を訪れる期待が目的地を訪れる動機に直接影響し、動機は目的地への訪問に対する態度に影響するとし、動機が期待と態度の関係に仲介効果をもたらすとしている。

また、Wong・Cheung・Wan (2013) は、香港の住民を対象に、期待・動機・態度 (EMA) モデルを利用して、旅行者の期待、態度、およびアウトバウンドの目的地を訪問する動機の相関関係についてアンケート調査を行い、137 件の回答が寄せられた。調査結果は、旅行者の期待と目的地を訪れる動機、また動機と態度の間に有意な相関関係があることがわかった。さらに、旅行者の知識は統計的に期待と相関し、旅行者の期待や態度および動機の三者間で有意な相関関係があることが確認された¹⁷⁵。

さらに、Omar・Muhibudin・Yussof・Mohamed (2013) は、期待不一致理論に基づき、休暇目的の観光に適用する「休日の満足度モデル (HOLSAT、Holiday Satisfaction model)」に基づき、マレーシアのパハンでの休暇に関する海外および国内の観光客の満足度を測定した。その結果、満足度はアクセシビリティ、宿泊施設、観光施設、観光活動、

¹⁷³ Yun,Dongkoo & Pyo,Sungsoo., (2016) . An Examination of an Integrated Tourist Satisfaction Model: Expectations and Desires Congruency. Travel and Tourism Research Association:Advancing Tourism Research Globally.14.
https://scholarworks.umass.edu/ttra/2013/AcademicPapers_Oral/14

¹⁷⁴ Cathy,H, C.,Hsu,Liping,A.& Cai, Mimi,Li. (2009). Expectation, Motivation, and Attitude: A Tourist Behavioral Model. Journal of Travel Research, 49 (3), 282-296.
doi.org/10.1177/004728750934926

¹⁷⁵ Macy,Wong., Ronnie,Cheung. & alvin Wan. (2013) .A Study on Traveler Expectation, Motivation and Attitude. Contemporary Management Research,9 (2) , 169-186.
[doi:10.7903/cmr.11023](https://doi.org/10.7903/cmr.11023)

食事、観光名所という 6 つのカテゴリに分類された 47 の肯定的および否定的な属性に関する観光客の期待と経験に影響されると報告した。

JCSI は、①顧客期待（利用者が事前に持っている企業・ブランドの印象や期待・予想）、②知覚品質（実際にサービスを利用した際に感じる、品質への評価）、③知覚価値（品質と価格とを対比して感じる納得感、コストパフォーマンス）、④顧客満足（利用して感じた満足の度合い）、⑤推奨意向（利用したサービスの内容について、⑥肯定的に人に伝えるかどうか）、ロイヤルティ（再利用意向）という 6 つの因果モデルの指標を提示している¹⁷⁶。米国サービス産業生産性協議会(ACSI)は、顧客期待には、広告や口コミなどの非経験的な情報を含む以前の消費経験と、将来の品質を提供する企業能力への予測の両方を表すとし、顧客期待における情報や消費経験の役割を指摘している¹⁷⁷。

上記の先行研究のレビューにより、期待不一致の手法による観光施設での顧客満足度の考察及び研究成果があったことは確認された。一方、先行研究では、①観光客の「期待」が何によって発生し、どのような種類があるのかに関する分析は十分なされていない。②国内の温泉リゾート地への訪日外国人観光客や和風旅館における外国人宿泊客に関する考察は、まだ確認されていない。③実際の観光行動における期待と満足の一致・不一致が温泉リゾート地への再訪願望及び再宿泊願望にどのような影響を及ぼすかについては、期待不一致の手法に基づく考察はこれまで十分には行われていない。

4.3 問題意識・研究方法

(1) 問題意識

先行研究では、期待不一致モデルを援用することで、観光施設や宿泊施設における顧客満足度について分析がなされてきた。しかし、前述したように、観光客の「期待」の発生原因と種類、温泉リゾート地及び和風旅館のような宿泊施設に特化した、観光客の満足度に関する調査や考察、期待と満足の一致・不一致による再訪願望への影響に関しては、これまで十分な考察がなされたとは言えない。このような状況に鑑み、本研究は中規模和風

¹⁷⁶ Shida, Irwana, Omar., Masitah, Muhibudin., Izatul Yussof & Badaruddin, Mohamed. (2013). Tourist Satisfaction as the Key to Destination Survival in Pahang Mohd Fauzi Sukiman. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*. 91, 78-87.

¹⁷⁷ American Customer Satisfaction Index (ACSI)
<https://www.theacsi.org/about-acsi/the-science-of-customer-satisfaction>

旅館に宿泊する訪日外国人観光客の満足度について期待不一致モデルを援用することで、新たに分析を試みることにした。期待不一致モデルを採用した理由は、JCSI の理論的背景にもなっているように、観光施設や宿泊施設の顧客満足度を測定するのに適していると考えたからである。一方、本研究は、期待不一致の理論の整合性のみを研究対象にしているのではない。同理論を背景にした JCSI モデルをベースに、外国人観光客の満足度に関する調査及び分析を行うのである。

熱海は首都圏からの手軽な旅行に適する温泉リゾート地として名高いが、訪日外国人観光客にとって日本旅行の通過点として1泊2日で宿泊する場合はほとんどであり、常連客やリピート客となることは多くない(崔龍文, 2012)。一方、ホテルへの宿泊は観光客自らの意思決定によるものであるが、その選択の背後にある、観光客の期待については、筆者はJCSI及びACSIが提示した因果モデルを参照して、定義と分類を行った。

①情報に基づく期待

各種情報によって形成されるイメージから生まれる期待とは、広告やWebやSNSなどの情報源にのみならず、情報源にアクセスする回答者の属性に付随する情報も含まれる。例えば、同じ中国語圏でも、台湾や香港の観光客はフェースブックやユーチューブなどのSNS情報に接するが、そういった情報へのアクセスに制限を受ける中国大陸の出身者は、中国大陸独自のツールで情報を取得している。また、中国の観光オンライン予約サイト最大手の「携程網」では、「日本遊記」と題するブロックで2万本を超える日本紀行文が掲載されているが、年齢別、性別、訪問目的別などの検索キーワードが設定されている¹⁷⁸。異なる属性のアクセス者は接する情報にも違いがあると考えられる。

②体験に基づく期待

体験に基づく期待とは、日本旅行の経験回数や日本以外の国での宿泊体験及びホテルを除く日本での宿泊体験から生まれる期待である。

③目的に基づく期待

旅行の目的は旅行形態によってさまざまである。熱海という日本の温泉リゾートを個人で或いは団体で楽しむことは日本旅行の目的の1つであり、中規模和風旅館での宿泊はその目的達成に寄与するだろうという期待である。旅行形態や旅行同伴者及び滞在日数などの要素が関連していると思われる。

④コストに基づく期待

¹⁷⁸ 携程網 (<https://you.ctrip.com/travels/japan100041.html>)

コストに基づく期待は、熱海滞在のために払ったコストに見合う宿泊体験が得られるだろうという期待であり、日本旅行及び熱海滞在の費用に加え、中規模和風旅館の宿泊に関して選択した部屋タイプ（客室からの眺め）や宿泊プラン（食事の内容及び提供方式）も含まれる。

上記の期待と宿泊後の満足度について、以下の仮説を立てる。仮説 1~4 は、上記の①~④の期待と実際の満足度との関係を検証するためのものであり、仮説 5~7 は、実際の満足度による影響を検証するためのものである。

仮説 1：実際の満足度は情報に基づく期待に影響を受ける。

仮説 2：実際の満足度は体験に基づく期待に影響を受ける。

仮説 3：実際の満足度は目的に基づく期待に影響を受ける。

仮説 4：実際の満足度はコストに基づく期待に影響を受ける。

仮説 5：実際の満足度は同タイプの中規模和風旅館での再宿泊⁽⁴⁾に影響を与える。

仮説 6：実際の満足度は類似するリゾート地⁽⁵⁾への再訪問願望に影響を与える。

仮説 7：実際の満足度は日本への再訪問願望に影響を与える。

(2) 満足度の算出及び変数の設定

1) 満足度の算出

2 枚セットのアンケート調査用紙に有効回答した結果について、1 枚目の集計から接客サービス、費用対効果、食事、施設、部屋、立地条件、温泉風呂の各項目に対する期待の平均点（0~10 の 11 段階評価）を算出し、2 枚目の集計から各項目に対する満足度の平均点（11 段階評価）を算出し、満足度の平均点を期待の平均点で割った結果を各項目の満足度とした（図 1）。さらに、各項目の満足度の和を項目数で割った結果を総合的満足度とした。

2) 目的変数

目的変数は以下の 4 つである。

①総合的満足度（*TS*）、②中規模和風旅館及び類似ホテルへの再宿泊願望（*RHD*）、③熱海或いは類似する温泉リゾート地への再訪問願望（*RVAD*）、④日本再訪問願望（*RVJD*）

表 10 は、項目別期待点平均・満足点平均及び満足度の平均値及び標準偏差を示している。総合満足度は 99.47%となっている。

表 10 項目別期待点平均・満足点平均及び満足度 (N=85)

	期待点平均		満足点平均		満足度 (満足点平均/期待点平均, %)
	平均値	標準偏差	平均値	標準偏差	
接客サービス	5.49	0.90	6.06	0.93	110.28
費用対効果	6.52	1.66	5.48	1.40	84.12
食事	5.26	1.07	5.89	1.14	112.08
施設	5.79	1.16	5.16	1.49	89.23
部屋	4.67	1.09	5.39	1.09	115.37
立地	6.01	1.16	5.25	1.16	87.28
温泉風呂	6.35	0.56	6.22	1.47	97.96
総合満足度	5.73	1.09	5.64	1.24	99.47

3) 説明変数

総合的満足度に関する説明変数は以下の14変数とした。①～③は「情報に基づく期待」、④～⑥は「体験に基づく期待」、⑦～⑩は「目的に基づく期待」、⑪～⑭は「コストに基づく期待」にそれぞれ関わる変数である。

総合的満足度に関する説明変数群は以下のとおりである。

①性別 (ダミー、男性=0、女性=1) (S)、②出身国/地域 (ダミー、中国=0、中国以外=1) (N)、③情報源 (ダミー、旅行会社広告・関連サイト・SNS をすべて利用=0、すべて利用したわけではない=1) (IR)、④日本旅行の回数 (VJN)、⑤日本以外での宿泊体験満足度 (VFM)、⑥中規模和風旅館を除く日本での宿泊体験満足度 (VJM)、⑦今回の旅行形態 (ダミー、団体=0、個人=1) (TT)、⑧今回の旅行同伴者 (ダミー、家族=0、家族以外=1) (TP)、⑨今回の日本旅行の滞在日数 (VJD)、⑩熱海滞在日数 (VAD)、⑪日本旅行総費用 (VJC)、⑫熱海滞在総費用 (VAC)、⑬部屋タイプ (ダミー、客室街側=0、客室街側以外=1) (RT)、⑭宿泊プラン (SP)

再訪願望に関する説明変数は以下の9変数とした。①～④は、スタッフの接客態度や立地及び温泉の質など和風旅館の基本条件への満足度、⑤～⑦は具体的なサービス内容への満足度、⑧～⑨は宿泊に関する複数の選択肢から顧客自身が選択した結果への満足度にそれぞれ関わる変数である。

再訪願望に関する説明変数群は以下のとおりである。

①接客サービス満足度 (SS)、②費用対効果満足度 (PS)、③立地条件満足度 (RTS)、④温泉風呂満足度 (RSS)、⑤食事満足度 (FS)、⑥施設満足度 (DS)、⑦部屋満足度 (RS)、⑧部屋タイプ (RT)、⑨宿泊プラン (SP)

(3) 質問紙調査

1) 調査方法

熱海の中規模和風旅館 15 軒に依頼し、協力を承諾した 9 軒の中規模和風旅館において宿泊する訪日外国人観光客 (2019 年 3 月～5 月の 3 か月間) を対象にアンケート用紙 (「期待」に関して 1 枚と「満足」に関して 1 枚の 2 枚セット) を配布し、チェックイン時に 1 枚目 (「期待」) の回答をし、チェックアウト時に 2 枚目 (「満足」) の回答を依頼した。合計 415 の回答があったが、2 枚目までの回答数(有効回答)は 85 であった。

2) 倫理的配慮

本研究は、熱海に位置する中規模和風旅館の一つである A ホテルにおいて、2019 年度 2 月定例取締役会の決議事項として承認を得、実施された (承認番号 : D17-07)。

3) 分析方法

下記の推計式に基づき、階層的重回帰分析を行った。

- ① 総合満足度に関する重回帰式 (a は定数項、C は誤差項。以降、②にも共通する)

$$\log(TS) = a + \sum A + \sum S + \sum N + \sum IR + \sum JNA + \sum VFM + \sum VJM + \sum TT + \sum TP + \sum VJD + \sum VAD + \sum VJC + \sum VAC + \sum RT + \sum SP + c$$

$$A = 1, \dots, 69 \quad VJN = 1, \dots, n \quad VFM = 1, \dots, 10 \quad VJM = 1, \dots, 10 \quad VJD = 1, \dots, n \quad VAD = 1, \dots, n \quad VJC = 1, \dots, n \quad VAC = 1, \dots, n$$

- ② 同類ホテルへの再宿泊希望、熱海、あるいは類似する温泉リゾート地への再訪希望及び日本再訪希望に関するモデル (重回帰) 式

$$\log(RHDorRVADorRVJD) = a + \sum SS + \sum PS + \sum FS + \sum DS + \sum RS + \sum RSS + \sum RTS + c$$

$$SS = 1, \dots, 10 \quad PS = 1, \dots, 10 \quad FS = 1, \dots, 10 \quad DS = 1, \dots, 10 \quad RS = 1, \dots, 10 \quad RSS = 1, \dots, 10 \quad RTS = 1, \dots, 10$$

(4) 「中規模和風温泉旅館」の定義

本研究が対象とする「中規模和風温泉旅館」とは、以下の要件を満たすホテルを指す。

- ①客室数は 31～99 部屋 (一般社団法人日本旅館協会の「中旅館」定義による)、②温泉がある、③和室タイプの客室がある、④宿泊料金に夕朝食を含む (一般社団法人日本旅館協会の「旅館営業」定義による)、⑤客室タイプは客室街側、客室海側の選択が可能である。

4.4 結果

(1) 回答者の基本状況

表 11 は、回答者の基本属性を示している。年齢層では 20 代～30 代と 50 代が最も多いことがわかる。

性別では、男性に比べ女性のサンプルデータが多い。出身国／地域では中国と台湾が大半を占めた。

今回の旅行形態では、団体が圧倒的に多く、日本旅行の経験回数に関しては平均が 1.78 回であった。旅行の総費用では、平均が 12.44 万円となっているが、熱海滞在の総費用平均が 3.49 万円である。20 代～30 代が相対的に安く、40 代と 60 代が高い。

滞在日数に関しては、日本旅行の平均滞在日数は 7.87 日であり、そのうち熱海滞在が 2.33 日である。即ちほとんどの旅行者は、1 泊 2 日のコースで熱海滞在していたのである。今回の旅行同伴者では、家族が大半を占めたが、訪日経験が少なく旅行日数が長く費用も相対的に多いのが特徴である。選択した客室タイプでは、眺めはやや劣るが割安である客室街側が最も多かった。最も高価な露天風呂付き客室を選択した回答者には、初来日で日本滞在及び熱海滞在の日数が多いのが特徴である。選択した宿泊プランは、1.8 万円～2.3 万円が最も多かった。宿泊プランは客室タイプや料理の内容による差別化を図るものであった。中規模和風旅館を知る情報源については、大半の回答者がインターネットを中心に複数の情報源を利用している。総合的満足度の算出結果は 100.34% で、期待と満足がほぼ一致する結果となった。

(2) 総合的満足度への影響に関する重回帰分析

表 12 は、総合的満足度への影響に関する階層的重回帰分析の結果である。階層的重回帰分析の手法を採用したのは、本研究で設定した 4 つの期待に関するそれぞれの説明変数を 4 つのステップごとに投入し、4 つの期待による寄与度をより明確に分析するためである。まず第 1 ステップで説明変数の①～③（情報に基づく期待）を投入し、第 2 ステップでは④～⑥（体験に基づく期待）を、第 3 ステップでは⑦～⑩（目的に基づく期待）を、第 4 ステップでは⑪～⑭（コストに基づく期待）を順次追加投入した。各ステップにおいて、全ての説明変数を一度に投入して目的変数の予測を行う強制投入法^⑨を採用した。表 12

表 11 回答者の基本状況

		日本旅行回数 (回)	今回の日本旅行 総費用 (万円)	今回の熱海滞在総 費用 (万円)	今回の日本旅行滞 在日数 (日間)	今回の熱海滞在日 数 (日間)	
年齢層	20代~30代 (28人)	平均値	1.25	12.57	2.93	8.46	
		標準偏差	0.65	4.24	1.27	2.80	0.53
	40代 (18人)	平均値	2.89	9.33	4.00	6.22	2.94
		標準偏差	0.47	1.41	0.00	0.94	0.24
	50代 (26人)	平均値	1.96	12.23	3.50	8.00	2.04
		標準偏差	0.20	3.84	0.58	2.04	0.20
60代 (13人)	平均値	1.00	16.85	4.00	8.62	2.15	
	標準偏差	0.00	2.51	0.41	1.71	0.38	
性別	男 (30人)	平均値	1.63	13.90	3.73	9.20	2.37
		標準偏差	0.61	4.25	1.01	2.75	0.56
	女 (55人)	平均値	1.85	11.64	3.36	7.15	2.31
		標準偏差	0.89	3.77	0.85	1.56	0.47
出身国	中国 (香港含) (40人)	平均値	1.28	14.43	3.50	8.85	2.20
		標準偏差	0.45	3.25	1.04	2.06	0.41
	台湾 (21人)	平均値	2.81	9.38	3.81	6.00	2.81
		標準偏差	0.40	0.80	0.40	0.00	0.40
	韓国 (14人)	平均値	1.79	9.00	2.71	6.79	2.00
		標準偏差	0.80	2.75	0.61	1.12	0.00
	その他の国 (10人)	平均値	1.60	15.70	3.90	9.40	2.30
		標準偏差	0.52	5.19	0.99	3.31	0.67
旅行形態	旅行団体 (67人)	平均値	1.69	12.99	3.63	8.10	2.42
		標準偏差	0.86	4.10	1.00	2.35	0.53
	旅行個人 (18人)	平均値	2.11	10.39	3.00	7.00	2.00
		標準偏差	0.47	3.33	0.00	1.71	0.00
今回旅行 同伴者	家族 (55人)	平均値	1.35	14.35	3.45	8.89	2.20
		標準偏差	0.58	3.78	1.09	2.23	0.45
	友人・家族 (17人)	平均値	3.00	9.00	4.00	6.00	3.00
		標準偏差	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
	仕事仲間 (5人)	平均値	2.00	9.40	3.00	6.00	2.00
		標準偏差	0.00	2.19	0.00	0.00	0.00
	同伴者なし (8人)	平均値	2.00	8.50	3.00	6.00	2.00
		標準偏差	0.00	2.07	0.00	0.00	0.00
選択した 客室タイプ	客室街側 (40人)	平均値	1.78	10.38	2.93	7.20	2.13
		標準偏差	0.77	2.92	0.86	1.77	0.33
	客室海側 (37人)	平均値	1.95	13.16	3.78	7.57	2.38
		標準偏差	0.85	3.47	0.48	1.64	0.49
	露天風呂付き (8人)	平均値	1.00	19.38	5.00	12.63	3.13
		標準偏差	0.00	2.67	0.00	1.19	0.35
選択した 宿泊プラン	1.4万円~1.7万円 (24人)	平均値	1.50	10.67	3.08	6.38	2.00
		標準偏差	0.51	3.78	0.72	1.13	0.00
	1.8万円~2.3万円 (38人)	平均値	2.13	10.74	3.32	7.03	2.45
		標準偏差	0.96	2.55	0.90	1.35	0.50
	2.4万円以上 (23人)	平均値	1.48	17.09	4.22	10.83	2.48
		標準偏差	0.51	2.50	0.74	1.56	0.59
ホテルを 知る情報 源	旅行会社の広告、関連サイト、SNSのうち1つ (7人)	平均値	1.43	15.14	3.86	8.57	2.14
		標準偏差	0.53	5.52	0.69	2.76	0.38
	上記3つのうち2つ (38人)	平均値	2.50	10.45	3.70	6.80	2.70
		標準偏差	0.69	3.17	0.47	1.64	0.47
	上記すべて (40人)	平均値	1.54	11.81	3.11	7.97	2.35
		標準偏差	0.84	4.07	1.17	2.65	0.54
合計		平均値	1.78	12.44	3.49	7.87	2.33
		回答者数	85	85	85	85	
		標準偏差	0.81	4.07	0.92	2.27	0.50

は、ステップ別に VIF 値⁽⁶⁾ が 10 以下 (多重共線性が回避された) であり、有意確率が 0.05 以下の変数 (モデル) のみを表示している。その結果、第 4 ステップにおいて、モデル集計での自由度調整済み決定係数が 4 つのステップの中で最大値の 0.542 になり、15 の説明変数

が総合的満足度の変動を 54.2%説明できることが分かった。さらに、第 4 ステップにおいて、有意水準に達したのは、「日本での本ホテル以外の宿泊体験」、「今回の旅行形態」、「今回の旅行同伴者」及び「今回の日本旅行の総費用」の 4 つの変数であった。中でも「今回の旅行同伴者」の標準化係数は 0.075 で、最も大きなプラス要因であったことが窺える。一方、「今回の旅行形態」の標準化係数は - 0.168 で、マイナス要因である結果となった。また標準化されていない係数 B に基づけば、「今回の日本旅行の総費用」が 1 万円増えると満足度が 2.2%増えることになる。

表 12 総合的満足度への影響に関する階層的重回帰分析

モデル		自由度調整済み 定係数	標準化されていない係数		標準化係数		
			B	標準誤差	ベータ	t 値	有意確率
1	(定数)	.239	.972	.043	.274	22.507	.000
	年齢 (A)		.025	.010		2.518	.014
2	(定数)	.430	.468	.097	.609	4.812	.000
	年齢 (A)		.021	.008		2.553	.013
	日本での本ホテル以外の宿泊体験 (VJS) 今回の熱海での滞在日数 (VAD)		.078	.012		6.358	.000
			.049	.019	.249	2.623	.011
3	(定数)	.482	.531	.102	.645	5.212	.000
	年齢 (A)		.017	.009		1.901	.041
	日本での本ホテル以外の宿泊体験 (VJS) 今回の旅行同伴者 (TP)		.083	.013		6.341	.000
			.019	.011	.274	1.822	.042
4	(定数)	.542	.731	.116	.919	6.281	.000
	日本での本ホテル以外の宿泊体験 (VJS)		.064	.015		4.134	.000
	今回の旅行形態 (TT)		-.168	.052		-3.200	.002
	今回の旅行同伴者 (TP)		.075	.022		3.484	.001
			.022	.009	.919	2.357	.021

(3) 再宿泊、再訪願望への満足度の影響に関する重回帰分析

表 13 再宿泊、再訪願望の平均点 (0~10 の 11 段階)

	Aホテル及び類似ホテルへの 再宿泊願望	熱海及び類似リゾート地への 再訪願望	日本再訪願望
平均値	6.33	6.73	8.71
標準偏差	1.04	1.00	1.19

表 13 は、「中規模和風旅館及び類似ホテルへの再宿泊願望」「熱海及び類似リゾート地への再訪願望」「日本再訪願望」の平均を示している。再宿泊願望、再訪願望が総じて高い。特に日本再訪願望が 8.71 で極めて高い得点であった。

表 14 再宿泊への影響に関する重回帰分析

モデル	自由度調整済み決定係数	標準化されていない係数		標準化係数	t 値	有意確率	
		B	標準誤差	ベータ			
1	(定数)	.479	13.109	1.134		11.557	.000
	費用対効果満足度		-1.034	.174	-.777	-5.929	.000
2	(定数)	.844	6.394	.807		7.925	.000
	費用対効果満足度		-.447	.105	-.336	-4.240	.000
	温泉風呂満足度		1.417	.218	.769	6.488	.000
	食事満足度		.341	.090	.244	3.784	.000
	施設満足度		.288	.055	.345	5.273	.000
	部屋満足度		-1.492	.181	-1.174	-8.249	.000
3	(定数)	.840	6.397	.819		7.808	.000
	費用対効果満足度		-.452	.107	-.339	-4.224	.000
	温泉風呂満足度		1.447	.227	.785	6.360	.000
	食事満足度		.354	.094	.253	3.751	.000
	施設満足度		.286	.059	.343	4.861	.000
	部屋満足度		-1.509	.187	-1.187	-8.063	.000

表 14 は、「中規模和風旅館及び類似ホテルへの再宿泊願望」への各種満足度の影響に関する階層的重回帰分析の結果が示されている。表 14 から表 16 に関して、階層的重回帰分析の手法を採用したのは、本研究において満足度に関する説明変数には 3 つの側面があり、3 つのステップごとに投入し、それぞれの側面による寄与度を分析するためである。まず第 1 ステップで説明変数の①～④（スタッフの接客態度や立地及び温泉の質など和風旅館の基本条件への満足度）を投入し、第 2 ステップでは⑤～⑦（具体的なサービス内容への満足度）を、第 3 ステップでは⑧～⑨（複数の宿泊プランから選択した結果への満足度）を順次追加投入した。

本分析においては、各ステップごとに強制投入法を用いた。表 6 は、ステップ別に VIF 値⁽³⁾が 10 以下（多重共線性が回避された）であり、有意水準が 0.05 以下の変数（モデル）のみを表示している。その結果、第 2 ステップにおいて、モデル集計での自由度調整済み決定係数が 3 つのステップの中で最高の 0.844 となり、7 の説明変数が総合的満足度の変動を 84.4%説明できることが分かった。第 3 ステップでの説明変数投入は逆に決定係数を下げる結果となった。第 2 ステップにおいて、「費用対効果満足度」、「温泉風呂満足度」、「食事満足度」、「施設満足度」、「部屋満足度」という 5 つの説明変数が有意水準に達した。中でも温泉風呂満足度の標準化係数は 1.417 で、最も大きな影響を有していることがうかがえる。一方、費用対効果満足度および部屋満足度は負の符号であった。

表 15 熱海及び類似リゾート地への再訪願望への影響に関する重回帰分析

モデル		自由度調整済み決定係数	標準化されていない係数		標準化係数		有意確率
			B	標準誤差	ベータ	t 値	
1	(定数)		-4.703	.845		-5.569	.000
	接客サービス満足度	.690	-.391	.155	-.266	-2.514	.014
	温泉風呂満足度		1.122	.114	.630	9.831	.000
2	(定数)		-1.898	.833		-2.278	.025
	費用対効果満足度		.553	.109	.430	5.083	.000
	温泉風呂満足度	.822	.966	.225	.543	4.283	.000
	食事満足度		-.333	.093	-.246	-3.581	.001
3	施設満足度		-.272	.056	-.337	-4.810	.000
	(定数)		-1.909	.847		-2.253	.027
	費用対効果満足度		.555	.111	.431	5.016	.000
	温泉風呂満足度	.817	.957	.235	.538	4.069	.000
	食事満足度		-.338	.098	-.250	-3.463	.001
	施設満足度		-.274	.061	-.339	-4.494	.000

表 16 は、「熱海及び類似リゾート地への再訪願望」への各種満足度の影響に関する階層的重回帰分析の結果である。説明変数の投入及び結果の表示方法は表 6 と同じであった。その結果、第 2 ステップにおいて、モデル集計での自由度調整済み決定係数が 3 つのステップの中で最高の 0.822 となり、7 の説明変数が総合的満足度の変動を 82.2%説明できることが分かった。第 3 ステップでの説明変数投入は逆に決定係数を下げる結果となった。

第 2 ステップにおいて、「費用対効果満足度」、「温泉風呂満足度」、「食事満足度」、「施設満足度」という 4 つの説明変数が統計的に有意であった（有意水準 5%）。中でも温泉風呂満足度の標準化係数は 0.966 で、最も大きな値であった。一方、食事満足度と施設満足度は再訪願望にとってマイナスの影響要因である。

表 17 は、「日本再訪願望」への各種満足度の影響に関する階層的重回帰分析の結果である。説明変数の投入及び結果の表示方法は表 6 と同じであった。

その結果、第 3 ステップにおいて、モデル集計での自由度調整済み決定係数が 3 つのステップの中で最高の 0.557 となり、7 の説明変数が総合的満足度の変動を 55.7%説明できることが分かった。第 3 ステップにおいて、「費用対効果満足度」、「立地条件満足度」、「食事満足度」、「部屋満足度」、「宿泊プラン」という 5 つの説明変数が有意水準に達した。中でも部屋満足度の標準化係数は 0.839 で、最も大きな値であった。一方、費用対効果満足度、立地条件満足度、宿泊プランは再訪願望にとってマイナスの影響要因である。

表 16 「日本再訪願望」への影響に関する重回帰分析

モデル		自由度調整済み決定係数	標準化されていない係数		標準化係数		t 値	有意確率
			B	標準誤差	ベータ			
1	(定数)	.435	5.529	1.355			4.080	.000
	接客サービス満足度		.983	.249	.563		3.944	.000
	立地条件満足度		-.593	.104	-.577		-5.688	.000
	温泉風呂満足度		.596	.183	.282		3.256	.002
2	(定数)	.488	6.649	1.677			3.966	.000
	立地条件満足度		-.353	.128	-.343		-2.758	.007
	食事満足度		.536	.187	.333		2.860	.005
	部屋満足度		1.117	.376	.766		2.973	.004
3	(定数)	.557	6.959	1.567			4.441	.000
	費用対効果満足度		-.429	.205	-.281		-2.097	.039
	立地条件満足度		-.469	.127	-.456		-3.706	.000
	食事満足度		.704	.181	.438		3.897	.000
	部屋満足度		.839	.358	.575		2.345	.022
	宿泊プラン		-.466	.144	-.292		-3.247	.002

4.5 考察

(1) 情報に基づく期待

情報に基づく期待と満足度との関係は、明確には示されていない。

情報源の活用に関しては、9割以上の回答者がインターネットを含む複数の情報源を利用している（表 12）実態からは、日進月歩に進化する情報化社会において、宿泊施設に関する顧客間の情報格差が縮まっていると言えよう。

脇本・姜・大西（2019）によると、中国人観光客が出発前に得た日本の旅行情報の中で中国独自の SNS である微博（weibo）や微信（wechat）は、高齢者に普及しており、情報収集手段として活発に利用されている¹⁷⁹。

また、中国では、観光予約サイトにおいて観光客が作成した旅行記が掲載される傾向がある。例えば大手の1つ「携程網」には、写真やビデオをふんだんに取り入れた日本旅行記が2万篇以上掲載され、日本観光のあらゆる側面が詳細に紹介されている。

(2) 体験に基づく期待

日本での中規模和風旅館以外の宿泊体験の満足度が高いほど、中規模和風旅館への期待

¹⁷⁹ 脇本忍・姜思義・大西隆士（2019）「沖縄におけるインバウンド市場調査－中国人観光客の消費者行動と SNS の関係性－」『聖泉論叢』26, 1-12.

が高くなるという関係が成り立つと言えよう。前述の Yun・Pyo(2016)¹⁸⁰や Cathy ら(2009)¹⁸¹などの先行研究では、訪問前の段階における期待と訪問後の満足度との関係が指摘されているが、ACSI は、顧客期待には、以前の消費経験が含まれるとしているが、本調査における宿泊者の期待は、中規模和風旅館に宿泊する以前の他の施設での宿泊体験を比較基準にしていると言えよう。

(3) 目的に基づく期待

ダミー変数である旅行形態と旅行同伴者は、前者では個人、後者では同伴者がいる方が大きい数字で集計されたが、団体より個人形態の回答者の満足度、家族以外の同伴者がいる回答者より同伴者がいない回答者の満足度が低いことがわかった。観光はただ景色や温泉や食事を楽しめば満足度が高いとは限らない。観光客同士の交流の場、旅館と個々の観光客とのサービス提供時のコミュニケーションなどへの配慮が満足度向上につながる可能性もあろう。

これに関連する研究として、小川(2021)は、訪日外国人をもてなす宿泊施設では従業員と客のコミュニケーションの機会を増やすなど工夫が必要であると指摘した¹⁸²。また、森下(2020)は、富士箱根ゲストハウス(民宿)の取り組みとして、日本人・外国人を問わず宿泊客同士でコミュニケーションを楽しめる共用スペース「国際交流ラウンジ」を設けた事例を紹介している¹⁸³。宿泊客同士が仲良くなって一緒に観光地を回ったり、帰国後も交流を続けたり、といったケースもあるという。

(4) コストに基づく期待

日本旅行に費用を多くかける回答者ほど、満足度が高いことが統計的に示された一方、個別項目の「費用対効果」に関しては、期待と満足度の不一致が各項目のうち最も大きく、満足度が最も低いことが本分析で明らかになった(表2)。

JCSI が定義する顧客満足指数の1つである知覚価値の中にも、「コストパフォーマンス」

¹⁸⁰ Yun・Pyo(2016)、前掲注 176、

¹⁸¹ Cathy ら(2009)、前掲注 177

¹⁸² 小川祐一(2021)「訪日外国人への接客と経営方針・人材育成に関する考察」『文化学園大学・文化学園大学短期大学部紀要』52, 2436.

¹⁸³ 森下俊一郎(2020)「宿泊業における訪日外国人観光客へのおもてなしのマネジメント ―山城屋」, 澤の屋」および「富士箱根ゲストハウス」の事例分析一」『日本経営診断学会全国大会予稿集 20(0), 105108.

が含まれているが、観光客の心理的活動に基づく「費用対効果」の期待と満足は、実際に支払ったコストとは無関係という結果であったと言える。「期待」は、事前にサービスを通して得られるであろう成果予測に依拠しているが¹⁸⁴、「費用対効果」のうち、「費用」よりも「効果」への期待について情報を得ることがより重要であろう。

(5) 再宿泊・再訪願望に対する満足度の影響

再宿泊・再訪願望に対する満足度の影響とは、JCSI が定義する顧客満足指数の 1 つであるロイヤルティ（再利用意向）に該当する項目である。

宿泊した中規模和風旅館または同タイプの中規模和風旅館への再宿泊願望に対する満足度の影響が強いことがわかったが、温泉風呂満足度や食事満足度及び部屋満足度は再宿泊願望に寄与する要因である一方、費用対効果満足度および部屋満足度は再宿泊願望を減退させる影響要因である。

熱海及び類似リゾート地への再訪願望に関しては、温泉風呂及び費用対効果への満足度は促進要因である一方、食事満足度と施設満足度は再訪を妨げる要因であった。

日本への再訪願望に関しては、食事満足度や部屋満足度は再訪願望を促す要因であるが、費用対効果満足度や立地条件及び宿泊プランへの満足度が再訪願望を妨げる要因であった。

このような結果から見れば、再宿泊・再訪願望に関しては、中規模和風旅館での宿泊体験における個別項目の期待と満足の一一致・不一致の影響は複雑であると言える。個別項目での満足度が高くても再宿泊・再訪願望を高めることに直結するとは限らず、一方満足度が多少低くても再宿泊・再訪願望を減退させることにはならない。

4.6 まとめ

上述の解析結果及び考察を踏まえ、本研究で設定した仮説検証の結果を以下に結論を示す。

仮説 1 については、実際の満足度は年齢による違い以外に各種情報に基づく期待から影響を受けることが統計的に確認されなかった。その背後には、ネットを通じた情報の発信と受信が一般化し、宿泊施設を含む観光情報の取得については均質化現象があると思われる。仮説 2 については、過去の宿泊体験に基づく期待に影響を受けることが本分析によっ

¹⁸⁴ 藤村（1999）、前掲注 171

て示された。仮説 3 については、実際の満足度が旅行の形態や同伴者や滞在日数といった旅行の目的を反映する要素に基づく期待に影響を受けることがわかった。仮説 4 については、実際の満足度はコストに基づく期待に影響を受けない結果となった。仮説 5、仮説 6 及び仮説 7 については、複数の項目における満足度が同タイプの中規模和風旅館での宿泊や、熱海または類似するリゾート地及び日本への再訪問願望にも影響を与えることが裏付けられた。

以上を総括すると、仮説 1 と仮説 4 は棄却されたが、仮説 2、3、5、6、7 が支持された。この結果を踏まえて、本研究は、過去の宿泊体験や訪問目的に基づく期待が実際に宿泊した時の外国人観光客の満足度に影響を与え、その満足度は同タイプ旅館への再宿泊願望、類似するリゾート地及び日本への再訪問願望に影響を及ぼすと結論づけられる。

本研究は、観光客の「期待」の発生原因と種類、その「期待」と温泉リゾート地及び和風旅館における外国人観光客の満足度との関係、期待と満足の一一致・不一致による再訪問願望への影響に関して興味深い結論が得られた。

上記の成果は、近年急増した文化背景や観光に関する考えが日本人と異なる訪日外国人観光客の宿泊の実態を把握することを踏まえ、いかに顧客満足度を高めるかに関する要因の把握と有効な手法の検討に関して示唆を与えるものである。温泉リゾート地及び和風旅館のサービスに関する研究上の空白を少しでも埋める意義があると考えられる。

一方、訪日外国人観光客を対象に「期待」と「満足」について 2 枚の回答用紙を依頼したために、有効回答数が比較的少なかった点は今後の課題といえる。こうしたデータ制約の結果、「期待」と「満足」における異なる文化背景や経済力による違いを十分にとらえたとは言い難い。中規模和風旅館同士に関しては、サービスの形態や経営方式に高い類似性がある一方、観光客誘致に関する考え方や経営方針に大きく異なる可能性もあり、その違いが観光客満足度に影響する要因になることも考えられる。今後これらの限界を克服し、研究の深化を図る必要がある。

第5章 訪日中国人の年齢構成に対する中国の少子高齢化の影響

5.1 はじめに

(1) 本研究の背景

60歳以上の年齢層別訪日中国人の推移について、訪日外国人全体と比較すると、一貫して低い比率に止まっている。

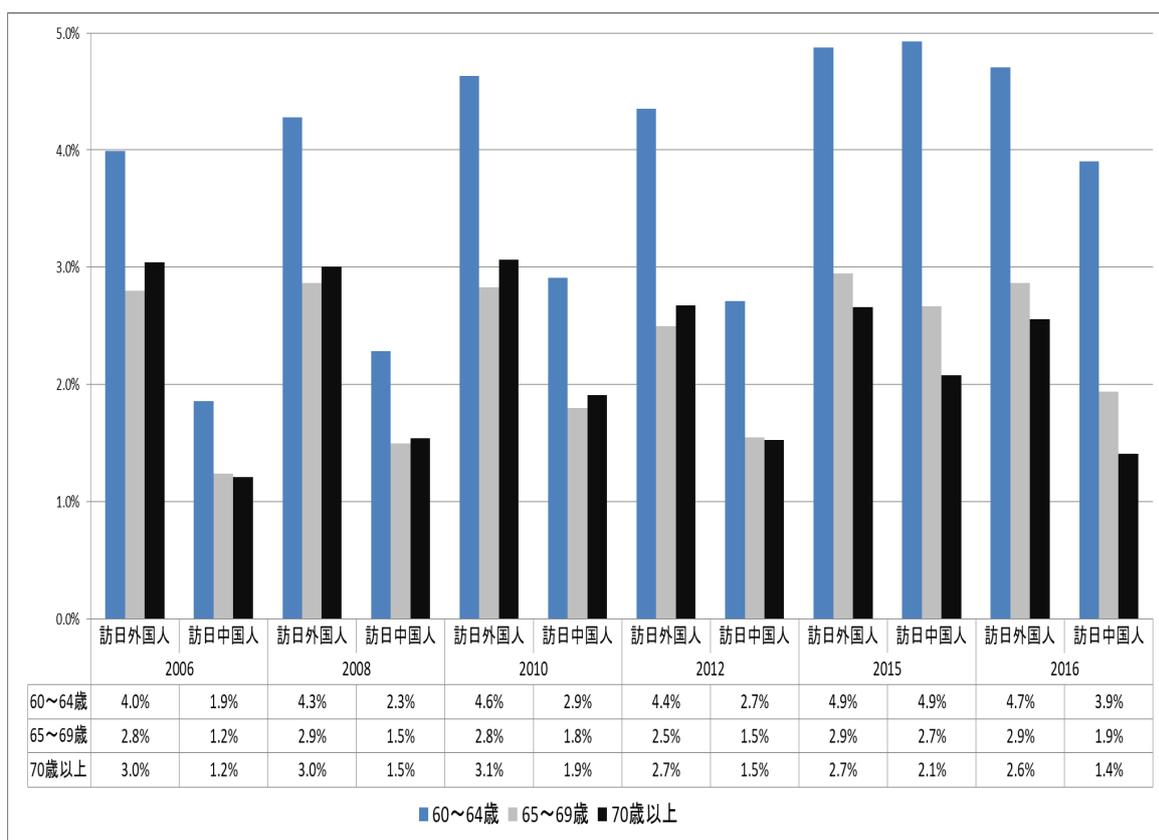


図7 2006年～2016年の訪日外国人・中国人の年齢層の推移（60歳以上）

出典：法務省「出入国管理統計表」¹⁸⁵に基づき、筆者が編集。

図7は、2006年～2016年の訪日外国人・中国人について、60～64歳、65～69歳、70歳以上という三つの年齢層の比較を示している。訪日中国人は、60～64歳が2015年に訪

¹⁸⁵ 法務省「出入国管理統計表（年報）」

http://www.moj.go.jp/housei/toukei/toukei_ichiran_nyukan.html 閲覧日：2020年9月9日

日外国人の平均と同率であった以外、一貫して訪日外国人を下回ってきたが、2006年に比べると、2016年では、60～64歳では1.9%から3.9%へ、65～69歳では1.2%から1.9%へ、70歳以上では1.2%から1.4%へと高くなっている。訪日外国人全体では、60～64歳では4.0%から4.7%へ、65～69歳では2.8%から2.9%へと高くなった一方、70歳以上では3.0%から2.6%へ下がった。

図8は、2006年～2016年における訪日中国人の年齢層別比率の推移を7つの年齢層に分けて、示している。「40～44歳」は、唯一2016年が2006年に比べ、比率が下がった年齢層であった。「45～49歳」は、2010年の10%を最高に下げに転じ、2016年には2006年の水準に逆戻りした。「50～54歳」は、緩やかな上昇であった。「55～59歳」より上の年齢層は、増加幅が大きかった。特に以降の、「60～64歳」と「65～69歳」は、2016年が2006年に比べ、倍増または倍増に近い増加であった。

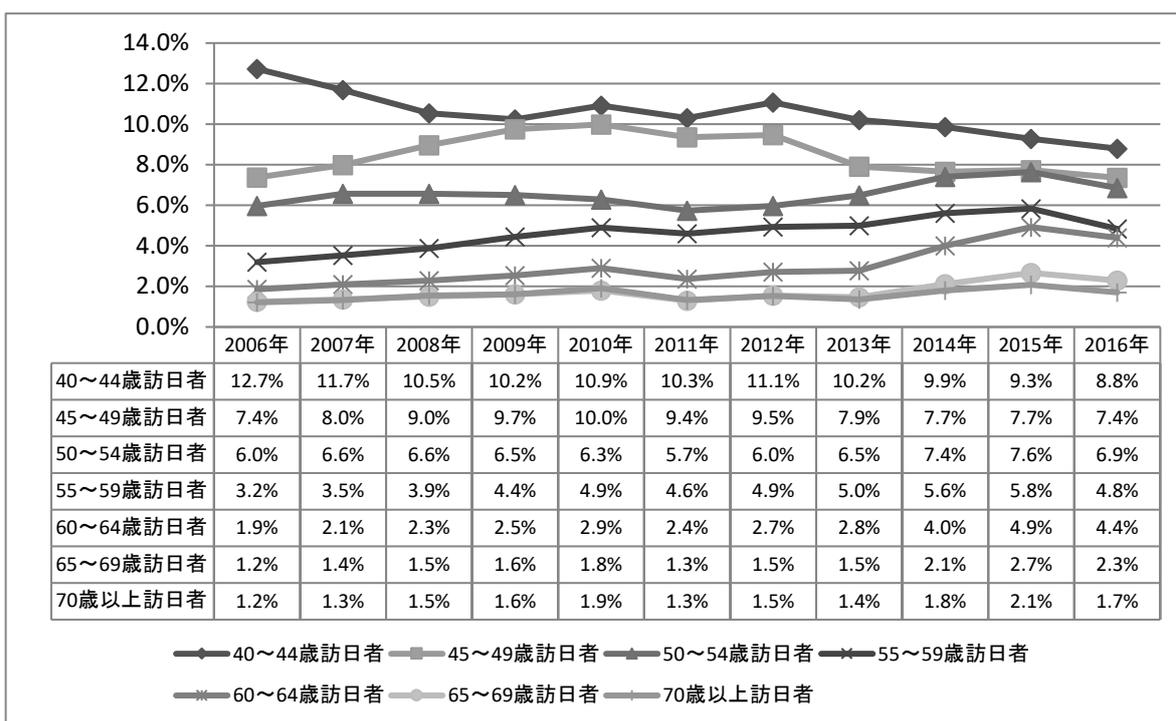


図8 2006年～2016年における訪日中国人の年齢層別比率の推移

出典：法務省「出入国管理統計表」¹⁸⁶⁾に基づき、筆者が編集。

¹⁸⁶⁾ 法務省「出入国管理統計表（年報）」

http://www.moj.go.jp/housei/toukei/toukei_ichiran_nyukan.html 閲覧日：2020年9月9日

(2) 研究課題と目的

観光客を中心に、訪日中国人が持続的に増えている。筆者が注目したのは、その年齢構成の推移に見られる2つの傾向である。まず図2が示す(2006年～2016年の11年間平均値)ように、訪日中国人は、60～64歳、65～69歳、70歳以上という3つの年齢層では、訪日外国人全体に比べて、すべて低い比率となっている。一方、この3つの年齢層の比率が長期的に増加する傾向が見られる。2つ目の傾向が続けば、1つ目の傾向に変化をもたらすのか。また、中国における少子高齢化の進行が2つ目の傾向の継続につながるのか、という疑問がある。中国の少子高齢化がさらに進行し、少子高齢化が訪日中国人の年齢構成の変化と関係があるとすれば、今後訪日中国人の年齢構成での高齢化が考えられ、そのための対応が観光業界の課題となる。本章ではこのような点を踏まえて、訪日中国人の年齢構成に対する中国の少子高齢化の影響を考察することを目的としたい。

5.2 先行研究レビュー

(1) 少子高齢化の進行に伴う諸問題

先行研究では、中国における少子高齢化の進行が報告されている。

中国民政部の《老年人社会福利機構基本規範》(2001.2)では、高齢者について「老年人(高齢者)」を60歳以上の人と定義・分類している。また、総人口にしめる65歳以上の人口の割合が老年化指数と呼ばれる。2001年ごろに、中国の総人口における65歳以上人口の割合が7%を超え、中国は日本や韓国に続き人口高齢化社会に入った¹⁸⁷。また、65歳以上高齢人口は、2012年には1.27億人へ増大し、2016年には、さらに65歳以上人口の割合が10.8%に達して、高齢化が一段と進行している¹⁸⁸。

少子高齢化がもたらす問題において、年金問題や扶養構造の問題が指摘されている。中国の人口構成バランスは崩れ始め、2人の若い夫婦は親4人の老後の面倒を見るという構図になりつつある¹⁸⁹。

¹⁸⁷ 王桂新・戴二彪(2015)「中国における少子化の実態、発生要因と対策」『AGI Working Papers Series』2015, 1-22.

¹⁸⁸ 中国国家统计局(2018)『中国統計年鑑』<http://www.stats.gov.cn/tjsj/ndsj/> 閲覧日: 2020年6月5日

¹⁸⁹ 方蘇春・富川拓・野本茂・塚本五二郎(2011)「中国における高齢者福祉の現状に関する

現段階で農村と都市部の低所得者層、都市部の勤労者層、政府の公務員という三つの階層別に分けて対応する年金制度が敷かれているが、市場経済化改革がまた発展途上にある等の現状からすると、優遇される公務員を別として、一般市民に適用される年金制度を安定的・持続的に維持することは困難である¹⁹⁰。

王逸飛（2013）によると、中国における伝統的な高齢者の扶養は、①主として子女に託されるが、若干本人の労働や配偶者に頼る農村老人、②「退休金」を受け経済的に自立するが、生活の面倒は家庭内扶養に頼る都市部の職員・労働者であった老人、③親戚や友人及び政府によって社会的救済されるより他に寄りどころのない老人、という3つの対応に大別することができる¹⁹¹。急速な高齢化の進行により、老人扶養危機と急増する年金費用が大きな社会問題と経済問題として浮上している¹⁹²。中国では、農村地域の社会インフラ整備が出遅れ、年金や医療などの社会保障制度が整えられていないために、高齢者は子どもの扶養に頼らざるを得ない、という実態がある¹⁹³。

以上を踏まえて高齢者の扶養については、年金制度の恩恵を受けにくい農村住民と比較的優遇される都市住民との違いがある点に注意が必要である。一方、今後高齢化の深刻化により年金制度の維持が難しくなり、家族の扶養への依存が高まる可能性がある。経済的に自立できない高齢者の増加は、15歳～59歳の若年及び中年者の負担増につながり、海外旅行をする経済的余裕が減る状況を招くことも予想される。

（2） 中国における観光需要の動向

Alex Dichter・Chen Jin ほか（2018）によると、消費額において、中国はすでに世界最大規模の海外旅行市場となっており、2020年には1億6千万人に達し、2020年には消費額が2,030億人民元を超えると予想される¹⁹⁴。

観光需要の予測に関しては、いままで旅行会社や観光機関が主に過去の実績や経験則に

る一考察」『聖泉論叢』18, 15-23.

¹⁹⁰ 李森（2015）「年金数理モデルによる中国の年金制度の分析（桑原哲也教授追悼号）」『福山大学経済学論集』39(1・2), 107-120.

¹⁹¹ 王逸飛（2013）「高齢化社会における中国公的年金制度の課題」『人間社会環境研究』25, 25-40.

¹⁹² 王（2013）、前掲注191

¹⁹³ 金光洙（2016）「中国の高齢化の要因と経済的影響」『現代社会文化研究』62, 181-196.

¹⁹⁴ Alex Dichter, Chen Jin, Steve Saxon, Yu Zijian, Suo Peimin（2018）「迷思と真相：中国出境観光市場深度観察」麦肯錫公司、4

基づいて個別に実施してきたが、年齢、性別、居住地といった観光客の属性別の違いが十分に考慮されておらず、また予測の精度も、急に発生する流行病や自然災害などの変動要因によって低減されるという問題がある¹⁹⁵。

可処分所得が先進国に劣るため、中国人は海外観光目的地の選択にあたり、旅行支出をできる限り抑えようとしている。中国最大のオンライン旅行予約サイト「Ctrip」において、2017年10月に設定される海外への団体観光コースの費用に関しては、米国（ニューヨーク、ワシントン、ボストンなど）コースが6泊10404元、欧州（パリ、ミラン、ローマなど）コースが7泊19800元であるのに対し、日本（東京、京都、大阪など）は、5泊4388円で、普通の中国人にも受け入れやすいコストであり、割安感が目立つ¹⁹⁶。その上、距離的に近いこと、同じ時差であること、同じ漢字圏に属する親近感など、日本観光ブームを今後も持続させる、様々な積極要因があるとしている¹⁹⁷。

ビザ発給要件の緩和などにより、訪日観光客の団体離れが生じ、また従来の富裕層による個人旅行に加えて、低所得層の個人旅行も増えるとの展望が旅行会社から示されている¹⁹⁸。

社会の進展と所得の上昇に伴い、社会保障制度のさらなる改善により、多くの高齢者は従来の「高蓄積、軽消費」の価値観から離れ始め、生活の質を追求する新しい消費価値観へ変わりつつある。これにより、海外旅行者がますます増加している¹⁹⁹。

以上の先行研究により、今後も中国人の観光需要が増えていくことが予想されよう。

（3） 長距離観光及び海外旅行における年齢構成の特徴

観光サイト「驢媽媽旅游网」の発表によると、長距離移動を伴う中国国内観光を行う主力は、23～37歳の年齢層であり、そのうち、23～32歳の観光客は45%を占め、33～37歳の観光客は33%を占めており、両者の合計は78%に達して、他の年齢層を圧倒している

¹⁹⁵ 山本真嗣（2017）「温泉地における訪問者属性の比較論的考察」『名古屋学院大学論集 社会科学篇』53(4), 163-170.

¹⁹⁶ 中国旅游研究院・Ctrip Group（2018）「2017年中国-ヨーロッパ観光市場データレポート」Ctrip Group, <http://www.ctaweb.org/html/2018-1/2018-1-18-15-30-00840.html> 閲覧日：2020年6月5日

¹⁹⁷ 張国峰（2018）「訪日中国人観光客による爆買いに関する一考察」『東アジア評論』10, 105-117.

¹⁹⁸ 黄愛珍・石橋太郎・狩野美知子・太田隆之・大脇史恵（2017）「訪日観光客に注目したヒアリング調査報告」『静岡大学経済研究』22(1), 19-39.

¹⁹⁹ 金（2016）、前掲注193

(驢媽媽旅游网、2018) ²⁰⁰。また、Ctrip 社の予約統計では、カップルが 39%、三人・四人グループの合計が 40%に達しており、恋人同士や親子を中心とする家族旅行が長距離移動を伴う中国国内観光の主要形態である ²⁰¹ (中国旅游研究院、2018)。

2017 年に、ヨーロッパを訪問した中国人 600 万人を超えているが、主力は、30~40 歳の年齢層である。この年齢層の人々は、収入及び消費能力が比較的高く、家族旅行タイプの観光が多いので、良質なサービスや快適さ体験に対するニーズが高い(中国旅游研究院、2018) ²⁰²。

海外旅行に出かける中国人観光客の年齢は、他の国に比べて若い。例えば、米国への中国人観光客の平均年齢は 35 歳で、調査対象となった 40 カ国以上の平均よりも低い。英国では、中国人観光客の半数以上が 16 歳から 34 歳の間であり、日本と韓国を訪れる中国人観光客のうち、63%と 70%はそれぞれ 40 歳未満である (Alex Dichter・Chen Jin ほか、2018) ²⁰³。

以上を踏まえて、中国人の観光における年齢構成の特徴として、中国国内の長距離観光では、23 歳~37 歳が全体の 8 割弱を占めるが、海外旅行においても他の国に比べて年齢層が相対的に若いことがわかった。

(4) 高齢者観光の特徴

Babou (2005) は、シニア観光市場について年齢別に 50-59 歳でまだ働いている、より良い「マスター」層、60-74 歳は時間とお金の両方から「解放された」層、75 歳以上は低所得と健康制限ありの「撤退」層に分けられるとしている ²⁰⁴。

Eunju ら (2014) は、観光に対する高齢者のモチベーションが余暇生活領域の満足度にプラスの影響があり、余暇生活領域への満足度はまた、高齢者の全体的な生活満足度につながるとの調査結果を踏まえ、観光は高齢者の生活の質を向上させる手段になりうると指

²⁰⁰ 驢媽媽旅游网 (2018) 「2017 国内長線游消費報告：80 後、90 後は消費担当」
<http://travel.people.com.cn/n1/2018/0125/c41570-29786045.html> 閲覧日：2020 年 6 月 5 日

²⁰¹ 中国旅游研究院・Ctrip Group (2018)、前掲注 199

²⁰² 中国旅游研究院・Ctrip Group (2018)、前掲注 199

²⁰³ Alex ら (2018)、前掲注 197

²⁰⁴ Babou, I. (2005), The market for 'seniors'. Let's not kill the hen that lays golden eggs, *Espaces, Tourisme & Loisirs, No.222*, pp. 17-20

摘している²⁰⁵。

Elisa ら (2016) は、高齢者人口の比較的高い購買力が多くの産業に市場性を示唆しているが、観光セクターが最大の受益者の1つとして浮上しているとしている²⁰⁶。

中国高齢者の海外旅行について、渡航先として東南アジア及び韓国など近隣諸国を選ぶ場合が多く、自己資金や子供の援助に加えて、労働組合および高齢化団体の出費による場合もあるなど資金源の多様性が見られ、3~6月及び9~11月のオフシーズンを選ぶ高齢者が多い、などの特徴が指摘されている(智研諮詢集団、2018)²⁰⁷。

中高年(45歳以上の中年者と高年者)観光客の中で、月収5000元以上の中高年観光客の割合は57.8%を占め、そのうち月収7000元を超える高所得者は31.3%を占めた(智研諮詢集団、2018)²⁰⁸。

高齢者の87%が旅行意欲を持ち、60歳以上の7割が8日間以上の中長期観光を年2回以上行っており、年3回以上の高齢者も全体の2割に達している。(中投顧問、2016)²⁰⁹。

高齢者旅行市場には、①旅行への意欲は強い。②旅行時間の設定はもっと柔軟にできる。③観光需要はより多様化している。④コスト・パフォーマンス及びサービス品質を重視。⑤団体旅行を好む、といった特徴が指摘されている(胡祖全、2016)²¹⁰。

日本の少子高齢化は、国内観光客数の減少要因になるとの分析があるが(李良姫、2016)²¹¹、少子高齢化と海外旅行者数の変化との関係に関する研究は確認できなかった。

以上を踏まえて、世界的に見て、高齢者観光は今後も拡大する可能性を潜んでいる。中国人高齢者の観光において、旅行意欲が高く、オフシーズンを選好し、資金源に多様性が

²⁰⁵ Eunju, Woo ., Hyelin, Kim., Muzaffer, Uysal. (2014) A Measure of Quality of Life in Elderly Tourists, pringer Science+Business Media Dordrecht and The International Society for Quality-of-Life Studies, (ISQOLS) 2014

Received: 31 July 2014 /Accepted: 18 August 2014

²⁰⁶ Elisa, Ale ´ n, Nieves., Losada, Trinidad, Domı ´ nguez. (2016) The Impact of Ageing on the Tourism Industry: An Approach to the Senior Tourist Profile, Soc Indic Res, Vol.127, pp. 303-322. DOI 10.1007/s11205-015-0966-x

²⁰⁷ 智研諮詢集団 (2018) 「2017年中欧旅游市場数拠報告」『中国産業信息网』
<https://www.chyxx.com/research/201803/617496.html#catalogue> 閲覧日: 2020年9月9日9日

²⁰⁸ 智研諮詢集団 (2018)、前掲注 210

²⁰⁹ 中投顧問産業中心 (2016) 「2016-2020年中国老年旅游市場深度調研及開発戦略研究報告」
www.ocn.com.cn/2019/2/1 閲覧日: 2020年9月9日

²¹⁰ 胡祖全 (2016) 「中国の高齢者観光の発展のための問題と対策」国家信息中心
<http://www.sic.gov.cn/News/459/7213.htm> 閲覧日: 2020年6月5日

²¹¹ 李良姫 (2016) 「人口減少と高齢化による観光への影響: 国および地域の取るべき政策」『日本地域政策研究』16, 4-11.

あるといった特徴が見られることがわかった。

5.3 問題意識及び研究方法

先行研究では、海外旅行における年齢構成の特徴として、若い年齢層が他国に比べて多いことは、前述の訪日中国人の実態と一致する。また、若年及び中年者の海外旅行に関しては、少子高齢化の進行に伴う年金問題や扶養構造の問題による負担増及び総人口に占める比率の低下が、海外旅行の影響要因になり得る。高齢者観光については、拡大する可能性が示された。一方、先行研究では、訪日中国人の年齢構成がどのように推移してきたか、その推移は、中国の少子高齢化の進行とどのような関係を有するかについての考察は、十分なされていない。そこで、以下の仮説を立てることとした。

(1) 仮説

前述の問題意識に基づき、本研究は次の 3 つの仮説を立て、訪日中国人の年齢構成に対する中国の少子高齢化の影響をについて検証を行う。

仮説 1: 40～49 歳の年齢層が総人口に占める比率の低下により、当該年齢層が訪日者に占めるシェアは、低下する可能性がある。

仮説 2: 50～59 歳の年齢層が「総人口に占める比率の上昇により、当該年齢層が訪日者に占めるシェアは、拡大する可能性が考えられる。

仮説 3: 「65 歳以上人口比率」及び「高齢者扶養比率」の上昇により、60 歳を超える高齢者層が訪日者にしめるシェアは、さらに高くなる可能性がある。

本研究は、2006 年～2016 年における訪日中国人の年齢構成の推移を目的変数に設定し、その推移に影響を及ぼすと思われる要素を説明変数に設定し、相関係数と重回帰分析により、両者の相関関係を明らかにする。

目的変数は、以下の年齢層別の訪日者比率である。①40～44 歳 (a1)、②45～49 歳 (a2)、③50～54 歳 (a3)、④55～59 歳 (a4)、⑤60～64 歳 (a5)、⑥65～69 歳 (a6)、⑦70 歳以上 (a7)。40 歳からの年齢層比率を目的変数に設定するのは、この年齢層からは、子供の養育に加え、高齢者の親を支援する経済的負担を強いられる可能性があるからである。中国の定年（公的年金制度における年金支給開始年齢）は、性別・職種別で異なり、原則

として男性は 60 歳、女性は幹部が 55 歳、ワーカー（現場労働者）が 50 歳となっている（加藤 2016：66～67）。年金は、現役時代の収入に比べて、半分以下に激減するのが一般的である（張・杉澤 2015：97～98）²¹²。

説明変数は、以下の 6 つの項目である。①0 歳～14 歳人口比率(*pr1*)、②15 歳～64 歳人口比率(*pr2*)、③65 歳以上人口比率(*pr3*)、④総扶養比率(*tdr*)²¹³、⑤子供扶養比率(*cdr*)²¹⁴、⑥高齢者扶養比率(*edr*)²¹⁵、⑦人民元円レート(*rmr*)

①～③は、少子高齢化の傾向を示す指標である。④～⑤は、少子高齢化の進行による影響を示す指標である。⑦は、訪日旅行の費用に影響を与える要素である。

（2）重回帰分析の推計式

推計式

$$\text{Log}(\text{OPT}) = a + \sum pr1 + \sum pr2 + \sum pr3 + \sum tdr + \sum cdr + \sum edr + \sum rmr + c$$

a は定数項、*c* は誤差項。

OTP（目的変数）= *a1*、*a2*、*a3*、*a4*、*a5*、*a6*、*a7*

説明変数：*pr1*=1,.....,11 *pr2*=1,.....,11 *pr3*=1,.....,11 *tdr*=1,.....,11 *cdr*
=1,.....,11 *edr*=1,.....,11 *rmr*=1,.....,11

（3）分析手法

ここでは、相関分析と重回帰分析を行う。

1)相関分析

目的変数と説明変数の相関分析を行い、どの説明変数とも有意な相関係数が得られなかった目的変数については、重回帰分析には投入しないこととする。

2) 重回帰分析

²¹² 張星眸・杉澤秀博（2015）「中国の一人っ子世代における老親扶養に関連する要因」『老年学雑誌』5、91-100 ページ

²¹³ 0 歳～14 歳人口・65 歳以上人口と 15 歳～64 歳人口の比率

²¹⁴ 0 歳～14 歳人口と 15 歳～64 歳人口の比率

²¹⁵ 65 歳以上人口と 15 歳～64 歳人口の比率

統計解析ソフト SPSS Statistics Ver.25 を使用し、目的変数と説明変数との因果関係を明らかにする。最適な変数を選択するために、ステップワイズ法²¹⁶を採用する。多重共線性を回避するために共線性の診断を行い、選択された変数（モデル）の VIF 値が 10 を超えた場合²¹⁷、相関係数が高い 2 つの変数のうち、1 つを外して再投入する。

5.4 調査結果

(1) 中国における人口動向及び扶養率の推移

図 9 は、2006 年～2016 年の中国における総扶養比率、子供扶養比率及び高齢者扶養比率の変化を示している。高齢者扶養比率が上昇を続けてきたのに対し、子供扶養比率は、2006 年の 27.3%から 2011 年の 22.1%に下がった後、わずかな上昇を続けてきた。この 2 つの指標の合計となる総扶養比率、2006 年の 38.3%から 2011 年の 34.2%に下がった後、上昇を続け 2016 年には 2007 年と同水準の 37.9%に逆戻りした。

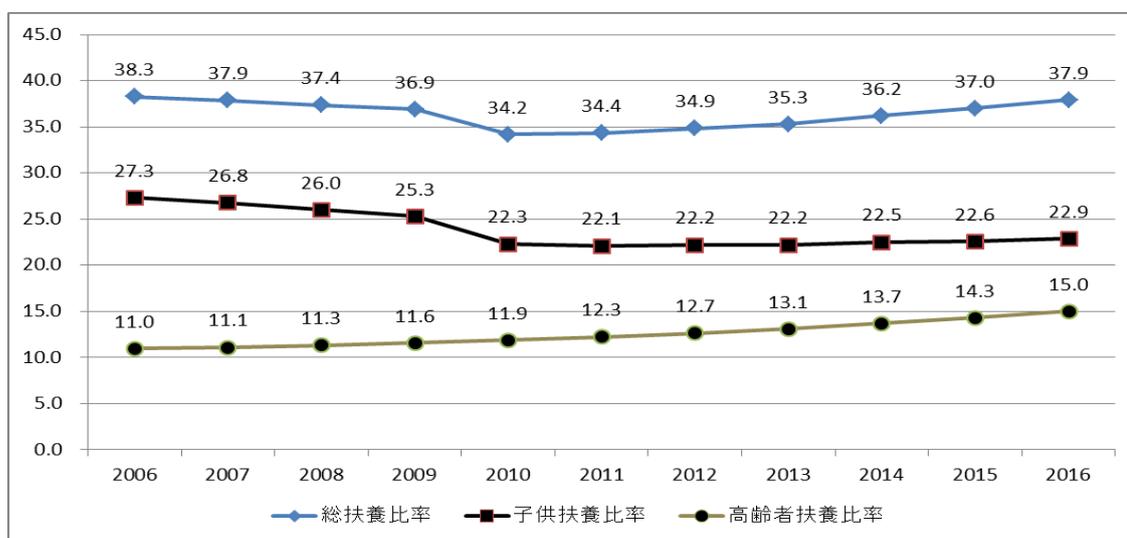


図 9 中国における扶養比率の変化 (%)

出典：中国国家统计局のデータに基づき、筆者が編集。

²¹⁶ 統計的に最も予測率が高いと考えられる変数から順に自動的に投入される方法で、説明変数が多い場合に適する。(石村・石村、2011)

²¹⁷ 説明変数間での相関が高いことを意味する多重共線性が存在し、正しい回帰分析が出来なくなる。(石村・石村、2011)

(2) 訪日中国人の年齢層別比率の変化要因に関する相関係数分析

表 17 は、訪日中国人の年齢層別比率の変化要因に関するピアソンの積率相関係数（有意水準= $p < 0.05$ ）を示している。

「40～44 歳」に関しては、0 歳～14 歳人口比率と子供扶養比率との相関係数及び 65 歳以上人口比率と高齢者扶養比率との負の相関係数は統計的に有意であったが、他の項目との相関係数に有意性が見られなかった。「45～49 歳」に関しては、15 歳～64 歳人口比率と人民元レートとの相関係数及び総扶養比率との負の相関係数は有意であったが、他の項目との相関係数に有意性が見られなかった。「50～54 歳」に関しては、高齢者扶養比率との相関係数及び人民元レートとの負の相関係数は、有意であったが、他の項目との相関係数に有意性が見られなかった。「55～59 歳」に関しては、65 歳以上人口比率と高齢者扶養比率との相関係数、0 歳～14 歳人口比率及び子供扶養比率との負の相関係数は有意であったが、他の項目との相関係数に有意性が見られなかった。

「60～64 歳」に関しては、65 歳以上人口比率と高齢者扶養比率との相関係数、0 歳～14 歳人口比率及び人民元レートとの負の相関係数は有意であったが、他の項目との相関係数に有意性が見られなかった。「65～69 歳」に関しては、65 歳以上人口比率と高齢者扶養比率との相関係数及び人民元レートとの負の相関係数は有意であったが、他の項目との相関係数に有意性が見られなかった。「70 歳以上」に関しては、65 歳以上人口比率と高齢者扶養比率との相関係数は有意であったが、他の項目との相関係数に有意性が見られなかった。

(3) 訪日中国人の年齢層別比率の変化要因に関する重回帰分析

表 18 は、訪日中国人の年齢層別比率の変化要因に関する重回帰分析の結果である。

表 17 年齢層別訪日中国人の人数変化要因に関する相関係数

訪日中国人年齢層	0歳～14歳人口比率	15歳～64歳人口比率	65歳以上人口比率	総扶養比率	子供扶養比率	高齢者扶養比率	人民元レート
40～44歳	.658*	-.098	-.839**	.101	.621*	-.830**	.421
45～49歳	-.119	.633*	-.352	-.648*	-.188	-.424	.809**
50～54歳	-.207	-.369	.592	.369	-.138	.603*	-.901**
55～59歳	-.897**	.489	.851**	-.487	-.873**	.794**	-.328
60～64歳	-.633*	-.043	.918**	.050	-.573	.922**	-.672*
65～69歳	-.513	-.120	.815**	.126	-.453	.820**	-.692*
70歳以上	-.541	.142	.638*	-.142	-.506	.606*	-.443

*. 相関係数は 5% 水準で有意 (両側)。

** . 相関係数は 1% 水準で有意 (両側)。

「40～44 歳」に関しては、「65 歳以上人口比率」が、目的変数を説明する予測率が高い説明変数のモデルとして残った。自由度調整済決定係数が 0.673 になり、この年齢層の訪日者比率の変動を約 67%説明できることが分かった。また標準化係数は、- 0.839 で、大きなマイナス影響を有することが窺える。非標準化係数 B が - 0.396 であるが、「65 歳以上人口比率」が 1%増えるとこの年齢層の訪日者比率を 0.39%下げる効果が予測される。

「45～49 歳」に関しては「人民元レート」が、目的変数を説明する予測率が高い説明変数のモデルとして残った。自由度調整済決定係数が 0.616 になり、この年齢層の訪日者比率の変動を約 62%説明できることが分かった。また、標準化係数は、0.809 で、大きな影響を有することが窺える。非標準化係数 B が 1.009 であるが、「人民元レート」が 1 ポイント上昇した場合、「45 歳から 49 歳までの訪日客」が 1%増加することになる。

「50～54 歳」に関しても、「人民元レート」が目的変数を説明する予測率が高い説明変数のモデルとして残った。自由度調整済決定係数が 0.790 になり、この年齢層の訪日者比率の変動を約 79%説明できることが分かった。また、標準化係数は、- 0.901 で、大きなマイナス影響を有することが窺える。非標準化係数 B が - 0.994 であるが、「人民元レート」が 1 元上昇した場合、「50 歳から 54 歳までの訪日客」が 0.99%減少することになる。

「55～59 歳」に関しては、残った説明変数のモデルに「子供扶養比率」と「人民元レート」の 2 つの変数が有意であった。自由度調整済決定係数が 0.877 になり、2 つの変数でこの年齢層の訪日者比率の変動を約 88%説明できることが分かった。また標準化係数は、「子供扶養比率」が - 0.373 で、「人民元レート」に比べてマイナス影響がやや大きいことが窺える。非標準化係数 B では、両変数とも - 0.997 であるが、子供扶養比率が 1%上昇すると、また「人民元レート」が 1 元の元高円安であると、この年齢層の訪日者比率がそれぞれの変数に対し 0.997%ずつ減少することになる。

「60～64 歳」に関しては、残った説明変数のモデルに「高齢者扶養比率」が、有意であった。自由度調整済決定係数が 0.834 になり、この年齢層の訪日者比率の変動を約 83%説明できることが分かった。また、標準化係数は、0.922 で、大きな影響を有することが窺える。非標準化係数 B が 1.969 であるが、「中国における高齢者扶養比率」が 1 ポイント上昇した場合、「60 から 64 歳までの訪日客比率」が 1.96%増加することになる。

「65～69 歳」に関しても、残った説明変数のモデルに「高齢者扶養比率」が、統計的に有意であった。調整済み R^2 が 0.636 になり、この年齢層の訪日者比率の変動を約 63.6%

説明できることが分かった。また、標準化係数は、0.820 で、大きな影響を有することが窺える。非標準化係数 B が 1.326 であるが、「中国における高齢者扶養比率」が 1 ポイント上昇した場合、「65 から 69 歳までの訪日客」が 1.32%増加することになる。

「70 歳以上」に関しては、残った説明変数のモデルに「65 歳以上人口比率」が、統計的に有意であった。自由度調整済決定係数が 0.341 になり、この年齢層の訪日者比率の変動を約 34%説明できることが分かった。また、標準化係数は、0.638 で、一定の影響を有することが窺える。非標準化係数 B が 1.200 であるが、「中国における 65 歳以上人口比率」が 1 ポイント上昇した場合、「70 歳以上の訪日客」が 1.20%増加することになる。

表 18 訪日中国人の年齢層別比率の変化要因に関する重回帰分析

訪日中国人年齢層	選択されたモデル	決定係数	調整済み決定係数	F値の有意確率	標準化されていない係数		標準化係数	t 値	t 値の有意確率
					B	標準誤差	ベータ		
40歳～44歳	(定数)	.707	.673	.001a	.190	.018		10.294	.000
	中国における65歳以上人口比率				-.397	.200	-.839	-4.631	.001
45歳～49歳	(定数)	.654	.616	.001a	.026	.015		1.755	.113
	人民元円レート				1.009	.002	.809	4.126	.003
50歳～54歳	(定数)	.811	.790	.001a	.104	.006		16.709	.000
	人民元円レート				-.994	.001	-.901	-6.214	.000
55歳～59歳	(定数)	.900	.877	.000 ^b	-.349	.044		-7.958	.000
	中国における子供扶養比率				.997	.001	-.373	-3.327	.010
60歳～64歳	(定数)	.851	.834	.001a	.997	.001		-2.674	.028
	中国における高齢者扶養比率				-.055	.012	.922	-4.619	.001
65歳～69歳	(定数)	.672	.636	.002 ^a	1.969	.095		7.159	.000
	中国における高齢者扶養比率				-.018	.008	.820	-2.200	.055
70歳以上	(定数)	.407	.341	.002 ^a	1.326	.066		4.294	.002
	中国における65歳以上人口比率				-.001	.007	.638	-1.148	.886
					1.200	.073		2.487	.035

5.5 考察

(1) 人口動向及び訪日中国人の年齢構成

中国国家统计局の統計に示した動向から、少子高齢化の進行が確認されたとと言える。0 歳～14 歳の未成年層と 15 歳～64 歳の生産年齢人口層が明確な減少傾向を示した一方、65 歳以上の高齢者層のシェアが大きくなり続けている。それを反映して、生産年齢人口層の経済的負担を意味する高齢者扶養比率が長期的な上昇を続けてきた。

訪日中国人の年齢構成に関しては、先行研究で述べられた、「海外旅行に出かける中国人観光客の年齢は、他の国に比べて若い」という傾向は、中国人の年齢層が 11 年間平均値

で見た外国人全体の年齢層構成と比較した場合でも裏付けられた。

訪日中国人の人数が、2006年の98万人から2016年の517万人に増えており、すべての年齢層において大幅な増加であったが、そうした中、特に高齢者のシェアが拡大し続けてきた。60～64歳、65～69歳、70歳以上という3つの高齢者層については、全体を占める比率は外国人に比べて低いが、長期的な上昇傾向が見られている。特に2015年の比率は、60～64歳では外国人の平均と同率で、65～69歳では2006年の1.6%差から0.2%差に縮まっている。

(2) 少子高齢化の影響

中国の少子高齢化が訪日中国人の年齢構成に与える影響要因については、「65歳以上人口比率」、「子供扶養比率」及び「高齢者扶養比率」の三項目が明確に確認された。一方、その影響要因は、すべての年齢層に同様に作用したのではない。

「65歳以上人口比率」の増加に起因している変化は、訪日中国人における「40～44歳」の年齢層のシェアが下降傾向にあることと、「70歳以上」の年齢層のシェアが上昇傾向にあることに反映されている。高齢者人口の比率が長期的な上昇傾向であることは、相対的に訪日中国人の高齢化にもつながり、「40～44歳」の年齢層のシェア低下及び「70歳以上」の年齢層のシェア拡大を招いているからであろう。

訪日中国人における「55～59歳」の年齢層に関しては、「子供扶養比率」との負の因果関係が裏付けられた。この年齢層だと、子供を扶養する段階を超えているが、子供が結婚や子育ての時期を迎える段階なので、親が多額の援助をする慣習があるために、間接的に孫の扶養に手を貸しているからであろう。

「高齢者扶養比率」の上昇が、「60～64歳」と「65～69歳」の2つの年齢層のシェア上昇に寄与していることがわかった。「高齢者扶養比率」の上昇は、高齢者人口が増加した結果でもあるので、相対的に訪日中国人の高齢化加速にもつながったと思われる。また、60歳以上になれば、ほとんどの中国人が定年を迎える年齢にあたり、時間的に余裕があり、割安なオフシーズンの利用も可能なので、他の年齢層よりも出かけやすい環境に恵まれると言えよう。

5.6 まとめ

以上の検証を踏まえて、本研究の仮説について、以下の結論を得るに至った。

「65歳以上人口比率」という高齢化の進行を示す指標が40～44歳の年齢層が占める訪日者のシェアを下げる効果示されたが、45～49歳の年齢層については、統計的に有意ではなかった。つまり、仮説1は部分的に支持された。

子供扶養率比率の低下は55～59歳の年齢層の訪日者シェア拡大につながる可能性が裏付けられたが、50～54歳の年齢層についての影響は不明であったので、仮説2は部分的に成立したことになる。

「高齢者扶養比率」の上昇が60歳～69歳の年齢層、「65歳以上人口比率」の上昇が70歳を超える高齢者層に関して、それぞれの訪日者シェアの拡大につながる可能性を裏付けたので、仮説3が支持されたと言える。

本研究では、訪日中国人の年齢構成への中国の少子高齢化の影響については分析できた。しかし、少子高齢化による税負担の増加や、経済成長率の鈍化などまだ検討しなければならない要因がある。今後も引き続きその要因を研究していきたい。

終章 全体のまとめと展望

1. 全体のまとめ

本研究は、インバウンドツーリズムの復興にかかわる日本の諸課題について考察を行ってきた。論文の執筆途中にコロナショックが発生し、日本のインバウンドが壊滅的なダメージを被ったが、2022年9月時点においては、インバウンドの再開が急速に進められる状況を迎えている。

本研究の着目点は、訪日中国人観光客の動向であった。中国人観光客は、日本におけるインバウンドの成長性及び観光消費を支える最大の要素であり、コロナ感染症の発生まで及び発生以降において中国人の観光需要、意思決定・品質評価に対する分析は、インバウンドの復興に寄与すると思われる。以下、本稿の結論についてまとめたい。

(1) パンデミックによるインバウンド観光の意義の変化

最初の課題は、「パンデミックによってインバウンド観光の意義が変わったか否か」についてであったが、本研究においては「基本的に変わっていない」という結論に至った。まず、パンデミックは各国間の往来をほとんど止めてしまった重大な事態であったが、いずれ収束する一時的な事象と考えられ、国際交流が再び盛んになるのを妨げる理由にはならない。観光がパンデミックを誘発する一因であるとの見方は間違っており、コロナ感染症の拡大が観光を委縮させてしまった要因であるに過ぎない。様々な産業分野がパンデミックに影響を受けていたが、必ず回復に向かうのと同様に観光業もいずれ完全な復興を達成することができる。また、経済全体における重要性から見ても、インバウンド観光を含む観光業の復活は不可欠である。特に少子高齢化の影響をうける日本にとって、インバウンド観光は、成長が期待できる数少ない分野の1つであるため、コロナ危機収束後の経済復興の成否を左右する要因でもあるので、重点的に推進していくべき分野である。

日本におけるインバウンド観光の急拡大を支える最も大きな要因はアジア諸国の所得向上や円安傾向である。この要因は、コロナ危機収束後の訪日旅行の回復を左右する要因でもある。中国をはじめとするアジア諸国の所得向上は、今日も上昇傾向にあり、円安もコロナ危機前よりも一段と進んでいる。また、前述したように、日本観光に対する世界的な人気の高さが、コロナ危機を経ても持続している。日本におけるインバウンド観光を支える良好な外部環境が今後も続くと思われる。一方、日本の内部環境においては、コロナ危

機前に蓄積されてきた、経済振興に寄与する成長産業として、インバウンド観光が引き続き重要な意義を持っている。

(2) パンデミックによって提起されるインバウンドツーリズムの課題について

上記の点に関する筆者の見解は、以下の通りである。

パンデミックの収束後のインバウンド観光回復に向けた国や自治体の各種施策や民間企業の経営戦略においては、中国をはじめ東アジアがキーポイントであることを踏まえて最重点的に考慮していく必要がある。中国人の訪日は今後も拡大する可能性があるが、コロナ危機以前に伸び悩みを見せていた韓国、台湾、香港のからの訪日には、対策が求められよう。

インバウンド観光の復興を目指すには、観光目的地となる地域住民の理解を得ることが不可欠であるが、そのためには、オーバーツーリズムなどの問題に対処する必要がある。これについて日本のインバウンド観光はまだ本格展開の時期が浅く、それほど深刻な問題は発生しているとは言えないと考えられる。

人気スポットの人数制限、宿泊旅行への誘導、価格の適正化といった微調整を行う必要は認められるが、大半の観光地においては、安易な流入制限をすると、町の荒廃を招く結果になりかねない。

(3) 中国人観光客の観光需要に関わる経済要因の分析について

この分析を通じて、中国における可処分所得の増大は、訪日中国人の1人当たり消費支出の増加につながるというより、訪日中国人観光客数の拡大に寄与する結論が導かれた。

一方、訪日中国人観光客の予算額は、1.1 万元台という元ベースに固定される傾向が確認された。大きな注目を集めた「爆買い」という買物への支出増大が続くか否かは、為替レートの変動次第である。2022 年現在の円安傾向は、「爆買い」のサポート要因であるが、その効果はインフレに伴う物価上昇によって相殺されるという側面もあろう。

(4) 訪日外国人観光客の満足度に及ぼす要因について

上記の分析を踏まえて、外国人観光客の満足度に影響を与える要因は、過去の宿泊体験や訪問目的に基づく「期待」であり、その満足度は同タイプの旅館への再宿泊願望、類似するリゾート地及び日本への再訪問願望に影響を及ぼすと考えられる。

今後コロナ危機からのインバウンド観光の完全回復を目指す過程で、本研究で裏付けられた、外国人観光客が示した満足度の高さが、大きな支援材料となるに違いないであろう。上記の(3)で分析した経済要因とのかかわりに関しては、円安傾向や中国の可処分所得の拡大傾向に何らかの異変が生じても、満足度に支えられる訪日の根強い人気がインバウンド観光の衰退を食い止める力として役割を発揮することが期待されよう。

さらに、高い満足度を得た訪日外国人観光客のロコミは、SNSなどを通じて広がり、同国内に訪日に関心または興味を持つ層を増やす効果も考えられる。

(5) 中国の少子高齢化の影響について

中国の少子高齢化の影響についての分析を踏まえれば、55歳以上の年齢層の訪日者シェアの拡大が予想され、40～44歳の年齢層が占めるシェアが低下する可能性が示唆された。

上記の(1)～(5)を総合すると、パンデミックを経ても、日本にとってインバウンド観光の意義が変わっておらず、積極的に推進していく分野であり、中でも中国をはじめ東アジアに向けて、集中的に施策を施すべきであろう。人気スポットの人数制限、宿泊旅行への誘導、価格の適正化といった微調整を行いながら、55歳以上の年齢層をターゲットに中国人観光客の訪日を促進する対策を官民で進めていく必要がある。

コロナ危機が続く2年半の間、中国の少子高齢化が一層深刻さを増してきた。「コロナウイルスとの共存」を選択した欧米諸国及び日本とは異なり、中国は「ゼロコロナ政策」の徹底を図ってきた。それに伴って少子高齢化を緩和するための対策が滞る可能性がある。

2. 今後の展望

本研究では、パンデミック収束後も中国をはじめ東アジアの観光客を中心とする我が国のインバウンド観光は成長が期待できる可能な分野であり、コロナ危機収束後に引き続き推進していくべきであるという結論に至っているが、国内外の情勢にはインバウンド観光に影響を及ぼす新たな不確定要素が発生していることがわかった。

まず、中国のゼロコロナ政策の動向についてである。中国政府はゼロコロナ政策にこだわっており、数年以内に海外旅行の正常化が期待できないという見方があった²¹⁸。また、

²¹⁸ 柯隆コメント「インバウンド再開に異 「中国依存」が呼ぶリスク」『日本経済新聞』電子版、2022年5月16日

ゼロコロナ政策により、第3章で論じた経済要因に関して、景気の失速及び雇用悪化という経済停滞を招き、可処分所得の停滞が発生する恐れもあり得るので、中国人の家計購買力低下となりかねないという心配もあった²¹⁹。しかし、2022年12月になると、中国政府はゼロコロナ政策を急転換し、ほとんどの規制を撤廃したのである²²⁰。このような政策変更は日本のインバウンド再興に大きな促進要素になると予想される。

次に世界的なインフレ傾向の深刻化である。欧米や中国などで物価の上昇が激しく²²¹、海外旅行に関する消費意欲の減退につながる可能性があるろう。

さらに、2022年に入ってから、ロシアによるウクライナ侵攻、台湾海峡の緊迫化に伴う米中関係悪化など、国際情勢の激動が進行しつつある。ロシア人観光客の入国を直接制限する動きはまだ一部の国にとどまっているが²²²、ロシアに対する制裁に反発するロシア人観光客の動向が日本のインバウンド観光に影響を及ぼす要因の1つになり得る。一方、台湾海峡の情勢次第で日本を巻き込む戦争に発展する可能性もある²²³。そうなった場合、日本のインバウンド観光客数の50%強を占める中国人及び台湾人の訪日に大きなダメージとなりかねない。

上記の各要素が日本のインバウンド観光回復にどのように関係するか、まだ定かとは言えない。本研究は、この問題への追究を今後の課題にしていきたい。

本研究は、訪日中国人観光客をはじめとするインバウンド観光客に焦点を当て、パンデミック後の復興にかかわる諸課題を考察したが、その成果は産業振興及び地域活性化をテーマとして抱えている観光学の研究を深化させるために寄与するものになるであろう。

²¹⁹ 「中国食品・燃料高、家計に重荷 5月消費者物価2.1%上昇」『日本経済新聞』2022年6月10日

²²⁰ 興梠一郎(2022)「中国 ゼロコロナ政策への不満がついに爆発! 一気に進んだ緩和の裏を読む」『金曜日』30(46), 34-37.

²²¹ 「中国食品・燃料高、家計に重荷 5月消費者物価2.1%上昇」『日本経済新聞』2022年6月10日

²²² 「EU、ロシア人向け観光ビザ制限検討 FT報道」『日本経済新聞』電子版2022年8月29日

²²³ 「麻生派3年ぶり研修会 『台湾有事なら日本も戦争』」『日本経済新聞』電子版2022年8月31日

謝辞

本論文に関わる研究、調査及び執筆を進める過程において、家族が献身的に支えてくださり、株式会社月の栖熱海聚楽ホテルの従業員一同及び熱海の中規模和風旅館各社がアンケート調査に多大なるご協力をいただいた。また本研究の実験に本論文を最後まで執筆できたのは、何よりも恩師である和歌山大学の足立基浩教授から研究の進め方や内容に対する多くのご助言とご指導をいただいたお陰であった。上記の方々のご尽力に心より感謝を申し上げたい。

【補注】

- (1) 中国人の可処分所得及び中国国内観光に関する各種データは、中国国家统计局が毎年発行する『統計年鑑』²²⁴、訪日中国人観光客に関する各種データは、日本の国土交通省が発表した訪日外国人観光客の関連情報²²⁵から取得している。
- (2) 中国では、公務用と私用のパスポートが発行されているが、「私的海外渡航者数」は私用パスポートを使用して海外渡航した中国人の数である。
- (3) 全ての説明変数を合わせて、どの程度目的変数を説明することができるのか、また、目的変数の予測における各説明変数独自の寄与がどの程度であるかを調べるのに適する方法である。石村貞夫,石村友二郎：SPSS による多変量データ解析の手順，東京図書，8～17, 2011.を参照。
- (4) 「同タイプの中規模和風旅館での再宿泊」という表現にしたのは、宿泊した中規模和風旅館への再宿泊が訪日外国人観光客にとって一般的には考えられないからである。
- (5) 類似するリゾート地という表現にしたのは、訪日外国人観光客にとって日本を再訪問してもまだ行っていない地域に行くのが一般的であり、同じ熱海への再訪問が一般的には考えられないからである。
- (6) 全ての説明変数を合わせて、どの程度目的変数を説明することができるのか、また、目的変数の予測における各説明変数独自の寄与がどの程度であるかを調べるのに適する方法である（石村・石村，2011）。

²²⁴ 国家统计局：中国統計年鑑，<http://www.stats.gov.cn/tjsj/ndsj/>，中国語，2018年7月5日閲覧

²²⁵ 観光庁：統計情報，<http://www.mlit.go.jp/kankocho/siryoutoukei/index.html>，日本語，2018年7月5日閲覧

引用・参考文献一覧

〔日本語文献〕

熱海市観光建設部観光経済課（2020）「令和元年版 熱海市の観光」

麻生憲一（2000）「日本のインバウンド・ツーリズムの需要分析 - 経済時系列データからとらえた訪日外国人旅行者数の動向 - 」『交通学研究』2000, 113-124 .

麻生憲一（2001）「日本のインバウンドに関する実証分析--訪日外国人渡航者の動向と経済的要因」『経済系』207, 8-22 .

綾部誠・呂慧・高橋幸司（2012）「中国人観光客の地方都市誘致に関する基礎研究」『国際人間学フォーラム』8, 25-38 .

五十嵐元一（2014）「顧客満足度の高い宿泊業の企業行動」桜美林論考『ビジネスマネジメントレビュー』, 1-12.

石村貞夫・石村 友二郎（2011）「SPSSによる多変量データ解析の手順」『東京図書』

一般社団法人日本旅館協会（2019）「営業状況等統計調査（平成30年度財務諸表等より）—令和元年度—〈解説編〉」<http://www.ryokan.or.jp/top/news/detail/226>

于航・下山邦男（2010）「訪日中国人観光客の動向に関する研究」『別府大学短期大学部紀要』29, 89-99 .

太田壮哉（2011）「顧客満足を説明する期待不一致効果」『経営学研究論集』35, 95-107.

小川祐一（2021）「訪日外国人への接客と経営方針・人材育成に関する考察」『文化学園大学・文化学園大学短期大学部紀要』52, 24-36.

奥瀬喜之（2008）「顧客満足概念とその測定に関わる研究の系譜」『専修商学論集』88, 55-59.

王桂新・戴二彪（2015）「中国における少子の実態, 発生要因と対策」『AGI Working Papers Series』2015, 1-22.

王逸飛（2013）「高齢化社会における中国公的年金制度の課題」『人間社会環境研究』25, 25-40.

加藤康二（2016）「世界のビジネス潮流を読む エリアリポート 中国 公的年金の備えは万全か」『ジェトロセンサー』66(792), 66~67.

金光洙（2016）「中国の高齢化の要因と経済的影響」『現代社会文化研究』62, 181-196.

魏蜀楠（2017）「中国人国際観光の需要変化に関する一考察：訪日中国人個人観光需要の地方誘致とローカル観光交通のあり方を視野に入れて」『福岡大学商学論叢』62(2),

161-189.

黄愛珍・石橋太郎・狩野美知子・太田隆之・大脇史恵（2017）「訪日観光客に注目したヒアリング調査報告」『静岡大学経済研究』22(1), 19-39.

黄愛珍（2017）「訪日中国人観光客の旅行とインバウンド消費の動向」『アジア研究』12, 25-40.

観光庁『統計情報』<http://www.mlit.go.jp/kankocho/siryou/toukei/index.html>, 2018年7月5日閲覧

国土交通省（2018）『平成30年版観光白書』, 9.

国土交通省観光庁（2020）「宿泊旅行統計調査報告（平成31年1月～令和元年12月）」, 5～9

サービス産業生産性協議会（2010）「顧客満足度調査（JCSI）」,
https://www.jpc-net.jp/research/jcsi/causal_model/

崔龍文（2012）「インバウンド観光の視点による地方圏魅力へのアプローチ:一秋田県「IRIS」ロケ地めぐりのブログ分析を通じて」『日本地理学会発表要旨集』2012s(0), 288.

田静・加藤里美（2016）「外国人の日本旅行に関する意識—期待レベルと実際の満足レベル—」日本経営診断学会『日本経営診断学会論集』, 102-107.

塩谷英夫（2014）「2030年の観光地経営, 人口減・高齢化市場の対応に必要な3つの取り組みとは？」『JTBF 旅行動向シンポジウム: レポート』

<https://www.travelvoice.jp/20140115-14203> 閲覧日: 2020年9月9日

張星眸・杉澤秀博（2015）「中国の一人っ子世代における老親扶養に関連する要因」『老年学雑誌』5, 91-100.

張国峰（2018）「訪日中国人観光客による爆買いに関する一考察」『東アジア評論』(10), 105-117.

張彬彬（2017）「沖縄における観光動向と観光振興に関する研究: 中国人観光客を中心に」『龍谷大学大学院経済研究』17, 14.

中平千彦・藪田雅弘（2017）『観光経済学の基礎講義』九州大学出版会

藤村和宏（1999）「日本人のサービス消費における満足形成の特質」『香川大学経済論叢』72(1), 215-240.

古屋繁・櫻井貴章・羽瀧琢哉・杉山和雄（2014）「顧客満足度における「期待」マネジメントのための構造化: サービスデザインの枠組みに関する基礎研究」日本デザイン学会『日

本デザイン学会研究発表大会概要集』61 (0), 145.

法務省「出入国管理統計表 (年報)」

http://www.moj.go.jp/housei/toukei/toukei_ichiran_nyukan.html 閲覧日：2020年9月9日

方蘇春・富川拓・野本茂・塚本五二郎 (2011)「中国における高齢者福祉の現状に関する一考察」『聖泉論叢』18, 15-23.

馬駿 (2017)「訪日中国人観光客がもたらす経済効果：京都市の観光産業を対象に」『龍谷大学大学院経済研究』18, 33.

Mak James 著・瀧口治, 藤井大司郎監訳 (2005)『観光経済学入門』日本評論社

山本真嗣 (2017)「温泉地における訪問者属性の比較論的考察」『名古屋学院大学論集社会科学篇』53(4), 163-170.

森下俊一郎 (2020)「宿泊業における訪日外国人観光客へのおもてなしのマネジメント - 「山城屋」, 「澤の屋」および「富士箱根ゲストハウス」の事例分析-」『日本経営診断学会全国大会予稿集 20(0), 105-108.

姚峰・李瑶・李珊 (2016)「日本地域別中国人観光客旅行先選択の影響要因分析」『香川大学経済論叢』89(2), 283-309.

李森 (2015)「年金数理モデルによる中国の年金制度の分析 (桑原哲也教授追悼号)」『福山大学経済学論集』39(1・2), 107-120.

李良姫 (2016)「人口減少と高齢化による観光への影響：国および地域の取るべき政策」『日本地域政策研究』16, 4-11.

盧剛・山口一美 (2012)「訪日中国人観光者の再来訪を促す要因の研究」『生活科学研究』34, 187-197.

脇本忍・姜思義・大西隆士 (2019)「沖縄におけるインバウンド市場調査－中国人観光客の消費者行動と SNS の関係性－」『聖泉論叢』26, 1-12.

[外国語文献]

Alex Dichter, Chen Jin, Steve Saxon, Yu Zijian, Suo Peimin (2018)「迷思と真相：中国出境観光市場深度観察」麦肯錫公司, 4

American Customer Satisfaction Index (ACSI)

<https://www.theacsi.org/about-acsi/the-science-of-customer-satisfaction>

Babou, I. (2005) , The market for 'seniors'. Let's not kill the hen that lays golden eggs, *Espaces, Tourisme & Loisirs*, No.222, 17-20 .

Bo Peng, Haiyan Song, Geoffrey I. Crouch (2015) : A Meta-Analysis of International Tourism Demand Elasticities, *Journal of Travel Research*, 54(5), 611-633 .

Cathy,H, C.,Hsu,Liping,A.& Cai, Mimi,Li. (2009). Expectation, Motivation, and Attitude: A Tourist Behavioral Model. *Journal of Travel Research*, 49(3), 282-296. doi.org/10.1177/004728750934926

Eunju, Woo ., Hyelin, Kim., Muzaffer, Uysal. (2014) A Measure of Quality of Life in Elderly Tourists, *pringer Science+Business Media Dordrecht and The International Society for Quality-of-Life Studies, (ISQOLS) 2014*

Elisa, Ale'n,Nieves, Losada,Trinidad, Domínguez. (2016) The Impact of Ageing on the Tourism Industry:An Approach to the Senior Tourist Profile, *Soc Indic Res*,Vol.127, 303–322.

DOI 10.1007/s11205-015-0966-x

Received: 31 July 2014 /Accepted: 18 August 2014

Richard,L,Oliver. (1980). A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions.*Journal of Marketing Research*,17 (4) ,460-469.

Shida, Irwana,Omar., Masitah ,Muhibudin., Izatul Yussof & Badaruddin ,Mohamed. (2013). Tourist Satisfaction as the Key to Destination Survival in Pahang Mohd Fauzi Sukiman. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*. 91, 78–87.

Macy,Wong., Ronnie,Cheung. & alvin Wan. (2013) .A Study on Traveler Expectation, Motivation and Attitude. *Contemporary Management Research*,9(2), 169-186.

doi:10.7903/cmr.11023

Yun,Dongkoo & Pyo,Sungsoo.,(2016). An Examination of an Integrated Tourist Satisfaction Model: Expectations and Desires Congruency. *Travel and Tourism Research Association:Advancing Tourism Research Globally*.14.

https://scholarworks.umass.edu/ttra/2013/AcademicPapers_Oral/14

戴学锋·孫盼盼 (2014) 「收入与出境旅游率的非線性關係－關於門檻面板模型の実証証拠－」『*旅游学刊*』 29(9), 13-23 .

中国国家统计局 (2018) 『*中国統計年鑑*』 [http : //www.stats.gov.cn/tjsj/ndsj/](http://www.stats.gov.cn/tjsj/ndsj/) 閱覽日 : 2020

年 6 月 5 日

胡祖全 (2016) 「中国の高齡者観光の発展のための問題と対策」 国家信息中心

<http://www.sic.gov.cn/News/459/7213.htm> 閲覽日：2020 年 6 月 5 日

劉振中 (2017) 「境外消費商品層次下移的問題与对策」『国家信息中心博士後 研究通訊』，
003 (029)，1-21 .

驢媽媽旅游网 (2018) 「2017 国内長線游消費報告： 80 後，90 後是消費担当」

<http://travel.people.com.cn/n1/2018/0125/c41570-29786045.html> 閲覽日：2020 年 6 月 5
日

智研諮詢集团 (2018) 「2017 年中欧旅游市場数拠報告」『中国産業信息网』

<https://www.chyxx.com/research/201803/617496.html#catalogue> 閲覽日：2020 年 9 月 9
日

中国旅游研究院・Ctrip Group (2018) 「2017 年中国・ヨーロッパ観光市場データレポート」

Ctrip Group, <http://www.ctaweb.org/html/2018-1/2018-1-18-15-30-00840.html> 閲覽日：
2020 年 6 月 5 日)

中投顧問産業中心 (2016) 「2016-2020 年中国老年旅游市場深度調研及開發戰略研究報告」

www.ocn.com.cn2019/2/1 閲覽日：2020 年 9 月 9 日

中国旅游研究院 (2018) 『中国家庭旅游市場需求報告 2018』